

**UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI TIZI-OUZOU**  
**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES**  
**SCIENCES DE GESTION**  
**DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES**



***Memoire de fin de cycle***

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Economiques**

**Spécialité : Economie monétaire et financière**

**Thème**

**L'E-Banking : Services avantages et inconvénients  
en Algérie  
cas de la BADR n°580 de TIZI OUZOU**

**Réalisé par :**

**AIT MIMOUNE Thinhinane**  
**AGOUR Madjid**

**Encadré par :**

**Mme. Mme. MOHAND SAID Ania**

**Devant le jury composé de :**

**Presidents: Mr. SAM Hocine (MCA , FSECSG /UMMTO )**

**Examineur: Mr. GUELMINE Mouhamed Hichem ( MCA,FSECSG/ UMMTO )**

**Rapporteur : Mme. Mme. MOHAND SAID Ania (MCA,FSECSG/ UMMTO)**

**Promotion 2024 /2025**

## Remerciements

Nous remercions avant tout, le bon Dieu, tout puissant, de nous avoir donné la force et la puissance pour pouvoir mener ce travail à terme. Nous remercions particulièrement Mme MOUHAND SAID Ania , notre promotrice pour l'honneur qu'elle nous a fait en assurant l'encadrement du présent travail, à travers sa disponibilité et ses valeureux conseils, son orientation pendant toute la période de réalisation de ce mémoire.

Nos profonds remerciements pour les membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail. Que DIEU vous protège et vous bénisse. Nous tenons également à exprimer notre gratitude et nos remerciements, pour le chargé d'étude technicien principale Mr MAMMER Mouhamed Amazaine et tous les employés de la direction régionale d'exploitations de laBADR Tizi-Ouzou N°580 pour leur chaleureux accueil et les facilités accordées lors de nous travail.

Enfin, nous exprimons notre profonde gratitude et nos sincères Remerciements à madame BOURKACHE farrouja et toutes les personnes qui nous'ont aidés de près ou de loin à l'élaboration de ce mémoire.

## Dédicaces

*Je dédie ce mémoire, avant tout, à mes parents.*

*À ma mère, pour sa tendresse, ses prières silencieuses et son amour sans limites.*

*À mon père, pour sa sagesse, sa patience et les valeurs qu'il m'a transmises. Vous êtes ma force, mon repère, et ma plus grande source de motivation. Rien de tout cela n'aurait été possible sans votre présence constante, vos sacrifices discrets et votre confiance en moi, même dans mes moments les plus fragiles. À ma famille,*

*Mes sœurs et mon frère ,*

*Merci pour vos encouragements, votre humour, et votre soutien, parfois exprimé en peu de mots, mais toujours profondément ressenti. Vous avez su, chacun à votre manière, m'apporter équilibre et réconfort tout au long de ce parcours.*

*À mes ami(e)s proches, Siham, Ounissa, Dihia, Juju et mon binôme Madjid, merci d'avoir été là, dans les hauts comme dans les bas. Pour vos conseils, vos écoutes patientes, vos distractions bienvenues, et les moments de complicité qui ont permis de relâcher la pression. Vous avez joué un rôle essentiel dans cette aventure.*

***Thiniane***

## Dédicace

*Je dédie ce mémoire, de tout cœur à mes parents.*

*À ma mère, pour sa tendresse, sa patience infinie et ses prières silencieuses. À mon père, pour sa force tranquille, ses conseils pleins de sagesse et sa confiance indéfectible. Vous êtes, et vous resterez toujours, ma plus grande source d'inspiration et de courage.*

*À ma famille, merci pour votre présence, vos mots rassurants et votre soutien discret mais profond. Chaque petit geste a compté, chaque mot a pesé lourd dans la balance des jours difficiles.*

*À mes ami(e)s, qui ont su m'entourer, m'écouter, me faire rire et me rappeler qu'il est important de respirer même au milieu du stress. Merci pour votre bienveillance et vos encouragements, toujours au bon moment.*

***Madjid***

## Listes d abréviations

---

ATM : automate Teller machine

BADR : Banque de l'agriculture et du Développement Rural

BDL : Banque de Développement Local

BEA :Banque extérieure d'Algérie

BNA : Banque National D'Algérie

CCP: compte courant postal

CIB : Carte inter Bancaire

COMI : Comité Monétique interbancaire

CNEP : Caisse National D'épargne et de prévoyance

CPA :Crédit Populaire Algérie

DAB : Distributeur Automatique de Billets

E-BANKING : Electronique banking

GAB : Guichet Automatique de Banque

M-Banking : Mobile banking

RMI :Revenu minimum d'insertion

SMS : short message service

TIC : Technologie de l'information et de communication

TPE : Terminal de paiement électronique

STIM : société d'automatique des transaction interbancaire et monétique

WWW : world Wide Web

## Liste des tableaux et des figures

---

Tableaux 01 : Utilisation des TPE par les banques d'Algérie .....	44
Figure 01 : Les éléments de la définition des TIC .....	6
Figure02 : Organigramme de la BADR .....	60
Figure 03 : Page d'accueil du service BADRnet.....	64
Figure 4 : Page d'identification du service BADRnet.....	64
Figure 5 : Solde de vos comptes .....	65
Figure 6 : Accès à la recherche d'opérations .....	66
Figure 7 : Accès aux téléchargements des opérations .....	67
Figure 8 : Envoi de remises à la banque .....	68
Figure 9 : carte CIB classique .....	83
Figure 10 : carte CIB GOLD .....	83
Figure 11 : Mastercard classique .....	85
Figure 12 : Mastercard Titeriom.....	86
Figure 13 : carte CBRI .....	87
Figure 14: carte tawfir .....	87

# Sommaire

---

Remerciement

Dédicace

Liste de l'abréviation

Liste des tableaux et des figures

Sommaire

Introduction générale..... 1

## **Chapitre 1 : cadre conceptuel et théorique de l'e- banking**

Section 1 : Le cadre conceptuel de l'e-Banking ..... 5

Section 02 : la forme et les services de l'E- Banking ..... 16

Section 3 : Les avantages et inconvénients de l'e-banking..... 25

## **Chapitre 2**

### **Réalité et contexte Du E-Banking en Algérie**

Section 1 : : L'évolution de l'E-Banking en Algérie ..... 34

Section 2 : Les difficultés liées au développement de l'E-Banking en Algérie ..... 47

Section 03 : les mesures adéquates au développement de l'E-Banking en Algérie ..... 51

## **Chapitre 3**

### **L'e-banking au niveau de la direction Régionale d'exploitation de BADR n°580**

Section 1 : Présentation de La BADR, Organisation et fonctionnement général ..... 58

Section 02 : Les produits de l'E-Banking proposés par la BADR ..... 73

Section 03: Présentation du guide d'entraîne et la méthodologie d'étude ..... 88

Conclusion générale ..... 94

Bibliographie

Table des matières

# *Introduction générale*

## Introduction générale

---

En peu de temps, internet a connu des progrès considérables à l'échelle mondiale.

Ces progrès ont facilité l'intégration des nouvelles technologies dans diverses industries, ce qui a eu un impact profond sur nos routines quotidiennes.

La notion de nouvelles technologies est apparue dans les années 1970, après quoi elles ont révolutionné notre façon de vivre. Le domaine de l'audiovisuel et de l'informatique a connu des progrès significatifs et s'est ensuite étendu aux télécommunications. Cette évolution, connue sous le nom de TIC, a eu un impact transformateur sur le monde du travail et des entreprises.

Le secteur bancaire a connu des changements importants, tant au niveau de la gestion et de l'organisation, que de la diversité et de la gamme de produits proposés. L'avènement des nouvelles technologies a révolutionné l'industrie, permettant des mesures afin de gagner du temps, de réduire les coûts de déplacement, d'entretien et de maintenance, d'optimiser les opérations et d'améliorer la qualité de service. Parmi les secteurs impactés par cette transformation, le secteur bancaire se démarque, soulignant le rôle crucial que joue la technologie dans son histoire.

La transformation des institutions financières et des structures du marché bancaire est inévitablement influencée par ces avancées technologiques. Principalement, ils l'ont fait. Dans un premier temps, ces plateformes servaient à faciliter l'organisation interne de l'information et les connexions au sein de la profession. En outre, ils sont apparus comme la voie la plus efficace pour accéder aux marchés de capitaux, ouvrant la voie à l'établissement d'un marché électronique mondial et à la modernisation des bourses.

Cette collaboration a finalement conduit à l'émergence de l'E-Banking dans le secteur bancaire. Les services bancaires électroniques offrent aux clients la possibilité d'effectuer des transactions bancaires en ligne, éliminant ainsi le besoin de se rendre physiquement à la banque. De plus, cela permet aux banques d'améliorer leurs services, de renforcer leur réputation concurrentielle et de répondre efficacement aux demandes des clients.

Dans ces circonstances, la banque estime qu'il est impératif d'adopter l'E-Banking car il présente d'importantes opportunités en termes d'avantage concurrentiel. Cette adoption permet à la banque d'améliorer son efficacité et son efficacité opérationnelles, tout en favorisant une relation commerciale plus solide et plus gratifiante avec les clients. Par conséquent, les banques ont de nombreux avantages à mettre en œuvre une stratégie de multidistribution inté-

## Introduction générale

---

grant un canal direct parallèlement à leurs opérations conventionnelles.

En Algérie, l'émergence de l'E-Banking est un développement récent qui devrait avoir un impact significatif sur l'amélioration et l'augmentation de l'efficacité des services bancaires, transformant à terme cette technologie en un outil précieux pour générer de la valeur économique. En adoptant l'E-Banking, les banques algériennes seront non seulement en mesure de fidéliser leurs clients actuels et d'en attirer de nouveaux, mais également de répondre aux exigences de leur environnement en évolution et de favoriser leur croissance.

C'est dans ce cadre que s'articule la problématique de ce mémoire, qui se présente comme suit :

### **« Comment l'E-Banking est pratiqué au niveau d'une agence bancaire ? »**

De cette question principale se découle certaines questions secondaires, à savoir ;

- Qu'est-ce que l'E-Banking ?
- Quels sont les avantages du E-Banking ?
- Quels sont les produits E-Banking proposés au niveau de la direction régionale d'exploitation de l'agence bancaire BADR N°580 de Tizi-Ouzou ?

Afin de répondre aux différentes questions posées précédemment, nous avons adopté une démarche méthodologique rigoureuse. D'une part, une partie théorique s'est basée sur une recherche documentaire approfondie, incluant la consultation de revues spécialisées, d'ouvrages, et de travaux de recherche pertinents, afin de maîtriser le cadre conceptuel de l'E-Banking et l'état de ses services. D'autre part, nous avons mené une enquête sur le terrain à l'aide d'un guide d'entretien semi-directif, élaboré et administré auprès du personnel de l'agence BADR N°580 de Tizi-Ouzou Cette démarche nous a permis d'organiser ce mémoire en trois chapitres :

Le premier chapitre abordera le cadre conceptuel et théorique du l'E-Banking. Il sera composé de trois sections : la première portera sur le cadre conceptuel du l'E-Banking, la deuxième traitera les différent services et forme du l'e-banking, et la troisième sera dédiée les avantage et les inconvénients du l'E-Banking sur la relation banque-client.

Le deuxième chapitre se concentrera sur l'E-Banking en Algérie. Il sera structuré en trois sections : la première éclairera le développement du l'E-Banking et les projets entreprise en Algérie, la deuxième abordera les difficultés rencontrées dans le développement du l'E-

## Introduction générale

---

Banking en Algérie, et la troisième présentera les mesures adéquates pour son développement.

Enfin, le troisième chapitre, constituant la partie pratique de ce mémoire, présentera notre étude qualitative basée sur le guide d'entretien. Ce chapitre sera également composé de trois sections : la première montrera la présentation de l'organisme d'accueil (l'agence BADR N°580 de Tizi-Ouzou), la deuxième détaillera les produits l'E-Banking proposés par cette agence, et la troisième analysera les résultats obtenus à partir du guide d'entretien.

# *Chapitre 1*

## *Cadre conceptuel et Théorique du l'E- Banking*

### Introduction

Les avancées rapides dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC) ont profondément influencé le secteur bancaire ces dernières décennies. Ces transformations technologiques ont poussé les banques à revoir leurs pratiques et à adopter de nouvelles stratégies afin de faire face à une concurrence de plus en plus accrue.

Dans cette dynamique, l'innovation technologique s'est imposée comme un élément clé pour permettre aux institutions financières de se démarquer. Elle leur offre la possibilité de concevoir de nouveaux services et produits, renforçant ainsi leur compétitivité sur le marché.

Par ailleurs, les outils numériques et les réseaux ont favorisé la numérisation des opérations bancaires, permettant une gestion plus efficace de l'information financière. Cette évolution a conduit à l'apparition de la banque en ligne, aussi appelée e-Banking, qui représente aujourd'hui une véritable révolution dans la manière dont les services bancaires sont proposés et consommés. Elle modifie profondément les interactions entre les banques et leurs clients, tout en facilitant des échanges interbancaires plus rapides et sécurisés.

Ce chapitre a pour objectif de poser les bases théoriques et conceptuelles liées à l'e-Banking, qui constitue un canal essentiel de communication et de distribution des services bancaires. Il est structuré en trois sections : la première aborde la définition et l'évolution de la banque en ligne, la deuxième s'intéresse à ses différentes formes et aux services proposés, et enfin, la dernière section examine ses enjeux ainsi que ses avantages pour les acteurs concernés<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Daniel E(1999) . (1999). Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland. International Journal of Bank Marketing, 17(2), 72–82. <https://doi.org/10.1108/02652329910258934>

## Section 1 : Le cadre conceptuel du l'e-Banking

Cette section vise à établir le cadre conceptuel du l'e-Banking , en présentant dans un premier temps la technologie d'information et de communication (TIC) avant d'aborder la définition du l'e-Banking ainsi que son historique et évolution au fil temps .

### 1.1 La Technologie d l'Information et de la Communication

La Technologie d l'Information et de la Communication (TIC) regroupe, selon la littérature, l'ensemble des activités et moyens techniques visant à traiter, stocker et transmettre l'information à moindre coût. Issues de la convergence de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel, elles couvrent la collecte, le traitement, la conservation et le transport de textes, sons et données numériques. Les TIC se distinguent par la diversité de leurs objets, leur large diffusion et leur forte interactivité. D'après Herbert Simon, prix Nobel d'économie 1998, elles rendent « toute information accessible et lisible par ordinateur », unifiant ainsi les technologies électroniques via des réseaux locaux ou mondiaux

On identifie trois domaines clés à l'origine des TIC :

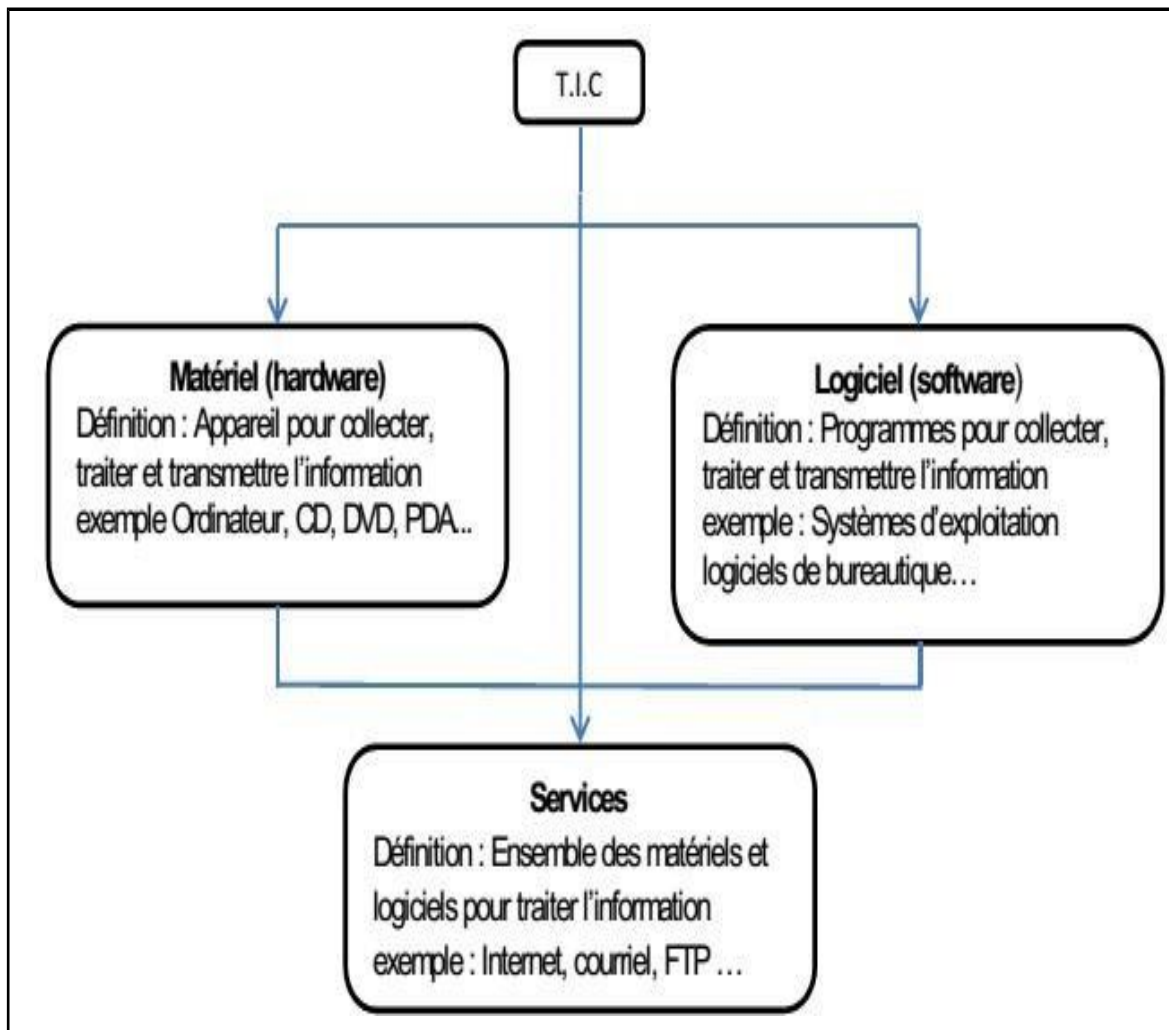
- Les télécommunications (services et équipements).
- L'informatique (matériel, services et logiciels).
- L'audiovisuel (production, services et électronique grand public).

Ces technologies remplissent deux fonctions essentielles : l'habilitation (permettre l'accès à l'information) et la facilitation (simplifier son usage). Elles offrent un gain de temps et d'argent tout en améliorant la qualité du travail ou de la vie quotidienne, dans les pays développés comme en développement. Enfin, selon l'OCDE, les TIC englobent aussi le commerce de gros d'équipements industriels, couvrant tous les secteurs impliqués dans la visualisation, le traitement, le stockage et la transmission de l'information par voie électronique.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Dupuis, L. (2009). *Les TIC et la révolution numérique*. Presses Tech & Management. pp. 200–201

Figure 01 : Les éléments de la définition des TIC



Source : Abdelkader Rachedi. (2013), « Tic, structure et comportement des hommes dans l'entreprises », cite, p .09.

### 1.1.1. Les outils des TIC

Les TIC reposent sur un ensemble d'outils et de ressources dédiés au traitement de l'information. Elles comprennent notamment le matériel (ordinateurs, serveurs), les logiciels (programmes, applications) et les infrastructures de communication (réseaux filaires ou sans

#### 1.1.1.1 Les ordinateurs

Le mot « ordinateur », introduit par J.Perret en 1955, désigne une machine dédiée au traitement de l'information. Un ordinateur se compose principalement de trois parties internes

- Le processeur, qui exécute les programmes et traite les données ;
- La mémoire vive, qui stocke temporairement les informations en cours d'utilisation ;

- Les circuits et mécanismes assurant le fonctionnement général du système.

Il dispose également de plusieurs éléments externes indispensables :

- L'écran, pour afficher l'interface et les résultats ;
- Le boîtier (unité centrale), qui abrite le processeur, la mémoire et les autres composants matériels ;
- Le clavier et la souris, pour interagir avec l'ordinateur ;
- La carte graphique, qui gère l'affichage visuel.

Aujourd'hui, cette évolution se traduit par la capacité d'un ordinateur à exécuter simultanément plusieurs applications et à utiliser divers algorithmes, notamment dans un environnement connecté à Internet.<sup>3</sup>

### 1.1.1.2 Le téléphone portable

Le téléphone portable est un appareil conçu pour permettre des échanges vocaux à distance sans fil. Il s'appuie sur des infrastructures de télécommunications, comme les réseaux cellulaires ou satellitaires, pour établir la connexion. Lorsqu'un utilisateur compose le numéro de son correspondant, le réseau achemine l'appel jusqu'à provoquer la sonnerie de l'appareil destinataire. Si ce dernier décroche, une communication bidirectionnelle s'établit instantanément. Cette invention a profondément transformé la manière dont nous communiquons, en rendant possible des conversations presque en tout lieu et à tout moment<sup>4</sup>

### 1.1.1.3 Définition des réseaux

Un réseau, ou « network » en anglais, désigne l'ensemble d'ordinateurs et de périphériques interconnectés. Il suffit de relier deux machines pour créer un réseau minimal. Selon leur usage, on distingue :

- Les réseaux informatiques : La mise en place d'un accès universel aux biens et service qu'ils soient culturels ou commerciaux diffusés par les réseaux est indispensable pour bâtir une société où le savoir prime. Autrefois, un réseau se limitait à une machine centrale entourée de terminaux reliés par des liaisons série, un modèle désormais obsolète malgré sa relative jeunesse. Aujourd'hui, les réseaux informatiques

---

<sup>3</sup> Dupuis, L. (2012). *Introduction aux ordinateurs et à leurs composants* (p. 33). Éditions Informatique Étudiante.

<sup>4</sup> Durand, A. (2013). *Introduction aux télécommunications mobiles* (p. 10). Éditions TechMobile.

forment une vaste « toile d'araignée » mondiale, assurant la connexion entre des milliards d'appareils<sup>5</sup>

- Les réseaux industriels, composés d'automates programmables, de cartes d'acquisition et de capteurs, échangés pour piloter des procédés et transmettre des informations.
- Les principaux avantages d'un réseau sont :
  - Le partage de ressources (une imprimante partagée par plusieurs postes réduit les coûts et l'encombrement) ;
  - Une meilleure disponibilité et fiabilité grâce à la redondance des serveurs ;
  - Des économies, car relier plusieurs postes coûte souvent moins cher qu'un serveur surpuissant isolé ;
  - La communication facilitée (messagerie, collaboration à distance).

Autrefois réservés aux grandes entreprises, les réseaux sont aujourd'hui omniprésents, grâce à la miniaturisation, à la baisse des coûts et à l'essor d'Internet. Ils permettent aux utilisateurs de partager des fichiers, d'accéder à des bases de données distantes et de communiquer en temps réel <sup>6</sup>

### 1.1.1.4. L'internet

Internet s'est imposé comme la plus vaste source d'informations et l'un des canaux de communication les plus performants. En quelques années, il a rassemblé un public toujours plus nombreux et varié, répondant à des besoins allant de la recherche collaborative et du commerce à distance à la banque et aux démarches administratives en ligne, sans oublier le partage de fichiers, de photos et de documents entre particuliers. Le mot « Internet » provient de la contraction des termes anglais « International » et « Network ». 1972, il n'est devenu officiel qu'à partir du 1er janvier 1983, avec l'adoption du protocole TCP/IP pour interconnecter les différents réseaux. Souvent qualifié de « réseau des réseaux » ou de « cyberspace », Internet repose sur un ensemble de réseaux interconnectés via des protocoles standardisés, permettant l'échange mondial d'informations<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Faure, S. (2014). *Les réseaux informatiques et la société du savoir* (p. 58). Éditions Réseaux.

<sup>6</sup> Marceau, D. (2011). *Les réseaux pour tous* (p. 47). Éditions Réseau & Société

<sup>7</sup> Favre, L. (2011). *Introduction à l'Internet et à ses enjeux* (p. 60). Éditions Numérique & Société.

### 1.2.1. Définitions du l'e-Banking

Les Banque en ligne, correspond à l'ensemble des services bancaires accessibles à distance à l'aide d'outils numériques comme un ordinateur, un téléphone portable ou une tablette. Ces services sont généralement proposés via des plateformes Internet, des applications mobiles, voire, dans certains cas, à travers des téléviseurs connectés.

D'après Tamouls (1994), la banque électronique peut être perçue comme un moyen de proposer des services financiers en utilisant des technologies multimédias. Ce type de canal permettrait à la fois d'atteindre une clientèle plus large et de diminuer les frais liés au fonctionnement des agences.<sup>8</sup>

Selon Diniz (1997), il s'agit d'un service mis en place par les établissements financiers afin de permettre à leurs clients de réaliser différentes opérations bancaires sans se rendre physiquement en agence, en s'appuyant sur des dispositifs comme l'ordinateur, le téléphone ou encore le Minitel.<sup>9</sup>

D'après le Département International de Développement (DID), le concept de « banque à distance » désigne une forme de prestation de services financiers qui s'appuie sur les technologies de l'information et de la communication (TIC). Il s'agit de proposer ces services en dehors des agences traditionnelles, notamment en collaborant avec des acteurs non bancaires comme les opérateurs mobiles ou les fournisseurs de cartes de paiement (DID, 2006).<sup>10</sup>

D'après Novo et Sisola (2013), l'e-banking correspond à la fourniture de produits et services bancaires, en particulier ceux à faible valeur ajoutée, par le biais de canaux numériques. Plus globalement, la banque en ligne comprend l'ensemble des services financiers proposés grâce à des technologies de communication et de traitement de l'information. Aujourd'hui, les banques tendent à adopter une approche multicanale, combinant à la fois les moyens traditionnels (agences, guichets) et les solutions digitales à travers des plateformes intégrées.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Tamouls, A. (1994). *Les nouveaux canaux bancaires*. Éditions Economica, p. 88.

