

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES FINANCIERES ET COMPTABILITE



Mémoire



En vue de l'obtention du Diplôme de Master en Sciences Financières et Comptabilité

Option : Finance et Banque

Thème :

L'impact de la technologie sur les services bancaires

« Cas de CPA de Tizi-Ouzou agence 120 »

Réalisé par :

M^{elle} YAHIA Lila

Dirigé par :

M^r SAIDANI Zahir

Devant le Jury composé de :

Président : Mr MEZIANI Yacine Maitre assistant classe A, UMMTO

Rapporteur : Mr SAIDANI Zahir Maitre assistant classe A, UMMTO

Examineur : Mr HABBAS Boubekeur Maitre assistant classe A, UMMTO

2023 – 2024

Remerciement

Remerciement

Tout d'abord, nous tenons à remercier Dieu de nous avoir accordées la force et le courage pour que ce travail arrive à son terme.

Nous remercions notre promoteur Mr. SAIDANI Zahir de nous avoir suivis durant toutes les phases de la réalisation de notre travail.

Nos remerciements s'adressent aussi à Mr. GOUMEZIANE Younes pour son aide précieuse et sa disponibilité pendant notre stage pratique au sein de la CPA120 TIZIOUZOU, il nous a permis d'avoir une expérience enrichissante autant sur le plan personnel que professionnelle.

Nous tenons également à remercier tout ce qui a contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce présent travail et au bon déroulement de notre stage pratique.

Dédicace

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à :

A l'homme de ma vie, mon exemple éternel, mon soutien moral et source de joie et de bonheur, celui qui s'est toujours sacrifié pour me voir réussir, à toi Mon Père que j'aime.

A la lumière de mes jours, la source de mes efforts, la flamme de mon cœur, ma vie et mon bonheur : maman que j'adore, que dieu lui procure bonne santé et longue vie.

A mon cher frère Ali

Ames chères sœurs : Souhila, Sabrina, Zineb, Sarah, Samia et Sonia que j'adore.

Et à mes petites chers neveux et nièces : Anssam, Aylan, Moussa, Romaiïssa, Malak, Amira, Ayoub, Maya, Yanis, Kamilia, Idris, Mouloud.

A tous mes amis et particulièrement mon binôme Melissa que j'ai appréciée et avec qui j'ai grand plaisir à partager cette expérience.

A Toute ma famille YAHIA

LILA

ABREVIATIONS ET LISTE DES TABLEAUX

Liste des abréviations

Abréviation	Significations
ACPR	Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution
ANSEJ	Agence Nationale de Soutien d'Emploi des Jeunes
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du Microcrédit
AADL	Agence pour l'Amélioration et le Développement du Logement
BDL	Banque de Développement Local
BEA	Banque Extérieur d'Algérie
BNA	Banque Nationale d'Algérie
BTPH	Bâtiments Travaux Publics et Hydrauliques
CPA	Crédit Populaire d'Algérie
Code QR	Quick Response Code
CCP	Compte-Courant Postal
CFCB	Compagnie Française de Crédit et de Banque
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
DARPA	Defense Advanced Research Projects Agency
DAB	Distributeur Automatique de Billets
DGA	Direction Générale Adjointe
E-BANKING	Électronique Banque
FIN TECH	Finance Technologie
GAB	Guichet Automatique de Billets
GPS	Global Positioning system (Système de Positionnement Mondial)
LPP	Location- Accession de Logement Promotionnel
M- Banking	Mobile Banking
MIT	Massachusetts Institut of Technology
OCDE	Organisation De Coopération Et de Développement Economiques
ONU	Organisation Nations Unies

PME	Porte Monnaie Électronique
RFID	Radio – Fréquency Identification
SMS	Service de Messages Courts
TCP/IP	Transmission Control Protocole/ Internet Protocole
TIC	Technologie de l'information et de la Communication
TPE	Terminal de Paiement Électronique

Liste des tableaux

Tableau N°	Titres	N° Page
01	Nouvelles définitions des TIC	26
02	L'évolution des TIC	28
03	Les services offerts par le Mobile-Banking	38
04	Genre	63
05	Age	64
06	Niveau d'instruction	65
07	Ancienneté au Crédit Populaire Algérien (CPA)	66
08	Nombre de déplacement à l'agence CPA	67
09	Temps nécessaire à l'arrivée à l'agence CPA	68
10	Ancienneté d'utilisation de la technologie proposée par le CPA pour effectuer les opérations bancaires	69
11	La technologie utilisée régulièrement pour accéder aux services proposés par le CPA	70
12	Communication de l'application et du site CPA	72
13	La fréquence d'utilisation des services en ligne ou mobile du CPA	73
14	Opération effectuée le plus sur l'application ou le site dédié (CPA).	74
15	Avis sur la sécurité des services en ligne proposés par le Crédit Populaire Algérien (CPA).	76
16	Inquiétude sur la sécurité des transactions bancaires effectuées en ligne	77
17	La technologie des services bancaires offre un gain de temps dans les opérations bancaires	78
18	Les services en ligne proposés par le CPA offrent une plus grande flexibilité dans la gestion des finances par rapport aux méthodes traditionnelles.	79
19	Le degré de pratique de la technologie dans les services bancaires par rapport aux méthodes traditionnelles.	80
20	Efforts de la banque pour promouvoir l'application et le site CPA	82
21	Le renforcement de la compétitivité entre les institutions financières par l'utilisation de la technologie.	83

22	L'impact de la technologie sur l'expérience client	84
23	Le plus grand avantage de la technologie des services bancaires proposés par le Crédit Populaire Algérien.	86
24	Entraves par rapport à l'utilisation du site et de l'application CPA	87
25	N'utilisation de la technologie dans les services bancaires a renforcé votre relation avec votre banque	89
26	Les services bancaires traditionnels en agence deviendront obsolètes à l'avenir en raison de la technologie	90

Liste des figures

Figure N°	Titres	N° page
01	L'image d'un guichet automatique bancaire (GAB	41
02	L'image d'un terminal de paiement électronique (TPE	42
03	La différence entre le système classique et le système blockchain.	44
04	Genre	63
05	Age	64
06	Niveau d'instruction	65
07	Ancienneté au Crédit Populaire Algérien (CPA)	66
08	Nombre de déplacement à l'agence CPA	67
09	Temps nécessaire à l'arrivée à l'agence CPA	68
10	Ancienneté d'utilisation des technologies proposées par le CPA pour effectuer les opérations bancaires	69
11	La technologie utilisée régulièrement pour accéder aux services proposés par le CPA	71
12	Communication de l'application et du site CPA	72
13	La fréquence d'utilisation des services en ligne ou mobile du CPA	73
14	Opération effectuée le plus sur l'application ou le site dédié (CPA).	75
15	Avis sur la sécurité des services en ligne proposés par le Crédit Populaire Algérien (CPA).	76
16	Inquiétude sur la sécurité des transactions bancaires effectuées en ligne	77
17	La technologie des services bancaires offre un gain de temps dans les opérations bancaires	78
18	Les services en ligne proposés par le CPA offrent une plus grande flexibilité dans la gestion des finances par rapport aux méthodes traditionnelles.	79
19	Le degré de pratique de la technologie dans les services bancaires par rapport aux méthodes traditionnelles.	81
20	Efforts de la banque pour promouvoir l'application et le site CPA	82
21	Le renforcement de la compétitivité entre les institutions financières par l'utilisation de la technologie.	83
22	L'impact de la technologie sur l'expérience client	85

23	Le plus grand avantage de la technologie des services bancaires proposés par le Crédit Populaire Algérien.	86
24	Entraves par rapport à l'utilisation du site et de l'application CPA	88
25	L'utilisation de la technologie dans les services bancaires a renforcé votre relation avec votre banque	89
26	Les services bancaires traditionnels en agence deviendront obsolètes à l'avenir en raison de la technologie	90

SOMMAIRE

Sommaire

Introduction générale	02
Chapitre I : Banque et services bancaires traditionnelles : théorie, pratiques et défis	
Section 01 : Cadre théorique sur la banque	07
Section 02 : Les services bancaires traditionnels	13
Section 03 : les défis de la banque dans la prestation des services traditionnels	20
Chapitre II : L'intégration de la technologie dans le secteur bancaire	
Section 01 : Les fondements de la technologie de l'information et de la communication	27
Section 02 : L'évolution des services bancaires face à l'avènement des nouvelles technologies	35
Section 03 : Les enjeux de l'utilisation de la technologie sur les services bancaires	47
Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou	
Section 01 : Présentation de l'agence d'accueil CPA (120)	55
Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête sur la transformation numérique des services bancaire au sein du CPA.....	62
Section 03 :L'impact de la transformation numérique sur l'agence CPA(120)	89
Conclusion générale	95
Bibliographie	98

INTRODUCTION GENERALE

Au cours des dernières décennies, la révolution technologique a profondément transformé notre façon de vivre, Elle a touché pratiquement tous les aspects : de la manière dont nous communiquons à la façon dont nous faisons des achats, et bien sûr, à la manière dont nous gérons nos finances.

L'un des secteurs qui a été le plus touché par cette révolution est l'industrie bancaire. Les services bancaires, qui étaient autrefois synonymes de visites régulières en agence et de transactions en espèces, ont été radicalement redéfinis par l'émergence et l'adoption généralisée des technologies de l'information et de la communication (TIC).

Cette révolution technologique a créé un paysage bancaire où l'innovation est devenue la norme. Les établissements financiers sont constamment poussés à repenser leurs stratégies pour répondre aux attentes changeantes des clients et aux nouvelles possibilités offertes par la technologie.

Cette évolution n'a pas seulement modifié la manière dont les services sont fournis, mais a également transformé la manière dont les clients perçoivent la sécurité, la commodité et la personnalisation dans leurs relations financières.

Dans cet environnement en constante évolution, les banques sont confrontées à des pressions considérables pour offrir des services plus efficaces, plus rapides et plus pratiques. Les clients s'attendent désormais à pouvoir gérer leurs finances de manière transparente et, sans les tracas des démarches administratives du passé.

Cette évolution a incité les établissements financiers à repenser leurs processus internes et à investir dans des systèmes technologiques avancés pour répondre à ces nouvelles attentes.

Les banques ont dû délaissier les méthodes manuelles traditionnelles au profit de systèmes technologiques avancés, tels que l'automatisation des tâches. Cela a permis d'accroître considérablement l'efficacité opérationnelle, de réduire les coûts et d'accélérer le traitement des transactions.

Les clients, désormais familiers avec les avantages de la technologie, attendent un niveau de service plus élevé et plus efficace. Les avantages de la technologie dans ce contexte sont nombreux. Les processus bancaires autrefois fastidieux et longs ont été rationalisés grâce à l'automatisation des tâches, ce qui a permis de réduire les délais de traitement.

L'intégration de la technologie dans les services bancaires est accompagnée de considérations importantes. Elle offre des opportunités, mais elle soulève également des questions.

Les banques doivent trouver un équilibre entre l'efficacité accrue, la sécurité, l'accessibilité et l'expérience client pour satisfaire au mieux une clientèle variée.

Cela implique de trouver un équilibre entre l'innovation technologique et la gestion prudente des défis inhérents à cette transformation.

La réussite de cette évolution dépendra de la capacité des banques à répondre de manière équilibrée aux besoins changeants de leurs clients tout en maintenant la sécurité et la fiabilité de leurs services.

De ce fait, la problématique centrale de notre recherche peut être formulée de la manière suivante :

Comment la technologie a-t-elle transformé les services bancaires ?

De cette question principale découlent les questions secondaires suivantes :

- Quels sont les principaux outils technologiques qui ont été adoptés par les banques pour transformer leurs services ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients de l'utilisation de la technologie sur les services bancaires ?

L'objectif de la recherche

L'objet de la recherche sera d'analyser l'impact de la technologie sur les services bancaires en examinant comment les nouvelles technologies ont été adoptées par les institutions financières, les changements qu'elles ont entraînés dans les services bancaires traditionnels, et comment elles ont répondu aux besoins et aux préférences des clients. La recherche se concentrera sur les différentes innovations technologiques utilisées dans les services bancaires.

Notre recherche va nous permettre de mieux comprendre comment la transformation technologique a influencé la manière dont les services bancaires sont offerts, comment elle a modifié les relations entre les banques et leurs clients, et comment elle a stimulé la concurrence et l'innovation dans le secteur financier.

En somme, l'objet de la recherche sera d'explorer comment la technologie a remodelé l'industrie bancaire et comment elle continue de façonner les services bancaires, en fournissant des informations pertinentes pour comprendre les enjeux et les opportunités liés à cette évolution numérique du secteur bancaire.

Méthodologie de recherche

Pour atteindre les objectifs fixés, nous avons suivi deux démarches, la première démarche est théorique, elle est basée sur une revue de la littérature. Elle fait appel à des ouvrages, mémoires, revues, articles liés à notre sujet de recherche.

La deuxième démarche est une démarche empirique, dans laquelle nous allons établir deux questionnaires, l'un adressé aux clientèles de la banque CPA 120 et l'autre adressé au personnel banquier.

Cette approche nous permettra de recueillir des informations concrètes sur les changements et les évolutions des services bancaires liés à l'intégration de la technologie.