<sup>9</sup> Diniz, E. (1997). *Technologies et services financiers à distance*. Presses Universitaires, p. 50.

<sup>10</sup> Department for International Development (DFID). (2006). *Access to financial services in developing countries*. [https://www.gov.uk/government/publications] consulter( 26.04.2025 à 14 :30)

<sup>11</sup> Novo, C., & Sisola, S. (2013). Les mutations de la banque à l'ère du numérique. *Revue Banque*. <https://www.revue-banque.fr> consulter( 23.04.2025.à 12 :20)

La transformation numérique dans le secteur bancaire se traduit par l'utilisation de logiciels et d'applications mis en place soit par les banques elles-mêmes, soit par des prestataires spécialisés. Ces outils permettent de transmettre de manière sécurisée des informations et des instructions entre les systèmes informatiques des entreprises et ceux des institutions financières. En ce sens, la banque électronique peut être définie comme un ensemble de services automatisés facilitant la gestion des opérations bancaires grâce aux technologies numériques.<sup>12</sup>

Selon l'Association Française des Banques (AFB), l'e-banking désigne l'usage d'Internet par les institutions financières afin de proposer une large gamme de services à leurs clients. Cela peut aller d'une simple vitrine de leurs offres en ligne jusqu'à la réalisation de transactions complexes à distance, en passant par la consultation des comptes en temps réel (AFB, 2001).<sup>13</sup>

La transformation numérique du secteur bancaire a donné naissance à divers termes tels que banque à distance, banque électronique ou banque virtuelle, désignant tous des services bancaires accessibles sans présence physique en agence. Selon la Banque des Règlements Internationaux (2020), ces formes de services bancaires visent à améliorer l'accessibilité, la commodité et la personnalisation de la relation client grâce à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC).<sup>14</sup>

Le terme « e-banking » désigne l'ensemble des services bancaires proposés par des moyens électroniques, indépendamment du support utilisé. L'un des premiers exemples de cette évolution technologique est la banque par téléphone, qui a vu le jour dans les années 1970. À cette époque, les clients avaient déjà la possibilité d'accéder à certains services bancaires à distance, comme consulter leur solde, effectuer des virements ou régler des factures, simplement en utilisant leur téléphone fixe. Cette innovation a marqué une étape importante vers une gestion plus autonome et flexible des comptes bancaires, accessible en

---

<sup>12</sup>Pigneur, Y., & Osterwalder, A. (2002). An Information System Infrastructure for E-Business Models. *Journal of Database Management*, 13(2), p. 15.

<sup>13</sup> (AFB, 2001) : Association Française des Banques (AFB). (2001). *L'internet bancaire : nouveaux services, nouveaux enjeux*. Paris. Consulté( 20.04.2025.à 19 :30)

<sup>14</sup> Banque des Règlements Internationaux (2020 )(section2 p5 ). *The digitalisation of banking and the role of fintechs*. <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap113.pdf>

tout temps et en tout lieu (Organisation de coopération et de développement économiques [OCDE], 2020).<sup>15</sup>

### 1.3.L'historique de l'E-Banking

L'histoire de l'e-Banking est étroitement liée à l'évolution des technologies de l'information et de la communication. Elle peut être divisée en plusieurs phases distinctes, chacune marquée par des innovations technologiques et des changements dans les modèles économiques

#### 1.3.1. Les prémices banque à distance (années 1980)

Avant l'arrivée d'Internet, les premières formes de banque à distance ont émergé grâce à des technologies comme le Minitel, notamment en France. En 1985, la société Cortal (filiale de BNP Paribas) incarne une première tentative de dématérialisation bancaire, permettant la consultation de comptes et certains ordres simples, via Minitel et téléphone. Ce modèle rudimentaire a posé les bases d'e-banking moderne.<sup>16</sup>

#### 1.3.2. La naissance des banques en ligne (années 1990)

Avec la généralisation d'Internet dans les années 1990, les premières banques en ligne voient le jour. En 1994, Banque Directe (groupe Paribas) est lancée comme première banque en ligne française. Ces premières plateformes se concentrent sur l'épargne et le courtage, sans offrir des comptes courants complets. Les interfaces sont simples, mais le modèle commence à attirer une clientèle désireuse de gérer ses finances à distance.<sup>17</sup>

#### 1.3.3. La diversification et montée en puissance (années 2000)

Les années 2000 marquent un tournant avec l'arrivée de véritables banques en ligne proposant des services complets : comptes courants, cartes bancaires, livrets d'épargne, etc. De nouveaux acteurs apparaissent : Zebank (1999), ING Direct (2000), Axa Banque (2002),

---

<sup>15</sup> Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). (2020). *Digital disruption in banking and its impact on competition*.page15.<https://www.oecd.org/daf/competition/digital-disruption-in-banking-and-its-impact-on-competition-2020.pdf>

<sup>16</sup>Brousseau, E. (2002). "The governance of transactions by commercial intermediaries: An analysis of the re-engineering of intermediation by electronic commerce". *International Journal of the Economics of Business*, 9(3), p 353-374.

<sup>17</sup>Delecroix, P., &Watier, P. (2001). "La banque en ligne : nouvel outil de fidélisation de la clientèle ?" *Revue Banque*, n°632.

AGF Banque, Groupama Banque... Cette période est marquée par une diversification des produits et une montée en gamme des services.<sup>18</sup>

### 1.3.4. L'hybridation et concentration (années 2010)

Face à la croissance des banques en ligne, les banques traditionnelles adaptent leur modèle avec des plateformes hybrides, comme e.LCL ou la NetAgence de BNP Paribas. Des consolidations de marché s'opèrent (ex. fusion de Fortuneo et Symphonis en 2006), et de nouveaux entrants ciblent des segments spécifiques, comme BforBank (2009) pour les clients haut de gamme.<sup>19</sup>

## 1.4. L'expérience du l'é-banking dans certaines payses

Pour mieux comprendre l'évolution de l'e-banking, il est utile d'observer certains exemples concrets à l'échelle internationale. Plusieurs pays ont développé des solutions innovantes pour améliorer l'expérience client et renforcer la sécurité des services bancaires en ligne :

### 1.4.1. La banque en ligne en Amérique

C'est en Amérique du Nord, à la fin des années 1980, que le concept de « banque en ligne » a commencé à se répandre. À cette époque, l'accès aux services bancaires à distance se faisait principalement via des terminaux composés d'un clavier et d'un écran, connectés au système bancaire par une ligne téléphonique. Ce mode d'accès permettait aux clients de consulter leurs comptes et d'effectuer certaines opérations bancaires sans se rendre physiquement en agence.

L'une des premières initiatives notables dans ce domaine a été lancée en décembre 1980 par l'United American Bank, en collaboration avec Radio Shack. Ils ont développé un monde personnalisé permettant aux clients d'accéder à leurs informations bancaires depuis leur domicile. Ce service offrait des fonctionnalités telles que la consultation des soldes, le paiement de factures et la demande de prêts. D'autres grandes banques américaines ont rapidement suivi cette tendance en proposant des services similaires, bien que l'adoption

---

<sup>18</sup>Carretero, S., & Rochelandet, F. (2005). "Les banques en ligne : une révolution ou une simple évolution ?" Réseaux, 23(133), 127-154.

<sup>19</sup>EY (2015). The rise of digital banking in Europe. EY Global Banking Survey.

massive de la banque en ligne n'ait véritablement décollé avec l'avènement d'Internet dans les années 1990.<sup>20</sup>

### 1.4.2. La banque en ligne en Europe

En Europe, les premières initiatives de banque en ligne datent des années 1980, avec l'introduction du Minitel, qui permettait d'accéder à des services d'épargne et de courtage en Bourse. Ce n'est qu'au milieu des années 1990 que l'ouverture de comptes bancaires en ligne commence à faire son apparition, bien que de manière encore timide. Ce n'est véritablement qu'à partir des années 2000, avec le développement des banques et assurances en ligne, que des services bancaires plus traditionnels, tels que l'émission de chèques et de cartes bancaires, se sont progressivement généralisés (Durand, 2001)<sup>21</sup>

### 1.4.3. La Grande-Bretagne

Dès les années 1980, les banques britanniques se distinguent en proposant des informations bancaires en ligne via le réseau téléphonique Prestel, aussi appelé « Press Téléphone ». En 1983, la Nottingham Building Society (NBS) inaugure « Homelink », son tout premier service de banque à domicile : les clients y consultent leurs relevés, effectuent des virements et règlent leurs factures. Pour initier un paiement, il faut d'abord envoyer à la NBS un avis postal contenant les coordonnées du bénéficiaire. La NBS enregistre ces données dans Homelink, puis, une fois l'ordre saisi en ligne par le client, émet un chèque en faveur du destinataire et adresse une confirmation de l'opération au titulaire du compte. Il faut attendre 1996 pour voir l'OP Financial Group devenir la deuxième banque entièrement en ligne au monde (après la Stanford Federal Credit Union) et la première en Europe.<sup>22</sup>

### 1.4.4. La France

Durant l'ère du Minitel, au milieu des années 1980, des acteurs comme Cortal (filiale de BNP Paribas, plus tard fusionnée avec l'allemand Consors) se limitaient aux services d'épargne et de courtage en Bourse, sans offrir d'ouverture de comptes. Ce n'est qu'avec la généralisation d'Internet à la fin des années 1990 que les services bancaires à distance évoluent vraiment. En 1994, « Banque Directe » propose une première version expérimentale de banque en ligne. Toutefois, c'est seulement à partir de 1999 que le secteur se structure :

---

<sup>20</sup> Histoire de la banque en ligne. (s.d.). JeRetiens.net. Disponible sur : <https://jeretiens.net/histoire-de-la-banque-en> consultés ( 22.04.2025.14:05)

<sup>21</sup> Durand, A. (2001). L'évolution des services bancaires en Europe (p. 89). Éditions Banque & Innovation

<sup>22</sup> Petit, R. (2005). *Innovation et banque électronique* (p. 134). Presses Universitaires du Commerce.

ING Direct, lancé en 2000, devient rapidement la première banque en ligne française, d'abord axée sur l'épargne avec un succès modéré. Une seconde génération de banques en ligne apparaît alors sous l'impulsion des bancassureurs (Axa, AGF/Allianz), qui étendent leur offre aux comptes courants et aux moyens de paiement. Dès 2002, des pure players de la bourse en ligne, comme Boursorama Banque (Société Générale), Fortune (Crédit Mutuel) et BforBank (Crédit Agricole), enrichissent leurs services avec l'épargne et les comptes courants. Face à ce mouvement, les grandes banques traditionnelles investissent massivement dans la digitalisation pour conserver leur leading-role sur le marché.<sup>23</sup>

### 1.4.5. La banque en ligne sur le continent Africain

Après avoir conquis l'Amérique et l'Europe, les banques se tournent désormais vers l'Afrique, où la croissance économique moyenne atteint 5 % par an. Confrontées à une hausse rapide de leur clientèle et à de nouvelles opportunités, les institutions financières africaines entament leur virage numérique. L'objectif est de permettre aux usagers d'effectuer à distance toutes sortes d'opérations bancaires, dans des conditions de sécurité optimales, tout en réalisant un gain de temps et une baisse des coûts. Cette digitalisation profite à la fois aux banques, qui augmentent leur efficacité, et aux clients, qui bénéficient d'un accès plus simple et plus rapide à leurs services.<sup>24</sup>

#### 1.4.5.1 En Afrique du Nord

Ces dernières années, les grandes banques du Maghreb ont également développé des plateformes en ligne pour séduire une clientèle plus connectée. Au Maroc, le groupe Attijariwafa Bank a lancé en 2016 « L'BANKALIK », une offre spécifiquement pensée pour les 18-34 ans. La filiale locale de Société Générale a, quant à elle, mis en place « BANKATY », qui permet non seulement d'ouvrir un compte à distance, mais aussi d'accéder à plusieurs services complémentaires. En Algérie, le groupe BPCE, présent depuis plus de vingt ans, a inauguré en 2018 « BANXY », un service en ligne destiné à renforcer sa présence auprès de la clientèle particulière. Cette initiative s'appuie sur une technologie développée par une Fintech allemande acquise par BPCE en 2016.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Lefèvre, E. (2004). *La banque en ligne en France* (p. 102). Éditions Financières

<sup>24</sup> Ngoma, T. (2006). *Le développement de la banque digitale en Afrique* (p. 67). Éditions Afrique & Finance.

<sup>25</sup> El Idrissi, M. (2007). *La banque en ligne en Afrique du Nord* (p. 54). Éditions Méditerranée.

### 1.4.5.2. Le Nigéria

Sun Trust Bank Nigeria, créée en 2016 par l'homme d'affaires Aliko Dangote à Lagos, mise sur des canaux électroniques (mobile et Internet) pour offrir ses services bancaires. Les clients peuvent ouvrir un compte entièrement en ligne en à peine huit minutes via le site web. Dans un marché très concurrentiel, où une quinzaine de banques se disputent environ 40 millions de clients potentiels, Sun Trust Bank tire son épingle du jeu grâce à cette solution rapide et novatrice.<sup>26</sup>

### 1.4.5.3 L'Afrique du Sud

En Afrique du Sud, plusieurs banques en ligne se sont imposées, comme Discovery Bank et Bank Zero. Plus récemment, TymeBank, lancée par Patrice Motsepe, propose une ouverture de compte en ligne en seulement cinq minutes, ainsi que des services additionnels tels que le transfert d'argent et un coach d'épargne. Les marchés bancaires d'Afrique du Sud, du Nigéria et d'Afrique du Nord sont globalement plus avancés que ceux de nombreux pays d'Afrique subsaharienne, ce qui permet à leurs offres en ligne d'être mieux ajustées aux besoins locaux.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup>Okafor, I. (2008). *Innovation et banque numérique au Nigéria* (p. 73). Presses Africaines.

<sup>27</sup> N'Diaye, A. (2009). *La banque digitale en Afrique* (p. 88). Éditions Afrique Moderne.

### Section 02 :les formes et les services du l'E- Banking

Le e-Banking , a révolutionné la manière dont les individus et les entreprises gèrent leurs finances, en offrant une gamme variée de services allant des transferts de fonds à la gestion des investissements.

#### 2.1.Les services d l'e-Banking

L'e-Banking propose aujourd'hui une gamme complète de services financiers accessibles à distance, permettant aux utilisateurs de gérer l'ensemble de leurs besoins bancaires sans avoir à se déplacer dans une agence physique. Cette offre de services a considérablement enrichie au fil des années, évoluant des fonctionnalités basiques de consultation de compte vers un écosystème complet de solutions financières.

La diversité des services proposés par l'e-banking répond à la variété des besoins des utilisateurs, qu'il s'agisse de particuliers gérant leurs finances personnelles ou d'entreprises administrant leur trésorerie. Cette section présente une analyse détaillée des services.

##### 2.1.1. Le service de paiement de factures via l'e-banking

Parmi les fonctionnalités les plus répandues de la banque en ligne, le paiement de factures occupe une place centrale. Ce service permet aux utilisateurs de régler facilement leurs dépenses récurrentes, comme les factures d'électricité, de téléphonie fixe ou mobile, les cotisations d'assurance ou encore les mensualités de carte de crédit.

La plupart des banques en ligne collaborent avec un vaste réseau de prestataires de services qu'il s'agisse de sociétés d'électricité, d'opérateurs téléphoniques ou de compagnies d'assurance pour simplifier ces paiements. Une fois le client inscrit à un émetteur spécifique (une seule inscription suffit), il peut payer ses factures en quelques clics.<sup>28</sup>

Il est également possible de programmer des paiements automatiques pour les factures régulières, grâce à une option de prélèvement en ligne. Cette automatisation représente un gain de temps et une réduction des risques d'oubli de paiement. Dans la majorité des cas, les banques ne facturent pas ce service, le considérant comme un avantage inclus dans l'offre de services bancaires en ligne.

---

<sup>28</sup>Kouassi, A. (2019). *Les services bancaires à l'ère du numérique : étude des usages du e-banking en Côte d'Ivoire*, Mémoire de Master 2, Université Félix Houphouët-Boigny, p. 38.

### 2.1.2. Le transfert de fonds en ligne

Le transfert de fonds est l'un des services les plus utilisés dans le cadre de la banque en ligne. Grâce à cette fonctionnalité, les clients peuvent envoyer de l'argent d'un compte à un autre, que ce soit au sein de la même banque ou vers une banque différente. Cette opération peut être réalisée à tout moment, depuis l'espace client sécurisé de l'utilisateur.<sup>29</sup>

Pour effectuer un virement, il suffit d'indiquer les informations essentielles du bénéficiaire : numéro de compte, nom de la banque, et parfois le code de l'agence. Contrairement aux procédures classiques, qui pouvaient nécessiter jusqu'à trois jours ouvrables, le virement en ligne est souvent traité dans un délai bien plus court, parfois en moins d'une journée.

Ce service, associé au paiement de factures en ligne, figure parmi les options les plus populaires de l'e-banking, car il combine rapidité, simplicité et accessibilité.

### 2.1.3. Les services liés aux cartes de crédit

Grâce aux services bancaires en ligne, les titulaires de cartes de crédit disposent de plusieurs options pratiques. Ils peuvent non seulement régler leurs factures de carte directement via Internet, mais aussi faire une demande de prêt basé sur leur carte. En cas de perte ou de vol, la déclaration peut également se faire en ligne, évitant ainsi les déplacements ou les longues attentes en agence. Ce type de service améliore considérablement la réactivité et la sécurité pour les utilisateurs.<sup>30</sup>

### 2.1.4. Le passe ferroviaire : un service connecté à la banque

Le développement de services en ligne ne se limite pas aux seules opérations financières. En Inde, la compagnie nationale "IndianRailways", en partenariat avec la banque "ICICI", a mis en place un système permettant aux usagers de commander leur "pass ferroviaire" pour les trains locaux via Internet. Ce service vise à simplifier la vie des voyageurs, en offrant la possibilité de créer un "pass" personnalisé en ligne, livré directement

---

<sup>29</sup> Benmohamed, L. (2018). *L'impact du e-banking sur la relation client dans les banques algériennes* (Mémoire de master, Université de Bejaia). Université de Bejaia. p 42.

<sup>30</sup> Kaci, R. (2017). *L'impact des technologies numériques sur les services bancaires en Algérie* (Mémoire de master, Université de TiziOuzou). 2017, p. 33)

au domicile. Il est également possible de régler ce “pass”<sup>31</sup> au nom d'un tiers, ce qui ouvre la voie à de nouveaux usages, notamment le partage ou le parrainage de services de transport.

L'Internet banking ne se limite plus aux opérations classiques telles que les virements ou le paiement de factures. Il joue aujourd'hui un rôle clé dans la gestion et l'accès à l'investissement, en particulier pour les particuliers souhaitant placer leur argent sans avoir à passer par des intermédiaires physiques. L'une des fonctionnalités les plus populaires est la possibilité d'ouvrir un “dépôt à terme (FD) “en ligne. En quelques clics, l'utilisateur peut sélectionner le montant à placer, la durée, et valider l'opération via un transfert de fonds direct depuis son compte courant.

Par ailleurs, les clients disposant d'un “compte Demat”, souvent lié à leur compte bancaire, bénéficient d'un accès simplifié aux marchés financiers. Ce lien permet d'exécuter des transactions boursières rapidement : l'argent est débité automatiquement, et les titres acquis sont immédiatement crédités sur le compte Demat du client, sans besoin d'intervention manuelle. Cela représente un gain de temps considérable et contribue à démocratiser l'investissement en bourse.

Certaines banques vont plus loin en intégrant la “souscription à des fonds communs de placement”<sup>32</sup> dans leur plateforme. Cela permet aux utilisateurs de comparer les performances, d'analyser les risques, et d'investir directement sans passer par un conseiller financier. Ces outils en ligne contribuent à rendre l'investissement plus accessible, flexible et personnalisé, même pour des clients ayant peu de connaissances en finance.

### 2.1.5. Recharger son téléphone prépayé grâce à l'Internet banking

L'un des services les plus pratiques proposés par les banques en ligne est la recharge mobile prépayée. Grâce à l'interface des services bancaires numériques, les utilisateurs peuvent recharger leur téléphone en quelques étapes simples, sans avoir besoin de se rendre dans une boutique ou d'acheter une carte physique.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup>Kumar, S. (2018). *L'intégration des services bancaires numériques aux services publics en Inde* (Mémoire de master, University of Mumbai). University of Mumbai., p. 27

<sup>32</sup> Sharma, R. (2020). *L'impact du digital banking sur l'investissement personnel en Inde* (Mémoire de master, Pune University). Pune University.

<sup>33</sup> Gupta, A. (2019). *Les usages courants des services bancaires en ligne en Inde rurale* (Mémoire de master, Delhi School of Economics). Delhi School of Economics. , 2019, p. 22)

Il suffit généralement de sélectionner l'opérateur mobile parmi une liste proposée sur le site ou l'application de la banque, de saisir le numéro de téléphone concerné, puis d'indiquer le montant à recharger. Une fois l'opération validée, le montant est immédiatement prélevé sur le compte bancaire du client et le crédit téléphonique est disponible en quelques minutes seulement.

### 2.1.6. L'achat de biens et services via l'Internet Banking

L'essor des services bancaires en ligne a grandement facilité l'achat de et actif (produits et services bancaire directement via Internet, grâce à l'intégration de solutions de paiement sécurisées. Aujourd'hui, de nombreux sites marchands, plateformes de e-commerce et applications permettent aux utilisateurs de régler leurs achats en ligne en quelques clics, en passant par leur interface bancaire.

Les clients peuvent parcourir une large gamme de produits " allant de l'électronique aux vêtements, en passant par les biens culturels " puis finaliser leurs transactions en toute sécurité, grâce à des systèmes de paiement connectés à leur compte bancaire. L'authentification via mot de passe, codes "OTP One-Time Password ", ou encore la double vérification (3D Secure) vient renforcer la confiance dans ce type de transaction.

Ce service illustre bien "la convergence entre le secteur bancaire et l'e-commerce"<sup>34</sup>, facilitant les paiements tout en offrant un confort d'utilisation accru. Il démontre également que les services bancaires en ligne ne se limitent pas à la gestion de compte, mais s'étendent à la vie quotidienne des usagers.

## 2.2. les Canaux du l'e-Banking

Les services d'e-Banking sont accessibles via divers canaux, chacun présentant des caractéristiques et des avantages spécifiques, comme :

### 2.2.1. Le téléphone Banking

Avant même l'avènement de l'Internet et des Smartphones, c'est le téléphone fixe qui a permis aux banques d'établir un premier lien numérique avec leurs clients. Dès les années 1970, certaines institutions financières ont commencé à proposer des services bancaires accessibles à distance via un simple appel téléphonique. Cette solution offrait aux clients la possibilité de réaliser plusieurs opérations de base, telles que la consultation du solde de leur

---

<sup>34</sup> Sharma, P. (2020). *Utilisation des services bancaires numériques dans la vie quotidienne* (Mémoire de licence, Université de Mumbai). Université de Mumbai.

compte, l'initiation de virements internes ou le règlement de certaines factures, sans avoir à se rendre en agence. Ce mode d'accès constituait une avancée significative à l'époque, puisqu'il introduisait pour la première fois la notion d'autonomie bancaire à domicile.

Cependant, ce système présentait aussi certaines limites. L'absence d'écran ou d'interface visuelle rendait le suivi des opérations abstrait et parfois source d'erreurs ou d'incompréhensions. Malgré cela, le téléphone Banking a été largement adopté, car il apportait un confort nouveau et répondait à une demande croissante de flexibilité dans la gestion des services financiers.

On distingue généralement deux grands types de services dans cette catégorie. Le "téléphone banking assisté par opérateur"<sup>35</sup> consistait à dialoguer directement avec un conseiller pour exécuter des opérations plus complexes ou sensibles, ou pour obtenir des explications personnalisées. Ce mode restait essentiel pour les clients peu familiarisés avec les outils automatisés ou pour ceux qui exigeaient un accompagnement renforcé. À l'opposé, le "système automatique", fondé sur des serveurs vocaux interactifs (SVI), permettait aux utilisateurs de naviguer dans un menu préenregistré à l'aide des touches du téléphone. Ce modèle automatisé a représenté une étape-clé dans l'optimisation des coûts pour les banques tout en garantissant une certaine disponibilité du service, 24h/24 dans certains cas.

Le téléphone Banking a ainsi jeté les bases des futurs services bancaires à distance. Il a permis aux institutions financières d'explorer les premières formes de désintermédiation et de relation client dématérialisée. Ce modèle a servi de tremplin au développement ultérieur de la banque en ligne, en montrant que les clients étaient prêts à adopter des solutions moins traditionnelles dès lors qu'elles répondaient à des besoins de praticité, de rapidité et de sécurité.

### 2.2.2. Le PC Banking

Au fil des années, la montée en puissance de l'informatique personnelle a profondément modifié les habitudes des consommateurs, y compris dans leur manière d'interagir avec les institutions bancaires. Dès le milieu des années 1990, certaines banques ont commencé à proposer un nouveau service innovant : le PC Banking, autrement dit la possibilité pour un client d'effectuer ses opérations bancaires directement depuis son ordinateur personnel.