En examinant les données pertinentes au niveau de l'agence CPA 120, nous pourrions mieux comprendre comment la technologie a transformé les opérations bancaires, et les interactions avec les clients.

Présentation du plan de rédaction

Afin de réaliser notre travail, nous avons adopté un plan composé de trois chapitres. Les deux premières sont d'ordres théoriques, tandis que le troisième constitue une étude empirique.

Dans le premier chapitre intitulé « Banque et services bancaires traditionnelles : théorie, pratiques et défis », nous apportons un éclairage sur la notion de banque tout en s'intéressant aux services bancaires traditionnelles et leurs défis.

Dans le deuxième chapitre intitulé « L'intégration de la technologie dans le secteur bancaire », nous étudions, tout d'abord, Les fondements de la technologie de l'information et de la communication, pour s'intéresser, ensuite, à l'évolution des services bancaires face à l'avènement des nouvelles technologies, et leurs enjeux.

Le troisième chapitre intitulé « La transformation numérique des services bancaire de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou », est réservé à une étude empirique, il constitue l'étude de terrain ayant pour cadre la Banque Crédit Populaire d'Algérie, où nous allons présenter et interpréter les résultats de notre recherche.

**CHAPITRE I : BANQUE ET SERVICES
BANCAIRES TRADITIONNELLES : Théorie
PRATIQUES ET Défis**

Introduction :

La banque est une institution financière qui joue un rôle essentiel dans nos vies quotidiennes et dans l'économie mondiale. Depuis des siècles, les banques ont facilité les échanges monétaires, les investissements et les prêts, contribuant ainsi à la croissance économique et au développement des sociétés.

Depuis l'apparition des banques jusqu'à nos jours, leurs objectif principal reste fondamentalement le même : répondre aux besoins financiers de ses clients en leur offrant une gamme complète de services et solutions adaptés à leurs besoins spécifiques.

Toutefois, malgré leur expérience établie dans le secteur financier, les banques ne sont pas à l'abri de défis dans la prestation de leurs services. Ces défis émergent dans un contexte en constante évolution. Les institutions financières doivent constamment s'adapter pour rester compétitives et répondre aux besoins changeants de la société moderne.

A fin de mieux comprendre ce qui a été dit, dans ce chapitre nous allons étudier les principes théoriques qui sous-tendent le secteur bancaire dans la première section, Ensuite, dans la deuxième section nous nous concentrerons sur les services bancaires traditionnels qui constituent le cœur de cette industrie. Dans la troisième section, nous aborderons les défis auxquels les banques sont confrontées dans la prestation de leurs services traditionnels.

Section 01 : Cadre théorique sur la banque

Le système bancaire est le pilier de l'économie d'un pays, la banque joue un rôle fondamental dans son développement. Dans cette section intitulée « Cadre théorique sur la banque » nous allons explorer les fondements essentiels du secteur bancaire. Nous commencerons par définir les principales notions, puis nous examinerons le rôle que la banque joue dans l'économie. Ensuite, nous passerons en revue les différents types de banques qui composent ce domaine diversifié. De plus, nous aborderons les risques inhérents à l'activité bancaire et l'importance de leur maîtrise pour garantir la stabilité et la pérennité du système financier.

1.1 Définition de la banque

Une banque est une institution financière qui propose une large gamme de services financiers à ses clients à fin de répondre à leurs besoins. «Les banques sont des institutions financières qui acceptent les dépôts accordent des prêts »¹.les individus et les entreprises peuvent déposer leur argent dans leurs comptes bancaires, où il est protégé et disponible pour une utilisation ultérieure, les banques ont la capacité de prêter de l'argent à des emprunteurs qui en ont besoin, que ce soit pour des besoins personnels, pour investir dans un projet ou pour financer des activités .

1.1.1 Définition juridique

«Les banques sont dès personnes morales qui effectuent à titre de profession habituel et principalement les opérations suivantes»²:

Selon l'article 110 de la loi 09.10 du 10 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, les opérations de banque comprennent :

- La réception de fonds du public.
- les opérations de crédit.
- la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci.

Pour financer l'économie les banques effectuent des opérations connexes liées à leur activité, pourvu que le montant de ces opérations ne dépasse pas le montant principal. Ces opérations concernent principalement des titres, de l'or et des devises étrangères.

1.1.2 Définition économique

«Une banque est un intermédiaire financier dans la mesure où sa fonction traditionnelle et d'octroyer des crédits et de collecter des dépôts.

¹FRÉDÉRIC MISHKIN. « Monnaie, banque et marchés financiers ». 10^{ème} Édition. Pearson, France 2013. Page 10.

²ARTICLE 114 DE LA LOI 90.10 DU 10 AVRIL 1990 RELATIVE A LA MONNAIE ET AU CREDIT.

Elle prête a moyen long terme est emprunte à court terme, mais sa spécificité tiens à son pouvoir de création monétaire ».³

La banque est ainsi un intermédiaire financier entre les déposants qui cherchent à placer leur argent en sécurité et les emprunteurs qui ont besoin de financement pour leurs projets, ce qui rend les banques uniques et spécifiques par rapport à d'autres intermédiaires financiers, c'est leur pouvoir de création monétaire. Cette capacité de création monétaire est étroitement réglementée par les autorités monétaires et les banques centrales pour éviter une création excessive de monnaie qui pourrait conduire à l'inflation. La gestion prudente de ce pouvoir de création monétaire est une responsabilité essentielle des banques pour maintenir la stabilité du système financier et de l'économie dans son ensemble.

1.2 Les destinataires des services bancaires

Les banques offrent leurs services à 3 grandes catégories de clients :

- **Aux particuliers** on entend par particulier toute personne agissant en dehors de son activité professionnelle.
- **Aux entreprises** individus ou groupement d'individus étudiés sur le plan de leur activité professionnelle.
- **Aux collectivités locales** régions, départements, communes qui gèrent de plus en plus fréquemment leurs finances comme les entreprises.

1.3 Le rôle de la banque

Les banques occupent une position centrale en tant qu'acteurs clés du système financier. Leur rôle est si fondamental qu'ils sont souvent considérés comme les piliers qui soutiennent le fonctionnement de l'activité économique.

«Les banques jouent un rôle moteur dans le financement de l'économie, et donc, dans la croissance et la création d'emplois »⁴.

D'après l'auteur, le rôle des banques est multiple :

- Elles soutiennent les projets immobiliers et de consommation des ménages avec des prêts, elles financent également le développement des entreprises grâce à des crédits.
- Elles proposent une grande variété de produits d'épargne à leurs clients, avec un rendement garanti ou non.
- Les banques mettent à disposition un réseau d'agences et de distributeurs pour faciliter les échanges quotidiens entre les agents économiques.

³LAURENCE SCIALOM « Économie bancaire ». 4^{ème} édition . Édition La Découverte, Paris, 2013. Page 12.

⁴L'APEC « -LES MÉTIERS DU SECTEUR DE LA BANQUE- » .Édition 2012 . La France, 2012. Page 08 .

- Elles accompagnent les entreprises dans leurs opérations de financement, telles que le crédit, les opérations avec l'étranger, la restructuration d'affaires familiales et l'introduction en bourse d'entreprises plus importantes.
- Les banques investissent également dans l'activité des entreprises via leur participation au capital social.
- es, grâce à des équipes d'analyses spécialisées.
- Les entreprises émettrices de titres peuvent bénéficier des services d'intermédiation financière offerts par les banques, tels que le règlement des transactions, la gestion de trésorerie et les opérations sur devis

1.4 Typologies des banques

Les banques peuvent être classées en différentes typologies en fonction de divers critères. Voici quelques-unes des principales typologies des banques :

1.4.1 La banque centrale

«Les banques centrales en le monopole d'émission des billets et des réserves détenues par les banques. Elles peuvent créer autant de monnaies quelle veulent pour acheter une quantité théoriquement illimitée de titres ou éteindre toutes dettes»⁵, donc Les banques centrales détiennent le monopole de l'émission de la monnaie fiduciaire (billets et pièces) dans un pays donné. Elles ont également le contrôle des réserves détenues par les banques, son rôle principal est de contrôler la politique monétaire et la stabilité financière d'un pays.

D'après JEZABEL Couppey la banque centrale c'est la banque des banques : « les banques disposent d'un compte à la banque centrale à partir duquel elles effectuent leur règlement entre banques»⁶, cela signifie que chaque banque a un compte auprès de la banque centrale où elle garde ses réserves financières. Ce compte sert de base pour les règlements entre les différentes banques.

1.4.2 La banque mutualiste

Une banque mutualiste, également connue sous le nom de banque coopérative, est une institution financière dont la propriété et la gouvernance sont détenues par ses membres, qui sont également ses clients. « Le principe de ces établissements et que le client détient une large majorité du capital»⁷.Donc le client de la banque possède une part importante de propriété et de contrôle sur l'institution ce qui influence sur ses activités et sa gestion.la mission principale des banques mutualistes est de s'occuper des intérêts de leurs membres, qui sont à la fois leurs clients et leurs propriétaires, leurs objectif et de répondre a leurs besoins financiers spécifiques.

⁵XAVIER RIGOT. «Les banques centrales dans la tempête».Édition Rued'Ulm. Paris 2012. Page 09.

⁶JEZABEL COUPPEY- SOUBEYRAN NIJDAM C . « Parlons banque en 30 questions ».Éditions Dagmar Rolf .Paris 2014. Page 44.

⁷LUC BERNET – ROLANDE. «Principe de technique bancaire». 25^{ème}Édition Dunod. Paris 2008. Page 15.

1.4.3 La banque d'investissement

La banque d'investissement finance les opérations à long terme également appelé la banque d'affaires «spécialisé dans les prises de participation dans l'industrie, elle se caractérise par l'importance de leur portefeuille, titre (actions, certificats d'investissements) et le montant élevé de leurs fonds propres»⁸, c'est-à-dire qu'elles investissent dans des entreprises en acquérant des actions ou des certificats d'investissements. Elles sont spécialisées dans ce type d'opérations et leur portefeuille d'investissement est souvent composé d'un grand nombre de titres, ce qui reflète leur implication importante dans le secteur financier. De plus, ces banques disposent d'un montant élevé de fonds propres, ce qui leur donne la capacité d'investir des sommes importantes dans des projets et des entreprises, ce qui les rend des acteurs clés dans les opérations financières.

1.4.4 Les banques universelles

Les banques universelles, qui sont des institutions financières offrent une large gamme de services bancaires et qui étendent même leurs activités à d'autres domaines non directement liés à la banque, «Ces banques exercent toutes les activités bancaires possibles et élargissent même leur gamme à d'autres activités non bancaires (l'assurance par exemple)»⁹.

Les banques universelles sont caractérisées par le fait qu'elles fournissent pratiquement tous les services financiers possibles à leurs clients. Cela comprend des services bancaires traditionnels tels que la collecte de dépôts, l'octroi de crédits, les services de paiement, les opérations de change, les cartes de crédit, etc. Ce qui distingue les banques universelles des autres types de banques, c'est leur capacité à élargir leur gamme d'activités au-delà des services bancaires traditionnels. Par exemple, certaines banques universelles peuvent proposer des produits d'assurance, tels que des polices d'assurance-vie, d'assurance habitation, d'assurance automobile, etc. Cela leur permet de diversifier leurs sources de revenus et de répondre aux besoins financiers de leurs clients de manière plus globale.

1.4.5 La banque de détail

Une banque de détail est une institution financière qui propose des services bancaires aux particuliers et aux petites entreprises. Son activité principale est de collecter des dépôts auprès des clients et de leur fournir des services financiers de base, «Le service de banque de détail (ou banque commerciale) s'adresse aux particuliers et aux PME. Il consiste à gérer des dépôts, fournir des moyens de paiement- chéquier, carte bancaire, virement...- et octroyés des crédits»¹⁰.

1.4.6 La banque en ligne

⁸BRANA F,CAZALAS M et KAUFFMAN P.« Monnaie, banque et finance». 5^{ème} Édition Dunod ,Paris 2016. Page 140.

⁹BRANA F,CAZALAS M et KAUFFMAN P,op Cit , Page 140

¹⁰JEZABEL COUPPEY- SOUBEYRAN NIJDAM C.« Parlons banque en 30 questions ».Éditions Dagmar Rolf. Paris, 2014. Page 21.

La banque en ligne permet d'effectuer des transactions bancaires sans avoir besoin de se rendre physiquement dans une agence, et cela grâce à l'utilisation d'internet. «Les services offerts sur le net sont les mêmes qu'en agence, mais les internautes non pas à se déplacer ni à faire la queue»¹¹.

Selon l'auteur JEAN-M et ARNAUD B : pour accéder aux services de la banque en ligne, l'utilisateur doit simplement prouver son identité en fournissant un code client et un code personnel qu'il a préalablement choisis.

1.5 Les risques de l'activité bancaires

L'activité bancaire est une activité qui se caractérise par la présence permanente du risque en raison de la nature des opérations financières qu'elle implique, les banques sont exposées à différents types de risques tout au long de leur fonctionnement.

Les risques peuvent se manifester différentes formes :

1.5.1 Le risque de crédit

Le risque de crédit c'est « le premier risque pour une banque que ses emprunteurs, entreprises, particuliers, administrations, établissements financiers fassent défaut et ne remboursent pas leurs dettes »¹², les banques subissent donc des pertes financières qui peuvent affecter sa rentabilité, sa stabilité et sa capacité à continuer à fournir des services financiers de manière saine et durable.

Donc ce risque concerne la possibilité que les emprunteurs de la banque, qu'il s'agisse d'entreprises, de particuliers, ne soient pas en mesure de rembourser leurs dettes à temps, ou pire, fassent défaut en ne remboursant pas du tout leurs obligations financières.

1.5.2 Le risque de marché

Le risque de marché, également connu sous le nom de risque financier « Le risque de marché est un risque sur le prix des actifs. C'est un risque de dépréciation et de perte avérée s'il y a vente »¹³, On comprend que c'est le risque lié aux fluctuations des marchés financiers. Il concerne les variations des prix des actifs financiers tels que les actions, les obligations, les devises, les matières premières et les produits dérivés. Ce risque peut entraîner des pertes financières pour les investisseurs, y compris les banques, les entreprises et les particuliers, qui détiennent des actifs ou des positions sur les marchés financiers.

¹¹JEAN- MBÉGUIN et ARNAUD BERNARD. « l'essentiel des techniques banque ». Édition groupe Eyrolles. Paris 2008. Page 166.

¹²JEZABEL COUPPEY- SOUBEYRAN NIJDAM C. « Parlons banque en 30 questions ». Éditions Dagmar Rolf. Paris, 2014. Page 50.

¹³KAYROTIS CATHERINE « L'essentiel de la banque ». 2^{ème}Édition, Gualino. France 2015. Page 62.

1.5.3 Le risque de liquidité

Le risque de liquidité également appelé le risque d'immobilisation est le risque associé à la capacité d'une banque à faire face à ses obligations de paiement à court terme, c'est «le risque pour une banque de ne pouvoir faire face a des demandes de remboursements de dettes a brève échéance, parce que les actifs qu'elle détient seraient insuffisamment liquides »¹⁴, donc si une banque détient des actifs qui ne peuvent pas être facilement convertis en liquidités, elle peut rencontrer des difficultés à honorer ses obligations de remboursement .

1.5.4 Le risque opérationnel

« Le risque opérationnel correspond aux pertes ou manque à gagner engendrés par des dysfonctionnements dans le déroulement de l'activité bancaire»¹⁵. Cela signifie que le risque opérationnel dans le contexte bancaire se réfère aux conséquences financières négatives résultant de problèmes, de dysfonctionnements ou de défaillances dans les opérations quotidiennes de la banque.

En d'autres termes, le risque opérationnel se produit lorsque des erreurs humaines, des défaillances de systèmes, des problèmes de technologie, des actes frauduleux, des événements imprévus ou d'autres dysfonctionnements perturbent le bon fonctionnement des activités bancaires. Ces problèmes peuvent entraîner des pertes financières pour la banque, soit par des coûts supplémentaires pour résoudre les problèmes, soit par des pertes de revenus qui auraient pu être générés sans ces dysfonctionnements.

1.6 La maîtrise des risques bancaires

C'est une phase qui implique l'évaluation de la culture du risque au sein de la banque ainsi que l'efficacité de son système de contrôle interne. La politique de gestion des risques reflète la compréhension, l'évaluation et la maîtrise des risques par l'établissement bancaire. Face à chaque type de risque, les établissements adoptent différentes approches : éviter un risque (par exemple, en évitant d'entrer sur un nouveau marché ou d'offrir certains types de services), réduire ou transférer un risque (par exemple, en utilisant des dérivés de crédit) et enfin accepter un risque¹⁶.

¹⁴SOPHIE BRANA, CAZALAS M et KAUFFMAN P. « Monnaie, banque et finance ». 5^{ème} Édition Dunod, Paris 2016. Page 145.

¹⁵ SOPHIE BRANA, CAZALAS M et KAUFFMAN P. op Cit , Page 145

¹⁶ BELLAHA Hadjer. 2014-2015. « le dispositif de Contrôle Interne au sein du système bancaire et son impact sur la Maîtrise du risque : Étude comparative » .Mémoire de Magistère en sciences commerciales. Université DJILALI LIABES de SIDI BEL_ABBES. Page 50

La maîtrise de risques pour les banques est devenue de plus en plus importante car cela vise à améliorer le processus décisionnel dans un contexte d'incertitude, en cherchant à maximiser les avantages tout en minimisant les coûts. Elle soutient également les activités qui favorisent l'innovation, en recherchant de meilleurs rendements tout en maintenant des résultats, des coûts et des risques acceptables. L'objectif est de parvenir à un équilibre optimal à tous les niveaux de l'organisation.

Section 02 : les services bancaires traditionnels

Les services bancaires jouent un rôle central en répondant aux besoins financiers des individus et des entreprises. Parmi ces services, les services bancaires traditionnels occupent une place fondamentale dans l'activité bancaire.

Dans cette section, nous allons explorer les diverses typologies de services bancaires traditionnels proposés par les banques, des l'ouverture de compte aux opérations de caisse, en passant par les prêts bancaires.

2.1 Les services bancaires

Les services bancaires et financiers regroupent l'ensemble des prestations proposées par les institutions bancaires et financiers aux clients¹⁷. Les services bancaires sont destinés à répondre aux besoins financiers des particuliers et des entreprises, ils jouent un rôle essentiel dans l'économie.

2.2 L'historique des services bancaires

L'histoire des services bancaires remonte à l'Antiquité et a connu une évolution significative au fil des siècles :

2.2.1 L'Antiquité

À l'époque de l'Antiquité, les services bancaires étaient principalement axés sur les opérations de prêt et de dépôt, mais ils étaient limités et se concentraient sur des biens spécifiques tels que les céréales. Les opérations de prêt sur marchandises se déroulaient dans les temples, et plus tard, avec l'introduction de la monnaie, elles se sont développées et ont été pratiquées par des individus civils¹⁸.

¹⁷SAM Hocine « Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie : cas de la wilaya de Tizi Ouzou ». Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de magister en science économique. Université de Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou. Page 13.

¹⁸<https://www.lafinancepourtous.com/juniors/lyceens/les-banques/les-banques-une-histoire-ancienne/> . Consulter le 14/ 07/2023.

Sous l'Empire romain, des banquiers privés ont poursuivi ces activités de prêt et de dépôt, en avançant de l'argent pour le compte de leurs clients moyennant un intérêt. Cependant, les opérations de crédit étaient encore rares à cette époque.

2.2.2 Du Moyen-âge à la Renaissance

Les services bancaires ont connu un développement significatif en raison de l'accélération des échanges commerciaux. Les banques ont joué un rôle essentiel en facilitant les achats, les ventes et le financement de biens tels que les objets précieux, les matières premières (céréales, épices, métaux) ainsi que les peaux d'animaux.

À partir du XI^e siècle, les banquiers italiens, notamment à Venise et à Florence, ont été les principaux acteurs du secteur bancaire. La première banque a été créée à Venise en 1151, et Florence est devenue une place bancaire de premier plan.

Au XII^e siècle, le développement du commerce a permis aux banques de s'implanter dans toute l'Europe. Les échanges entre l'Europe et l'Orient, les routes commerciales en Europe du Nord et l'importance des foires de Champagne et de Lyon ont favorisé l'utilisation de la lettre de paiement, puis de la lettre de change. Ces instruments facilitaient les transactions en permettant le transfert de fonds d'un endroit à un autre sans avoir à transporter de l'argent liquide.

2.2.3 De la Renaissance au XVIII^e siècle

Les services bancaires ont continué à évoluer et à se développer, en particulier à partir de la fin du XVIII^e siècle et tout au long du XIX^e siècle, période marquée par la révolution industrielle. Trois facteurs ont favorisé l'essor des banques à cette époque :

- **Le développement de la monnaie fiduciaire** : l'introduction des billets de banque a facilité les transactions commerciales en permettant l'utilisation d'une monnaie non physique.
- **La monnaie scripturale** : l'émergence des instruments financiers tels que les chèques a permis des transactions plus rapides et plus sûres, en évitant le besoin de manipuler de l'argent liquide.
- **L'utilisation de titres (actions) pour financer les entreprises commerciales**: les banques ont joué un rôle de plus en plus important dans le financement des entreprises en émettant des actions et en fournissant des services de souscription et de gestion des titres.

Cette période a également été marquée par la création de grandes banques, telles que la Société Générale et le Crédit Lyonnais en France, la Deutsche Bank en Allemagne et la Barclays Bank en Grande-Bretagne. Progressivement, l'État a commencé à encadrer l'activité des banques et à chercher à les placer sous sa tutelle réglementaire.

2.2.4 Le XXe siècle vers un nouvel essor

L'État a renforcé son autorité sur les banques et a imposé des contrôles réguliers, en particulier après la crise boursière de 1929. Aux États-Unis, le président Roosevelt a mis en place une stricte séparation entre les banques d'affaires (destinées aux grandes entreprises) et les banques de dépôts (pour les particuliers et les petites entreprises).

Dans la seconde moitié du XXe siècle, les banques ont connu un nouvel essor. De plus en plus de personnes ont ouvert des comptes bancaires, et de nouveaux segments de clientèle sont apparus, tels que les femmes, les jeunes et les enfants via leurs parents.

De nouveaux moyens de paiement ont vu le jour, tels que la carte bancaire. Parallèlement, les groupes bancaires ont connu une croissance importante. Ces établissements ont étendu leurs activités à l'échelle mondiale, en Europe, en Amérique, en Asie et en Afrique. Leurs domaines d'activité se sont diversifiés, avec des investissements dans l'industrie, l'immobilier et une présence sur les marchés financiers.

2.3 Les services bancaires traditionnels

Les services bancaires traditionnels se sont les services qui ont été proposés par les banques depuis longtemps, les opérateurs bancaires implique l'interaction en personne avec le personnel de l'agence bancaire pour fournir les documents nécessaires, remplir des formulaires et signer des contrats. La présence de ses services dans le secteur bancaire depuis de nombreuses années les a associés à une approche traditionnelle. Ils constituent des fonctionnalités de base que les clients attendent d'une banque.

2.4 Typologies des services traditionnels

Une large gamme de services traditionnels est proposée par les banques dans le but de satisfaire les attentes de leur clientèle. Parmi ces services, on retrouve :

- L'ouverture et la clôture de compte
- Les opérations de caisse.
- Les virements et les prélèvements.
- Les prêts bancaires.

2.4.1 L'ouverture de compte

Les banques permettent aux clients d'ouvrir différents types de comptes tels que des comptes de dépôts et des comptes de placement.

2.4.1.1 Le compte de dépôt

Un compte de dépôt est un type de compte bancaire qui permet aux clients de déposer et conserver des fonds. Les comptes de dépôt peuvent être classés en différentes catégories :

a. Le compte courant

C'est un compte à vue, principalement destiné aux personnes morales (les entreprises) ou aux personnes physiques exerçant une activité professionnelle, les fonds peuvent être utilisés pour effectuer des paiements et des retraits à la demande du titulaire du compte.

b. Le compte devise

Il est libellé en monnaie étrangère. C'est un compte de dépôt productif d'intérêt. La position du compte est créditrice uniquement.

c. Le compte joint

C'est un compte ouvert au nom de plusieurs personnes physiques comme partenaires ou des membres de famille et cela à partir d'un accord contractuel entre les titulaires du compte joint, chacun d'entre eux est tenu de respecter les obligations financières liées au compte, tout les titulaires sont conjointement responsables des opérations effectuées sur le compte.

2.4.1.2 Le compte de placement

Le compte de placement est un compte conçu pour investir des fonds sur différents comptes bancaires ou instruments financiers Ils peuvent être classés en différentes catégories¹⁹ :

a. Le compte à terme :

C'est un compte proposé aux clients qui leur offre la possibilité de placer une somme d'argent pour une durée fixe et de recevoir des intérêts en échange à condition que le client titulaire du compte ne retire pas l'argent avant l'échéance.

b. Le compte épargne

C'est un type de compte bancaire qui doit être obligatoirement créditeurs, les fonds sont disponibles à vue, Les retraits en espèces sont généralement considérés comme les seules transactions

¹⁹ SAIDIBE Abdoul Salam et TALBI Hakim. 2019 « L'impact des produits bancaire sur la croissance économique en Algérie : cas de la BNA Tizi Ouzou ».Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences économiques. Université Mouloud Mammeri Tizi Ouzou

autorisées, De la détention de fonds sur le compte épargne la banque offre à ses clients des rémunérations sous forme d'intérêt.

c. Les bons de caisses

Un bon de caisse est un instrument financier par lequel l'émetteur s'engage à rembourser une somme spécifiée à une date déterminée en échange d'un prêt à court terme, générant des intérêts. Les bons de caisse sont généralement utilisés par les commerçants qui déposent temporairement une somme d'argent, laquelle est rémunérée. En investissant dans un bon de caisse, vous prêtez de l'argent à votre banque, qui est l'émetteur de ce titre. Par conséquent, l'émetteur a une dette envers vous, qu'il remboursera à l'échéance, incluant les intérêts.