---

<sup>35</sup> Cronin, M. J. (1997). *Banking and Finance on the Internet*. John Wiley & Sons, p. 33.

Le fonctionnement de ce service reposait sur l'installation d'un logiciel fourni par la banque ou sur l'accès à un réseau Intranet privé, protégé par mot de passe. Cela permettait aux usagers de consulter leur solde, de faire des virements ou encore de suivre leurs opérations depuis chez eux, sans avoir besoin de se rendre physiquement en agence.

Cependant, malgré ses promesses, ce système a mis du temps à s'imposer. Plusieurs raisons expliquent cette adoption relativement lente. D'une part, le coût d'installation des infrastructures techniques nécessaires (logiciels, serveurs, sécurisation des connexions) représentait un obstacle pour de nombreuses banques, qui n'étaient pas encore prêtes à investir à grande échelle dans ce type de services. D'autre part, dans les années 1990, l'ordinateur personnel n'était pas encore un outil courant dans les foyers. La population équipée restait limitée, ce qui freinait naturellement la demande.

En définitive, le PC banking<sup>36</sup> constituait une première étape vers la digitalisation complète des services bancaires. Il a permis d'initier une nouvelle forme de relation à distance entre la banque et ses clients, posant les fondations de ce qui allait devenir, quelques années plus tard, la banque en ligne telle qu'on la connaît aujourd'hui. Ce modèle restait cependant réservé à une minorité d'utilisateurs, en raison de la technicité des outils, du manque de démocratisation de l'informatique domestique, et des enjeux de sécurité encore émergents à cette époque.

### 2.2.3. L'Internet Banking

L'Internet banking a marqué un tournant majeur dans la manière dont les consommateurs accèdent aux services bancaires. En offrant une connexion directe à la banque via le réseau Internet, ce modèle a permis aux clients de bénéficier d'une gamme étendue de services bancaires à toute heure, en dehors des horaires traditionnels des agences physiques. Cette évolution reflète un changement profond dans les attentes des consommateurs, qui recherchent plus de flexibilité et d'accessibilité dans la gestion de leurs finances.

On peut définir « l'Internet banking comme un service permettant aux clients d'une institution financière d'accéder à leurs comptes, ainsi qu'à des informations relatives aux produits et services bancaires, par le biais d'un ordinateur personnel ou d'un appareil mobile

---

<sup>36</sup>Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2006). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. Pearson Education, p. 87.

connecté à Internet »<sup>37</sup>. Cette forme de banque se distingue par sa capacité à offrir des services de manière individuelle, indépendante du temps et du lieu, ce qui représente un défi important pour les prestataires de services financiers. En effet, Internet est devenu une « arme stratégique »<sup>38</sup> pour répondre aux attentes évolutives des clients tout en soutenant l'innovation dans le secteur bancaire

Bien que l'Internet banking puisse revêtir différentes formes, chaque modèle répond à des besoins distincts, créant ainsi des opportunités variées pour générer de la valeur pour les clients. Par exemple, l'accès à Internet via un ordinateur personnel ne présente pas les mêmes caractéristiques que l'utilisation de services bancaires via un appareil mobile. En effet, le m-banking (mobile banking) demande une personnalisation beaucoup plus poussée, notamment en raison de la facilité avec laquelle les dispositifs mobiles peuvent détecter l'emplacement et le profil du client. Ces différences soulignent l'importance de comprendre et d'adapter les services bancaires en ligne aux attentes spécifiques de chaque utilisateur.

L'Internet banking est également stratégique pour les institutions bancaires car il permet de diversifier les applications qu'elles peuvent proposer. Cette évolution ne se limite pas aux simples services bancaires mais englobe un large éventail d'activités comme le commerce électronique, la gestion des finances personnelles, les services de localisation, le divertissement ou encore l'accès instantané à l'information<sup>39</sup>. À travers cette diversité, les banques ont la possibilité de développer de nouveaux modèles d'affaires et d'offrir des services plus adaptés aux besoins des consommateurs modernes.

Ainsi, l'Internet banking a modifié en profondeur la relation bancaire, en rendant les services plus accessibles et personnalisés, tout en ouvrant la voie à de nouvelles formes de communication et de transaction dans le secteur financier.

### 2.2.4. Les guichets automatiques bancaires (ATM/DAB)

Les distributeurs automatiques de billets (DAB), longtemps associés aux services bancaires traditionnels tels que le retrait d'espèces, ont considérablement évolué pour intégrer des fonctionnalités relevant de l'e-banking. Désormais, ils permettent non seulement de retirer de

---

<sup>37</sup>Ozdemir, Z. (2009). *Internet Banking: A New Paradigm for Banking Services*. Journal of Financial Services, 21(3),p 45-50.

<sup>38</sup> Daniel, E. (1999). *Provision of Electronic Banking Services: A Comparative Study of Traditional and Electronic Banking*. Journal of Banking and Finance, 22(4), p 1045-1060

<sup>39</sup>Barnes, S. J., &Corbitt, B. J. (2003). *The New Economy: Understanding Electronic Banking*. Wiley, p. 215.

l'argent, mais aussi d'effectuer diverses opérations comme la consultation des soldes, les virements entre comptes, ainsi que le règlement de factures, contribuant ainsi à une extension de l'autonomie du client (Banque de France, 2021).<sup>40</sup>

Par ailleurs, le dépôt direct constitue une autre avancée significative dans le domaine des services numériques bancaires. Il s'agit d'un mécanisme par lequel les employeurs, administrations publiques ou organismes sociaux transfèrent automatiquement des fonds sur les comptes bancaires des bénéficiaires, supprimant ainsi la nécessité de recourir à des chèques papier. Ce service améliore l'efficacité des paiements et renforce la sécurité des transactions financières.<sup>41</sup>

### **2.2.5. Le dépôt direct**

Le dépôt direct est un procédé numérique par lequel les employeurs ou les institutions publiques transfèrent automatiquement les paiements vers les comptes bancaires des bénéficiaires, sans passer par l'émission de chèques physiques. Ce mécanisme permet de sécuriser les flux financiers tout en réduisant les délais de traitement et les coûts administratifs associés aux paiements traditionnels (OCDE, 2020).

### **2.2.6. Les terminaux de paiement électronique (TPE)**

Les terminaux de paiement électronique (TPE) sont des équipements numériques mis à disposition des commerçants afin de leur permettre d'accepter les règlements par carte bancaire. En facilitant les transactions électroniques dans les points de vente, ces dispositifs renforcent l'adoption des services bancaires numériques et participent activement à la structuration de l'écosystème de l'e-banking (Banque de France, 2022).<sup>42</sup>

### **2.2.7. Les services bancaires par téléphone**

Les services bancaires par téléphone, bien qu'ils présentent un niveau de sophistication technologique inférieur à celui des canaux numériques plus récents, demeurent utiles dans l'offre bancaire multicanale. Ils permettent aux clients d'accéder à certains services de base – tels que la consultation de solde ou la réalisation d'opérations simples – grâce à des systèmes de

---

<sup>40</sup>Banque de France (2021). Les services bancaires à l'ère du numérique.

<sup>41</sup>OCDE (2020). Digitalisation des services financiers et inclusion bancaire

<sup>42</sup> Banque de France 2022. le rôle des moyens de paiement dans la transformation bancaire .

réponse vocale interactive (SVI) ou via l'assistance de conseillers par centres d'appels(OCDE, 2021).<sup>43</sup>

### **2.2.8. Les assistants virtuels et chatbots**

Les assistants virtuels et chatbots représentent des canaux technologiques émergents dans le domaine bancaire. S'appuyant sur l'intelligence artificielle, ces outils permettent aux établissements financiers de dialoguer avec leurs clients à travers des interfaces conversationnelles automatisées. Ils sont conçus pour traiter des demandes courantes, offrir un accompagnement personnalisé et améliorer la réactivité du service client (PwC, 2021).<sup>44</sup>

### **2.3. Les formes de e-banking**

Le e-banking, ou banque électronique, se décline en plusieurs formes qui permettent aux clients d'accéder à leurs services bancaires de manière simple et rapide, grâce aux nouvelles technologies. Il existe 3 formes du e-banking :

#### **2.3.1. Les banques traditionnelles dotées de services numériques**

Il s'agit de banques classiques qui, tout en conservant un réseau d'agences physiques, ont intégré des services en ligne pour moderniser leur relation client. Grâce à des plateformes web ou des applications mobiles, ces institutions (à l'instar de BNP Paribas ou Crédit Agricole) offrent à leurs clients la possibilité d'effectuer de nombreuses opérations à distance tout en bénéficiant de l'accompagnement en agence lorsque nécessaire.

#### **2.3.2. Les banques entièrement en ligne**

Appelées aussi pure Player, ces banques sont exclusivement accessibles via Internet. Elles ne disposent d'aucune implantation physique et misent sur une relation client 100 % dématérialisée. Cette structure leur permet de proposer des tarifs compétitifs et une gestion simplifiée des comptes bancaires. Boursorama Banque ou Fortuneo figurent parmi les exemples les plus connus dans cette catégorie.

#### **2.3.3. Les neobanques**

Nées de l'initiative de start-up ou de la fintech, les néo banques se positionnent sur le segment de la banque mobile, en misant sur des applications simples et intuitives. Leur offre se limite généralement aux services bancaires de base (compte courant, carte de paiement), avec un

---

<sup>43</sup> OCDE (2021) Digital financial services : overview and policy Guidance

<sup>44</sup> PwC (2021). AI in Banking: Transforming Customer Engagement

accent mis sur la rapidité et la fluidité des opérations. Des acteurs comme N26, Revolut ou encore Nickel illustrent bien cette nouvelle génération bancaire, particulièrement appréciée par les jeunes et les utilisateurs en quête de flexibilité.<sup>45</sup>

### Section 3 : Les avantages et inconvénients de l'e-banking

Le développement du l'e-banking, de nombreux avantages ont été observés, aussi bien pour les clients que pour les banques. Cependant, cette nouvelle forme de service présente aussi certains inconvénients. Cette section propose donc d'examiner les principaux points positifs et les limites du l'e-banking.

#### 3.1. Les avantages du l'E-Banking pour la banque

Parmi les avantages qu'offre l'E-Banking à la banque nous citons les suivants :

##### 3.1.1. La rapidité d'exécution

Un des principaux avantages du l'E-Banking est la rapidité d'exécution des transactions. En permettant aux clients de réaliser la plupart des opérations par voie électronique, les banques gagnent un temps précieux. Cela permet également aux employés de se concentrer sur des tâches plus stratégiques, plutôt que de gérer directement les demandes des clients. Le processus est ainsi conçu pour que les clients aient le moins de contacts possible avec les agents bancaires, favorisant une interaction principalement numérique. L'automatisation joue un rôle central dans cette rapidité. En effet, avec l'automatisation des opérations, les tâches simples sont réalisées directement par les clients, ce qui réduit le nombre de guichets nécessaires. Les banques peuvent ainsi se débarrasser des activités à faible valeur ajoutée et orienter leurs employés vers des missions à plus forte valeur ajoutée. Par conséquent, le temps de traitement des transactions est largement réduit, ce qui constitue un gain d'efficacité pour les établissements financiers (observé dans les pratiques des banques utilisant l'automatisation).<sup>46</sup>

##### 3.1.2. L'amélioration de l'offre

L'E-Banking a permis aux banques de diversifier et enrichir leur offre de services. Au départ, les sites Internet bancaires servaient principalement de vitrine, mettant en avant l'image de l'établissement. Mais avec le temps, ils sont devenus de véritables outils

---

<sup>45</sup> Benkhelifa, L. (2021). La digitalisation des services bancaires : Enjeux et perspectives dans les pays en développement. Université de Bejaïa, mémoire de Master. (Benkhelifa, 2021, p. 23)

<sup>46</sup> DENOËL, C « l'e-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? » Mémoire de Master, Sciences de Gestion : Université de Liège, 2008.

transactionnels. Aujourd'hui, les clients peuvent consulter leurs comptes, effectuer des virements, gérer leurs informations personnelles, ou encore souscrire à des crédits ou produits d'épargne directement en ligne.

Ce changement progressif a répondu à une demande croissante d'autonomie de la part des utilisateurs. Au début, certaines banques faisaient même payer l'accès aux services en ligne, notamment en Europe. Mais avec la généralisation de l'Internet et la montée en puissance de la concurrence, la plupart des banques proposent désormais ces services gratuitement. Cela a renforcé l'attrait du l'E-Banking, en offrant aux clients une plus grande liberté et en facilitant l'accès à un large éventail de services sans avoir à se déplacer (comme on peut le constater chez de nombreuses banques en ligne aujourd'hui).<sup>47</sup>

### 3.1.3. L'E-Banking permet de réduire les coûts de fonctionnement

Un autre avantage important de l'E-Banking pour les banques est la réduction des coûts liés aux transactions. Les opérations effectuées à distance, notamment par Internet, sont bien moins coûteuses que celles réalisées en agence. Par exemple, il a été observé que les transactions en ligne peuvent coûter beaucoup moins cher à la banque que les opérations faites par téléphone ou au guichet. Cela permet aux établissements de faire des économies tout en augmentant leurs revenus.

De plus, la dématérialisation des services réduit le besoin en personnel et en infrastructures physiques, ce qui allège les charges fixes. Les clients effectuent eux-mêmes de nombreuses démarches (comme consulter leur solde, effectuer un virement ou gérer leurs informations), ce qui rend le système plus autonome et moins coûteux à gérer.

Enfin, grâce aux technologies numériques, les banques réduisent aussi les coûts de traitement et de diffusion de l'information. Comparé aux canaux traditionnels, le E-Banking permet de traiter un grand nombre d'opérations avec moins de ressources, ce qui représente un avantage économique considérable pour les institutions financières (ce constat se retrouve chez plusieurs banques ayant adopté le numérique).<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> ARAB. N et KAIDI. C, « Etat des lieux d'E-Banking au niveau des banques de la willaya de Bejaia » Mémoire de master Université Abderrahmane Mira de Bejaia 2016-2017.

<sup>48</sup> DE YOUNG R. et HUNTER W.C. Deregulation, The Internet and the Competitive Viability of large Banksand Community Banks, dansGup B.E. The Future of Banking, Quorum Books, Londres, 2003.

### **3.1.4. La conquête de nouveaux marchés**

L'utilisation des technologies numériques permet aux banques de toucher une clientèle plus large, d'élargir leur présence au-delà des frontières géographiques. Grâce à Internet et aux outils digitaux, les services bancaires ne sont plus limités à une zone ou à un horaire précis. Les banques peuvent désormais proposer leurs services à distance, à toute heure et dans plusieurs régions, voire à l'international.

Cette capacité à se développer rapidement sur de nouveaux marchés est un avantage stratégique. Elle permet non seulement de capter de nouveaux clients, mais aussi de proposer des offres adaptées à des profils variés, en s'appuyant sur des outils modernes comme les applications mobiles ou les plateformes en ligne<sup>49</sup>

### **3.1.5. Un outil pour améliorer la relation avec les clients**

L'E-Banking ne se limite pas à simplifier les opérations bancaires : il aide aussi les banques à renforcer leur relation avec les clients. À un niveau basique, des outils comme les e-mails ou les formulaires de contact permettent aux utilisateurs de poser des questions, faire des suggestions ou signaler des problèmes.

Mais avec l'évolution des technologies, les banques proposent désormais des services plus interactifs. Par exemple, des simulateurs ou des calculatrices en ligne permettent aux clients de mieux comprendre les produits proposés, comme savoir combien rapportera une épargne sur une certaine période ou quel crédit est le plus adapté à leur situation.

À un niveau plus avancé, certaines banques utilisent les données collectées (avec le consentement du client) pour proposer des offres personnalisées, concevoir de nouveaux services ou encore adapter leur stratégie commerciale. Dans certains cas, des outils comme la vidéoconférence sont également utilisés pour permettre un contact direct et humain, même à distance.

Ainsi, le E-Banking devient un véritable levier d'amélioration de la qualité de service, en rendant les échanges plus simples, plus rapides et parfois même plus personnalisés.

## **3.2. Les avantages du l'E-Banking pour le client**

Parmi les avantages qu'offre l'E-Banking pour les clients nous citons les suivants :

---

<sup>49</sup> RAMBICUR J.F et KHAC T.D, « Après l'e-commerce, l'e-produit, Banque, » 586, novembre, 1997.

### 3.2.1. Une disponibilité 24h/24

L'E-Banking, le client n'est plus limité par les horaires d'ouverture des agences. Il peut accéder à ses comptes et faire des opérations à tout moment, même le soir, le week-end ou pendant les jours fériés. Grâce à une connexion Internet ou une application mobile, tout reste accessible 24h/24 et 7j/7. Pour aider les utilisateurs, les banques proposent aussi plusieurs moyens de contact en ligne.<sup>50</sup>

### 3.2.2. Une accessibilité sans frontières : vers une offre transnationale

L'un des atouts majeurs offerts par les technologies numériques, notamment Internet, réside dans leur capacité à supprimer les barrières géographiques entre les utilisateurs et les fournisseurs de services. En effet, l'E-Banking permet une interaction distante et fluide, où les clients peuvent accéder à leurs comptes, effectuer des opérations bancaires ou obtenir des informations, quel que soit leur lieu de résidence. De Young (2003) souligne que la dimension géographique perd de son influence dans la création et la gestion des services financiers, grâce à l'essor des solutions en ligne. Dans ce contexte, la localisation physique devient secondaire, les échanges s'opérant via des plateformes accessibles à tout moment, depuis n'importe quel terminal connecté à Internet. Ainsi, les clients bénéficient d'une autonomie accrue dans la gestion de leurs opérations, favorisant une expérience bancaire plus flexible et universelle.<sup>51</sup>

### 3.2.3. Vers une diversification fonctionnelle accrue

L'évolution des services bancaires électroniques s'accompagne d'un élargissement progressif des fonctionnalités mises à la disposition des clients. Initialement limitées à des opérations de base, les plateformes de banque en ligne intègrent aujourd'hui un éventail croissant de services, allant de la consultation de solde à la souscription de produits financiers complexes. Cette dynamique d'enrichissement fonctionnel reflète la volonté des établissements bancaires d'offrir une expérience utilisateur complète, intuitive et personnalisée. En optimisant l'accessibilité à des outils de gestion financière en temps réel, le e-banking devient un véritable espace de pilotage autonome des opérations bancaires. Cette diversification contri-

---

<sup>50</sup> OCDE (2000), « Le Commerce Electronique: Conséquences et Défis pour la Politique Economique »

<sup>51</sup> De Young, R. (2003). The relationship between geographic expansion and bank efficiency. Journal of Financial Services Research

bue également à renforcer la fidélisation client en répondant à des besoins de plus en plus spécifiques.<sup>52</sup>

### 3.3. Les inconvénients du l'E-Banking pour la banque

Même si l'E-Banking apporte beaucoup d'avantages, il présente aussi certains inconvénients pour les banques. Ces défis concernent surtout la sécurité, les coûts technologiques et la gestion de la relation avec les clients.

#### 3.3.1. La commodité

Même si les banques en ligne proposent une large gamme de services pratiques, elles ne peuvent pas toujours répondre à tous les besoins des clients. Par exemple, lorsqu'un client veut déposer de l'argent en espèces, il se retrouve souvent limité. Dans ce cas, il a encore besoin de passer par une agence physique. Cela montre que, malgré la modernisation, certaines opérations nécessitent toujours un contact direct avec la banque.

Ainsi, même les clients d'une banque 100 % en ligne peuvent avoir besoin d'un modèle hybride, combinant les services numériques avec une interaction humaine. Par ailleurs, pour les retraits, l'introduction des guichets automatiques accessibles à tous (même sans compte) a apporté une solution, mais cela ne règle pas toutes les situations. Finalement, la préférence des clients dépend souvent de leur besoin de confort et de leur niveau d'habitude avec les outils numériques.<sup>53</sup>

#### 3.3.2. Problème d'accessibilité

L'un des inconvénients de l'E-Banking pour les banques est la difficulté d'accès que peuvent rencontrer certaines catégories de personnes, notamment celles en situation de handicap. L'accessibilité désigne ici la capacité de chacun à utiliser les services en ligne, malgré certaines limites physiques ou sensorielles.

##### a. Les personnes âgées

Avec l'âge, la vue, l'ouïe ou la motricité peuvent se dégrader. Cela rend parfois l'usage d'un ordinateur ou d'un smartphone compliqué pour les personnes âgées, surtout si elles ne sont pas habituées aux outils numériques. Pour les aider, les banques pourraient proposer des

---

<sup>52</sup>Mellouk, N. (2020). La transformation digitale du secteur bancaire en Algérie : Enjeux et perspectives. Université Abou BekrBelkaid – Tlemcen, p. 45.

<sup>53</sup> 42hGHALEM.A, « Les défis de la monnaie électronique pour la banque centrale et sa politique monétaire », revuedes sciences humaines université Mohamed Khider, Biskra, 2011

services vocaux ou téléphoniques pour faciliter l'accès à leurs comptes sans devoir manipuler un écran.

### **b. Les personnes malvoyantes**

Certaines personnes malvoyantes ou aveugles utilisent des lecteurs d'écran ou des systèmes braille pour naviguer sur Internet. Ces outils fonctionnent surtout avec du texte, ce qui rend difficile la lecture de sites qui utilisent beaucoup d'éléments graphiques. Une solution serait que les banques rendent leurs sites compatibles avec ces outils, en ajoutant par exemple une description pour chaque image importante.

### **b. Les personnes malentendantes**

Les personnes sourdes ou malentendantes peuvent rencontrer des obstacles lorsque les sites bancaires contiennent des vidéos ou des contenus sonores sans sous-titres. Il est donc essentiel que les plateformes en ligne proposent des alternatives visuelles à l'audio pour garantir une expérience équitable à tous les utilisateurs.<sup>54</sup>

### **3.3.3. Un accès soumis à des critères plus sélectifs**

À l'image des établissements bancaires traditionnels, les banques en ligne appliquent également des conditions d'admission à leurs services. Toutefois, ces dernières se distinguent souvent par des exigences d'entrée plus rigoureuses, notamment en ce qui concerne la création et l'octroi de moyens de paiement. Cette sélectivité accrue traduit la stratégie adoptée par certaines banques numériques, qui cherchent à cibler une clientèle jugée solvable ou conforme à certains profils prédéfinis. Malgré quelques exceptions, cette orientation tend à limiter l'accès à certaines catégories de clients, réduisant ainsi le caractère inclusif du e-banking.<sup>55</sup>

### **3.3.4. Autres risques liés à l'E-Banking<sup>56</sup>**

En plus des limites liées à l'accessibilité ou au contact humain, les banques doivent aussi faire face à certains risques spécifiques liés à l'E-Banking. Voici quelques exemples importants :

---

<sup>54</sup>RAMREZ.C, RICHARDSON. D, (1998), "Electronic Banking: Experiences Reported by Banks in Implementing On-Line ...", General Accounting office, united states

<sup>55</sup> Mellouk, N. (2020). La transformation digitale du secteur bancaire en Algérie : Enjeux et perspectives. Université Abou BekrBelkaid – Tlemcen, p. 47

<sup>56</sup> DENOEL, C « L'e-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? » Mémoire de master, sciences de gestion : université de liège. 2008

### **a. Le risque de crédit**

Le risque de crédit correspond à la possibilité qu'un client ne rembourse pas un prêt. Avec l'essor des services bancaires en ligne, certaines banques proposent des crédits à distance, sans rencontrer physiquement le client. Cela peut poser problème, car il devient plus difficile de bien évaluer la situation financière de l'emprunteur. Pour éviter les mauvaises surprises, les banques doivent donc mettre en place des procédures de vérification solides avant d'accorder un prêt en ligne.

### **b. Le risque de liquidité**

Ce risque apparaît lorsqu'une banque n'a pas assez de liquidités pour répondre aux demandes de ses clients (comme des retraits ou des paiements). Ce problème est encore plus critique dans le cas des opérations de monnaie électronique, où tout doit être rapide et disponible à tout moment. Les banques doivent donc s'assurer qu'elles ont toujours un solde suffisant pour faire face aux transactions en ligne, sans retards.

### Conclusion

À travers ce premier chapitre, nous avons posé les bases théoriques nécessaires à la compréhension du l'e-banking. Dans un premier temps, nous avons défini ce concept en retraçant son évolution historique. L'apparition du l'e-banking s'inscrit dans le prolongement des avancées technologiques qui ont transformé en profondeur le paysage bancaire mondial, en introduisant de nouvelles pratiques numériques dans la gestion des services financiers.

La deuxième section a été consacrée à l'étude des différentes formes que prend aujourd'hui l'e-banking. Entre les sites web bancaires, les applications mobiles, les guichets automatiques intelligents ou encore les services bancaires par téléphone, l'offre est devenue à la fois variée et adaptée à des profils de clientèle toujours plus diversifiés.

Enfin, nous avons mis en lumière les nombreux avantages liés à cette nouvelle forme de relation bancaire. Pour les institutions financières, l'e-banking permet d'optimiser les coûts, d'élargir leur couverture géographique et de renforcer leur compétitivité. Du côté des clients, cette évolution se traduit par un accès facilité aux services, une autonomie accrue et une gestion simplifiée de leurs opérations bancaires.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup>Mekki, S. (2020). La transformation digitale du secteur bancaire. Éditions universitaires, Alger.

## *Chapitre 2*

# *Réalité et contexte Du l'E-Banking en Algérie*

## Chapitre 2 : Réalité et contexte du l'E-Banking en Algérie

---

### Introduction

Depuis le milieu des années 2000, l'économie mondiale a connu des transformations majeures. L'ouverture progressive des marchés, la simplification de certaines réglementations et l'évolution rapide des technologies ont intensifié la concurrence et accru la complexité et l'incertitude auxquelles les entreprises sont confrontées.

Dans ce contexte, l'Algérie traverse une phase de transition économique. Le pays s'oriente progressivement vers une économie de marché en menant des réformes destinées à remplacer la planification centralisée par des mécanismes plus souples basés sur la régulation par le marché. Cette mutation s'inscrit dans un mouvement de mondialisation, caractérisé par une expansion rapide des nouvelles technologies, notamment dans les secteurs des services tels que l'informatique, les télécommunications et Internet. Face à ces changements, les établissements bancaires algériens ont progressivement renforcé leurs investissements dans les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). Ces outils sont désormais essentiels pour moderniser les services bancaires, optimiser les processus internes et améliorer l'expérience client. Depuis les années 1990, l'Algérie a lancé plusieurs réformes visant à bâtir un système bancaire plus moderne, plus libéral et plus sécurisé.

Dans ce chapitre, nous commencerons par dresser un panorama général du secteur bancaire algérien, par la suite d'examiner les initiatives de modernisation du système bancaire et, enfin, d'analyser les difficultés et les mesures à prendre pour favoriser le développement du l'e-Banking en Algérie.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Belkacem, Y. (2021). Modernisation et enjeux de la banque électronique en Algérie (Mémoire de Master, Université de Sétif). Université de Sétif.p 10.

### Section 1 : : L'évolution de l'E-Banking en Algérie

Le système bancaire algérien a connu plusieurs changements avec l'introduction du l'E-Banking. Cette section présente l'évolution de ce système après le développement des services bancaires électroniques, puis propose un état des lieux du l'E-Banking en Algérie

#### 1.1. Système bancaire algérien

Depuis l'indépendance, le système bancaire en Algérie a connu une transformation progressive en lien avec les changements des orientations économiques de l'État. À ses débuts, il fonctionnait selon un modèle centralisé, où les institutions bancaires exécutaient essentiellement les décisions publiques. Toutefois, à partir des années 1990, des réformes ont été entreprises dans le but de moderniser le secteur et de le rendre plus conforme aux principes de l'économie de marché.

Aujourd'hui, le paysage bancaire algérien se compose de plusieurs catégories d'acteurs. La Banque d'Algérie occupe le rôle de banque centrale, en assurant notamment la régulation monétaire et la supervision du secteur. À côté de celle-ci, on retrouve :

- Les banques publiques, telles que la BNA, BEA, BADR, BDL, CNEP et CPA, qui conservent une position dominante sur le marché ;
- Les banques privées, en majorité des filiales de banques étrangères ;
- Les établissements financiers spécialisés, comme les sociétés de leasing ou les institutions de crédit immobilier.

Malgré les efforts de libéralisation, le secteur reste encore largement dominé par les banques publiques, qui concentrent plus de 85 % des actifs bancaires, ce qui limite l'intensité de la concurrence, notamment étrangère . Cette configuration traduit la persistance d'un système en transition, engagé dans une dynamique d'adaptation aux exigences technologiques et aux normes internationale<sup>59</sup>.

#### 1.2. Développement du l'e-banking en Algérie

Le développement de l'E-Banking en Algérie s'est fait progressivement, à partir d'une phase d'émergence marquée par les premières initiatives de numérisation des services bancaires, jusqu'à une adoption plus large portée par les avancées technologiques et les besoins croissants des clients.

---

<sup>59</sup>Banque d'Algérie. (2023). Rapport annuel sur la situation monétaire et financiers. [www.bank-of-algeria.dz](http://www.bank-of-algeria.dz) consulté (24.05.2025)

### 1.2.1. Contexte d'émergence du l'e-banking en Algérie

L'intégration des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le secteur bancaire n'est plus considérée comme un privilège réservé aux économies développées. Dans plusieurs pays émergents, notamment africains, les services de banque électronique sont devenus monnaie courante, dépassant le stade de la nouveauté technologique.

En Algérie, la volonté d'amorcer une transition numérique s'est concrétisée dès l'an 2000, avec la formulation de la stratégie nationale « E-Algérie 2013 ». Cette politique visait à instaurer une société de l'information et à promouvoir une économie numérique à travers la généralisation des services de communication modernes sur l'ensemble du territoire (Ministère de la Poste et des TIC, 2013)

Dans ce cadre, la Banque d'Algérie, en partenariat avec les banques nationales, a lancé en 2003 un vaste programme de réforme visant la modernisation des infrastructures de paiement. Ce programme s'inscrivait dans les orientations gouvernementales et avait pour finalité d'optimiser les services bancaires de base orientés client, d'assurer une meilleure traçabilité des opérations financières, et de renforcer les mécanismes de transmission de la politique monétaire.

La réussite de cette transformation repose sur la mise à niveau des systèmes interbancaires de paiement, de compensation et de règlement. Une telle réforme permettrait de répondre aux exigences des institutions publiques et du secteur privé, tout en améliorant l'accès des citoyens aux services bancaires dans un environnement propice au développement économique. Dans cette optique, l'usage des instruments de paiement électroniques, notamment les cartes, virements et prélèvements automatiques, constitue un levier fondamental à encourager.

L'adoption progressive des services bancaires électroniques a permis aux clients des établissements financiers d'accéder à leurs comptes à tout moment, grâce à des canaux variés tels que les services vocaux, les SMS, les courriers électroniques, ou encore les plateformes en ligne disponibles en continu (24h/24 et 7j/7).<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Ministère de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication. (2013). Stratégie nationale E-Algérie 2013. <http://www.egov.dz>

### 1.2.2. Premiers acteurs du l'e-banking en Algérie

La Société Générale Algérie (SGA) a été la première institution bancaire à introduire une solution de banque électronique en 2004. Cette initiative pionnière dans le secteur privé a rapidement été suivie par d'autres établissements, marquant ainsi le début d'une nouvelle ère pour le système bancaire algérien.

Du côté des banques publiques, c'est le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) qui a ouvert la voie en juin 2008, en lançant son service d'e-banking. D'autres institutions publiques comme la Banque Nationale d'Algérie (BNA) et la Banque de Développement Local (BDL) ont emboîté le pas respectivement en 2010 et 2011. Ces évolutions successives ont favorisé la généralisation de la banque électronique dans le pays, transformant progressivement l'e-banking en une pratique courante.<sup>61</sup>

### 1.2.3. La première expérience de banque mobile en Algérie

Dans un contexte de digitalisation progressive des services financiers, l'Algérie a connu un tournant majeur avec le lancement, le 23 avril 2018, de Banxy, la première banque mobile du pays. Cette initiative a été portée par Natixis Algérie, une filiale du groupe bancaire français BPCE (Banque Populaire – Caisse d'Épargne), s'appuyant sur la technologie développée par la fintech allemande Fidor Bank, également détenue par le même groupe.

Banxy a été pensée pour s'adapter aux spécificités du marché algérien. Elle propose un accès entièrement numérique aux services bancaires, via une application mobile disponible sur Android et iOS. L'offre repose sur un modèle économique simplifié, sans frais d'ouverture de compte ni de gestion courante, visant à démocratiser l'accès aux services bancaires pour une population encore partiellement bancarisée (Algerie360, 2018).

Selon Boris Joseph, directeur général de Natixis Algérie, cette initiative représente « l'aboutissement d'une collaboration internationale ayant mobilisé des technologies bancaires avancées ». Banxy se positionne ainsi comme une banque 100 % digitale, dédiée à une expérience client entièrement dématérialisée, notamment pour les particuliers.

Parmi les services proposés figurent l'ouverture de compte à distance avec vérification d'identité en ligne, la livraison gratuite des moyens de paiement, ainsi que la gestion en temps réel des cartes bancaires (modification des plafonds, blocage immédiat, etc.). D'autres fonctionnalités innovantes viennent enrichir l'offre, telles que les virements programmés, les

---

<sup>61</sup>Charef ,Leila .(2017) .l' e-banking en algérie.AL-MOASHEER journal of Economicstudies .

virements par numéro de téléphone, ou encore la consultation détaillée des extraits de compte sur une période de plus de six mois. Un centre d'assistance est également mis à disposition des clients, fonctionnant 12 heures par jour, cinq jours par semaine.

Cette première initiative de banque mobile en Algérie ouvre la voie à une redéfinition des rapports entre institutions financières et usagers, en favorisant une inclusion bancaire plus large par la technologie.<sup>62</sup>

### 1.3. L'état des lieux du l'E-banking en Algérie

En Algérie l'e-Banking connaît un développement progressif, porté par la modernisation du secteur bancaire et la diffusion croissante des technologies de l'informatique, bien que des défis liés à l'infrastructure et à la confiance des usagers subsistent.

#### 1.3.1. Les services actuels du l'E-Banking dans les banques algériennes

Malgré les progrès technologiques, l'intégration des services mobiles dans le secteur bancaire algérien est restée limitée au cours des premières années suivant l'introduction de

La 3G. Que ce soit dans le secteur public ou privé, peu de banques ont réellement investi dans les solutions de mobilité. Seules quelques institutions financières ont commencé à proposer des applications mobiles bancaires destinées à leurs clients utilisateurs de smartphones, ces derniers devant disposer d'une connexion Internet pour bénéficier d'un accès bancaire à distance. Ces initiatives ont marqué les prémices d'une première expérience de la banque mobile (M-Banking) dans le pays.

Ce processus d'innovation comprend également des solutions simplifiées de paiement, telles que le règlement des factures par SMS. À titre d'exemple, les clients de SEAAL disposant d'un compte bancaire chez BNP Paribas El Djazaïr peuvent régler leurs factures via un simple message texte. Ce service repose sur le système HIO (Inter Operator Hub), développé par Kepler Technologies. Cette technologie permet à la banque d'initier une opération de virement en envoyant un SMS sécurisé au bénéficiaire, facilitant ainsi l'exécution des opérations sans nécessité d'accès Internet.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Algerie360. (2018, 24 avril). Banxy : la première banque 100% mobile en Algérie est lancée par Natixis Algérie. [En ligne]. Disponible sur : <https://www.algerie360.com/banxy-la-premiere-banque-100-mobile-en-algerie-est-lancee-par-natixis-algerie> (consulté 11.06.2025 à 10:37)

<sup>63</sup> Belal, T. (2020). Mémoire sur le E-Banking en Algérie, p.42.

Les banques algériennes, tant publiques que privées, ont considérablement développé leurs offres de services numériques. Ces services incluent notamment :

- Consultation et gestion des comptes : accès aux soldes, historiques des opérations, et relevés bancaires.
- Opérations bancaires à distance : virements unitaires et multiples, paiements de factures, et recharges téléphoniques.
- Services de notification : alertes par SMS ou notifications via applications mobiles pour informer des mouvements sur les comptes.
- Applications mobiles dédiées : permettant une gestion complète des services bancaires depuis un smartphone.<sup>64</sup>

### 1.3.2. Création de la Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique (SATIM)

La SATIM est l'opérateur monétique interbancaire en Algérie, gérant les cartes bancaires domestiques et internationales. Elle regroupe un réseau national incluant des institutions telles que CCP, CNEP-Banque, BNA, BDL, CNMA, BEA, BADR, CPA, El Baraka, Société Générale, BNP, AGB, Natixis, Gulf Bank, Arab Bank, ABC Bank, Housing Bank et Fansa-Banque. Les efforts de la SATIM pour promouvoir l'e-Banking ont commencé à se concrétiser à partir de 2002, soit sept ans après sa création en 1995. Entre 2002 et 2005, plusieurs initiatives ont été lancées pour développer un système de paiement interbancaire, notamment :

- La mise en place du Réseau Monétique Interbancaire (RMI), garantissant la sécurité et l'interopérabilité des retraits et paiements via les distributeurs automatiques de billets (DAB) et les terminaux de paiement électronique (TPE).
- L'adoption, entre 2003 et 2004, d'un système de paiement par carte respectant les normes EMV.
- La création en 2005 du Comité Monétique Interbancaire (COMI).
- Lors de la deuxième phase, entre 2006 et 2008, des avancées significatives ont été réalisées, incluant :

---

<sup>64</sup> Idem

## Chapitre 2 : Réalité et contexte du l'E-Banking en Algérie

---

- Le développement du système de paiement interbancaire CIB, avec un projet pilote lancé en 2006, suivi d'une généralisation en 2007 et d'une extension en 2008.
- Durant cette période, la SATIM proposait deux services principaux : les retraits d'argent via les DAB et le règlement des transactions via les TPE installés chez les commerçants. Les institutions financières offraient deux types de cartes électroniques :
  - Les cartes de retrait, permettant uniquement les retraits d'argent aux DAB et la consultation des soldes.
  - Les cartes de paiement, utilisées pour régler des achats sur TPE, ainsi que pour des services bancaires en ligne ou par téléphone.

À partir de 2008, lors de la troisième phase, la SATIM s'est concentrée sur le développement des services en ligne proposés par les banques, tels que la consultation des soldes, la commande de chèques, les demandes de relevés d'identité bancaire ou les virements via internet et téléphones mobiles. Elle a également introduit des systèmes de paiement en ligne.

Par ailleurs, Algérie Poste a joué un rôle important dans cette modernisation à travers plusieurs projets :

- La généralisation des cartes de retrait électroniques à tous ses clients.
- La mise à disposition de cartes de paiement CIB.
- L'extension du réseau de DAB.
- Le développement progressif de services accessibles via internet et mobile.<sup>65</sup>

### 1.3.3. Les principales missions de la SATIM

La SATIM, en tant qu'opérateur monétique interbancaire en Algérie, a pour principales missions :

- Encourager l'utilisation des moyens de paiement électroniques.
- Développer le système monétique interbancaire.
- Soutenir les banques dans la création et l'amélioration des produits monétiques.
- Gérer les infrastructures techniques et assurer leur fonctionnement.

---

<sup>65</sup> *L'avancées dans la monétique et l'e-banking en Algérie, in Saïdi, A., Modernisation bancaire en Algérie, Alger, Éditions du Futur, 2018, p. 16*

- Contribuer à l'élaboration des normes, des règles techniques, ainsi que des politiques de gestion et de tarification des services monétiques.
- Personnaliser les chèques, les cartes de paiement et les cartes de retrait d'espèces.<sup>66</sup>

### 1.3.4. Les activités et les avantages de la SATIM

La société d'atomisation des transactions interbancaire et de monétique et chargé de plusieurs activités :

#### a. Les activités de la SATIM :

La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique (SATIM) joue un rôle central dans le développement et la supervision du système de paiement électronique en Algérie. Elle assure la mise en place d'une infrastructure sécurisée, interconnectée aux systèmes d'information des établissements bancaires et aux plateformes de paiement électronique. Ce dispositif est conçu en conformité avec la norme internationale EMV (Europay, MasterCard, Visa), garantissant une protection renforcée contre les fraudes.

Le système mis en place par la SATIM s'articule autour de plusieurs composantes clés :

- Le Front Office, qui assure la connexion et l'interopérabilité entre les banques, les commerçants, les terminaux de paiement électroniques (TPE) et les distributeurs automatiques de billets (DAB).
- Le Back Office, chargé du traitement des opérations internes et de la gestion centralisée des flux de paiement.
- Un système de personnalisation des cartes bancaires, destiné à générer des cartes sécurisées répondant aux standards internationaux.
- Une plateforme de télécommunications, permettant l'échange d'informations en temps réel entre les différents acteurs du réseau monétique.
- Un réseau d'acceptation, composé notamment de DAB et de TPE, facilitant l'accès aux services bancaires électroniques à l'échelle nationale
- Par ailleurs, la SATIM est responsable de la pré-certification des dispositifs de paiement, incluant les DAB, les TPE, les cartes bancaires et les sites marchands, afin d'assurer leur conformité aux normes de sécurité en vigueur.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Les dynamiques de la monétique en Algérie, in Benali, S., Le développement des services bancaires électroniques, Alger, Éditions Économie Moderne, 2019, p. 132.

<sup>67</sup> [www.satim.dz](http://www.satim.dz) consulté 24.05.2025

### **b- Les avantages de la SATIM :**

Les avantages de la SATIM sont<sup>68</sup>:

- Interbancaire totale (Banques et Algérie Poste).
- Disponibilité du service (Système opérationnel 24H/24H et 7J/7).
- Disponibilité de l'argent à tout moment.
- Diminution de la circulation du cash.
- Elimination du risque d'encaissement de faux billets.
- Diminution du risque de vol ou de perte de liasse d'argent.
- Utilisation d'une carte multifonctions (Retraits et Paiements).

### **1.3.5. L'initiative d'Algérie poste**

L'institution pionnière dans le développement de la banque électronique en Algérie est La Poste Algérienne, qui a initié un projet pilote en la matière. Dans le cadre de ce projet, mis en œuvre entre 1997 et 2005, un réseau de 110 distributeurs automatiques de billets (DAB) a été déployé, accompagné de la distribution de 200 000 cartes de paiement. Toutefois, ce réseau demeure relativement limité, et le volume de cartes émises reste modeste en comparaison avec la demande potentielle du marché, qui demeure considérable.

#### **1.3.5.1. Les cartes délivrées par Algérie-poste**

La poste algérienne a introduit deux types de cartes à proposer à ses clients dans le cadre de sa croissance qui se présentent comme suit :

##### **A. La carte interbancaire de retrait (carte CCP)**

La carte interbancaire de retrait, couramment désignée sous l'appellation carte CCP, est automatiquement attribuée aux détenteurs actifs d'un compte courant postal. Cette carte permet à son utilisateur d'accéder aux fonctionnalités offertes par les distributeurs automatiques de billets (DAB) relevant d'Algérie Poste, ainsi qu'à certains services limités sur les DAB des établissements bancaires partenaires. Elle autorise également l'exécution de

---

<sup>68</sup> Idem 24.05.2025

diverses opérations financières au niveau des guichets postaux, grâce à un dispositif de lecture de carte intégré aux postes de travail <sup>69</sup>.(Figure N1)

### **B. Les cartes interbancaires de paiement CIB Classique et Gold**

La carte CIB Classique offre à son détenteur l'accès à l'ensemble des services disponibles auprès d'Algérie Poste ainsi qu'aux distributeurs automatiques bancaires. Elle permet également de régler des achats chez les commerçants affiliés aux réseaux RMI et SATIM, grâce aux Terminaux de Paiement Électronique (TPE).

De son côté, la carte CIB Gold propose les mêmes fonctionnalités que la carte classique, mais elle se distingue par des plafonds de retrait et de paiement plus élevés, répondant ainsi aux besoins des clients recherchant plus de flexibilité dans leurs opérations bancaires.<sup>70</sup> (Figure n02)

### **C. La carte Edahabia**

Un moyen de paiement électronique lancé par Algérie Poste en 2017. Elle repose sur la technologie EMV (Europay Mastercard Visa), qui garantit un niveau élevé de sécurité lors des transactions. Cette carte permet à ses détenteurs d'effectuer diverses opérations financières, notamment les retraits d'espèces et les paiements, que ce soit au niveau des guichets automatiques bancaires (GAB) ou à travers les terminaux de paiement électronique (TPE). Elle offre également un accès direct au compte courant postal (CCP), facilitant ainsi la gestion des opérations financières quotidiennes de manière moderne et sécurisée.<sup>71</sup> (figure n03)

### **1.3.6. Les phases d'évolution du l'E-Banking au niveau de la SATIM**

L'engagement de la SATIM (Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique) en faveur de la bancarisation numérique ne s'est réellement concrétisé qu'à partir de l'année 2002, bien que l'organisme ait été fondé en 1995. Ce n'est qu'à partir de cette période que les initiatives liées au l'E-Banking ont commencé à se multiplier.

Durant la période 2002–2005, la SATIM a entamé la mise en place d'un système de paiement interbancaire, amorçant ainsi la première phase de modernisation. Parmi les principales mesures prises figurent : la création du Réseau Monétique Interbancaire (RMI), garantissant l'interopérabilité et la sécurité des équipements de type GAB (guichets

---

<sup>69</sup> Algérie Poste. (2020). Guide des services financiers. Consulté sur : [www.poste.dz](http://www.poste.dz)

<sup>70</sup> <https://www.poste.dz/services/particular/monetique> consulté 24.05.2025

<sup>71</sup> Algérie Poste. (2017). Lancement de la carte Edahabia. <https://www.poste.dz>

automatiques bancaires) et TPE (terminaux de paiement électronique) ; la mise en œuvre d'un système de paiement par carte conforme aux standards EMV (2003–2004) ; ainsi que la constitution d'un Comité Interbancaire de Paiement Électronique (COMI) en 2005, destiné à superviser la coordination sectorielle.

La seconde phase, couvrant les années 2006 à 2008, a été marquée par d'importantes avancées dans l'implémentation du système interbancaire de paiement par carte (CIB). Une phase pilote a été lancée en 2006, suivie de sa mise en œuvre effective en 2007. L'année 2008 a vu l'élargissement des services proposés. Deux types de cartes ont alors été introduits par les institutions financières : les cartes de retrait, utilisées exclusivement pour les opérations sur GAB (retraits d'espèces, consultation de solde), et les cartes de paiement, qui permettaient également d'effectuer des paiements chez les commerçants via TPE. Ces dernières ont progressivement ouvert la voie à des services plus sophistiqués, comme la consultation des comptes ou le règlement des factures.

À partir de 2008, une troisième phase de développement a été initiée par la SATIM, avec pour objectif l'élargissement des services numériques à travers l'Internet banking et le mobile banking. Les efforts de cette période ont visé à améliorer les plateformes en ligne des établissements bancaires, en y intégrant des fonctionnalités telles que la commande de chéquiers, l'édition de relevés d'identité bancaire (RIB), les transferts via téléphone mobile ou encore l'introduction de solutions de paiement en ligne.<sup>72</sup>

### 1.3.7. Les terminaux de paiement électronique (TPE)

Dans le cadre de la modernisation des moyens de paiement et de la promotion des transactions sans numéraire, le terminal de paiement électronique (TPE) s'impose comme un outil incontournable facilitant les paiements par carte bancaire dans les points de vente.

#### 1.3.7.1. La définition de TPE<sup>73</sup>

Le terminal de paiement électronique (TPE) est un appareil utilisé pour accepter les paiements par carte bancaire. Il permet d'effectuer diverses opérations, principalement le paiement de biens et services, via des cartes à puce compatibles avec les normes EMV (Europay, MasterCard, Visa). Ce dispositif est relié à un réseau bancaire pour autoriser,

---

<sup>72</sup> SATIM. (n.d.). Présentation des services et évolutions de la monétique en Algérie. <http://www.satim.dz>

<sup>73</sup> GIE Monétique Algérie, « Les terminaux de paiement électronique (TPE) », [www.giemonetique.dz](http://www.giemonetique.dz) (consulté en mai 2025).

## Chapitre 2 : Réalité et contexte du l'E-Banking en Algérie

enregistrer et transmettre les transactions. Il contribue fortement à la digitalisation des échanges commerciaux et à la réduction de la circulation du cash.

Les terminaux de paiement électronique (TPE) sont des appareils permettant de réaliser plusieurs types d'opérations, notamment :

- Le règlement des achats de biens et services à l'aide de la carte CIB chez les commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire.
- L'obtention d'avances de fonds (cash advance) via les TPE installés dans les agences bancaires.
- Le paiement de factures.<sup>74</sup>(Figure n°4)

### 1.3.7.2. Banques qui utilisent les TPE en Algérie<sup>75</sup>

La majorité des banques publiques et privées en Algérie proposent aujourd'hui des services de TPE à leurs clients commerçants. Voici quelques exemples :

**Tableaux 01 : Utilisation des TPE par les banques d'Algérie**

Banque	Type de TPE proposé	Services associés
<b>BEA ( Banque Extérieure d'Algérie)</b>	<b>TPE classique et mobile</b>	<b>Paiement CIB, Visa, consultation en ligne</b>
<b>CPA ( Crédit populaire d'Algérie )</b>	<b>TPE connecté via GPRS/Internet</b>	<b>Relevés, support technique</b>
<b>BNA (Banque national d'Algérie )</b>	<b>TPE fixe et portable</b>	<b>Paiement par carte CIB, carte Edahabia</b>
<b>Société générale algérien</b>	<b>TPE multi-cartes (CIB + internationales)</b>	<b>Suivi transactions via SG Connect</b>

<sup>74</sup> *L'évolutions des moyens de paiement en Algérie, in Khelil, S., La monétique en Algérie : enjeux et perspectives, Alger, Éditions Économie Numérique, 2020, p. 162.*

<sup>75</sup> GIE Monétique Algérie, « Les terminaux de paiement électronique (TPE) », [www.giemonetique.dz](http://www.giemonetique.dz) (consulté juin 2025)

## Chapitre 2 : Réalité et contexte du l'E-Banking en Algérie

<b>Trust Bank Algérie</b>	<b>TPE sans contact (NFC)</b>	<b>Gestion à distance</b>
<b>Banque al baraka</b>	<b>TPE compatibles avec carte CIB</b>	<b>Offres adaptées aux Commerçants</b>

*Source : Réalisation personnelle à partir des données de GIE Monétique Algérie, « Les terminaux de paiement électronique (TPE) », [www.giemonetique.dz](http://www.giemonetique.dz) (consulté juin 2025)*

### 1.3.7.3. Explication du tableau des TPE en Algérie

Le tableau précédent présente une comparaison entre plusieurs banques algériennes en ce qui concerne leur offre de Terminaux de Paiement Électronique (TPE). Il met en avant :

- A. Le type de TPE fourni :** fixe, mobile, sans contact, connecté, etc.
- B. Les services proposés avec le TPE :** acceptation des cartes, consultation des opérations, gestion à distance, etc.
- C. Les types de TPE utilisés en Algérie**

Les principaux types de TPE mentionnés dans le tableau et utilisés dans le système bancaire algérien :

➤ **TPE classique (fixe)**

**Description :** installé dans un point de vente, relié à une ligne téléphonique ou Internet.

**Utilisation :** idéal pour les magasins, pharmacies, supermarchés.

**Banques concernées :** BEA, CPA, BNA, SG Algérie.

➤ **TPE mobile (portable)**

- **Description :** fonctionne avec une puce GSM ou le Wi-Fi. Il est transportable, utile pour les services de livraison ou les commerçants ambulants.
- **Utilisation :** restauration, taxi, marchés.
- **Banques concernées :** BEA, BNA, Trust Bank, Société Générale.