2.4.2 La clôture de compte

La clôture d'un compte bancaire peut découler de différentes situations, et elle constitue, tout comme l'ouverture, une décision qui engage une grande responsabilité pour le banquier. La clôture peut être initiée soit par la banque elle-même, soit par le client. Lorsqu'un client décide de clôturer son compte, cela peut être motivé par plusieurs raisons. Tout d'abord, le mécontentement à l'égard de sa banque peut jouer un rôle majeur. Si le client est insatisfait des services, des frais ou de la qualité de la relation avec sa banque, il peut prendre la décision de fermer son compte. De plus, une proposition plus avantageuse de la concurrence peut inciter le client à migrer vers une autre institution financière qui offre des conditions plus attractives. Enfin, un changement de domicile peut également entraîner la clôture d'un compte, car le client peut préférer ouvrir un compte dans une banque plus proche de sa nouvelle résidence²⁰, la banque respectera sa demande et procédera à la fermeture du compte conformément aux procédures établies. La banque travaillera avec le client pour s'assurer que toutes les démarches nécessaires sont entreprises pour clôturer le compte de manière appropriée.

2.4.3 La location de coffre

Les banques proposent le service de location de coffre-fort à leurs clients. Dans cette opération, la banque établit un contrat de location par lequel elle met à disposition du client un coffre-fort sécurisé pour qu'il puisse y conserver ses biens de valeur. Avant la formation du contrat, des vérifications sont effectuées, telles que l'identification du client, son adresse, sa capacité juridique et sa nationalité. Le locataire reçoit une clé du coffre-fort, dont il est le seul possesseur, et cette clé est utilisée à chaque visite. Chaque visite du locataire doit être enregistrée dans un registre. Il est important de noter que le contenu d'un coffre-fort n'est pas saisissable, ce qui signifie qu'il est protégé contre les saisies ou les actions d'un tiers détenteur²¹.

2.4.4 Le change manuel

²⁰LUC BERNET – ROLANDE. « Principe de technique bancaire ». 25^{ème} Édition Dunod. Paris 2008. Page 89

²¹ LUC BERNET – ROLANDE, op. Cit Page 68.

C'est un service proposé par la banque pour l'achat ou la vente de devises en monnaie fiduciaire au nom de son client. En plus de cela, la banque peut également offrir à son client des chèques de voyage, qui sont considérés comme plus sécurisés que les espèces. Lors de la remise des chèques de voyage, la banque vérifie l'identité de l'acheteur et le fait signer les chèques remis. Une fois arrivés à destination, les chèques doivent être contresignés par le porteur. En cas de perte ou de vol, le titulaire des chèques a la possibilité de faire opposition afin de prévenir toute utilisation frauduleuse²².

2.4.5 Les opérations de caisse

Les opérations de caisse font référence aux transactions financières qui impliquent l'utilisation d'argent liquide ou d'instruments de paiement immédiat tels que les chèques, les cartes ou les espèces. Ces opérations incluent les dépôts d'argent, les retraits et d'autres transactions effectuées au comptoir d'une banque.

2.4.5.1 Les dépôts en espèces

«On appelle dépôt les fonds, rémunérés ou non, déposés par toute personne, physique ou morale, sous forme scripturale ou non, auprès d'une banque avec le droit, pour la banque, d'en disposer pour compte propre »²³, la banque doit assurer au déposant un service de caisse, donc lorsqu'une personne dépose des fonds dans une banque, elle confie la garde de ces fonds à la banque et lui donne le droit d'en disposer pour son propre compte et cela signifie que la banque peut utiliser ces fonds pour effectuer des prêts à d'autres clients ou pour d'autres opérations bancaires, tout en devant garantir un service de caisse au déposant, et cela en se rendant au guichet de la banque

Selon KYROTIS Catherine il existe deux formes de dépôt : les dépôts à vue et les dépôts à terme.

a. Les dépôts à vue

Un dépôt à vue désigne une situation où les fonds déposés sont disponibles immédiatement et peuvent être restitués à tout moment sur demande du déposant.

b. Les dépôts à terme

Les dépôts à terme représentent les montants déposés par des particuliers ou des entreprises qui ne peuvent généralement pas être récupérés avant une date prédéterminée, sauf en cas de réduction ou d'annulation de la rémunération convenue, selon les conditions convenues entre le client et sa banque.

d. Les retraits en espèces

²² LUC BERNET – ROLANDE, op. Cit Page 68.

²³ KAYROTIS CATHERINE « L'essentiel de la banque ». 2^{ème} Édition, Gualino. France 2015. Page 20.

Les clients peuvent retirer de l'argent liquide de leur compte en se présentant au guichet de la banque et en indiquant le montant souhaité.

e. Le Chèque

Le chèque est un document écrit utilisé par le tireur (personne émettant le chèque et détenant le compte) pour donner l'instruction au tiré (établissement bancaire détenteur du compte) de verser une somme spécifique à un tiers ou un bénéficiaire dans la mesure où les fonds nécessaires sont disponibles sur le compte du tireur²⁴.

Les clients peuvent encaisser des chèques à leur nom en les présentant au guichet de leur banque. La banque vérifie la validité du chèque et crédite le montant sur le compte du client. Lors de l'épuisement des chèques, les clients peuvent passer une commande de chéquier au guichet de leur banque pour obtenir de nouveaux chèques.

2.4.6 Les virements et les prélèvements

Les virements et prélèvements sont des opérations bancaires courantes utilisées pour déplacer de l'argent entre comptes bancaires²⁵.

2.4.6.1 Le virement

Le virement bancaire est un moyen de transférer des fonds d'un compte bancaire à un autre. Il est largement utilisé par les entreprises pour effectuer des paiements à leurs fournisseurs, payer les salaires des employés, et par les ménages pour régler leurs loyers, et autres utilisations.

2.4.6.2 Le prélèvement

Le prélèvement permet à un créancier de récupérer automatiquement les montants dus auprès de son débiteur. Le débiteur donne son autorisation préalable pour que le créancier puisse prélever les paiements sur son compte bancaire, ce qui dispense le débiteur de devoir envoyer des titres de paiement physiques.

2.4.7 Les prêts bancaires

les prêts font partie des services bancaires traditionnels que les banques offrent aux particuliers et aux entreprises qui leur permettent d'emprunter des fonds pour divers besoins, avec des conditions de remboursement spécifiques convenues entre le prêteur et l'emprunteur sur une période définie avec des intérêts.²⁶

²⁴ Monnier, P., & Mahier-Lefrançois, S. «Les techniques bancaires». 2ème édition . Dunod. Paris . 2008 .Page 71

²⁵ KAYROTIS CATHERINE « L'essentiel de la banque ». 2^{ème} Édition, Gualino. France 2015. Page 30.

²⁶ AIRED Lynda et AMRAT Nadine .2022.«La digitalisation des services bancaires cas de la société générale Algérie (SGA)».Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences économiques université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou. Page 13.

Section 03 : les défis de la banque dans la prestation des services traditionnels

Le secteur bancaire est confronté à de nombreux défis qui se présentent aux institutions traditionnelles dans la prestation de leurs services bancaires. Ces défis résultent d'un ensemble complexe de facteurs. Dans cette section, nous explorerons les principaux défis auxquels les banques traditionnelles sont confrontées dans leur quête pour offrir des services bancaires efficaces et pertinents.

Parmi ces défis, on retrouve la nécessité pour les banques de s'adapter aux attentes changeantes des clients, de gérer efficacement leurs charges fixes, et de faire face à la concurrence intense, ainsi que d'autres défis que nous allons examiner dans cette section.

La résolution de ces défis est essentielle pour que les banques restent compétitives et adaptées à l'environnement financier en constante mutation.

3 Les défis de la banque dans la prestation des services bancaires traditionnels

Les défis du secteur bancaire font référence aux obstacles, aux enjeux et aux problématiques auxquels les institutions bancaires sont confrontées dans leur fonctionnement et leur évolution. Ces défis peuvent être variés et complexes, influencés par des facteurs internes et externes au secteur.

3.1 Maîtriser ses charges fixes

Parmi les défis auquel les banques traditionnelles du monde entier sont confrontées c'est la maîtrise de leurs charges fixes. Avec des réseaux d'agences étendus couvrant de vastes territoires, les coûts associés à ces agences sont devenus considérables. En moyenne, une agence met environ sept ans à être amortie, et les coûts de main-d'œuvre qui y sont liés s'ajoutent également à cette problématique. Dans des périodes économiquement difficiles, cela a entraîné de nombreuses fermetures d'agences²⁷.

Cette maîtrise des charges fixes représente un défi majeur pour les banques traditionnelles du monde entier, mais en le relevant avec succès, elles pourront mieux se positionner dans un marché financier en constante évolution. Pour relever ce défi, les banques doivent repenser stratégiquement leurs réseaux d'agences, en envisageant des fusions et des développements dans le but de réduire les coûts. Ce qui leur permettra d'une part, de proposer une offre plus attrayante à leur clientèle, et d'autre part, de continuer à augmenter leur produit net bancaire.

3.2 Proposer un outil informatique performant

L'un des défis auxquels les banques traditionnelles sont confrontées dans la prestation de leurs services réside dans la proposition d'un outil informatique performant qui soit à la hauteur des normes technologiques actuelles. Les banques traditionnelles n'ont pas pleinement exploité les opportunités

²⁷ COCHEREAU Florent 2015 « Comment doit évoluer le modèle bancaire traditionnel à l'aube d'une réponse aux besoins des professionnels et des entreprises par les banques 100% en ligne ? ». Mémoire master 2 Management Spécialité gestion des PME – PMI Université du Maine, France.

offertes par la révolution technologique de la société. Les applications utilisées par les banques traditionnelles sont souvent considérées comme dépassées et complexes²⁸.

Pour faire face à ce défi, les banques doivent investir dans des technologies modernes et mettre en place des systèmes informatiques efficaces permettra aux clients d'effectuer des opérations bancaires basiques par eux-mêmes, sans avoir besoin de l'aide d'un conseiller.

3.3 Le temps de traitement des transactions

Le temps de traitement des transactions est l'un des problèmes majeurs auxquels les banques traditionnelles sont confrontées dans la prestation de leurs services qui peuvent sembler plus lents et moins efficaces pour certains clients.

Tout d'abord, les processus manuels et les documents papier utilisés dans certaines opérations bancaires peuvent entraîner des délais supplémentaires. Les clients doivent parfois remplir des formulaires physiques et attendre que les opérations soient vérifiées et approuvées manuellement, ce qui peut prendre du temps. En outre, le traitement des transactions en agence nécessite généralement la présence d'un conseiller ou d'un caissier, ce qui peut entraîner des files d'attente aux heures de pointe. Les clients doivent patienter avant de pouvoir effectuer leurs opérations, ce qui peut être perçu comme une perte de temps.

Pour relever ce défi, les banques traditionnelles doivent investir dans la modernisation de leurs systèmes informatiques, en adoptant des technologies plus avancées pour automatiser les processus, réduire les délais de traitement et améliorer l'efficacité globale.

3.4 L'évolution des attentes des clients

Au fil des dernières années, le comportement des clients a subi des changements importants en raison de l'évolution rapide de la vie moderne. Les clients sont désormais confrontés à un rythme de vie qui les rend plus stressés et pressés. En conséquence, leurs attentes vis-à-vis des services bancaires ont également évolué de manière significative²⁹ :

3.4.1 La rapidité

De nos jours, la rapidité est devenue une exigence primordiale pour les clients. Ils veulent avoir accès à leurs services bancaires de manière instantanée, avec une disponibilité et une réactivité sans faille de la part de leur banque. Les longues attentes pour effectuer des transactions ou obtenir de l'aide ne sont plus tolérées. Ils attendent une prise en charge rapide de leurs besoins financiers, que ce soit pour des transferts d'argent, des paiements, ou simplement pour obtenir des informations sur leur compte.

3.4.2 Le libre service

²⁸ COCHEREAU Florent 2015

²⁹ Mémoire AIREL Lynda et AMRAT Nadine .2022.«La digitalisation des services bancaires cas de la société générale Algérie (SGA)».Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences économiques université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou. Page 22.

Les clients veulent être en mesure de gérer leurs opérations bancaires eux-mêmes, sans avoir besoin de passer par un grand nombre d'intermédiaires. Les distributeurs automatiques de billets sont devenus populaires pour les retraits d'espèces, et les services bancaires en ligne permettent aux clients de consulter leurs soldes, d'effectuer des virements et de réaliser diverses opérations à leur propre rythme.

3.4.3 La désintermédiation

Les clients recherchent une certaine désintermédiation, c'est-à-dire une réduction du nombre d'intermédiaires impliqués dans leurs transactions. Ils préfèrent éviter les interactions trop complexes et cherchent à simplifier leurs interactions avec la banque. Dans cette optique, certains clients ne ressentent plus le besoin d'avoir une relation personnelle avec un conseiller bancaire. Ils préfèrent rester à distance, mais ils s'attendent tout de même à ce que leurs besoins soient pris en compte et à ce que leurs questions soient traitées de manière efficace.