➤ **TPE sans contact (NFC)**

- **Description :** permet aux clients de payer en approchant simplement leur carte ou téléphone du terminal, sans insérer la carte ni composer le code (jusqu'à un montant limite).
- **Avantage :** rapidité de transaction, hygiène (surtout après le Covid-19).
- **Banques concernées :** Trust Bank Algeria, SG Algérie

### ➤ TPE multi-cartes (nationales et internationales)

- **Description** : accepte les cartes algériennes (CIB, Edahabia) et les cartes internationales (Visa, Mastercard).
- **Utilisation** : hôtels, agences de voyage, grandes enseignes.
- **Banques concernées** : Société Générale, BEA, Trust Bank.

### ➤ TPE connecté (Internet ou GPRS)

- **Description** : fonctionne via une connexion réseau mobile ou ADSL. Permet un traitement rapide et sécurisé des paiements.
- **Utilisation** : commerces de détail, bureaux, services publics.
- **Banques concernées** : CPA, BNA

### ➤ Paiement par QR Code (sans TPE physique)

**Description** : utilisé par Baridi Bank (Algérie Poste), ce système ne nécessite pas de terminal. Le commerçant affiche un QR code que le client scanne avec son téléphone via l'application BaridiMob.

**Avantage** : très économique, facile à déployer, idéal pour les petits commerçants.

**Banque concernée** : Baridi Bank.

### ➤ Les prestations monétiques sur les DAB

Les distributeurs automatiques de billets (DAB) d'Algérie Poste permettent aux détenteurs de cartes émises par l'établissement d'effectuer diverses opérations, telles que le retrait d'espèces avec vérification en ligne du solde du compte CCP et l'accès à des services bancaires en libre-service. Les principales fonctionnalités incluent :

- La consultation du solde du compte.
- La commande de carnets de chèques.
- L'obtention d'un relevé des 10 dernières transactions effectuées sur le compte.
- Le virement d'un compte CCP vers un autre compte CCP.
- Le règlement de factures.
- L'édition du Relevé d'Identité Postale (RIP).
- L'inscription au service de recharge de compte prépayé Mobilis par débit du compte CCP

(nécessaire pour effectuer des recharges via mobile).

- La recharge de comptes prépayés Mobilis par prélèvement sur le compte CCP.<sup>76</sup> (Figure n°5)

### Section 2 : Les difficultés liées au développement du l'E-Banking en Algérie

Le développement du l'E-Banking en Algérie se heurte à plusieurs difficultés, aussi bien techniques qu'organisationnelles. Pour surmonter ces blocages, il est nécessaire de proposer des solutions adaptées qui tiennent compte du contexte local et des besoins des usagers.

#### 2.1. Facteurs freinant le développement du l'e-Banking en Algérie

Malgré les efforts engagés pour moderniser le secteur bancaire, plusieurs obstacles continuent de freiner l'essor de la banque électronique en Algérie.

##### 2.1.1. Le cadre environnemental

Au niveau du cadre environnemental, plusieurs facteurs freinent développement du l'E-Banking en Algérie :

###### 2.1.1.1. Environnement institutionnel :

L'environnement institutionnel algérien constitue un frein important à l'essor des services bancaire numérique. Plusieurs éléments structurels entravent cette dynamique : la prédominance de l'économie informelle limite l'innovation tandis que le système bancaire, en encore peu performant, freine la modernisation du secteur. En parallèle, l'absence d'organisation efficace des marches et la forte dépendance à la monnaie fiduciaire ralentissent la transition vers les paiements électroniques. De plus, le cadre législatif relatif à la banque électronique demeure peu développé, et les incitations à destination des acteurs restent faibles ces conditions institutionnelles peu favorables expliquent en grande partie la lente adoption du e-Banking en Algérie<sup>77</sup>

###### 2.1.1.2. Caractéristiques de la clientèle

L'un des freins majeurs au développement efficace du l'e-banking en Algérie réside dans la faiblesse du capital humain au sein des institutions financières. Le manque de formation spécifique du personnel bancaire, souvent peu sensibilisé aux nouvelles technologies et aux

---

<sup>76</sup> Les services monétiques d'Algérie Poste, in Amrani, L., *Les services financiers postaux en Algérie*, Alger, Éditions du Futur, 2021, p. 175.

<sup>77</sup> Djamila, K. (2018). Le développement du l'e-Banking en Algérie : Enjeux et contraintes. *Revue des Sciences Économiques*, Université de Blida.

pratiques de gestion modernes, oblige les banques à entreprendre des programmes de remise à niveau. Cette situation engendre des coûts supplémentaires, notamment en temps et en ressources. Pour relever ces défis, les établissements bancaires sont tenus d'investir dans des programmes de formation continue. Ce renforcement des compétences est indispensable pour accompagner les mutations du secteur, suivre les évolutions technologiques et encourager l'innovation organisationnelle.<sup>78</sup>

### 2.1.1.3. Infrastructure technologique nationale

En Algérie, le développement de la banque électronique se heurte encore à d'importantes limites liées à l'infrastructure technologique nationale. Malgré certains efforts visant à améliorer la connectivité, le pays accuse un retard notable, notamment dans le domaine de l'accès à Internet. Les données disponibles montrent qu'en 2011, seule une minorité de la population, soit environ 14 % des Algériens, disposait d'un accès à Internet, révélant un fossé numérique persistant. En revanche, la pénétration du téléphone mobile est nettement plus élevée, avec presque un téléphone par habitant, ce qui ouvre davantage de perspectives pour les services bancaires mobiles. Toutefois, l'insuffisance de la couverture Internet constitue un véritable frein à la généralisation du l'e-Banking, limitant la portée des services numériques bancaires dans de nombreuses régions<sup>79</sup>

### 2.1.1.4. Problématique d'accessibilité

L'accessibilité, dans le cadre des services bancaires numériques, renvoie à la capacité des utilisateurs, y compris ceux en situation de handicap ou de limitation fonctionnelle, à interagir avec les interfaces proposées. Cette notion implique l'adaptation des ressources numériques afin de répondre aux besoins spécifiques de divers groupes, notamment les personnes âgées ou atteintes de déficiences visuelles. Par exemple, l'absence de fonctions intégrées permettant d'ajuster la taille des caractères dans certaines applications du l'e-banking constitue une barrière réelle à l'utilisation. L'incompatibilité avec les outils de zoom du navigateur ou la non-affichage de la barre de menus limite encore davantage l'ergonomie pour ces utilisateurs.

---

<sup>78</sup>Bensalem, K. (2017). La modernisation du secteur bancaire en Algérie : entre contraintes structurelles et opportunités numériques. *Revue des Études Financières et Bancaires*, 8(2). p 85–97.

<sup>79</sup> Touati, A. (2015). Les défis de la digitalisation bancaire en Algérie : contraintes technologiques et enjeux stratégiques. *Revue Maghrébine de l'Économie Numérique*, 3(1). p 65–72. Disponible sur : [www.asjp.cerist.dz](http://www.asjp.cerist.dz) (consulté 04-05-2025)

En outre, la dépendance à la souris pose des difficultés pour les personnes ayant des troubles moteurs, soulignant l'importance de concevoir des interfaces accessibles à tous.<sup>80</sup>

### 2.1.1.5. Pressions concurrentielles

En Algérie, le paysage bancaire est largement dominé par des institutions publiques bénéficiant d'un fort appui étatique. Cette situation particulière réduit sensiblement les dynamiques de concurrence dans le secteur. En effet, ces établissements, souvent soutenus par des subventions publiques et protégés par diverses mesures réglementaires, sont peu exposés aux contraintes du marché. Ce faible niveau de compétition limite leur incitation à innover ou à investir dans le développement des services bancaires électroniques. Dès lors, l'absence de pression concurrentielle réelle constitue un frein au déploiement d'initiatives digitales dans le domaine bancaire.<sup>81</sup>

### 2.1.2. Cadre technologique

Dans le cadre technologique deux facteurs principaux freinent l'adoption du l'E Banking en Algérie

#### 2.1.2.1. Bénéfices et coûts perçus

La perception des avantages liés aux services du l'e-banking varie considérablement selon les acteurs concernés en Algérie. Du point de vue des banques, les bénéfices sont évidents : réduction de l'affluence en agence, diminution de la manipulation de liquidités, et amélioration de l'efficacité des opérations. Toutefois, pour d'autres parties prenantes comme les commerçants, ces services sont souvent associés à des coûts jugés contraignants. Dans un environnement où le secteur informel est prédominant, l'introduction du paiement électronique est perçue comme une source de fiscalisation accrue, à laquelle s'ajoutent des charges liées à l'acquisition, la gestion et la maintenance des équipements technologiques nécessaires. Ainsi, dans ce contexte, les coûts semblent parfois l'emporter sur les bénéfices attendus, freinant l'adoption du l'e-Banking.<sup>82</sup>

---

<sup>80</sup>Boudjema, L. (2017). Accessibilité numérique et inclusion dans les services électroniques en Algérie. *Revue des Technologies de l'Information*, 2(1), p 39–45.

<sup>81</sup> Meziane, A. (2016). Réformes bancaires et modernisation du secteur financier en Algérie. *Revue Économie et Finance*, 4(2), p 50–60.

<sup>82</sup>Bendib, S. (2017). Les enjeux du e-commerce en Algérie : entre contraintes structurelles et perspectives de développement. *Revue des Sciences Commerciales*, 9(1), 85–92.

### 2.1.2.2. Risques perçus

La perception des risques constitue un obstacle majeur à l'adoption du l'e-banking en Algérie. Dans un contexte marqué par une lenteur judiciaire, l'absence de lois spécifiques encadrant les technologies de l'information, ainsi qu'un déficit en infrastructures technologiques fiables, les acteurs économiques – consommateurs, commerçants et même institutions bancaires – manifestent une certaine réticence. Cette méfiance est renforcée par l'attitude de certaines banques qui, face aux cyberattaques ou aux interruptions de service dues à des coupures d'électricité ou d'Internet, déclinent toute responsabilité en s'appuyant sur des clauses contractuelles. Bien que légales, ces clauses suscitent un climat d'insécurité juridique, dissuadant ainsi les clients potentiels de recourir aux services bancaires en ligne.<sup>83</sup>

### 2.1.3. Le cadre organisationnel

Le cadre organisationnel, plusieurs facteurs freinent développement du l'E-Banking en Algérie :

#### 2.1.3.1. Aspect innovateur des organisations

Le faible niveau d'innovation au sein des organisations algériennes constitue un frein notable à l'essor de la banque électronique. Selon les rapports internationaux sur la compétitivité, l'Algérie figure parmi les pays les moins performants en matière de capacités d'innovation et de sophistication organisationnelle. Par exemple, dans le classement du Forum économique mondial, le pays occupe une place très basse, illustrant un déficit réel en matière de créativité et de modernisation. Cette situation reflète un environnement peu propice à l'adoption de solutions numériques avancées, comme l'e-banking, et souligne la nécessité d'une réorientation stratégique vers l'innovation pour accompagner la transformation du secteur financier<sup>84</sup>

#### 2.1.3.2. Confiance et crédibilité

La confiance envers les institutions financières demeure un enjeu majeur dans le contexte algérien. L'image du secteur bancaire a été ternie par de nombreux dysfonctionnements, notamment des services peu performants, des délais de traitement excessifs, et des scandales financiers ayant marqué l'opinion publique, tels que l'affaire Khalifa ou d'autres cas de

---

<sup>83</sup>Zitouni, L. (2016). La sécurité des transactions électroniques en Algérie : réalités et défis. *Revue Économie et Management*, 7(2), p 70–78.

<sup>84</sup>Kherbache, N. (2017). Innovation et compétitivité en Algérie : état des lieux et perspectives. *Revue de la Performance Économique*, 5(1),(p 110–118.)

corruption révélés au cours des quinze dernières années. Ces éléments ont contribué à fragiliser la crédibilité des banques et à entretenir une méfiance généralisée parmi les usagers. Dans un tel climat, l'adhésion aux services bancaires électroniques s'avère difficile, car la confiance constitue un levier fondamental pour l'acceptation de toute technologie liée à la gestion financière.<sup>85</sup>

### 2.1.3.3. Disponibilité des ressources

Le développement limité de la banque en ligne en Algérie peut s'expliquer en partie par l'insuffisance des moyens disponibles au sein des établissements financiers. En effet, la mise en place de services du l'E-Banking exige non seulement des investissements conséquents, mais aussi une expertise technique pointue. Or, les banques algériennes se heurtent souvent à un déficit en infrastructures adaptées, ainsi qu'à un manque de compétences informatiques qualifiées. Ce déficit de ressources, tant matérielles qu'humaines, freine leur capacité à suivre le rythme de l'évolution numérique et à proposer des services électroniques performants à leurs clients.<sup>86</sup>

## Section 03 : les mesures adéquates au développement du l'E-Banking en Algérie

Pour accompagner efficacement la transition numérique du secteur bancaire, plusieurs mesures doivent être envisagées afin de surmonter les obstacles actuels et favoriser le développement du l'e-Banking en Algérie.

### 3.2.1. Renforcement des compétences internes et sensibilisation des usagers au l'E-Banking

Dans le contexte actuel de transition économique en Algérie et face à la volonté de moderniser le secteur bancaire par l'introduction des technologies numériques, il devient essentiel de créer un cadre propice au développement de la banque électronique. Cette transformation implique non seulement l'intégration de nouveaux outils, mais surtout une adaptation des compétences et des mentalités.

Il est donc primordial de former les agents bancaires aux technologies modernes afin qu'ils puissent maîtriser les nouveaux systèmes de gestion et d'interaction avec les clients. L'E-Banking, en tant qu'outil technologique, va bien au-delà d'un simple changement

---

<sup>85</sup> Ait Hamadouche, L. (2016). La confiance dans le système bancaire algérien : état des lieux et défis. *Revue des Sciences Humaines et Sociales*, 10(2), p 85–92.

<sup>86</sup> Bendib, S. (2014). *Les défis de la bancarisation électronique en Algérie*. Université d'Alger 3, Mémoire de Master en sciences économiques, p. 42.

d'interface : il repose sur une logique différente des pratiques administratives classiques. Cela nécessite un accompagnement approfondi des employés pour qu'ils puissent adopter efficacement ces nouveaux outils dans leur quotidien professionnel.

En parallèle, les clients doivent aussi être préparés à cette évolution. En tant que bénéficiaires directs des services électroniques, ils doivent comprendre les avantages, le fonctionnement et les bonnes pratiques de ces nouveaux moyens d'interaction. Sans cette sensibilisation, l'adoption restera limitée, même si les infrastructures techniques sont en place.<sup>87</sup>

### 3.2.1.1. Diversifier la gamme des produits bancaires Algérien

Face aux nouvelles exigences du marché et à l'évolution du paysage financier, les banques algériennes doivent adapter leur stratégie pour faire face à la concurrence, non seulement des banques étrangères, mais aussi des institutions financières non bancaires et des entreprises commerciales qui proposent des solutions alternatives.

Dans cette optique, le système bancaire algérien gagnerait à élargir son offre en combinant des services classiques avec des produits modernes et innovants. Cela passe par une redéfinition de leurs priorités et un recentrage sur les segments à fort potentiel. Par exemple, au lieu de favoriser les crédits à la consommation, souvent orientés vers des besoins individuels à court terme, les banques devraient privilégier le financement des petites, moyennes et micro-entreprises, en optant pour des solutions comme le crédit-bail.

En complément, elles pourraient aussi développer des services d'accompagnement, en apportant aux clients des conseils sur la gestion des risques financiers, notamment ceux liés aux variations des taux d'intérêt ou aux fluctuations monétaires.<sup>88</sup>

### 3.2.1.2. Suivre les évolutions technologiques pour renforcer la compétitivité

Avec l'ouverture du marché des services financiers dans le cadre des accords commerciaux internationaux, les banques commerciales algériennes se trouvent aujourd'hui confrontées à un environnement de plus en plus concurrentiel. Pour maintenir leur position et améliorer leur compétitivité, elles doivent impérativement suivre les avancées technologiques qui transforment le secteur bancaire à l'échelle mondiale. La réussite de cette transformation

---

<sup>87</sup> Ghecham, L. (2018). *Modernisation du système bancaire algérien : enjeux et perspectives*. Université de Constantine 2, Mémoire de Master, p. 75.

<sup>88</sup> Boudiaf, N. (2017). *Évolution et enjeux du secteur bancaire en Algérie*. Université de Tlemcen, Mémoire de Master, p. 83.

## Chapitre 2 : Réalité et contexte du l'E-Banking en Algérie

---

repose en grande partie sur l'intégration des technologies de l'information dans les opérations bancaires. Plusieurs axes sont à privilégier dans cette démarche :

- Renforcer les canaux de communication entre le siège principal et les différentes agences afin de fluidifier les échanges d'informations, notamment les données clients, et permettre des ajustements rapides et efficaces.
- Exploiter davantage Internet pour proposer une gamme élargie de services bancaires en ligne, favorisant ainsi l'accessibilité et la proximité avec les clients.
- Mettre en place un réseau interbancaire électronique qui faciliterait les échanges entre banques, mais aussi entre banques, entreprises et clients.
- Enfin, augmenter les investissements dans les technologies de l'information, en veillant à améliorer la performance des systèmes tout en optimisant les coûts.<sup>89</sup>

### 3.2.1.3. Mettre en place les infrastructures essentielles au développement du l'E-Banking

Pour que le secteur bancaire algérien puisse pleinement tirer parti des avantages offerts par la banque électronique, il est indispensable de renforcer les infrastructures existantes. Cela passe par plusieurs actions concrètes à entreprendre en priorité :

- La mise en place d'outils d'aide à la décision à travers la création d'unités spécialisées dans l'intelligence économique. Ces structures permettraient de stimuler l'innovation et d'orienter les stratégies numériques des banques.
- Le développement des services bancaires électroniques doit s'accompagner d'une stratégie marketing plus ambitieuse, afin de mieux faire connaître ces nouveaux outils aux usagers.
- Il est également important de définir des priorités claires, soutenues par des objectifs législatifs précis, pour intégrer progressivement l'E-Banking dans l'ensemble du système bancaire national.
- Les banques doivent veiller à respecter les normes techniques et fonctionnelles en vigueur, qu'elles soient locales ou internationales, afin d'assurer un service sécurisé, fiable et conforme aux attentes.

---

<sup>89</sup> Boudiaf, N. (2017). *Évolution et enjeux du secteur bancaire en Algérie*. Université de Tlemcen, Mémoire de Master, p. 84.

- Enfin, il est essentiel de mettre en place un cadre juridique spécifique à la banque à distance, qui clarifie les droits et obligations aussi bien des établissements bancaires que de leurs clients<sup>90</sup>

### 3.2.1.4. Renforcer la stratégie marketing des banques

Avec les transformations profondes que connaît le secteur bancaire, il devient indispensable d'adopter une approche marketing plus moderne et adaptée à la nouvelle réalité du marché. Le marketing bancaire ne se limite plus à la simple promotion des produits financiers, il repose désormais sur une compréhension fine des attentes des clients et sur l'instauration d'une relation durable avec eux.

Cette approche centrée sur le client implique plusieurs actions clés :

- Mettre en place une politique de gestion de la relation client (CRM), fondée sur la constitution de bases de données et l'utilisation de canaux modernes (comme les plateformes numériques et les centres d'appels) pour mieux fidéliser la clientèle.
- Développer en parallèle une gestion de la relation de distribution (DRM), afin d'améliorer la manière dont les produits et services sont accessibles et délivrés aux clients.
- Adapter l'organisation des agences à travers des réformes internes, comme la décentralisation, la spécialisation des responsables selon les produits ou les marchés, et la formation du personnel aux techniques de marketing.
- Collaborer avec les services financiers pour concevoir des offres bancaires réellement alignées sur les besoins et comportements des consommateurs.<sup>91</sup>

### 3.2.1.5. Instaurer un cadre légal adapté à la banque électronique

À l'heure où la banque électronique devient un levier essentiel de transformation du secteur bancaire, il est crucial que son développement s'inscrive dans un cadre juridique clair et rigoureux. La réussite de cette transition repose non seulement sur les avancées technologiques, mais également sur l'existence de lois encadrant la pratique de ces nouvelles formes de services.

---

<sup>90</sup> Boudiaf, N. (2017). *Évolution et enjeux du secteur bancaire en Algérie*. Université de Tlemcen, Mémoire de Master, p. 85

<sup>91</sup> Djalti, M. (2016). *Stratégies de modernisation du secteur bancaire en Algérie*. Université de Béjaïa, Mémoire de Master, p. 73.

## Chapitre 2 : Réalité et contexte du l'E-Banking en Algérie

---

Pour que l'environnement bancaire algérien soit en mesure de maîtriser et de réguler les activités numériques, plusieurs aspects doivent être pris en considération sur le plan législatif :

- L'identification et l'authentification électronique des utilisateurs ;
- L'établissement de signatures électroniques juridiquement reconnues ;
- La réglementation des systèmes de paiement en ligne et l'introduction de la monnaie électronique ;
- La protection des données personnelles des clients et la confidentialité des transactions ;
- La sécurité des systèmes d'information pour prévenir les cyber attaques ;
- La définition des responsabilités en cas d'erreur ou de défaillance technique ;
- L'encadrement juridique des contrats de paiement électronique.

Une telle réforme législative est indispensable pour garantir la confiance des usagers et renforcer la sécurité des opérations bancaires électroniques.<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup>Djalti, M. (2016). *Stratégies de modernisation du secteur bancaire en Algérie*. Université de Béjaïa, Mémoire de Master, p. 74.

### Conclusion

Ce deuxième chapitre a permis d'examiner en profondeur la situation actuelle du l'e-Banking en Algérie à travers trois axes principaux. La première section a mis en lumière une structure bancaire dominée par des institutions publiques, caractérisée par une lente adaptation aux innovations numériques. La deuxième section a révélé que, malgré l'introduction de services électroniques tels que les applications mobiles et les plateformes de paiement en ligne, l'adoption par les clients reste limitée. Enfin, la troisième section a identifié plusieurs obstacles majeurs, notamment l'absence d'un cadre législatif clair, le manque de formation du personnel bancaire et la faiblesse des infrastructures technologiques. Pour surmonter ces défis, il est essentiel que les autorités et les institutions financières algériennes mettent en œuvre des stratégies intégrées, incluant la modernisation des réseaux, la formation des agents bancaires, la sensibilisation des utilisateurs et le renforcement de la sécurité numérique. La réussite du développement du l'e-Banking en Algérie dépendra de la capacité à créer un environnement propice à l'innovation bancaire et à la confiance des usagers.<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup>Mellouk, N. (2020). La transformation digitale du secteur bancaire en Algérie : Enjeux et perspectives. Université Abou BekrBelkaid – Tlemcen, p. 45

## ***Chapitre 3***

***L'e-banking au niveau de la direction  
Régionale d'exploitation de BADR n°580***

### ***Chapitre 3 :l'e-banking au niveau de la direction Régionale d'exploitation de BADR n°580***

---

#### Introduction

À l'heure actuelle, de nombreuses banques s'adaptent à la numérisation, en particulier dans le contexte de l'émergence de nouvelles technologies, dans le but de répondre aux besoins du vaste public que constitue aujourd'hui la clientèle férue de technologie. C'est la raison pour laquelle les institutions financières continuent d'évoluer en intégrant la technologie dans divers services ; grâce à cette évolution, les distances géographiques sont comblées et des relations centrées sur le client sont établies, ce qui devrait idéalement aboutir à une satisfaction client accrue. Après avoir exposé dans la partie théorique, au premier chapitre, le cadre conceptuel et théorique du l'E-Banking, et dans le deuxième chapitre l'E-Banking en Algérie, nous arrivons au troisième chapitre qui porte sur une étude empirique ayant pour objectif de mettre en avant les produits l'E-Banking au sein de Groupe Régional d'Exploitation de la BADR n°580 de TiziOuzou.

Pour cela nous avons décomposé ce chapitre en trois sections ; la première pour présenter l'organisme d'accueil et la deuxième pour l'état des lieux du l'E-Banking aux niveaux de la BADR et la troisième section pour présenter le résultat du guide d'entretien.

## **Section 1 : Présentation de La BADR, Organisation et fonctionnement général**

Dans cette section, on présentera la banque de l'agriculture et du développement rural, son historique, son organisation générale, ses missions et ses objectifs.

### **1.1. Création de la BADR<sup>94</sup>**

La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural BADR est une banque publique créée le 13 Mars 1982 par décret n°82-106, sous la forme juridique de société par action et constituée initialement de 140 agences cédées par la Banque Nationale d'Algérie BNA.

En effet, à sa création, la BADR était un établissement à vocation agricole puis en suite à la promulgation de la loi n°90-10, relative à la monnaie et au crédit, elle a investi les autres créneaux de l'activité bancaire en effectuant les opérations de réception de fonds du public, les opérations d'octroi de crédits, ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et de gestion consacrant donc son statut de banque universelle qui intervient dans le financement de tous les secteurs d'activités.