3.5 Être capable à analyser les masses de données des clients

Les banques doivent être capables de gérer et exploiter efficacement les énormes quantités de données générées par leurs activités quotidiennes³⁰. Ces données peuvent provenir de diverses sources, telles que les transactions bancaires, les interactions avec les clients, les données d'identification, les relevés de compte, les informations de crédit, les activités de marketing, etc. Ce défi est amplifié par plusieurs facteurs :

3.5.1 Le volume :

Les banques génèrent des quantités massives de données chaque jour, et cette croissance continue peut rapidement dépasser les capacités de stockage et de traitement traditionnelles.

3.5.2 La vitesse :

Les données sont produites en temps réel à un rythme rapide. Les banques doivent être en mesure de traiter et d'analyser ces données rapidement pour prendre des décisions au moment approprié.

3.5.3 La véracité :

La qualité et la fiabilité des données sont cruciales pour prendre des décisions éclairées. Les banques doivent s'assurer que les données sont exactes.

3.5.4 La sécurité :

En raison de la sensibilité des informations financières et personnelles, la sécurité des données est une préoccupation majeure. Les banques doivent mettre en place des mesures de sécurité solides pour protéger les données.

³⁰Mémoire COCHEREAU Florent 2015 « Comment doit évoluer le modèle bancaire traditionnel à l'aube d'une réponse aux besoins des professionnels et des entreprises par les banques 100% en ligne ? ». Mémoire master 2 Management Spécialité gestion des PME – PMI Université du Maine, France. Page 56.

3.5.5 L'analyse :

L'analyse des données volumineuses offre un potentiel énorme pour les banques, car elle peut leur permettre de mieux comprendre les comportements des clients, d'identifier les tendances du marché, de détecter les fraudes et de prendre des décisions commerciales plus éclairées. Cependant, cela nécessite des outils et des compétences en analyse de données avancées.

Pour relever ce défi, les banques doivent investir dans des infrastructures informatiques capables de gérer des volumes massifs de données, utiliser des technologies de stockage et de traitement distribuées comme. Elles doivent également recruter des professionnels compétents en science des données et en analyse de données pour exploiter au mieux ces informations. La mise en œuvre de systèmes d'analyse avancés peut aider les banques à extraire des connaissances exploitables à partir des données pour améliorer leur prise de décision, personnaliser leurs offres et améliorer l'expérience client.

3.6 Faire face à la concurrence

Au cours des dernières années, les banques ont été confrontées à des changements majeurs qui ont considérablement renforcé l'intensité de la concurrence dans le secteur financier. Ces mutations ont été provoquées par divers facteurs, tels que les avancées technologiques rapides.

Pour faire face à une concurrence accrue, les banques doivent trouver des solutions pour rester compétitives. Elles reconnaissent désormais l'importance des nouvelles technologies dans la préservation de leur avantage concurrentiel. En effet, en adoptant et en développant ces technologies, les banques peuvent non seulement augmenter leur part de marché, mais aussi conquérir de nouveaux segments de clients tout en préservant la fidélité de leur clientèle existante. Les nouvelles technologies offrent des opportunités pour améliorer l'expérience client, innover dans les produits et services, optimiser les processus internes, analyser les données de manière avancée et renforcer la sécurité. Grâce à ces approches, les banques sont mieux préparées pour relever les défis concurrentiels et s'assurer une position solide sur le marché bancaire en constante évolution³¹.

³¹ BRAHIMI Thiziri et BOUMGHAR Lynda. 2016 « l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : cas de la BEA (agence « 034 » de T.O) ». Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme académique en sciences économiques. Université Mouloud Mammeri Tizi Ouzou .

Conclusion

En conclusion, ce chapitre nous a permis d'explorer l'univers de la banque et son rôle central dans l'économie. Nous avons pu constater comment, depuis des siècles, les banques ont contribué à la croissance économique et au développement des sociétés. Nous avons également examiné comment les banques fonctionnent et remplissent leur objectif principal, qui est de répondre aux besoins financiers de leurs clients.

Nous avons également exploré les divers services bancaires traditionnels qui constituent le cœur de cette industrie conçues pour faciliter la gestion des fonds et répondre aux besoins financiers variés des particuliers et des entreprises.

Cependant, malgré leur longue histoire de succès, nous avons reconnu que les banques ne sont pas à l'abri de défis dans la prestation de leurs services, ces défis ont incité les institutions financières à s'adapter constamment, à innover et à améliorer leurs offres pour rester compétitives et répondre aux besoins changeants de la société moderne.

En somme, ce chapitre nous a permis d'approfondir notre connaissance du secteur bancaire, de ses fondements théoriques et de ses défis dans leurs prestations de services traditionnels.

CHAPITRE II : L'INTEGRATION DE LA TECHNOLOGIE DANS LE SECTEUR BANCAIRE

Introduction

L'essor continu de la technologie de l'information et de la communication a provoqué une révolution profondément impactant dans divers secteurs de notre société moderne. Parmi ces domaines, le secteur bancaire a été témoin d'une transformation radicale, modifiant non seulement la façon dont les services financiers sont offerts, mais également la nature même des interactions entre les institutions financières et leurs clients.

La première section portera sur les fondements de la TIC qui reposent sur des disciplines telles que l'informatique et les télécommunications. Depuis ses débuts, la TIC a révolutionné la manière dont les individus, les entreprises et la société interagissent, en facilitant la diffusion rapide de l'information, la communication à distance et la transformation numérique des processus.

Au cœur de cette révolution se trouve l'évolution des services bancaires pour répondre à l'avènement des nouvelles technologies. Dans la deuxième section nous parleront sur l'évolution des services de la numérisation des transactions au développement d'applications mobiles, nous observerons comment les banques ont dû s'adapter pour rester pertinentes dans un monde de plus en plus connecté.

Cependant, avec ces avancées technologiques rapides surgissent également une multitude d'enjeux complexes. La section 03 plongera dans les avantages, limites et risques qui découlent de l'utilisation de la technologie dans les services bancaires.

Section 01 : les fondements de La technologie de l'information et de la communication

De nos jours, il est l'intégration croissante des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) a considérablement accéléré la diffusion et l'accès à diverses l'informations à grande échelle.

L'adoption des TIC s'avère essentielle pour améliorer la performance et la compétitivité des organisations, leur permettant de saisir les opportunités offertes par le marché, tout en ouvrant de nouvelles sources de revenus et en améliorant les relations avec les clients.

Dans cette section, nous allons présenter une définition des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). Nous explorerons leur évolution au fil du temps, ainsi que leurs caractéristiques fondamentales.

1.1 Définition des TIC

Avant de nous plonger dans le sujet des TIC, il est important de considérer les multiples définitions qui existent à son égard. Voici quelques-unes :

Les TIC sont des « équipements informatiques plus au moins sophistiqués, télécopie, réseaux spécialisés types interne, banques de données et d'images, messageries, édition électronique. Ces technologies et leurs applications tentent, malgré des multiples résistances devenir un composant incontournable de la vie scientifique »³². Cette définition met en évidence l'importance croissante des TIC dans le domaine scientifique, en fournissant des moyens innovants pour mener des recherches, partager des informations malgré les obstacles et les résistances qu'elles peuvent rencontrer.

Les TIC sont « un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger de l'information, plus spécifiquement des données numérisées... »³³. Cette définition nous explique l'importance des TIC dans la manipulation et la transmission d'informations numériques dans notre société moderne.

Les TIC sont « L'ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évaluées du multimédia et des télécommunications qui ont permis l'émergence des moyens de communications plus efficace, en améliorant le traitement, la mise en mémoire, la diffusion et l'échange de l'information »³⁴. Cela Signifie que les TIC regroupent les technologies qui ont permis de créer des outils de communication plus avancés. Ces technologies ont grandement amélioré la manière dont l'information est traitée, stockée, diffusée et échangée, favorisant ainsi des échanges rapides et

³²Lamizet Bernard, Sjlem Ahmed, dictionnaire encyclopédie de sciences de l'information et de la communication, paris, 1997. Page 140.

³³Charpentier. P, « Organisation et gestion de l'entreprise », Edition Nathan, 1997. Page 133.

³⁴1 El Mouhoub Mouhoud « les différentes composantes de la mondialisation » 5éme édition, Paris, 2017, Page 17.

Chapitre II : L'intégration de la technologie dans le secteur bancaire

efficaces à travers divers canaux de communication. Les TIC ont joué un rôle essentiel dans la transformation de la façon dont nous interagissons et accédons à l'information.

En combinant les différentes définitions fournies, on peut définir les TIC comme l'ensemble des techniques utilisées dans le traitement, la manipulation et la transmission des informations. Cela comprend notamment les technologies informatiques, l'internet et les télécommunications. Les TIC jouent ont transformé divers domaines d'activité en permettant des échanges instantanés et performants d'informations à travers une variété de moyens de communication.

Tableau n°1 : Nouvelles définitions des TIC

Le tableau N°1 présente des résumés des différentes définitions selon les parties suivantes : États-Unis, Union européenne, France, ainsi que selon les parties ONU et OCDE³⁵.

ONU et OCDE (1998)	Le secteur des TIC comprend les secteurs manufacturiers et des services qui facilitent la transmission, le stockage et le traitement de l'information par des moyens électroniques
États-Unis (1987)	Les industries des technologies de l'information comprend les offreurs comprenant d'une part, les offreurs (grossistes et détaillants) d'ordinateurs et d'équipements informatiques ainsi que d'instruments électroniques de mesure et, d'autre part, les logiciels et les industries de services incluant les industries qui fournissent des logiciels « prêts à l'usage » et des services associés aux ordinateurs ; les industries d'équipement de communication et de service recensant les offreurs qui fournissent des infrastructures matérielles et immatérielles permettant la connexion entre ordinateurs et serveurs
Union européenne et France (1998)	Le secteur TIC apparaît sous la forme d'une liste d'activités recouvrant trois filières : l'informatique avec la fabrication des ordinateurs et des logiciels, les télécommunications qui comprennent les réseaux et donc Internet et enfin l'électronique

Source: Nathalie Coutinet. « Définir les TIC pour mieux comprendre leur impact sur l'économie ».

1.2 L'évolution des TIC

³⁵ Nathalie Coutinet. « Définir les TIC pour mieux comprendre leur impact sur l'économie ». Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique, 2006, page 05.

Dans les années 1970, l'introduction croissante des ordinateurs a permis d'automatiser de nombreuses activités manuelles. Cela a donné naissance aux grands systèmes essentiels de support utilisés par les grandes entreprises pour soutenir leurs opérations et services aux clients.

Dans les années 1980, les ordinateurs personnels ont massivement fait leur apparition, ce qui a permis la démocratisation des technologies, permettant ainsi aux petites entreprises d'accéder à ces développements technologiques et de décentraliser davantage leurs activités. C'est à ce moment-là que les TIC ont réellement commencé à impacter l'innovation organisationnelle. La fin de cette décennie a marqué le début d'une vague de réingénierie, caractérisée par la réorganisation des processus et une intégration plus poussée de l'information au sein des organisations.

Au cours de la décennie suivante, l'arrivée d'Internet a constitué la principale innovation technologique offrant de nombreuses possibilités d'interaction pour les organisations. De plus, les ordinateurs personnels sont devenus des outils de communication. Avec internet, de nouvelles innovations ont été permises pour les organisations. Les firmes comme [Dell, Amazon et eBay] ont pu émerger. Ces firmes offraient des modes de distribution et de communication profitant de l'émergence du Web. Aussi, les technologies sont venues transformer la chaîne de valeur ajoutée.

Les années 2000 ont été marquées par l'apparition du Web 2.0, ce qui a permis la bidirectionnalité et l'individualisation, où les utilisateurs ont commencé à créer du contenu et à former des communautés virtuelles avec des outils tels que Face book et Myspace. Les technologies de connectivité comme RFID et GPS ont permis de localiser et d'interagir avec des objets à distance, rendant les technologies omniprésentes et bouleversant les frontières industrielles traditionnelles.

Donc les TIC ont apporté des changements profonds à la société en général, affectant tant les individus que les organisations, et ont eu un impact significatif sur tous les types d'innovation, nécessitant de nouvelles perspectives sur les modèles d'affaires pour en tirer pleinement parti³⁶.

Tableau n°2 : l'évolution des TIC

Le tableau ci-dessous résume les éléments caractéristiques de l'évolution récente des technologies de l'information et de la communication. Chaque décennie est associée à une phase dominée par des types spécifiques d'innovations technologiques, avec les principales caractéristiques habilitantes et les impacts économiques majeurs de ces innovations. De plus, le tableau mentionne quelques entreprises qui ont su exploiter pleinement les TIC à chaque période.

³⁶ Aubert Benoit et autres. « L'innovation et les technologies d'information et des communications », HEC Montréal, octobre 2010, Page 09.

Chapitre II : L'intégration de la technologie dans le secteur bancaire

	1970	1980	1990	2000
Phase	Automatisation	Intégration et transformation de l'organisation	Communication	Interaction et individualisation
Innovation	Ordinateurs, robots et machines	Ordinateurs personnels	Internet (Web 1.0)	Web 2.0
Caractéristiques	Accroissement du physique	Généralisation des outils bureautiques Digitalisation et transformation des processus d'affaires	Globalisation du réseau informatique Standardisation des interfaces utilisées	Connectivité des personnes et des objets Individualisation et portabilité Ubiquité
Impact économique	Gains de productivité	Gains de productivité Réduction des coûts de transaction internes	Gains de productivité Réduction des coûts de transaction internes et externes. Transformation de la chaîne de valeur.	Gains de productivité Réduction des coûts de transaction internes et externes Transformation de la chaîne de valeur Augmentation des bénéfices informationnels

Source : Aubert Benoit et autres. « L'innovation et les technologies d'information et des communications », HEC Montréal, octobre 2010, Page 07.