Cependant, en 2005, la BADR s'est repositionnée stratégiquement dans ses activités initiales de financement à savoir, l'agriculture et le développement rural. Aujourd'hui, la BADR avec son réseau de 295 agences et 39 succursales ainsi que son effectif qui s'élève

### **1.2. Quelques dates clés dans le développement de la BADR<sup>95</sup>**

1982– 1990 : Durant ces huit premières années la BADR a inscrit comme objectif, d'asseoir sa présence sur l'ensemble du territoire national en ouvrant de nombreuses agences dans les zones rurales et à vocation agricole. Cette spécialisation s'inscrivait alors dans un contexte d'économie planifiée où chaque banque publique avait son champ d'intervention.

1991 – 1999 : Avec l'avènement de la loi n° 90-10 relative à la monnaie et au crédit ayant mis fin à la spécialisation des banques, la BADR a élargi son champ d'intervention vers les autres secteurs d'activité, notamment les PME/PMI, tout en restant un partenaire privilégié du secteur agricole. Sur le plan technique la BADR a enrichi son activité par l'introduction des nouveaux procédés informatiques notamment le « Swift » pour l'exécution des opérations du commerce extérieur en 1991 et le « Sybu » pour le traitement des opérations bancaires

---

<sup>94</sup> Guide des banques et des établissements financiers en Algérie, KPMG Algérie, édition 2015. P24

<sup>95</sup> [www.badr.bank.dz](http://www.badr.bank.dz)

### ***Chapitre 3 :l'e-banking au niveau de la direction Régionale d'exploitation de BADR n°580***

---

en1992. En 1994, la BADR a lancé sa première carte de retrait qui devient à partir de 2000 une carte de paiement et de retrait interbancaire.

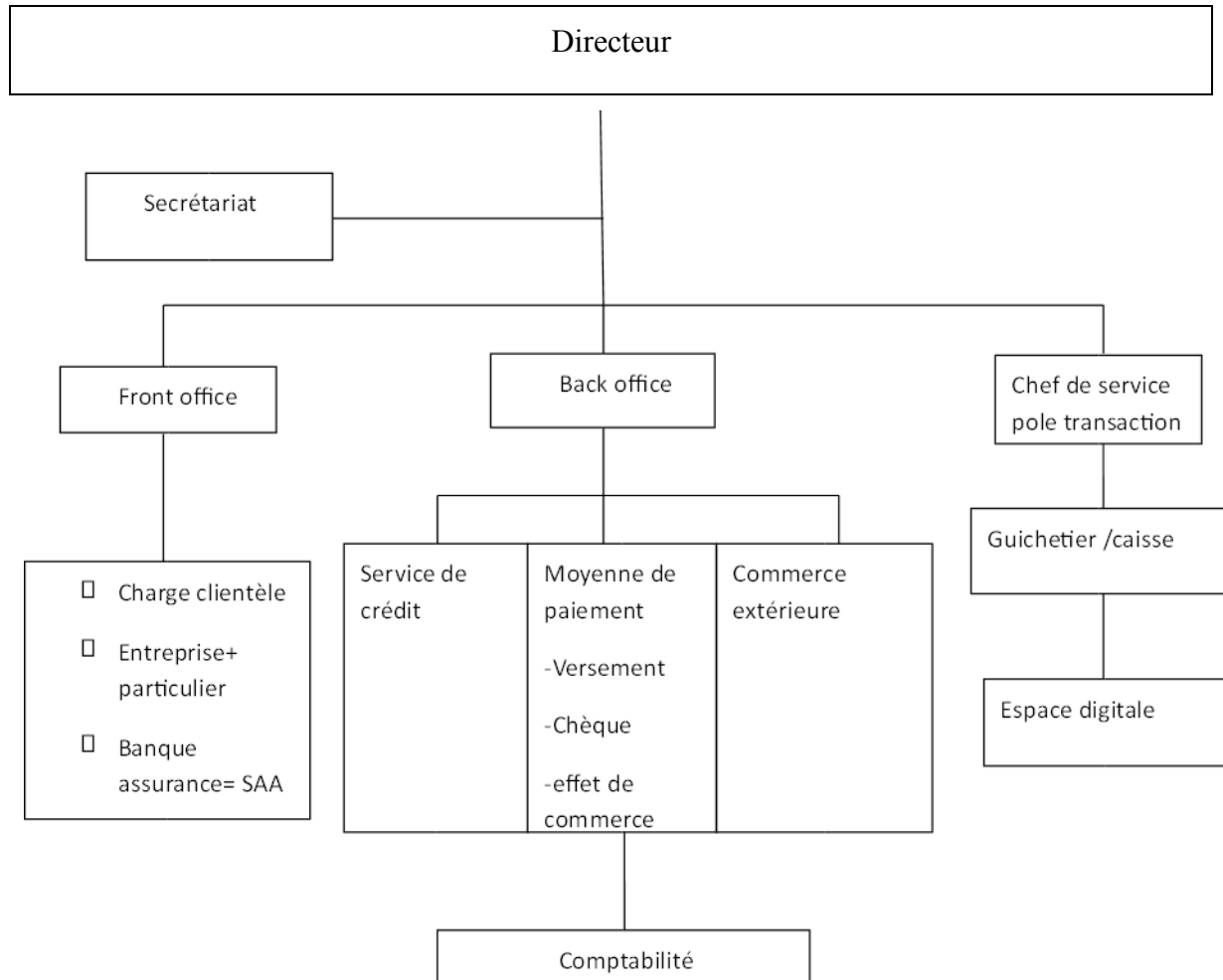
2000 – 2012 : La BADR a poursuivi sa mission de financement des PME/PMI et le secteur privé en général et afin de mettre au diapason des mutations économiques et sociales de l'économie de marché, la BADR a été soumise a des séries de diagnostics et d'assainissements comptables et financiers ainsi que d'audit institutionnel et financier axé surla modernisation de la banque et l'amélioration des prestations. Cette modernisation a été caractérisée par la concrétisation du concept de la « Banque assise », l'acquisition d'une nouvelle solution informatique « Global Banking », la poursuite de la dématérialisation des moyens de paiement et le lancement de nouveaux produits. En 2008, la BADR a intégré le lancement de la bancassurance, en 2011 la carte TAWFIR et en 2012 l'E-Banking.

#### **1-3 : Organigramme de la BADR**

Etant une banque assise, les agences de la BADR ont un aspect organisationnel spécifique qui les distingue des autres agences.

Ainsi, l'organisation de l'agence BADR N°580 se présente comme illustré par l'organigramme Ci-après.

**Figure 02 : organigramme de la BADR**



Source :www.badr.dz

#### **1.4. Organisation générale de la BADR<sup>96</sup>**

La BADR, comme toute autre banque publique algérienne, est représentée par trois niveaux hiérarchiques : la direction générale, les entités régionales et les agences locales. Son organisation a évolué depuis sa création suite aux mutations de l'environnement qui exigent plus de compétitivité et de performance. Son schéma organisationnel était souvent réadapté aux nouvelles procédures de management et de gouvernance des banques. La Direction Générale, dirigée par le Président Directeur Général, est la plus haute autorité de la banque ; constitue la structure centrale d'orientation des affaires, de prise de décisions, d'élaboration

<sup>96</sup> www.badr.bank.dz

du plan stratégique de la banque ; ses pouvoirs sont déterminés par les statuts de l'institution et du conseil d'administration. La Direction Générale comprend quatre (04) directions générales adjointes, toutes dirigées par un directeur général adjoint :

- Direction Générale Adjointe Administration et moyens ;
- Direction Générale Adjointe ressources Crédit et Recouvrements ;
- Direction Générale Adjointe Informatique, Comptabilité Générale ;
- Direction Générale Adjointe des Opérations Internationales.

La macrostructure est complétée par deux structures positionnées en staff :

- Direction Générale de l'Inspection
- Direction de l'Audit Interne

#### **1.5. Les Missions de la BADR<sup>97</sup> :**

La BADR a été créée pour répondre à une nécessité économique, née d'une volonté politique afin de restructurer le système agricole, assurer l'indépendance économique du pays et relever le niveau de vie des populations rurales.

Ses principales missions sont :

- Le traitement de toutes les opérations de crédit, de change et de trésorerie
- L'ouverture de comptes à toute personne faisant la demande
- La réception des dépôts à vue et à terme
- La participation à la collecte de l'épargne
- La contribution au développement du secteur agricole
- L'assurance de la promotion des activités agricoles, agro-alimentaires, agro- industrielles et artisanales.
- Le contrôle avec les autorités de tutelle de la conformité des mouvements financiers des entreprises domiciliées.

---

<sup>97</sup> [www.badr.bank.dz](http://www.badr.bank.dz)

### **1.6. Les Objectifs de la BADR<sup>98</sup>**

Les objectifs de la BADR sont :

- L'augmentation des ressources aux meilleurs coûts et rentabilisation de celles-ci par des crédits productifs et diversifiés dans le respect des règles.
- La gestion rigoureuse de la trésorerie de la banque tant en dinars qu'en devises.
- L'assurance d'un développement harmonieux de la banque dans les domaines d'activités la concernant.
- L'extension et le redéploiement de son réseau.
- La satisfaction de ses clients en leur offrant des produits et services susceptibles de répondre à leurs besoins.
- L'adaptation d'une gestion dynamique en matière de recouvrement.
- Le développement commercial par l'introduction de nouvelles techniques managériales telles que le marketing, et l'insertion d'une nouvelle gamme de produits.

### **1.7. Généralisation des services bancaires online**

Il ne s'agit pas de la simple consultation des avoirs via internet mais de véritables services du l'E-banking que proposent des banques privées et publiques aux clients business et particuliers moyennant des abonnements.<sup>99</sup> Il est possible de gérer l'ensemble de ses comptes depuis son ordinateur personnel et ceci 7/7 et 24/24 et aussi souvent que souhaité. On peut aussi suivre les opérations sur un historique de 45 jours. Il est question aussi d'effectuer des recherches ciblées ou encore de télécharger des relevés de compte aux formats Excel et PDF.

#### **1.7.1. Présentation du document BADRnet<sup>100</sup>**

Le document BADRnet représente un manuel d'utilisation décrivant, étape par étape, les menus et les fonctionnalités de la plate forme de la banque en ligne BADRnet. Ce guide a

---

<sup>98</sup> idem

<sup>99</sup> [www.badr.bank.dz](http://www.badr.bank.dz)

<sup>100</sup> [Ebanking.badr.dz/fr/Guide\\_ebanking.pdf](http://Ebanking.badr.dz/fr/Guide_ebanking.pdf).

pour but d'aider le client à découvrir et à se familiariser avec les services en ligne que la BADR met à sa disposition.

### **1.6.2. Présentation de la plateforme BADRnet<sup>101</sup>**

Elle est destinée exclusivement aux clients de la banque de l'Agriculture et du Développement Rural, particuliers et entreprises. Il permet de :

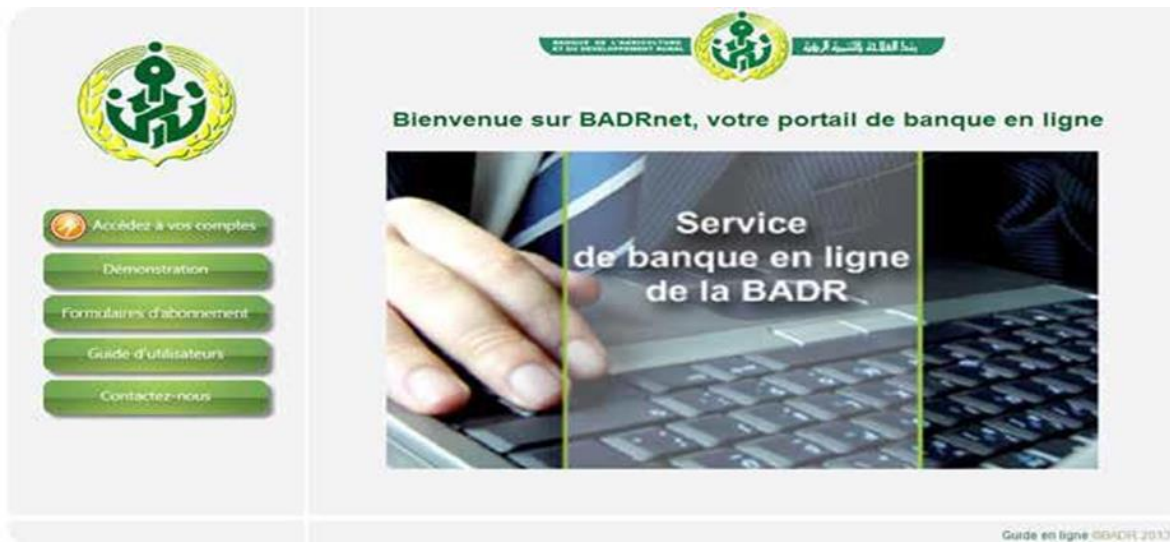
- Gérer l'ensemble de comptes client depuis son ordinateur, 7 jours sur 7, 24h sur 24, et aussi souvent qu'il le souhaite ;
- Consulter toutes les opérations avec un historique de 45 jours ;
- Effectuer une recherche et trouver l'opération qui l'intéresse ;
- Télécharger ses relevés de compte aux formats Exel, PDF ou CSV ;
- Consulter le cours des devises ;
- Recevoir des messages personnels en provenance de la banque du client ;
- Envoyer ses remises de fichiers VSM (Virement de Salaires Multiples) à la banque (Pour les clients entreprises) ;
- Consulter et télécharger les comptes rendus d'exécution de ses ordres de virement (pour les clients entreprises).

Et ceci en toute sécurité grâce à un certificat SSL qui crypte toutes les données échangées avec la banque. L'accès au service BADRnet nécessite un abonnement préalable à souscrire auprès de l'agence ou sont domiciliés les comptes clients. L'agence lui communiquera un « numéro d'abonné » et un « mot de passe » qui lui permettra d'accéder aux services BADRnet. En entrant l'adresse <http://ebanking.badr.dz> dans le navigateur web, le client devra voir apparaître la page d'accueil ci-dessous (Figure 3).

---

<sup>101</sup> idem

Figure 03 : Page d'accueil du service BADRnet.



Source: [Ebanking.badr.dz/fr/Guide\\_ebanking.pdf](http://Ebanking.badr.dz/fr/Guide_ebanking.pdf).

### 1.6.3. Connexion au service BADRnet<sup>102</sup>

Dans la page d'accueil qui apparait (Figure 01), et dans le menu de gauche, le client choisit l'option « Accédez à vos comptes ». Il verra alors apparaitre la page d'identification suivante (Figure 4).

Figure 04 : Page d'identification du service BADRnet



Source: [Ebanking.badr.dz/fr/Guide\\_ebanking.pdf](http://Ebanking.badr.dz/fr/Guide_ebanking.pdf).

<sup>102</sup> [Ebanking.badr.dz/fr/Guide\\_ebanking.pdf](http://Ebanking.badr.dz/fr/Guide_ebanking.pdf).

Afin de se connecter et de pouvoir effectuer toutes les opérations bancaires à distance, il faut suivre scrupuleusement les étapes décrites dans la page Identification, à savoir:

- Saisissez votre « Numéro d'abonné » qui vous a été remis par votre agence ;
- Puis, tapez votre « mot de passe » sur le clavier virtuel à l'aide de votre souris ;
- Enfin, cliquez sur le bouton « Valider » pour accéder à vos comptes.

### 1.7. Consultation des comptes <sup>103</sup>

#### 1.7.1. Solde des comptes

A partir du menu « Accédez à vos comptes » et en utilisant les données de connexion, le client pourra visualiser l'ensemble des comptes pour lesquels il a demandé un abonnement

(Figure 5).

Figure 05 : Solde de vos comptes.

The screenshot displays the 'SOLDE DE VOS COMPTES' page. At the top, there is a navigation bar with buttons for 'Accueil', 'Consultation', 'Transfert', 'Virements', 'Oppositions', 'Services', 'Administration', and 'Se déconnecter'. Below this, the date is '22/01/2014' and the client is 'CLIENT TEST BADR'. A message states 'Précédente connexion: 21/01/2014 à 17:36' and 'Vous n'avez pas de message personnel'. The main section is titled 'Vos Comptes' and contains a table with the following data:

Liquidités et épargne	Titulaire	Date du solde	Devise	Solde	
▶ <a href="#">Compte courant</a>	00300027805425082045	CLIENT TEST	28/12/2013	DZD	415.661.102,41
▶ <a href="#">Compte cheque</a>	99900027805425088904	CLIENT TEST	14/12/2013	DZD	255.946.198,75
▶ <a href="#">Compte épargne</a>	00300080000000000005	CLIENT TEST BADR	16/12/2013	DZD	202.097.017,83
▶ <a href="#">Compte devise (EUR)</a>	17882982366382372888	CLIENT TEST		EUR	▶ 0,00

On the left sidebar, there are buttons for 'Nos Services', 'Guide d'utilisateurs', 'Messages Personnels', and 'Contactez-nous'. Under 'Nos Services', there are links for 'Consulter votre solde', 'Liste des agences', and 'Se déconnecter'.

Source: Ebanking.badr.dz/fr/Guide\_ebanking.pdf.

<sup>103</sup> Ebanking.badr.dz/fr/Guide\_ebanking.pdf.

L'affichage des comptes s'effectue suivant les devises et le type de compte (compte chèques, courant, épargne...). En cliquant sur le libellé du compte, le client accédera à l'ensemble des opérations de ce dernier.

### 1.7.2. Recherche d'opérations

Si le client souhaite effectuer des recherches sur les opérations de son compte. Il peut y accéder en cliquant sur le bouton « Recherche » situé en bas du tableau regroupant les opérations du compte (Figure 6).

Figure 06 : Accès à la recherche d'opérations.

The screenshot displays the 'RELEVES D'OPERATIONS' interface. On the left, there is a navigation menu with buttons for 'Nos Services', 'Guide d'utilisateurs', 'Messages Personnels', and 'Contactez-nous'. The main area features a table of transactions and search options.

Accueil	Consultation	Transfert	Virements	Oppositions	Services	Administration	Se déconnecter
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		374 134,91
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		360 005,05
26/12/2013	VERSEMENT				26/12/2013		319 554,61
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		300 021,83
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		269 684,10
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		266 609,93
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		249 604,19
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		214 640,00

Pages: 1 2 3 4 5 6

Retour

Rechercher Rechercher une opération sur ce compte

Télécharger Télécharger vos opérations sur ce compte

Afficher Afficher vos opérations au format imprimable (PDF)

LISTE DE VOS COMPTES: Compte societe 00300027865425602645

Valider

Plan du site | Guide en ligne ©BADR 2014

Source: Ebanking.badr.dz/fr/Guide\_ebanking.pdf.

La recherche peut s'effectuer entre deux dates (Date d'opération de début et Date d'opération de fin). Le client peut également ajouter des critères tels que le montant minimum de l'opération ainsi que le montant maximum.

### 1.7.3. Téléchargement des opérations

Le service BADRnet donne également la possibilité de télécharger les opérations sur ordinateur suivant un format de fichier préalablement sélectionné. Le client peut également obtenir directement toutes les opérations en format imprimable PDF en choisissant le format

## Chapitre 3 : l'e-banking au niveau de la direction Régionale d'exploitation de BADR n°580

PDF dans la liste déroulante du champ « Format du fichier ». Il a la possibilité de télécharger l'ensemble ou une partie de ses opérations. Deux choix de téléchargement s'offrent à lui :

- Télécharger l'ensemble des opérations : pour cela, il suffit de laisser tous les champs vides en choisissant seulement un format souhaité dans la liste déroulante
- « Format du fichier ». (Dans l'exemple ci-dessus, le format choisi est Microsoft Office Excel).
- Télécharger une partie des opérations : pour cela, entrer les critères tels que « Date d'opération de début », « Date d'opération de fin », « Montant minimum » ou « Montant maximum ». Puis cliquer sur le bouton «Télécharger» en bas de page pour confirmer l'opération (Figure 7)

Figure 07 : Accès aux téléchargements des opérations.

The screenshot shows the 'RELEVES D'OPERATIONS' page. On the left, there is a navigation menu with buttons for 'Nos Services', 'Guide d'utilisateurs', 'Messages Personnels', and 'Contactez-nous'. The main content area features a table of transactions with the following data:

Accueil	Consultation	Transfert	Virements	Oppositions	Services	Administration	Se déconnecter
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		374 134,91
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		360 005,05
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		319 554,61
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		300 021,83
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		269 684,10
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		266 609,93
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		249 604,19
28/12/2013	VERSEMENT				28/12/2013		214 640,00

Below the table, there are buttons for 'Retour', 'Rechercher', 'Télécharger', and 'Afficher'. A dropdown menu for 'LISTE DE VOS COMPTES' is visible, showing 'Compte societe 00300027865425802645'.

Source: Ebanking.badr.dz/fr/Guide\_ebanking.pdf.

### **1.8. Transfert de fichiers<sup>104</sup>**

Les fonctionnalités regroupées dans le menu « Transfert » sont exclusivement destinées aux Entreprises abonnées à BADRnet.

#### **1.8.1. Envoyez les remises à la banque<sup>105</sup>**

Le service BADRnet permet d'envoyer des fichiers de virement à la banque via le compte BADRnet. Pour ce faire, le client se rend à la rubrique « Envoyer vos remises à votre banque » dans le menu « Transfert ». La page illustrée par la figure ci-dessous apparaîtra (Figure 6).

- Afin de réaliser une opération d'envoi de remises, suivez les étapes listées ci-dessous:
- Sélectionnez à l'aide de la liste déroulante, le type de remise que vous souhaitez
- Effectuer dans le champ « Remise de » ;
- Choisissez le fichier à envoyer à la banque dans le champ « Fichier à envoyer » et ce
- En cliquant sur le bouton « Choisissez un fichier » et en chargeant le fichier que vous
- Désirez envoyer ;
- Confirmez votre transaction en signant votre envoi avec votre mot de passe personnel
- Via le clavier virtuel ;
- Cliquez sur le bouton « Envoyer » en bas à gauche pour finaliser cette opération.

Après validation et signature par mot de passe (si vous êtes habilité à signer des envois de fichiers), vous visualiserez un message de confirmation détaillant la date et l'heure de l'envoi du fichier. A ce niveau, la signature correspond à une autorisation d'envoi seulement et, en aucun cas, une signature sur le fichier de virements. Celui-ci aura le statut « en attente de 1ère signature ».

---

<sup>104</sup> Ebanking.badr.dz/fr/Guide\_ebanking.pdf.

<sup>105</sup> idem

**Figure 08 : Envoi de remises à la banque.**



Source: Ebanking.badr.dz/fr/Guide\_ebanking.pdf.

### 1.8.2. Fichiers envoyés<sup>106</sup>

Le service BADRnet permet de visualiser l'ensemble des fichiers que le client a envoyés via le menu « Vos fichiers envoyés ». Cette option permet de visualiser l'état des fichiers envoyés en affichant l'historique sous la forme d'un tableau détaillant les envois en fournissant les informations suivantes :

- La date d'envoi
- L'opération : virement
- Le compte d'émission
- Le montant global
- La devise utilisée
- Le nombre d'ordres
- L'état de la transaction

<sup>106</sup> Ebanking.badr.dz/fr/Guide\_ebanking.pdf.

### **1.8.3. Signature des lots<sup>107</sup>**

Une fois le fichier envoyé, il pourra, s'il est habilité à le faire, le signer en cliquant sur le menu « Signature des lots ». Remarquez qu'à ce niveau, le fichier a le statut « en attente 1ère signature ». Vous pourrez alors :

- Soit apposer une première signature (si vous êtes habilité à apposer une 1ère signature uniquement). Dans ce cas, le fichier passe en statut « attente de 2ème signature » ;
- Ou bien, apposer l'unique signature (si vous êtes l'unique signataire des transferts de fichiers de virements)

Dans le 1er cas, le fichier ne sera envoyé à votre banque qu'après avoir apposé la 2ème signature par une personne habilitée à le faire (un 2ème signataire ou un signataire unique). Dans le 2ème cas, le fichier est envoyé à la banque. Il aura donc le statut «Transmis pour exécution». Dans les deux cas, la procédure de signature est la suivante :

1. Cliquez sur « Signature des lots » sous « Transferts » dans le menu horizontal en haut de l'écran. Il apparaîtra un tableau récapitulatif des fichiers envoyés, celui-ci indique : Le type d'opération (virement ou prélèvement)

- Le statut (1ère signature, 2ème signature ou transmis pour exécution)
- La référence de l'opération
- Le compte émetteur (libellé du compte)
- Le montant global
- La devise de la remise
- Le nombre d'ordres dans le fichier
- Un bouton de sélection

2. Sélectionner le fichier désiré, signer grâce au bouton de sélection (dernière colonne du tableau)

3. Cliquez sur « Signer » en dessous du tableau. Il apparaîtra le détail de l'opération

4. Entrer le mot de passe en utilisant le clavier virtuel

---

<sup>107</sup> idem

5. Valider la signature en cliquant sur « Confirmer » en bas de page.

#### **1.8.4. Télécharger les comptes rendus d'exécution<sup>108</sup>**

Le service BADRnet permet de visualiser l'état de chaque ordre de virement effectué (relevé d'impayé /d'opéré) via « Télécharger vos comptes rendus d'exécution » dans le menu « Transfert ». Ce fichier est envoyé par la banque après avoir effectué les traitements bancaires des fichiers de virements envoyés (les remises). Il permet de visualiser le statut des ordres de virement. En cliquant sur « Télécharger vos comptes rendus d'exécution » puis sur le lien correspondant au fichier à télécharger, une fenêtre d'enregistrement s'ouvre automatiquement et elle permet de sauvegarder les fichiers retour.