1.3 La description des TIC

De nombreuses réalisations significatives reposent essentiellement sur les principes de codage de l'information. Cela permet le traitement, le stockage et la transmission efficaces des données. Ces concepts jouent un rôle fondamental dans divers domaines technologiques facilitant la gestion et l'utilisation optimales des informations.

1.3.1 La technologie

La technologie est « l'élaboration et le perfectionnement des méthodes permettant l'utilisation efficace des techniques diverses prises isolément, en groupe ou dans leur ensemble qu'il s'agisse de technique ou mécanique, physique ou intellectuelle en vue d'assurer le fonctionnement des mécanismes de production, consommation de l'information, de la communication, des loisirs, de la construction et la destruction, ainsi que des activités de la recherche artistique et scientifique »³⁷. Cette définition signifie que la technologie englobe la conception, la mise en œuvre et l'utilisation de solutions pour répondre à divers besoins humains, qu'ils soient pratiques, scientifiques ou créatifs.

1.3.2 L'information

L'information est « une donnée, transformée et structurée sous forme conventionnelle et intelligible pour être insérée dans une dynamique de diffusion et/ou d'échange (pour être communiquée) »³⁸.

Donc l'information est un contenu qui a été organisé de manière compréhensible et prêt à être partagé avec d'autres afin de transmettre des connaissances, des idées ou des faits, « L'information seule n'est pas un savoir. Pour qu'elle le devienne, il faut des structures conceptuelles qui la supportent et lui donnent du sens. L'information n'est pas neutre »³⁹, cela explique que l'information seule ne suffit pas pour acquérir une connaissance approfondie sur un sujet. Il est essentiel d'avoir des cadres de référence, des connaissances antérieures et des interprétations conceptuelles pour donner un sens à l'information et la transformer en savoir.

1.3.3 La communication

La communication est « la production d'information sur les milieux interne et externe »⁴⁰. Cela signifie que la communication peut être définie comme le processus de création et de transmission d'informations concernant les environnements internes et externes.

La communication implique le transfert d'informations d'une information d'un émetteur à un récepteur à travers un canal. Lorsque cette transmission d'informations se produit, ces parties impliqués dans ce processus, forment un système de communication, les parties travaillent ensemble pour assurer une communication réussie : la communication « est le fait qu'une information soit transmise d'un point à un autre. Quand la communication se produit, nous disons que les parties composantes de cette transmission forment un système de communication »⁴¹.

1.3.4 Les télécommunications

³⁷ Dictionnaire, Microsoft Encarta, 2009, 193-2008 Microsoft Corporation.

³⁸ BOULC Stephan. « Donnée Information communication tentative de définition ». Édition COTA. 2005, PDF. Page 01.

³⁹ BOULC Stephan, op. Cit. Page 01

⁴⁰ WESPHALLEN. M et Thierry. L, « Toute la communication d'entreprise ». Édition Dunod, Paris, Page 10.

⁴¹ MILLER. G, « Langage et communication ». Édition PUF, Paris, 1973. Page 19.

Les télécommunications englobent la transmission à distance d'informations variées telles que des écrits, des images, des sons et des renseignements de toutes sortes. Elles sont largement utilisées dans les entreprises et les ménages en tant que technologies et techniques appliquées. Avec l'avènement d'Internet, les télécommunications ont étendu leurs domaines au-delà de la télégraphie et de la téléphonie, marquant ainsi une ère nouvelle de communication rendue possible grâce à l'évolution remarquable des technologies⁴².

1.3.4.1 La téléphonie

Le téléphone est un appareil de communication qui facilite la transmission de la voix humaine pour des conversations à distance.

- **Le téléphone fixe :** L'appareil permet la transmission de la parole à distance et facilite le partage d'informations de bouche à oreille⁴³.
- **Le téléphone mobile :** un appareil qui permet de communiquer avec un destinataire sans être relié par un câble. La transmission des sons se fait de manière électromagnétique avec un réseau spécifique. On peut donc communiquer de tout lieu.
- **Le fax :** C'est un appareil électronique qui convertit l'image.

1.3.4.2 L'informatique

L'informatique est un domaine qui regroupe les technologies essentielles au traitement électronique de l'information⁴⁴. Cela englobe la conception de logiciels, la gestion de donnée, de matériels informatiques et de réseaux qui permettent de manipuler, stocker et transmettre efficacement des données et des connaissances.

1.3.4.3 Les réseaux

Les réseaux informatiques ont été créés en réponse au besoin d'échanger rapidement et efficacement des informations entre différentes machines. Plus précisément, ces réseaux ont été conçus pour connecter des terminaux éloignés à un site central, ainsi que pour relier des ordinateurs entre eux et permettre la communication entre des machines terminales telles que les stations de travail et leurs serveurs⁴⁵.

Il existe diverses catégories de réseaux, dont les plus fondamentales sont les suivantes :

a. Réseau internet

⁴² SERVIN Claude. « Réseaux et Télécoms », Cours et exercices corrigés, Édition Dunod, Paris 2003. Page 01

⁴³ Dictionnaire de français Larousse 2 édition, Paris, 1997 p. 416

⁴⁴ BEZBAK P. et GHERARDI S., « dictionnaire de l'économie », Larousse, Paris 2000.

⁴⁵ PUJOLLE G. « Les Réseaux », Edition EYROLLES, 3eme Edition, Paris, 2000. Page 13.

«L'internet est fondé sur les technologies avancées de l'information, de l'informatique et des télécommunications. L'information est répartie sur des milliers d'ordinateurs, reliés entre eux grâce à un protocole unique (TCP/IP) qui permet de passer de l'un à l'autre de manière transparente, permettant ainsi, une facilité d'accès à l'ensemble des informations stockées. Développé par la DARPA (Défense Advanced Research Projects Agency), l'internet peut donc être défini comme un ensemble de réseaux connectés à ce noyau par au moins un type de service, par exemple, le courrier électronique »⁴⁶.

b. Réseau intranet

« Dans son sens originel et le plus restrictif, le terme intranet désigne la transposition des standards, des protocoles et des outils en vigueur dans l'internet public au sein des réseaux locaux privés d'entreprises »⁴⁷.

En d'autres termes, l'intranet fait référence à l'utilisation des mêmes protocoles et outils que l'internet public, mais au sein des réseaux locaux privés d'organisations. Cela permet aux employés de communiquer, partager des informations et accéder à des ressources internes de manière sécurisée et contrôlée, tout en maintenant la confidentialité des données à l'intérieur de l'organisation.

c. L'extranet

L'extranet est un réseau informatique privé qui utilise l'Internet pour faciliter la circulation et le partage sécurisé d'informations entre une organisation, ses clients, employés et partenaires. Cette approche permet des échanges à moindre coût par rapport aux méthodes d'échange d'informations utilisées dans le passé⁴⁸. L'extranet a plusieurs avantages ;

- Optimise et améliore les produits et services client, ouvre de nombreuses possibilités tels que gérer le compte à distance, permet l'achat et la commande en ligne sans avoir besoin de se déplacer ;
- Circulation de l'information entre l'entreprise et les clients de manière rapide, fluide et fiable.
- La sécurité du réseau, l'accès semi-privé, est contrôlé et limitée par des niveaux de privilège d'accès qui permettent aux utilisateurs enregistrés d'accéder sans se déplacer.
- la connectivité, accès 24h/24 et 7j/7 depuis n'importe quel appareil mobile.
- Accélérer les tâches en temps réel, et de modifier la dynamique du travail.

⁴⁶SAADOUN M. « Technologies de l'information et de la communication et management ». Hermès, Mars, 2000, Page 25.

⁴⁷SAADOUN M« Avec le temps ». Edition d'organisation, Paris 1998. Page 143.

⁴⁸31 MADOUR Karima et TIZA Zahia, « Le degré d'intégration des NTIC dans les PME et PMI Algériens le cas de Wilaya de Tizi Ouzou », Mémoire de licence, Université de formation continue, 2012/2013. Page 12.

1.4 Les caractéristiques des TIC

Les technologies de l'information et de la communication sont fortement centrées autour du réseau Internet, qui a considérablement réduit les délais de diffusion et de partage d'informations. En conséquence, Internet est devenu un média de communication universel et le principal centre pour l'échange de connaissances et la diffusion d'informations.

Les caractéristiques des TIC ont été résumées par LAFITTE M. En cinq points⁴⁹ :

1.4.1 La compression de l'espace

Les TIC permettent une transmission rapide des informations, presque instantanée comme la vitesse de la lumière, à travers des réseaux qui sont accessibles de n'importe où.

1.4.2 La compression du temps

La compression du temps est rendue possible grâce à la rapidité du traitement, atteignant des millions d'opérations par seconde. Cette avancée permet d'exécuter en temps réduit des tâches qui étaient auparavant réalisées manuellement.

1.4.3 La capacité de stockage

Les technologies magnétiques et optiques permettent de stocker d'importantes quantités d'informations dans un espace restreint. En utilisant ces technologies, il est possible de stocker de grandes quantités de données sur des dispositifs de stockage compacts.

1.4.4 La flexibilité d'usage

Grâce à la numérisation des données, il est possible d'effectuer différents traitements sur celles-ci et de les présenter sous différentes formes, adaptées à différents supports.

1.4.5 L'efficacité

L'efficacité est améliorée, car l'utilisateur devient à la fois indépendant et expéditeur lorsqu'il utilise ces technologies. Les TIC facilitent l'organisation des échanges entre partenaires, ce qui conduit à une plus grande autonomie et à une meilleure gestion des activités.

⁴⁹LAFITTE. M, « ce que l'intelligence économique veut dire ». Édition d'organisation, Paris, 2006. Page 234

Section 2 : L'évolution des services bancaires face à l'avènement des nouvelles technologies

L'avènement des nouvelles technologies a considérablement impacté le secteur bancaire, entraînant une évolution significative des services proposés par les institutions financières.

Les avancées technologiques ont transformé la manière dont les banques opèrent, interagissent avec leurs clients et gèrent les transactions financières.

Cette section se penchera sur l'évolution des services bancaires à travers l'ère numérique et explorera les opportunités et les défis que les nouvelles technologies ont apportés au secteur.

2.1 L'adoption de la technologie dans le secteur bancaire

L'implantation des nouvelles technologies dans le secteur bancaire est devenue, au cours des dernières années, un outil stratégique important pour les entreprises évoluant dans ce secteur. Face à un paysage financier en constante évolution, les établissements financiers, tels que les banques, les coopératives de crédit et les sociétés de services financiers, ont dû s'adapter pour rester compétitifs⁵⁰.

Ces nouveaux outils technologiques jouent un rôle majeur dans l'atteinte de l'efficacité en termes de coûts, un objectif critique pour les institutions financières. En automatisant les processus manuels et en introduisant des solutions numériques innovantes, les banques peuvent réduire les dépenses opérationnelles tout en améliorant la qualité des services offerts aux clients. La technologie répond également au besoin pressant des banques de rester concurrentielles dans un marché de plus en plus compétitif.

Les banques traditionnelles ont dû adopter des technologies pour personnaliser les offres, renforcer la sécurité des transactions et anticiper les besoins des clients.

2.2 La digitalisation bancaire

Également connue sous le nom de digital Banking. Ce phénomène technologique se présente comme une adaptation à l'évolution des interactions entre les institutions financières et leurs clients, elle se définit donc comme étant un nombre d'opérations plus rapides, faciles et attractives que les méthodes traditionnelles, en englobant quatre aspects principaux⁵¹ ;

2.2.1 Accessibilité

⁵⁰BELISLE Deny « l'impact de l'utilisation des technologies bancaire libre-service sur l'intérêt des consommateurs pour l'approche relationnelle ». Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de maîtrise des sciences. Université de Montréal.

⁵¹AIRED Lynda et AMRAT Nadine. « La digitalisation des services bancaires Cas de la société générale Algérie (SGA) ». Mémoire de master, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou. 2021-2022. Page 18.

Grâce à la digitalisation, les services bancaires deviennent accessibles à tout moment, 24h/24, peu importe l'emplacement du client. Les conseillers en ligne assurent une surveillance constante et sécurisée des comptes.

2.2.2 Rapidité

L'un des atouts majeurs de la digitalisation réside dans l'accélération des opérations financières. Dans un monde où le temps est précieux, les services numériques offrent une efficacité accrue, répondant aux besoins de la vie active moderne.

2.2.3 Distance

Les virements, encaissements, crédits et épargnes s'effectuent désormais en ligne, à distance, tout en garantissant sécurité et confidentialité par le biais de signatures électroniques.

2.2.4 Interaction

Les plateformes de médias sociaux jouent un rôle important dans la diffusion d'informations et de publicités à notre époque. Le secteur bancaire n'est pas en reste de cette tendance, utilisant ces canaux pour informer et attirer de nouveaux clients de manière moderne et pertinente.