#### **1.9. Services de BADRnet<sup>109</sup>**

Le service BADRnet offre plusieurs services aux clients à savoir :

##### **1.9.1. Impression de RIB<sup>110</sup>**

Le service BADRnet offre la possibilité d'imprimer les Relevés d'Identité Bancaire (RIB) sans avoir à se déplacer à l'agence. Le client peut imprimer un RIB pour chacun de ses comptes donnant droits. Pour ce faire, rendez-vous à la rubrique « Impression de RIB » sous « Services ». Dans la liste déroulante du champ « Compte sélectionné », le client choisit le compte pour lequel il souhaite imprimer le RIB. Il verra alors les informations relatives à ce compte apparaître. Renseigne le nombre d'impressions souhaitées (maximum 4 RIB par page A4) et confirmer en cliquant sur le bouton « Valider » en bas de page. Un aperçu du RIB à imprimer sera alors proposé, le client peut soit « Imprimer » soit « Annuler » cette opération afin de changer de compte.

##### **1.9.2. Cours des devises<sup>111</sup>**

Le service BADRnet offre la possibilité de consulter les cours des devises en vigueur, et ce via le menu « Cours des devises » sous « Services ».

---

<sup>108</sup> Ebanking.badr.dz/fr/Guide\_ebanking.pdf

<sup>109</sup> idem

<sup>110</sup> idem

<sup>111</sup> idem

### **1.9.2.1. Liste des agences<sup>112</sup>**

Le service BADRnet permet de consulter la liste de l'ensemble des agences de la banque. Ceci est possible soit via la rubrique « Liste des agences » dans le menu vertical à gauche de l'écran, soit en cliquant sur « Liste des agences » sous « Services » dans le menu horizontal en haut de page. En cliquant sur « Liste des agences ».

La liste déroulante « Votre région » permet de filtrer l'affichage des agences de la banque selon une région choisie. Il est également possible de visualiser l'ensemble des agences de la banque et ce en choisissant « Toutes les régions » dans le champ « Votre région ». Pour que la liste des agences s'affiche, il est nécessaire de confirmer votre critère d'affichage en cliquant sur le bouton « Valider ».

---

<sup>112</sup>Ebanking.badr.dz/fr/Guide\_ebanking.pdf.

## **Section 02 : Les produits du l'E-Banking proposés par la BADR**

Cette section met en avant les produits du l'E-Banking proposés par (DRN°22/2011 du 27/11/2011), selon des données collectées durant notre stage pratique au sein de l'organisme d'accueil.

### **2.1- BADR.NET <sup>113</sup>**

Il s'agit d'une panoplie de services bancaires accessible à distance via le canal « l'E-Banking » et le canal mobile Banking. Les services de la Banque à distance sont proposés en packs comme suit :

#### **2.1.1. Les PACK 1 et PACK 2 <sup>114</sup>**

Pack 1 MyBADR et Pack 2 MyBADR PREMIUM + se présentent ainsi :

##### **A.Pack 1 MyBADR**

C'est un pack gratuit permettant aux clients :

- Consultation des soldes de leurs comptes ;
- Consultation des derniers mouvements de leurs comptes.

##### **B.Pack 2 MyBADR PREMIUM**

C'est un pack payant, permettant aux client

- Consultation des soldes
- Consultation des historiques des soldes des comptes sur une durée de 3 mois
- Consultation des derniers mouvements des comptes
- Consultation des cartes et des opérations monétiques
- Téléchargement et édition des relevés de compte sur 3 mois sous différents format virement permanent en intra-banque, de compte à compte, du même client ou une faveur d'un autre client de la banque.
- Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BADR et chez les confrères
- Gestion des bénéficiaires de virements :

---

<sup>113</sup>Ebanking Badr.badr.dz

<sup>114</sup>Idem

- Commande de chéquier (2 commandes/Mois):
- Commande de carte

Afin de pouvoir bénéficier du service MYBADR le client devra être déjà abonné au service EBanking et de disposer d'un téléphone de type équipé du système IOS (IPhone) ou (Android), l'application est téléchargeable gratuitement, permettant aux clients :

- D'accéder aux soldes de comptes et à l'historique des soldes
- De consulter les opérations bancaires.
- De suivre le cours de change.
- D'être en contact permanent avec sa banque.
- De consulter le numéro d'identification bancaire (RIB).
- D'effectuer des virements de compte à compte au vers bénéficiaires.

Voire toutes nos agences sur une Mapas (Géo localisation des agences).

### **2.1.2. SMS Banking**

Un service de notification de soldes et d'opération par SMS est proposé aux clients abonnés au l'E-Banking il s'agit de :

- Notification périodique des soldes de comptes,
- Alertes SMS sur solde seuil, montant des opérations et sur solde débiteur.

**2.1.3. Identifiant ID:** Numéro unique attribué au client sur le système d'information Flexcube qui permet d'identifier le client.

**2.1.4.l'E-Mailing:** désigne l'envoi d'informations (message ou offre commerciale) par voie électronique

## **2.2. Eligibilité à l'abonnement:**

Il y a deux types de pack sont :

### **2.2.1. PACK 1 MYBADR:**

C'est un service gratuit destiné à toute personne physique de nationalité algérienne ou étrangère résidente en Algérie, titulaire d'un compte chèque courant et/ou épargne en dinars et/ou devises toutefois

- Les clients ayant uniquement un compte épargne n'ouvrent pas droit au PACK GRATUIT

tenant

- Les clients ayant uniquement un compte devises, l'ouverture d'un compte LER avec minimum 30.000 DA est exigée afin de bénéficier du pack Gratuit .
- Les clients ayant uniquement un compte courant -chaque doivent avoir un revenu régulier pour bénéficier du pack gratuit.

### **2.2.2. PACK 2 MyBADR PREMIUM:**

C'est un service payant destiné à toute personne physique de nationalité algérienne ou étrangère résidente en Algérie. Sont éligibles au pack MyBADR PREMIUM toutes les catégories de clientèle

- Particuliers salariés titulaires d'un compte chèque, épargne ou devises ;
- Professionnels personne physique commerçante ou exerçant une activité commerciale

### **2.2.3. Frais d'abonnement et d'utilisation du service MyBADR PREMIUM**

- Les frais d'abonnement et d'utilisation des fonctionnalités du service BADR PREMIUM seront prélevés automatiquement conformément aux conditions générales de banque en vigueur :
- Les frais sont comptabilisés sur le compte courant pour les professionnels et sur le compte chèque pour les particuliers. Toutefois, les clients particuliers ayant épargne et/ou devises l'ouverture d'un compte chèque est exigée pour le prélèvement des frais liés au service MyBADR. uniquement un compte ;
- Les frais d'abonnement au service MyBADR PREMIUM sont annuels ;
- Les frais perçus par la banque ne sont pas remboursables dans le cas de résiliation ;
- En cas d'indisponibilité du solde sur le compte client pour le prélèvement des frais de renouvellement, au bout de vingt et un (21) jours à compter de l'échéance de la convention, le service est résilié par défaut.
- Ceci étant la souscription d'une nouvelle convention s'impose pour bénéficier du service à nouveau.

#### **2.2.4. Objectif de MYBADR**

La présente procédure a pour objet de décrire les modalités pratiques de commercialisation en agence du service e-Banking dans sa version avancée « MYBADR » , pour les particuliers et les professionnels et notamment en ce qui a trait au point suivant :

- Les types d’offres ;
- Les fonctionnalités
- L’éligibilité et condition d’accès au service ;
- L’abonnement et les conditions contractuelles ;
- Les exigences sur les catégories de comptes ;
- Les modalités techniques (schémas comptable, mode opératoire. Etc).

#### **2.2.5 Etape souscription au service du MYBADR**

La procédure d’inscription au service MYBADR se résume ainsi :

##### **A . Etape 1 : Vérification d’usage**

A la réception du client pour la souscription d’un abonnement MYBADR, le chargé de la clientèle :

- S’assure de l’identité du client et que ce dernier dispose au moins d’un compte auprès des guichets de la BADR ;
- Vérifie l’existence du numéro de téléphone et l’adresse mail. dans le cas contraire , le chargé de clientèle recueille le numéro de téléphone et l’adresse mail du client .dans cas ,pour les clients créés sous l’indice agence , le chargé de clientèle met à jour les informations manquantes sur l’écran STDCIF .
- Vérification que tous les comptes du client sont rattachés au même identifiant ID (CIF )
- Vérifie la disponibilité du solde sur le compte dinars de facturation désigné par le client pour le prélèvement des frais d’abonnement aux services de MYBADR PREMIUM conformément aux conditions générales de banque en vigueur .dans le cas contraire , le chargé de clientèle invite le client à alimenter son compte de facturation

**B. Etape 2 : enregistrement de la convention d'abonnement au service MYBADR**

Pour la saisie d'une nouvelle convention d'abonnement ou l'actualisation d'une convention déjà existant, le charge de la cliente le accède à son compte sur l'adresse web de MYBADR ([https://mybadr .badr.dz](https://mybadr.badr.dz) ) ;et procédé à la souscription d'abonnement des clients selon le mode opératoire come suit :

- Menu ;
- Intégration ;
- Gestion des utilisateurs ;
- Clique sur :créer ;
- Type d'utilisateur : particulier ;
- Renseigner l'ID partie (CIF CLIENT) ;
- Clique sur : recherche ;
- Puis clique sur : créer ;
- Renseigner le nom d'utilisateur que le client choisira ;
- Choisir le segment et les rôles globaux ;
- Saisie limites : global ;
- Cocher les points de contact : mobile application et internet ;
- Puis enregistrer et confirmer l'enregistrement.

A l'enregistrement du contrat, le client recevra une notification par sms contenant son identifiant ainsi qu'un lien sur sa boite mail permettant de procéder à la création de son mot de passe sur la plateforme du service.

**c. Etape 3 : Edition de la convention d'abonnement**

**Le charge de clientèle :**

- Affiche la convention d'abonnement sur BADR IMTIYAZ à travers la rubrique : My BADR opération édition de la convention d' abonnement ;
- Edite la convention d'abonnement au service MYBADR, a partie de BADR

IMTYAZ en deux exemplaire ;

- Remet les deux exemplaire au client pour approbation en portant la mention « LU et APPROUVE ».et signature .
- Presente les exemplaire signes par le client au le directeur pour vérification et signature ( cachet de l'agence et griffe)
- Remet au client un exemplaire de la convention d'abonnement MyBDR signée par les deux parties
- Conserve une copie du dossier à son niveau

### **2.2.6. Renouvellement des abonnements au service MY BADR**

La convention d'abonnement au service « MyBADR » est annuelle, elle reconduction (renouvellement automatique).

#### **2.2.6.1. Résiliation de la convention d'abonnement au service MyBADR :**

En deux étape comme suit :

##### **A. Etape 1 : Vérifications d'usages**

Le client abonné au service MyBADR se réserve le droit de résilier sa convention d'abonnement un (01) mois minimum avant la date d'expiration de la convention.

La résiliation de l'abonnement s'effectue soit :

- Par lettre recommandée avec accusé de réception, adressée à l'agence ;
- Ou en agence en formulant une demande de résiliation ou renseignant la formulaire résiliation disponible en agence.
- Accuse réception de la demande ou remet au client le formulaire de résiliation édité sur BADR de IMTIYAZ, pour signature.
- Effectue les vérifications d'usage (identité du client, signature, frais)

##### **B. Etape 2: Formalisation de la résiliation**

Le chargé de clientèle:

- Edite le formulaire demande de résiliation en deux exemplaire à travers BADR

IMTIYAZ ;

- Remet au client << le formulaire de résiliation >> pour approbation et signature ;
- Soumet la résiliation au superviseur ou directeur d'agence pour validation et autorisation ;
- Avant d'apposer son visa, le superviseur ou directeur d'agence doit examiner les motifs de la résiliation et s'engage dans une démarche de maintien du client ;
- Remet au client un exemplaire de la demande de résiliation de la résiliation de la convention d'abonnement MYBADR signé.

**C. Etape 3: Enregistrement de la résiliation.**

Accède à son compte sur l'adresse web de MyBADR; et procède opératoire à la résiliation de l'abonnement des clients comme suit :

- Menu
- Intégration
- Gestion des utilisateurs
- Choisir : type d'utilisateur
- Renseigner le nom d'utilisateur ou le ID partie
- Cliquer sur rechercher
- Puis cliquer sur statut de l'utilisateur accordé (le stylo)
- Puis cliquer sur le bouton <<< accordé >> pour le rendre <<< Révoqué >>
- Puis cliquer sur confirmer.
- Se connecter à Flexcube et procéder via l'écran SIDTRONL à la fermeture de l'instruction permanente (WEBP/WEBR/WBIP/WEBI) relative au prélèvement des commission (souscription et renouvellement).

### **2.2.7. Réactivation de service après résiliation**

En cas d'une demande du client pour bénéficier du service MyBADR à nouveau (réactivation de son abonnement au service MyBADR) après une résiliation du contrat le charge de la clientèle :

Accède à son compte sur l'adresse web de MyBADR et procède à le service du l'abonnement du client comme suit :

- Menu ;
- Intégration ;
- Cliquer sur gestion des utilisateurs
- Choisir le type d'utilisateur Particulier ;
- Introduire l'identifiant du client ;
- Cliquer sur Rechercher

Puis le résultat de recherche s'affiche ;

- Aller à statut de l'utilisateur :
- Puis cliquer sur le stylo encadré ;
- Cliquer sur le bouton : Révoqué pour changer le statut de l'utilisateur
- Cliquer sur soumettre
- Le statut de l'utilisateur devient : Accordé
- Editer un nouveau contrat. (Voir étape 3)

### **2.2.8. Changement de Pack**

Dans le cas d'une demande du client pour bénéficier d'un changement de pack la chargé de clientèle

Accède à son compte sur l'adresse web de MyBADR <https://mybadr.badr.dz> et procéde de la modification du pack comme suit :

- Menu ;
- Intégration ;

- Gestion des utilisateurs ;
- Choisir le type d'utilisateur : Particulier ;
- Introduire l'identifiant du client ;
- Cliquer sur Rechercher ;
- Cliquer sur Modifier ;
- Cliquer sur Segment, afin de choisir le pack souhaité ;
- Cliquer sur Enregistrer ;
- Editer un nouveau contrat. (Voir étape 3).

### **2.2.9. Informations, assistance et supports**

L'information, assistance et supports jouent un rôle important pour aide les clients a bien utilisé les services bancaire et résoudre leur problèmes rapidement

#### **2.2.9.1. Assistance Clientèle et réseau du service MyBADR par la banque à distance**

La Direction de la Banque à distance assure l'assistance au réseau sur l'utilisation du service MyBADR, la réception de réclamations liées à l'usage de l'application et ce vie l'adresse mail générique dédiée : [badr-ebanking@badr.dz](mailto:badr-ebanking@badr.dz) ou par téléphone BADR Ittisal021 989 323

La Direction Banque à Distance est ainsi chargée d'assister le réseau d'exploitation et le client sur :

- Le déblocage des cessions utilisateurs des clients ;
- La réinitialisation des mots de passes lors de la souscription ;
- -L'assistance à la souscription au service ;
- Aide et guide le client à l'utilisation de l'application lors de la navigation ;
- La récupération des tentatives de connexions abandonnées lors de la souscription pour relancer le client. ;

La Direction Banque à Distance interagit également auprès des servis informatiques pour le compte du réseau d'exploitation, sur toutes les questions technique pouvant altérer le bon fonctionnement de l'application lors de l'utilisation de MyBADR pour leur lors de

l'utilisation de MYBADR pour leur prise en charge.

### **2.2.9.2 Supports**

Une rubrique MyBADR est mise à la disposition des chargés de clientèle sur BADR IMTIYAZ Rubrique INFORMATIONS/ MYBADR afin de leur permettre de s'imprégner du service et ses fonctionnalités.

Un guide utilisateur de l'application MyBADR est également mis à la disposition de la clientèle téléchargeable via les interfaces de connexion au service MyBADR

### **2.3 Les cartes interbancaires proposées par la BADR**

Parmi les cartes offertes proposées lors de l'inscriptions au service BADR.NET

#### **2.3.1-Carte interbancaire (CIB)**

La carte CIB de la BADR est une carte interbancaire adossée au compte chèque, elle permet d'effectuer les opérations bancaires suivantes :

- Le retrait sur tous les automates de la place bancaire
- Le paiement en ligne.
- Le paiement de proximité sur les Terminaux de Paiement Electroniques (TPE)
- La consultation du solde du compte sur les automates DAB et GAB de BADR
- Une panoplie d'autres fonctionnalités sont disponibles via les automates GAB et DAB

##### **a. Les avantages de la carte interbancaire (CIB)**

- La carte CIB est totalement gratuite
- Valide pour une durée de trois ans
- Elle simplifie et sécurise les opérations de paiement et de retrait
- Disponible 24h/7j via les automates DAB et GAB

Encore plus de sécurité grâce au service SMS Card :

- Notification par SMS du solde du compte
- Notification par SMS des opérations effectuées avec la carte en temps réel

**b. Les types de cartes interbancaires (CIB)**

➤ **B.1La carte classique**

Elle fournit des services de retrait et de paiement interbancaire à ses clients conformément aux certaines normes fixées par la banque pour un salaire est inférieur à 100 000 DA/mois.

**Figure 09 : carte CIB classique**



Source : [www.badr.dz](http://www.badr.dz)

➤ **b.2La carte CIB gold**

Offert aussi à la clientèle en fonction des critères définis, ses plafonds sont plus importants pour un salaire supérieur ou égal à 100 000DA/ mois.

**Figure 10 : carte CIB GOLD**



Source : [www.badr.dz](http://www.badr.dz)

➤ **b.3Cartes Mastercard**

Une carte Mastercard est un moyen de paiement électronique mondialement accepté qui permet d'effectuer des achats en magasin, en ligne, et de retirer de l'argent. Elle offre des avantages tels que la sécurité, la praticité et l'accès à divers services et assurances, notamment lors de voyages à l'étranger.

➤ **b.3.1 Les Avantages de cartes MASTERCARD**

Voici quelques avantages clés d'une carte Mastercard :

- Acceptation mondiale:
- La carte Mastercard est reconnue dans de nombreux pays et territoires, facilitant les paiements et retraits partout dans le monde.
- Sécurité:
- Mastercard propose des mesures de sécurité comme 3D Secure pour les paiements en ligne et des assurances voyages pour vous protéger lors de vos déplacements.
- Paiement sans contact:
- La technologie NFC permet de payer sans contact pour les achats de moins de 50€, rendant les transactions rapides et pratiques.
- Accès à des services exclusifs:
- Certaines cartes Mastercard offrent des avantages comme le programme Mastercard TravelRewards, qui permet de bénéficier de réductions et de cashback chez les commerçants partenaires.
- Gestion financière

➤ **b .3.1.1.Types de carte de Mastercard**

Il existe deux type de Mastercard :

➤ **1.1 Mastercard classique**

Une carte Mastercard internationale de débit ou de crédit (selon le contrat avec la banque), émise par la BADR. Elle permet aux clients de réaliser des paiements à l'international, en magasin comme en ligne, ainsi que des retraits en devises.

**Figure 11 :Mastercard classique**



Source : [www.badr.dz](http://www.badr.dz)

➤ **1.1.1Avantage de cette carte :**

- Acceptée dans le monde entier (réseau Mastercard).
- Utilisable pour les achats en ligne (ex : e-commerce, réservations).
- Paiements et retraits à l'étranger, pratiques pour les voyageurs.
- Sécurité renforcée : puce EMV, code PIN, protection 3D Secure.
- Suivi via e-relevés ou application mobile de la BADR.

➤ **1.2 La Mastercard Titanium**

La carte Titanium est une carte Mastercard prépayée, également délivrée par la BADR. Elle est rechargeable en dinars convertibles et permet des dépenses limitées au solde disponible, ce qui en fait un outil idéal pour le contrôle budgétaire.

**Figure 11 : Mastercard Titeriom**



Source : [www.badr.dz](http://www.badr.dz)

➤ **1.2.1 L'Avantage de cette carte :**

- Utilisation sécurisée : aucun découvert possible, donc maîtrise des dépenses.
- Idéale pour les achats en ligne et les paiements internationaux.
- Rechargeable à tout moment en agence ou via l'espace client.
- Convient aux étudiants, voyageurs ou utilisateurs occasionnels.
- Protection en cas de perte ou vol, dans certaines conditions.

➤ **2. Carte CBRI**

CBRI signifie "Carte Bancaire à Retrait et/ou à usage Interne".

Elle permet principalement :

- Le retrait d'argent aux guichets automatiques (DAB/GAB) de la BADR.
- Des opérations limitées à l'intérieur du réseau BADR, sans forcément être utilisable chez d'autres banques ou à l'international.
- Elle est souvent destinée aux clients réguliers pour un usage local.

**Figure 12 : carte CBRI**



Source : [www.badr.dz](http://www.badr.dz)

➤ **3.Carte Tawfir**

C'est une carte associée à un compte d'épargne (« tawfir » signifie « épargne » en arabe).

Elle permet :

- De consulter le solde de son compte épargne.
- D'effectuer certains retraits ou virements entre comptes, selon les restrictions de la banque.
- Elle n'est généralement pas utilisée pour les paiements directs chez les commerçants.

**Figure 13 : catret awfir**



Source : [www.badr.dz](http://www.badr.dz)

### **Section 03: Présentation du guide d'entretien et la méthodologie de l'étude**

Dans cette section, nous présenterons les différentes étapes de ce travail, en présentant notre guide d'entretien. Le but de cette étude, ainsi que les entrevues réalisées pour récolter les données nécessaires pour répondre à notre problématique.

#### **3.1-Le guide d'entretien**

Dans notre travail nous avons choisi de mener un entretien sur le terrain ce qui s'adapte le mieux à notre thème de recherche pour obtenir les réponses attendues. Pour ce faire, le guide d'entretien est donc un moyen pratique pour collecter efficacement des informations c'est aussi un outil pertinent d'analyses des données recueillies, il implique aussi des objectifs clairs, une méthodologie et une organisation rigoureuse, une planification précise.

Un guide d'entretien a pour rôle de structurer une entrevue dans le cadre d'un travail de recherche, afin d'obtenir les éléments nécessaires. Concrètement, il s'agit donc d'un document qui va cadrer le contexte et le déroulement de l'entretien, et qui va lister les questions à poser ou bien les thèmes à aborder lors de cet entretien.

Il s'agit d'un guide d'entretien semi-directif permettant de collecter des informations, dans lequel les interrogations sont préparées et posées aux interviewés de façon à leur laisser s'exprimer plus librement.

#### **3.2-L'objectif de l'étude**

Le but principal de cette étude est de récolter des informations qui apportent des explications ou des éléments de réponses à notre problématique initiale.

Afin d'atteindre ce but nous avons réalisé un guide d'entretien, qui a été introduit auprès d'un chargé d'études technicien principale de la ALE de la BADR tiziouzou « 580 »

#### **3.3. La conception et structure du guide d'entretien**

Ce point traite la conception et la structure du guide d'entretien :

##### **a-La conception du guide d'entretien**

En réponse à notre problématique de recherche, nous avons élaboré un guide d'entretien à travers une enquête de terrain adressée à un responsable de la banque, l'objectif de ce guide est d'identifier la portée actuelle de l'E-Banking à la BADR .

### **b-La structure du guide d'entretien**

Notre guide d'entretien s'adresse à un chargé d'études technicien principale de la A.L.E de la N° 580 , il comprend 13 questions ce qui nous a permis de collecter des informations pour réaliser l'objectif de notre étude.

- Situation actuelle du l'E-Banking au sein de la BADR
- Attitude affichée envers les services bancaires par Internet.
- Progression dans la démarche relation client après l'introduction de l'E-Banking
- Prédilection à adopter l'E-Banking

### **3.4- L'analyse des réponses obtenues à travers le guide d'entretien**

Suite au guide d'entretien élaboré pendant mon stage pratique, voici les réponses collectées après les avoir posés au chargé d'études technicien principale de la A.L.E de la BADR de la N° 580 :

- Situation actuelle du l'E-Banking au sein de la BADR
- Attitude affichée envers les services bancaires par Internet.
- Progression dans la démarche relation client après l'introduction de l'E-Banking
- Prédilection à adopter l'E-Banking

### **3.5.L'analyse des réponses obtenues à travers le guide d'entretien**

Suite au guide d'entretien élaboré pendant mon stage pratique, voici les réponses collectées après les avoir posés au chargé d'études technicien principale de la A.L.E de la BADR de la N°580 :

Q1/ Depuis son lancement du l'E-Banking a-t-il connu une croissance significative ?

Depuis son lancement du l'E-Banking les services à connu une croissance et sont utilisations est très répondeu de la part de la clientèle car le dernier fais gagner beaucoup de temps et leurs évitent souvent le déplacement vers la banque.

Q2 /quels objectifs votre banque vise-t-elle à attendre grâce à ses services de banque en ligne ?

Les objectifs de la BADR sont

### **Chapitre 3 :l'e-banking au niveau de la direction Régionale d'exploitation de BADR n°580**

---

- La facilitation de l'accès de la clientèle leurs compte ;
- La réduction de les charges sur les agences bancaire ;
- La simplicité des opération de la clientèle.

Q3 /Est ce que l'adoption du l'E-Banking est productif ? et est t'il avantageux pour votre banque?

L'adaptation du l'e-Banking est productif car il génère à la banque des profil de commission.

Oui, ce service est avantageux car :

- On observe une augmentation des demandes d'inscription des clients.
- Baisse de surcharge au niveau des guichets.
- C'est un service peu couteux.

Q4 /comment l'e- banking influence-t-il la performance organisationnelle de la banque ?

L'e-Banking permet à la clientèle de gérer les comptes en ligne ce qui réduit les fluet de sur la banque de ce fait permet à la banque une organisation mieux.

Q5 /L' extension du l'e-Banking au services de caisse contribue -t-elle à amélioration la gestion de flux de trésorerie et la comptabilité de la banque ?

Oui, de nombreuses erreurs on put être détectées et corrigées, le temps précédemment perdu à la caisse sera investi ailleurs, le service apporte donc des améliorations significatives à la banque dans son ensemble.

Q6/ Quelles sont les services du l'e-banking propose par votre banque ?

Les services du l'e-Banking sont nombreux

- Virement
- Consultation
- Demande de carte
- Demande de chaque
- Impression historique

Q7/Est-ce que l'application MYBADR est plus avantageuse que les services fournis par la banque traditionnelle en matière de rentabilité ?

L'application MYBADR ne remplace pas les services traditionnels de la banque, mais elle les complète efficacement. En offrant un accès numérique aux services bancaires, MYBADR permet aux clients de gagner du temps, de suivre leurs opérations en temps réel et de gérer leurs comptes à distance, sans avoir besoin de se déplacer en agence. Cela améliore la productivité et réduit les coûts liés aux opérations classiques. De plus, elle offre une meilleure accessibilité aux services bancaires, notamment en dehors des horaires d'ouverture des agences, ce qui contribue à une gestion plus rentable et optimisée des finances personnelles ou professionnelles.

Q8/Quel sont les Différents types de cartes que votre banque offre à ses clients ?

Les différents types de carte :

Les carte qui utilisé pour les comptes en dinar algérien

- CBRI ;
- CIB CALSSIQUE ;
- CIB GOLD ;
- CARTE D'AFFAIRE CLASSIQUE ;
- CARTE D'AFFAIRE GOLD ;
- CARTE TAWFIR

Les carte qui utilisé pour les comptes en euro

- MASTER CARTE CLASSIQUE ;
- MASTER CARTE TITERIOM ;

Q9 /Comment traite vous les demandes d'adhésion à l'e-Banking au sien de votre agence ?

La réception du client par le charge de clientèle qui saisi le contrat d'adhésion, le client recoins sont mode passe d'adhésion, introduit leur propre mode passe et signe un contrat d'adhésion qui renouvelle chaque années.

Q10/Comment jugez-vous le degré d'importance que la direction de votre banque accord à

### ***Chapitre 3 :l'e-banking au niveau de la direction Régionale d'exploitation de BADR n°580***

---

cette nouvelle innovation dans l'offre des produits bancaire et financiers à vos clients ?

La direction accorde une attention particulière à ce produit innovant, consciente de son rôle stratégique dans la modernisation de l'offre bancaire. Elle s'implique activement dans son développement, son suivi et son amélioration continue. Cette implication se manifeste par l'allocation de ressources humaines et techniques dédiées, ainsi que par la mise en place de dispositifs de communication et de sensibilisation auprès des clients.

Par ailleurs, la direction œuvre pour une généralisation à grande échelle de cette innovation, avec pour objectif d'intégrer progressivement l'ensemble des clients à cette nouvelle solution, tout en garantissant un haut niveau de qualité de service. Cette démarche s'inscrit dans une stratégie plus large de transformation numérique de la banque, visant à renforcer sa compétitivité et à mieux répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée et exigeante.

Q11/ Quelle sont les Principales contraintes qui limitent le développement du l'e-banking à la BADR ?

La principale contrant est souvent un problème de bon réseau internet qui ne facilite pas un excès fluide règlement. Le principal frein au développement du l'e-Banking à la BADR est la mauvaise qualité du réseau Internet, surtout dans certaines régions. Cela rend difficile l'accès rapide et fluide aux services en ligne. Ce problème technique empêche les clients d'utiliser efficacement les services du l'e-Banking, comme les paiements ou la consultation des comptes. De plus, le manque de sensibilisation des clients et parfois de formation du personnel complique encore plus le développement de ces services.

Q12/ la BADR a-t-elle atteint ses objectifs en matière du l'e-Banking ?

La BADR œuvre toujours pour une meilleure position de se produit du l'E-Banking sur le marché apporte au quotidien des amélioration pour la réussite de son produit

Q13/ Quel sont les perspectives d'avenir pour l'e-Banking à la BADR ?

Le E-Banking est la voie de l'avenir. Dans la BADR l'E-Banking est devenu une évidence pour les clients utilisateurs de ce service.

### **Conclusion**

L'E-Banking est en effet un sujet d'actualité, alors que les banques s'efforcent d'innover dans la gamme de services proposés à leur clientèle, déclenchant une concurrence féroce entre les autres banques.

La BADR a lancé ce service depuis 2017, pour être à la hauteur des attentes de ces clients elle a également tenté de dématérialiser ses moyens de paiement a fin de modernisé, et ainsi suivre le développement technologique auxquels s'exerce l'activité bancaire.

Dans ce chapitre nous avons essayé de développer les notions principales qui nous ont permis de comprendre l'E-Banking en Algérie, cela à travers l'élaboration d'un guide d'entretien mené au sein de la direction régionale d'exploitation de la BADR N°580 de TiziOuzou.

D'après le guide, d'entretien nous constatons que la DRE N°22 /2011 de la BADR accorde beaucoup d'importance à la banque à distance (l'E-Banking) car la mise en place des services de la banque en ligne au niveau de la BADR une influence positive sur la satisfaction des clients et beaucoup l'on adopté dans leurs transactions.

## *Conclusion générale*

## Conclusion générale

---

L'évolution rapide du secteur bancaire et financier, sous l'impulsion de la mondialisation et des avancées technologiques, a profondément transformé les pratiques et les attentes des clients. Dans ce contexte, l'e-banking s'est imposé comme une réponse stratégique majeure, permettant aux institutions bancaires, à l'instar de la BADR de TiziOuzou, de s'adapter à une concurrence accrue et de rationaliser leurs opérations. Cette étude a permis d'analyser en profondeur les services offerts par l'e-banking, ses avantages pour la clientèle et la banque, ainsi que les inconvénients et les défis rencontrés dans le contexte algérien.

Nos investigations ont démontré que l'e-banking offre une gamme étendue de services essentiels, tels que l'accès aux comptes, les virements de fonds, le paiement de factures en ligne et la consultation des offres bancaires, le tout accessible en un simple clic. Ces fonctionnalités répondent aux besoins d'une clientèle moderne, en quête de commodité, de rapidité et d'efficacité, notamment ceux qui manquent de temps pour se déplacer en agence ou souhaitent éviter les files d'attente. Pour la BADR de TiziOuzou, l'adoption de l'e-banking a non seulement contribué à l'amélioration de son image et de la qualité de son service, mais a également permis de répondre aux exigences croissantes de sa clientèle en matière de sécurité et de satisfaction, tout en allégeant la charge des guichets.

Les résultats de notre enquête, notamment l'entretien mené avec un cadre de la direction régionale d'exploitation de la BADR de TiziOuzou, confirment une perception globalement positive de la pratique du l'e-banking par la majorité des clients. La confiance établie par la BADR dans l'utilisation de ses services bancaires en ligne, soulignant la commodité, la rapidité et la sécurité des transactions, est un indicateur clé de la réussite de cette transition numérique.

Cependant, il est crucial de noter que cette transformation n'est pas exempte de défis. Certains clients ont exprimé des préoccupations ou des réticences, soulignant la nécessité pour la BADR de rester attentive à ces appréhensions et de poursuivre ses efforts pour améliorer continuellement ses services en ligne, afin de garantir une inclusion numérique complète de l'ensemble de sa clientèle.

La réalisation de ce travail de recherche a également mis en lumière certaines limites. Sur le plan théorique, nous avons été confrontés à une relative absence de littérature spécifique sur l'e-banking en Algérie, un sujet encore émergent. Sur le plan pratique, l'accès à certaines informations au sein de l'organisme d'accueil a été restreint en raison de la confidentialité bancaire, ce qui a pu limiter l'étendue de notre analyse.

## Conclusion générale

---

En dépit de ces contraintes, cette étude confirme que l'e-banking représente une tendance croissante et bénéfique pour la majorité des clients de la BADR de TiziOuzou. Il est impératif que la banque continue d'encourager cette pratique en offrant des services en ligne de qualité supérieure et un support client efficace pour accompagner les utilisateurs moins familiers avec ces technologies.

En guise de perspective, nous suggérons que de futures recherches se penchent sur une analyse plus approfondie de l'état des lieux de l'e-banking à l'échelle nationale en Algérie, afin de mieux cerner les dynamiques d'adoption, les freins persistants et les opportunités d'expansion de ces services à travers le pays. Cette voie de recherche pourrait servir de source d'inspiration et d'information précieuse pour les étudiants et les professionnels intéressés par l'avenir du secteur bancaire algérien.

# Bibliographie

---

## Bibliographies

### Ouvrages et articles scientifiques

- Barnes, S. J., & Corbitt, B. J. (2003). *The new economy: Understanding electronic banking*. Wiley.
- Benmohamed, L. (2018). *L'impact du e-banking sur la relation client dans les banques algériennes (Mémoire de master, Université de Bejaia)*.
- Brousseau, E. (2002). The governance of transactions by commercial intermediaries: An analysis of the re-engineering of intermediation by electronic commerce. *International Journal of the Economics of Business*, 9(3), 353–374.
- Carretero, S., & Rochelandet, F. (2005). Les banques en ligne : une révolution ou une simple évolution ? *Réseaux*, 23(133), 127–154.
- Cronin, M. J. (1997). *Banking and finance on the Internet*. John Wiley & Sons.
- Daniel, E. (1999). Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland. *International Journal of Bank Marketing*, 17(2), 72–82.
- Daniel, E. (1999). Provision of electronic banking services: A comparative study of traditional and electronic banking. *Journal of Banking and Finance*, 22(4), 1045–1060.
- Diniz, E. (1997). *Technologies et services financiers à distance*. Presses Universitaires.
- Dupuis, L. (2009). Les TIC et la révolution numérique (pp. 200–201). Presses Tech & Management.
- Dupuis, L. (2012). Introduction aux ordinateurs et à leurs composants (p. 33). Éditions Informatique Étudiante.
- Durand, A. (2001). L'évolution des services bancaires en Europe (p. 89). Éditions Banque & Innovation.
- Durand, A. (2013). Introduction aux télécommunications mobiles (p. 10). Éditions TechMobile.
- Faure, S. (2014). Les réseaux informatiques et la société du savoir (p. 58). Éditions Réseaux.
- Favre, L. (2011). Introduction à l'Internet et à ses enjeux (p. 60). Éditions Numérique & Société.

## Bibliographie

---

Gupta, A. (2019). Les usages courants des services bancaires en ligne en Inde rurale (Mémoire de master, Delhi School of Economics).

Lefèvre, E. (2004). La banque en ligne en France (p. 102). Éditions Financières.

Marceau, D. (2011). Les réseaux pour tous (p. 47). Éditions Réseau & Société.

Novo, C., & Sisola, S. (2013). Les mutations de la banque à l'ère du numérique . Revue Banque. <https://www.revue-banque.fr>

Ozdemir, Z. (2009). Internet banking: A new paradigm for banking services. *Journal of Financial Services*, 21(3), 45–50.

Petit, R. (2005). Innovation et banque électronique (p. 134). Presses Universitaires du Commerce.

Pigneur, Y., & Osterwalder, A. (2002). An information system infrastructure for e-business models. *Journal of Database Management*, 13(2), 15–25.

Sharma, R. (2020). L'impact du digital banking sur l'investissement personnel en Inde (Mémoire de master, Pune University).

Tamouls, A. (1994). Les nouveaux canaux bancaires (p. 88). Éditions Economica.

Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2006). *Electronic commerce: A managerial perspective* (p. 87). Pearson Education.

### **Mémoires universitaires et études de cas (Algérie et international)**

Ait Hamadouche, L. (2016). La confiance dans le système bancaire algérien : état des lieux et défis. *Revue des Sciences Humaines et Sociales*, 10(2), 85–92.

Arab, N., & Kaidi, C. (2017). État des lieux d'E-Banking au niveau des banques de la Wilaya de Bejaia (Mémoire de master, Université de Bejaia).

Belal, T. (2020). Mémoire sur le E-Banking en Algérie, p. 42.

Belkacem, Y. (2021). Modernisation et enjeux de la banque électronique en Algérie (Mémoire de master, Université de Sétif).

Bendib, S. (2014). Les défis de la bancarisation électronique en Algérie (Mémoire de master, Université d'Alger 3).

Benkhelifa, L. (2021). La digitalisation des services bancaires : enjeux et perspectives dans les pays en développement (Mémoire de Master, Université de Bejaia).

## Bibliographie

---

DENOËL, C. (2008). L'e-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? (Mémoire de master, Université de Liège).

Kaci, R. (2017). L'impact des technologies numériques sur les services bancaires en Algérie (Mémoire de master, Université de TiziOuzou).

Kumar, S. (2018). L'intégration des services bancaires numériques aux services publics en Inde (Mémoire de master, University of Mumbai).

Mekki, S. (2020). La transformation digitale du secteur bancaire. Éditions universitaires, Alger.

Mellouk, N. (2020). La transformation digitale du secteur bancaire en Algérie : enjeux et perspectives (Mémoire de Master, Université de Tlemcen).

Sharma, P. (2020). Utilisation des services bancaires numériques dans la vie quotidienne (Mémoire de licence, Université de Mumbai).

### Rapports

Association Française des Banques (AFB). (2001). L'internet bancaire : nouveaux services, nouveaux enjeux. Paris.

Banque d'Algérie. (2023). Rapport annuel sur la situation monétaire et financière. <https://www.bank-of-algeria.dz>

Banque de France. (2021). Les services bancaires à l'ère du numérique.

Banque de France. (2022). Le rôle des moyens de paiement dans la transformation bancaire.

Banque des Reglements Internationaux (2020). The digitalization of banking and the role of fintechs. <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap113.pdf>

Department for International Development (DFID). (2006). Access to financial services in developing countries. <https://www.gov.uk/government/publications>

OCDE. (2021). Digital financial services: Overview and policy guidance.

Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE). (2020). Digital disruption in banking and its impact on competition. <https://www.oecd.org>

PwC. (2021). AI in Banking: Transforming Customer Engagement.

### Sites web

Algérie Poste. (2017). Lancement de la carte Edahabia. <https://www.poste.dz>

## Bibliographie

---

Ebanking Badr.(n.d.).Guide des services e-banking.  
[https://ebanking.badr.dz/fr/Guide\\_ebanking.pdf](https://ebanking.badr.dz/fr/Guide_ebanking.pdf)

GIE Monétique Algérie. (n.d.). Les terminaux de paiement électronique (TPE).  
<https://www.giemonetique.dz>

JeRetiens.net. (s.d.). Histoire de la banque en ligne. <https://jeretiens.net/histoire-de-la-banque-en> [en](#) Algerie360. (2018, 24 avril). Banxy : la première banque 100% mobile en Algérie.  
<https://www.algerie360.com/banxy-la-premiere-banque-100-mobile-en-algerie-est-lancee-par-natixis-algerie>

Ministère de la Poste et des TIC. (2013). Stratégie nationale E-Algérie 2013.  
<http://www.egov.dz>

SATIM. (n.d.). Présentation des services monétiques. <http://www.satim.dz>

# *Table des matières*

# Table des matières

---

*Remerciement*

*Dédicace*

*Liste des abréviations*

*Liste des tableaux et des figures*

*Sommaire*

*Introduction générale* ..... 1

## Chapitre 1: cadre conceptuel et théorique du l'e- banking

**Introduction**

**Section 1 : Le cadre conceptuels du l'e-Banking** ..... 5

1.1 La Technologie d l'Information et de la Communication ..... 5

1.1.1. Les outils des TIC..... 6

1.1.1.1 Les ordinateurs ..... 6

1.1.1.2 Le téléphone portable ..... 7

1.1.1.3 Définition des réseaux ..... 7

1.1.1.4.L'internet ..... 8

1.2.1.Définitions du l'e-Banking ..... 9

1.3.L'historique du l' E-Banking ..... 11

1.3.1. Les prémices du bancaire à distance (années 1980)..... 11

1.3.2. Naissance des banques en ligne (années 1990) ..... 11

1.3.3. Diversification et montée en puissance (années 2000)..... 11

1.3.4. Hybridation et concentration (années 2010)..... 12

1.4. L'expérience du l'é-banking dans certaines payses ..... 12

1.4.1. La banque en ligne en Amérique..... 12

1.4.2. La banque en ligne en Europe ..... 13

1.4.3. La Grande-Bretagne ..... 13

## Table des matières

---

1.4.4. La France .....	13
1.4.5. La banque en ligne sur le continent Africain .....	14
1.4.5.1 En Afrique du Nord .....	14
1.4.5.2. Le Nigéria .....	15
1.4.5.3 L'Afrique du Sud .....	15
<b>Section 02 : les formes et les services du l'E- Banking .....</b>	<b>16</b>
2.1. Les services du l'e-Banking .....	16
2.1.1. Le service de paiement de factures via l'e-banking .....	16
2.1.2. Le transfert de fonds en ligne .....	17
2.1.3. Les services liés aux cartes de crédit.....	17
2.1.4. Le pass ferroviaire : un service connecté à la banque .....	17
2.1.5. Recharger son téléphone prépayé grâce à l'Internet banking.....	18
2.1.6. L'achat de biens et services via l'Internet Banking.....	19
2.2. Canaux du l'e-Banking .....	19
2.2.1. Le téléphone Banking.....	19
2.2.2. Le PC Banking .....	20
2.2.3. L'Internet Banking .....	21
2.2.4. Les guichets automatiques bancaires (ATM/DAB) .....	22
2.2.5. Le dépôt direct .....	23
2.2.6. Les terminaux de paiement électronique (TPE) .....	23
2.2.7. Les services bancaires par téléphone .....	23
2.2.8. Les assistants virtuels et chatbots.....	24
2.3. Les formes du l'e-banking.....	24
2.3.1. Les banques traditionnelles dotées de services numériques.....	24
2.3.2. Les banques entièrement en ligne.....	24
2.3.3. Les néobanques .....	24

## Table des matières

---

<b>Section 3 : Les avantages et inconvénients du l'e-banking</b> .....	<b>25</b>
3.1. Les avantages de l'E-Banking pour la banque .....	25
3.1.1. La rapidité d'exécution.....	25
3.1.2. L'amélioration de l'offre .....	25
3.1.3. L'E-Banking permet de réduire les coûts de fonctionnement .....	26
3.1.4. La conquête de nouveaux marchés.....	27
3.1.5. Un outil pour améliorer la relation avec les clients.....	27
3.2. Les avantages du l'E-Banking pour le client .....	28
3.2.1. Une disponibilité 24h/24 .....	28
3.2.2. Une accessibilité sans frontières : vers une offre transnationale.....	28
3.2.3. Vers une diversification fonctionnelle accrue .....	29
3.3. Les inconvénients du l'E-Banking pour la banque.....	29
3.3.1. La commodité.....	29
3.3.2. Problème d'accessibilité.....	29
3.3.3. Un accès soumis à des critères plus sélectifs .....	30
3.3.4. Autres risques liés à l'E-Banking .....	30
<b>Conclusion</b> .....	<b>32</b>

## Chapitre 2

### Réalité et contexte Du l'E-Banking en Algérie

<b>Introduction</b> .....	<b>33</b>
<b>Section 1 : L'évolution du l'E-Banking en Algérie</b> .....	<b>34</b>
1.1. Système bancaire algérien.....	34
1.2. Développement du l'e-banking en Algérie.....	34
1.2.1. Contexte d'émergence du l'e-banking en Algérie.....	35
1.2.2. Premiers acteurs du l'e-banking en Algérie .....	36
1.2.3. La première expérience de banque mobile en Algérie .....	36

## Table des matières

---

1.3. L'état des lieux du l'E-banking en Algérie.....	37
1.3.1. Les services actuels du l'E-Banking dans les banques algériennes.....	37
1.3.2. Création de la Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique (SATIM).....	38
1.3.3. Les principales missions de la SATIM .....	39
1.3.4. Les activités et les avantages de la SATIM .....	40
1.3.5. L'initiative d'Algérie poste .....	41
1.3.5.1. Les cartes délivrées par Algérie-poste.....	41
1.3.6. Les phases d'évolution du l'E-Banking au niveau de la SATIM .....	42
1.3.7. Les terminaux de paiement électronique (TPE) .....	43
1.3.7.1. La définition de TPE .....	43
1.3.7.2. Banques qui utilisent les TPE en Algérie .....	44
1.3.7.3. Explication du tableau des TPE en Algérie .....	45
<b>Section 2 : Les difficultés liées au développement du l'E-Banking en Algérie .....</b>	<b>47</b>
2.1. Facteurs freinant le développement du e-Banking en Algérie .....	47
2.1.1. Le cadre environnemental .....	47
2.1.1.1. Environnement institutionnel : .....	47
2.1.1.2. Caractéristiques de la clientèle .....	47
2.1.1.3. Infrastructure technologique nationale.....	48
2.1.1.4. Problématique d'accessibilité.....	48
2.1.1.5. Pressions concurrentielles .....	49
2.1.2. Cadre technologique.....	49
2.1.2.1. Bénéfices et coûts perçus .....	49
2.1.2.2. Risques perçus.....	50
2.1.3. Le cadre organisationnel .....	50
2.1.3.1. Aspect innovateur des organisations .....	50

## Table des matières

---

2.1.3.2. Confiance et crédibilité .....	50
2.1.3.3. Disponibilité des ressources .....	51
<b>Section 03 : les mesures adéquates au développement du l'E-Banking en Algérie .....</b>	<b>51</b>
3.2.1. Renforcement des compétences internes et sensibilisation des usagers au l'E-Banking.....	51
3.2.1.1. Diversifier la gamme des produits bancaires Algérien.....	52
3.2.1.2. Suivre les évolutions technologiques pour renforcer la compétitivité .....	52
3.2.1.3. Mettre en place les infrastructures essentielles au développement du l'E-Banking ...	53
3.2.1.4. Renforcer la stratégie marketing des banques.....	54
3.2.1.5. Instaurer un cadre légal adapté à la banque électronique.....	54
<b>Conclusion .....</b>	<b>56</b>

### Chapitre 3

#### **l'e-banking au niveau de la direction Régionale d'exploitation de BADR n°580**

<b>Introduction .....</b>	<b>57</b>
<b>Section 1 : Présentation de La BADR, Organisation et fonctionnement général .....</b>	<b>57</b>
1.1.Création de la BADR .....	58
1.2. Quelques dates clés dans le développement de la BADR .....	58
1-3 : Organigramme de la BADR.....	59
1.4. Organisation générale de la BADR .....	60
1.5.Les Missions de la BADR : .....	61
1.6. Les Objectifs de la BADR .....	62
1.7. Généralisation des services bancaires online .....	62
1.7.1. Présentation du document BADRnet .....	62
1.6.2. Présentation de la plateforme BADRnet .....	63
1.6.3. Connexion au service BADRnet .....	64
1.7. Consultation des comptes .....	65

## Table des matières

---

1.7.1. Solde des comptes .....	65
1.7.2. Recherche d'opérations .....	66
1.7.3. Téléchargement des opérations .....	66
1.8. Transfert de fichiers .....	68
1.8.1. Envoyez les remises à la banque .....	68
1.8.2. Fichiers envoyés .....	69
1.8.3. Signature des lots .....	70
1.8.4. Télécharger les comptes rendus d'exécution .....	71
1.9. Services de BADRnet.....	71
1.9.1. Impression de RIB .....	71
1.9.2. Cours des devises .....	72
1.9.2.1. Liste des agences .....	73
<b>Section 02 : Les produits du l'E-Banking proposés par la BADR.....</b>	<b>73</b>
2.1- BADR.NET .....	73
2.1.1. Les PACK 1 et PACK 2 .....	73
2.1.2.SMS Banking .....	74
2.2. Eligibilité à l'abonnement:.....	74
2.2.1. PACK 1 MYBADR:.....	74
2.2.2. PACK 2 MyBADR PREMIUM: .....	75
2.2.3. Frais d'abonnement et d'utilisation du service MyBADR PREM UM.....	75
2.2.4. Objectif de MYBADR .....	76
2.2.5 Etape souscription au service du MYBADR .....	77
2.2.6. Renouvellement des abonnements au service MY BADR.....	78
2.2.6.1. Résiliation de la convention d'abonnement au service MyBADR : .....	78
2.2.7. Réactivation de service après résiliation .....	80
2.2.8. Changement de Pack .....	80

## Table des matières

---

2.2.9. Informations, assistance et supports.....	81
2.2.9.1. Assistance Clientèle et réseau du service MyBADR par la banque à distance .....	81
2.2.9.2 Supports .....	82
2.3 Les cartes interbancaires proposées par la BADR .....	82
2.3.1-Carte interbancaire (CIB) .....	82
<b>Section 03: Présentation du guide d'entretien et la méthodologie de l'étude .....</b>	<b>88</b>
3.1-Le guide d'entretien .....	<b>88</b>
3.2-L'objectif de l'étude .....	88
3.3. La conception et structure du guide d'entretien .....	89
3.4- L'analyse des réponses obtenues à travers le guide d'entretien .....	89
3.5.L'analyse des réponses obtenues à travers le guide d'entretien .....	89
<b>Conclusion .....</b>	<b>92</b>
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>94</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Table des matières</b>	