Elle implique la combinaison de deux composantes essentielles : la dématérialisation et l'automatisation.

2.2.1 La dématérialisation :

2.2.1.1 Définition de la dématérialisation

« La dématérialisation consiste à substituer des supports d'information matériels par des fichiers numériques ou à créer directement des documents numériques pour les intégrer à un processus »⁵², Ce processus d'informatisation inclut :

- La dématérialisation des documents qui consiste notamment à la numérisation de documents papiers comme les courriers, les factures, les bulletins de salaire...

- La dématérialisation des échanges qui est un processus accéléré par le développement d'Internet, à travers les courriels ou les espaces de travail partagés par exemple.

- La dématérialisation des processus métier. Elle implique de réorganiser en profondeur le processus de traitement d'un flux de documents : tâches à réaliser, intervenants, outils mis en œuvre, procédures...

⁵² GUYOU Jasmine. « Comment mener un projet de dématérialisation de documents bancaires en tenant compte des enjeux et des spécificités ? ». domain_shs.info.docu. 2020. Page 08.

La numérisation est « Acte qui consiste à transformer un document physique existant (texte, image, image animée, son en document électronique. L'objectif final de cette opération est de faciliter le traitement du contenu du document (reconnaissance, copie, stockage, indexation, recherche, archivage, etc. et de préserver le document physique original en ne laissant un accès courant qu'à sa copie numérique »⁵³

Donc la dématérialisation désigne le remplacement de supports physiques d'information tels que les documents papier, factures, formulaires par des fichiers numériques. Cela permet de simplifier la gestion documentaire, faciliter le partage d'informations et accélérer les processus en automatisant certaines tâches.

2.2.1.2 La dématérialisation du secteur bancaire

La dématérialisation englobe tous les domaines d'activité. Cependant, dans le secteur bancaire, elle occupe un rôle d'une importance capitale dans le contexte de la transformation numérique en cours. L'ACPR (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution) l'a décrite comme un "choc structurel inévitable" dans son étude sur la révolution numérique dans le secteur bancaire français", il fait référence à l'impact significatif et inévitable que la dématérialisation, en tant qu'élément clé de la transformation numérique, va avoir sur la structure traditionnelle et les opérations du secteur bancaire⁵⁴.

Les banques notent une forte baisse de la fréquentation des agences mais, en même temps, une augmentation de la fréquence des contacts à travers les applications mobiles et les sites Internet. Le contact humain étant tout de même recherché par le client, surtout pour les produits les plus engageants pour lui. Les produits bancaires eux-mêmes évoluent peu mais la transformation numérique se caractérise par une évolution des pratiques de consommation et de distribution. Cependant, trois évolutions majeures des produits sont à noter :

- Les produits financiers, en particulier les modes de paiement, sont de plus en plus dématérialisés, l'utilisation de supports physiques étant amenée à baisser voire à disparaître.
- En matière d'épargne, les clients attendraient des offres plus simples, une transparence accrue sur les frais de gestion et une amélioration des services de conseil.
- Le développement de nouveaux services numériques, tels que l'identité électronique, la signature électronique, l'assurance sur le vol de données... .

2.2.2 L'automatisation des processus

⁵³ GUYOU Jasmine, op. Cit. Page 94.

⁵⁴ GUYOU Jasmine, op. Cit. page24.

L'automatisation remplace les tâches manuelles par des processus automatisés, exécutés par des systèmes et des logiciels.

L'automatisation des processus représente une opportunité significative de croissance pour les institutions bancaires. Elle joue un rôle essentiel dans la simplification et la réduction des démarches liées aux opérations bancaires, entraînant ainsi une amélioration notable de l'efficacité et de la qualité des processus de transactions, financiers et de traitement des opérations. L'automatisation des processus libère un temps précieux pour les équipes du Back Office, ce qui leur permet de se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.

Cette évolution technologique confère également une plus grande agilité aux organisations. Les délais de prise de décision sont raccourcis, offrant une meilleure réactivité aux fluctuations du marché. Les banques sont ainsi mieux équipées pour anticiper, évaluer et maîtriser les risques, ce qui facilite leur conformité aux exigences légales et réglementaires⁵⁵.

2.3 La digitalisation des services bancaires

2.3.1 Le E-Banking

Diverses expressions sont employées dans la littérature, telles que « Banque en ligne », « Banque sur Internet », « Internet Banking » ou « Internet bancaire », afin de décrire un même concept : la mise à disposition de services bancaires via Internet directement aux clients.

Cette forme de banque en ligne permet aux clients d'une institution bancaire d'accéder à leurs comptes et à des informations générales sur les produits et services bancaires à travers un ordinateur ou un autre appareil intelligent.⁵⁶

« l'e-Banking est un service fourni par plusieurs institutions financières, permettant aux clients de mener des transactions bancaires à travers l'internet en utilisant un moyen comme le PC, mobile, ou autres »⁵⁷.

L'E-Banking offre une vaste gamme de services et de fonctionnalités conçus pour répondre aux besoins de tous les utilisateurs. Cependant, il est essentiel de prendre en compte les droits, les responsabilités et les frais associés. Les entreprises peuvent effectuer des transactions en ligne,

⁵⁵ Béziade C & Assayag S Cabinet Weave. « L'impact du numérique sur les métiers de la banque ». Mars 2014. Page 31. Document électronique.

⁵⁶ Mona FouratiEnnouri. « Usages de la banque en ligne et qualité des échanges Entreprises ». Conférence Internationale de Management Stratégique. Université de sfax, mai, 2016. Page 03.

⁵⁷ DINIZ, E. (1998), « Web Banking in USA », Journal of Internet Banking and Commerce, vol.3, n°2.

garantissant ainsi des opérations sécurisées, transparentes et protégées grâce au cryptage des actions. Parmi les nombreux services offerts par l'E-Banking, on peut citer⁵⁸:

- La consultation des relevés de compte.
- Le téléchargement de certains documents comme votre avis d'impayés ou encore votre avis de domiciliation.
- La possibilité de récupérer des informations sur vos virements.
- Le déclenchement du paiement des salaires par virement.
- Le paiement des factures et/ou de ses fournisseurs.
- L'encaissement des créances.
- La gestion optimale de sa trésorerie, avec un rééquilibrage si besoin via des virements.

Donc L'E-Banking a transformé la manière dont les services bancaires sont fournis et utilisés. Les clients ont désormais un accès plus facile et rapide à leurs comptes, peuvent effectuer des transactions à tout moment et n'importe où, et bénéficient d'une plus grande transparence grâce aux relevés en ligne et aux notifications en temps réel.

2.3.2 Le Mobile Banking (M-Banking)

Le Mobile Banking désigne la mise à disposition de services bancaires et financiers aux clients via des appareils de télécommunications mobiles. Ces services englobent la possibilité d'effectuer des opérations bancaires et boursières, de gérer les comptes et d'accéder à des informations personnalisées, comme les paiements, les transferts et les investissements (gestion de portefeuille, cotation des actions, etc....).

Les services de banque mobile (M-Banking) sont principalement réalisés via des SMS (services de messages courts) ou Internet mobile, offrant ainsi aux banques la possibilité de maintenir leur clientèle actuelle adepte de la technologie tout en attirant de potentiels nouveaux clients⁵⁹.

Le Mobile Banking met à disposition une gamme variée de services, comme illustré dans le tableau ci-dessous, englobant des fonctionnalités qui permettent aux utilisateurs de gérer leurs activités financières à partir de leurs appareils mobiles.

⁵⁸BOUCHELIT Rym : « les perspectives d'e-Banking dans la stratégie e-Algérie 2013 », thèse doctorat, université Abou bakrbekaid, Tlemcen, 2014-2015, .p.92, 100.

⁵⁹Sarлак. M . A & Asghar. A. H (2011), « E-Banking and Emerging Multidisciplinary Process: Social Economical, and Organizational Models », Business Science Reference, New York, USA. p 04.

Tableau 03 : Les services offerts par le Mobile-Banking

Informations sur le compte	Paiements, dépôts, retraits, transferts	Investissements et autres
<ul style="list-style-type: none"> • Mini-déclaration sur la vérification de l'historique du compte • Recevoir des alertes concernant l'activité du compte • Suivi du dépôt à terme • Accès à l'encourt du prêt • Consultation des relevés de la carte bancaire • Gestion de la politique d'assurance • Passé une commande de chéquier • Transaction récentes • Blocage de carte (volée ou perdue), etc.... 	<ul style="list-style-type: none"> • Transferts de fonds nationaux et internationaux • Rechargement du mobile • Retrait d'argent et dépôt • Traitement de paiement des transactions commerciales • Etat de la demande de crédit (approbation hypothécaire, couverture d'assurance), etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Services de gestion du portefeuille ; prix des actions. • Cotations boursières ; • Informations générales (météo, ou nouvelles) ; • Offres liées aux programmes de fidélité, etc. ...

Source: Meena, R.S (2012), « Mobile Banking upcoming Technology in Banking Sphere » in: "Changing Senario of Business and E-Commerce", 1st ed., Prachant Publications, Jalgaou. Page 108-109.

2.3.3 Les instruments de paiement

Le système de paiement est un outil qui facilite le transfert des fonds en s'occupant à la fois de la compensation et du règlement des ordres de paiement⁶⁰. À présent, toutes les institutions bancaires adoptent un même genre d'instrument de paiement, abandonnant les pièces et les chèques au profit d'une forme moderne appelée "monétique".

2.3.3.1 La télé compensation interbancaire

⁶⁰ RAMBURE D. « Les systèmes de paiement ». Édition Economica, Paris, 2005. Page 12.

La télé compensation est « un système télé informatique d'échange interbancaire de transaction, de paiement bancaire, pour cela son objectif est la modernisation de la compensation classique de paiement afin de faciliter le fonctionnement des échanges et de traiter de bout en bout les opérations de paiements bancaires et les flux de données interbancaires »⁶¹. Le système de télécompensation repose sur certains principes qui sont les suivants:

- La notion de la place unique, c'est-à-dire un seul centre de compensation par banque.
- La sécurisation des moyens de paiement (chèque, cartes).
- Règles d'échanges disciplinés aux normes inter bancaires.

2.3.3.2 La monétique

« La monétique appelée aussi monnaie électronique peut être définie comme l'ensemble de techniques informatiques magnétique, électronique et télématique. Elle permet l'échange de fonds sans support de papier »⁶².

La monétique englobe les méthodes électroniques, magnétiques et informatiques qui permettent les transactions financières sans avoir besoin de support papier, facilitant ainsi les échanges d'argent de manière dématérialisée.

La monétique représente le moyen le plus efficace pour faciliter un grand nombre de transactions. Elle permet aux détenteurs de cartes bancaires de retirer des espèces auprès de n'importe quel distributeur automatique.

a. Les cartes bancaires

Une carte bancaire est un moyen de paiement émis par une banque. Elle permet à son titulaire d'effectuer des achats, des paiements et des retraits d'argent dans les distributeurs automatiques et chez les commerçants ou sur Internet.

b. Les cartes de paiement

La carte de paiement est un moyen de paiement présenté sous forme de carte plastique. Elle permet de régler le créancier en débitant le compte du titulaire de la carte et en créditant celui du créancier. Suivant le cas, le paiement fera intervenir deux ou trois personnes⁶³. Comme type de cartes de paiement, nous avons :

- **Les cartes de crédit**

⁶¹BEITON.A, GAZORLA.A, et autre « Dictionnaire des sciences économiques » Edition ARMANDCOLIN/VUEF, Paris 2001.

⁶²Plihon, D. « la monnaie et ses mécanismes ». Édition La découverte. Paris 2001. Page 17

⁶³Sophie Brana, Michel Cazals. (2006), « La monnaie », 2ème édition Dunod, Paris. Page 78.

La carte de crédit permet au porteur de payer des biens et des services avec un certain décalage dans le temps⁶⁴, Autrement dit, la carte de crédit offre la possibilité d'effectuer des achats immédiats tout en permettant au titulaire de différer le paiement de ces dépenses à une date ultérieure.

- **La carte de retrait**

Cette carte permet le retrait d'espèces auprès d'un automate : distributeur automatique de billets (DAB) ou guichet automatique de banque (GAB)⁶⁵.

- **Le porte-monnaie électronique (PME)**

Le porte-monnaie électronique peut être défini comme un service proposé aux clients par la banque ou d'autres acteurs, simplifient le stockage des données de paiement des consommateurs, leur permettant de réaliser des transactions électroniques en ligne ou via des appareils mobiles, en utilisant différentes technologies comme le sans contact, le QR Code ou le cloud. Certains permettent un paiement direct via transfert de fonds, tandis que d'autres jouent le rôle d'intermédiaires entre banques et consommateurs. Ces portefeuilles permettent aux consommateurs de vérifier leurs fonds disponibles avant un achat, contribuant ainsi à l'évolution des services financiers dans l'ère numérique⁶⁶.

2.3.4 Les technologies des moyens de paiement :

La technologie des systèmes de paiement a considérablement contribué à l'évolution des services bancaires en apportant des changements significatifs dans la manière dont les transactions financières sont traitées, ce sont des dispositifs qui facilitent le retrait automatisé d'espèces et qui sont implantés dans les agences. Il s'agit notamment des GAB, des DAB et des TPE, qui seront détaillés comme suite :

2.3.4.1 Guichets automatiques de billets (GAB)

Les GAB sont des dispositifs automatisés situés à l'intérieur des agences. Ils offrent aux clients la possibilité d'effectuer eux-mêmes leurs opérations bancaires (retraits d'argent, consultation de compte, demande de chéquier) en utilisant leur carte bancaire et leur code confidentiel⁶⁷.

⁶⁴Thunis. X (1996), « Responsabilité du banquier et automatisation des paiements », Presses Universitaires de Namur, Belgique. Page 26.

⁶⁵Sophie Brana, Michel Cazals., op. Cit, Page 78.

⁶⁶ Revue D'Économie Financière « Innovation, Technologie et Finance Menace et Opportunités ». Septembre 2022.

⁶⁷ColvertY.« Dictionnaire des Banques et Assurances », Paris.1998.

- **Figure N° 01**

L'image d'un guichet automatique bancaire (GAB)



Source:<https://www.algerie360.com/mostaganem-dab-hors-service-et-manque-de-liquidites/> .

Consulté le 12/08/2023.

2.3.4.2 Les distributeurs automatiques de billets (DAB)

Les DAB sont des dispositifs automatisés qui offrent à la clientèle la possibilité d'effectuer des retraits d'espèces⁶⁸. Ils sont implantés par des établissements de crédit, des centres de chèques postaux (CCP), ou encore par d'importants émetteurs de cartes (grands magasins, etc.), afin de donner aux clients la possibilité de retirer des fonds depuis leurs comptes à l'aide d'une carte bancaire et d'un code confidentiel.

2.3.4.3 Le terminal de Paiement Electronique (TPE)

Un terminal de paiement électronique (également désigné sous le nom de TPE) est un dispositif électronique capable de lire les informations d'une carte bancaire, d'enregistrer une transaction, et d'échanger des données avec un serveur d'authentification à distance.

Un TPE a la capacité de lire une carte soit par son lecteur de carte à puce, soit par son lecteur de piste magnétique. Il peut établir une connexion avec un serveur d'authentification à l'aide de son modem⁶⁹. Il est utilisé par les commerçants pour accepter les paiements par cartes.

Le terminal de paiement électronique (TPE) a joué un rôle important dans l'évolution des services bancaires en assurant un traitement à la fois sécurisé, rapide et performant des transactions de paiement.

⁶⁸ ColvertY, op. Cit.

⁶⁹ <http://blog.wikimemoires.com/2011/04/definition-du-paiement-electronique-e-paiement/> . Consulter le 09/08/2023.

- **Figure N° 02**

L'image d'un terminal de paiement électronique (TPE)



Source: <https://www.algerie-eco.com/2020/10/11/e-paiement-la-generalisation-des-tperepoussee-dun-an/> , consulté le 12/08/2023.

2.3.5 Nouvelles technologies et usages

Les avancées technologiques continuent de redéfinir le secteur bancaire, apportant des innovations telles que l'intelligence artificielle, la technologie blockchain, les Fin Tech, le big data

Ces technologies permettent aux banques de mieux comprendre les besoins des clients, d'offrir des services personnalisés et de prévenir les fraudes.

2.3.5.1 Fin Tech

Les Fin Tech sont des nouveaux acteurs qui ont repensé le modèle classique de prestation de services financiers et qui ont focalisé sur deux axes principaux : la baisse des coûts, et une meilleure expérience client qui passe notamment par la maîtrise des données et la personnalisation de l'offre.

On peut définir la Fin Tech comme « l'avatar dans le domaine de la banque et de la finance de la fameuse révolution numérique (digitale, disent les Anglo-saxons), permettant à de petites entités agiles de venir concurrencer sur leur terrain (et/ou compléter l'offre) des acteurs installés dans tous les domaines de l'économie »⁷⁰.

D'après cette définition on comprend que la Fin Tech fait référence à l'utilisation de la technologie pour créer de nouvelles solutions financières et bancaires. Elle permet à des petites entreprises agiles de concurrencer les grandes institutions établies dans le domaine financier, de la même manière que des entreprises.

La montée en puissance de la Fin Tech est motivée par l'utilisation des technologies novatrices, fréquemment sous la forme de plates-formes interactives auxquelles l'utilisateur final accède par le biais de dispositifs tels que les Smartphones, les ordinateurs ou les tablettes, connectés à

⁷⁰ BOUYALA R « La révolution Fin Tech ».RB Edition, 2016, Page 15.

Internet ou à d'autres réseaux de communication⁷¹. Cette approche leur permet de mettre à disposition des clients des produits et services qui se distinguent par leur richesse fonctionnelle et/ou leur moindre coût par rapport à ceux des acteurs traditionnels.

2.3.5.2 Le Big data

« Données générées chaque jour et de provenance variée (de capteurs utilisés pour collecter les informations climatiques, de messages sur les sites de médias sociaux, d'images numériques et de vidéos publiées en ligne, d'enregistrements transactionnels d'achats en ligne et de signaux GPS de téléphones mobiles). L'ensemble de ces données sont appelées Big Data ou volumes massifs de données »⁷².

Le Big Data « est comme un regroupement de données dont la taille ne permet pas aux logiciels classiques de les traiter (récupération, stockage, analyse) »⁷³.

Les données nécessaires sont obtenues de différentes manières. En interne, elles sont recueillies à partir des systèmes d'information et englobent des données socioéconomiques ainsi que des informations sur les clients telles que leurs adresses, leurs revenus et leurs habitudes de dépenses. De plus, l'historique des opérations effectuées, incluant les réclamations, les virements et les habitudes de consommation, est également exploité. Par ailleurs, des données externes sont obtenues en surveillant les médias tels que les réseaux sociaux, les sites de commerce en ligne et les blogs.

Le Big Data joue un rôle important dans l'amélioration des services bancaires grâce à la technologie, offrant ainsi à la banque une opportunité considérable, elles peuvent passer d'une analyse du "client type" à une approche "one to one" basée sur le principe du "client individuel". Cette transformation permet de proposer des offres de produits et services personnalisées, créant ainsi un avantage concurrentiel majeur pour les institutions financières. Grâce à l'analyse de ces données, les banques sont en mesure de mieux comprendre les besoins et les préférences des clients, d'identifier les tendances du marché et de gérer les risques de manière plus efficace. Donc le Big Data permet aux banques de fournir des services plus adaptés, plus rapides et plus sécurisés, ce qui renforce leur relation avec les clients à l'ère de la technologie⁷⁴.

2.3.5.3 La technologie blockchain

La blockchain représente une solution originale, décentralisée, sécurisée et transparente qui permet de stocker, échanger, authentifier et vérifier des informations à un coût minime, directement pris en charge par les utilisateurs, éliminant ainsi le besoin de tiers de confiance, c'est aussi sur ce

⁷¹BOUYALA R, op. Cit. Page 15.

⁷²Béziade C & Assayag S Cabinet Weave. « L'impact du numérique sur les métiers de la banque ». Mars 2014. Page 26 . Document électronique.

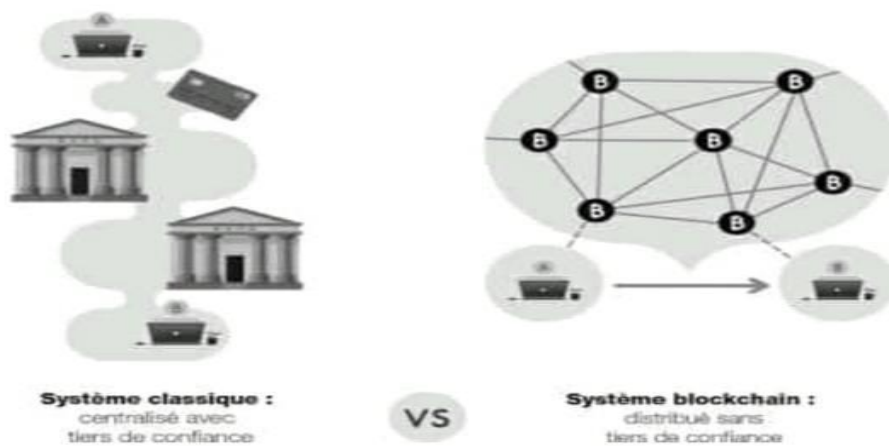
⁷³Béziade C & Assayag S Cabinet Weave , op. Cit . Page 30.

⁷⁴Béziade C & Assayag S Cabinet Weave , op. Cit . Page 30

point d'absence de tiers de confiance que se situe la principale innovation et l'originalité de la technologie blockchain, cette technologie permet d'effectuer des transactions de paiement de manière instantanée et à un coût très faible entre les différentes parties impliquées. Cela élimine les délais de traitement habituels et réduit considérablement les frais associés aux transferts d'argent traditionnels⁷⁵.

- **Figure N° 03 : La différence entre le système classique et le système blockchain.**

Source : Laurent Leloup. « Blockchain La révolution de la confiance ». Édition Eyrolles.



Paris. Page 27.

La principale différence entre le système classique et le système blockchain réside dans la manière dont les transactions sont traitées et vérifiées :

Dans le système classique, comme celui utilisé par les banques, il y a généralement un intermédiaire (comme une banque ou une institution financière) qui facilite et vérifie les transactions entre les parties. Ce tiers de confiance est responsable de vérifier les informations, d'assurer la sécurité de la transaction et de tenir à jour un registre centralisé des transactions.

En revanche, dans le système blockchain, les transactions sont enregistrées de manière décentralisée sur un réseau interconnecté. Chaque transaction est regroupée avec d'autres dans un "bloc" qui est ensuite ajouté à une chaîne de blocs chronologique. La vérification de la transaction est effectuée par un processus décentralisé impliquant plusieurs participants du réseau. Cette transparence et cette décentralisation éliminent le besoin d'un tiers de confiance.

2.3.5.4 L'intelligence artificielle

Marvin Minsky (1927-2016), professeur au MIT et l'un des pères fondateurs de l'intelligence artificielle, en a donné une définition plus longue, mais sans doute plus satisfaisante : « La construction de programmes informatiques capables d'accomplir des tâches qui sont, pour l'instant, accomplies de façon plus satisfaisantes par des êtres humains. » L'intelligence artificielle ne peut être considérée

⁷⁵Laurent Leloup. « Blockchain La révolution de la confiance ». Édition Eyrolles. Paris. Page 28.

comme une science unique, mais plutôt comme un ensemble de disciplines qui ont évolué au cours des six dernières décennies⁷⁶.

Donc d'après cette définition, l'intelligence artificielle s'agit de développer des machines qui peuvent imiter ou reproduire certaines des capacités intellectuelles humaines, telles que la résolution de problèmes, l'apprentissage, la compréhension du langage et la prise de décisions. L'objectif est de créer des systèmes informatiques qui peuvent simuler des aspects de la pensée humaine pour accomplir des tâches complexes et variées.

L'intelligence artificielle transforme la manière dont les banques interagissent avec leurs clients et gèrent leurs opérations. Grâce à l'automatisation des tâches, à l'analyse avancée des données et à la prévention des fraudes, elle améliore considérablement l'expérience client. Cette évolution permet une personnalisation poussée des produits et services, une évaluation des risques de crédit plus précise et l'introduction de produits financiers innovants.

Section 03 : Les enjeux de l'utilisation de la technologie sur les services bancaires

L'évolution rapide de la technologie a engendré d'importants bouleversements dans de nombreux secteurs, et les services bancaires ne font pas exception.

L'intégration croissante de la technologie dans les opérations bancaires a apporté des avantages évidents, mais elle a également soulevé un ensemble complexe d'enjeux qui nécessitent une réflexion approfondie.

Dans cette perspective, il est essentiel d'analyser les avantages, les limites et les risques découlant de l'utilisation de la technologie dans le domaine bancaire.

3.1 Les avantages de l'utilisation de la technologie sur les services bancaires.

3.1.1 L'optimisation des services

L'évolution constante des technologies a ouvert la voie à une révolution dans la manière dont nous percevons et utilisons les services. Cette transformation est alimentée par les avancées dans les domaines des ordinateurs et des télécommunications, qui ont radicalement redéfini la portée et la nature des services accessibles à distance ainsi que ceux basés sur l'information⁷⁷.

La combinaison de ces progrès a permis l'émergence de services innovants et pratiques, où les besoins et les désirs des individus sont rapidement satisfaits, souvent sans avoir à quitter le confort de

⁷⁶Benoît Georges. « Intelligence artificielle : de quoi parle-t-on ? ». Éditions Fédération Française du Bâtiment Fédération Française du Bâtiment. Article disponible en ligne à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-constructif-2019-3-page-5.htm>

⁷⁷ C. Lovelock et D. Lapert, « marketing des services : stratégies, outils, management », Edition Publiunion 1996, page 32.

leur domicile. Les services à distance, tels que les transactions bancaires, paiement en ligne, ont transcendé les limitations géographiques et temporelles. Cette transformation a engendré une nouvelle ère d'efficacité et de commodité, permettant aux individus de gagner du temps et d'accéder à des services auparavant inaccessibles.

La tendance croissante à l'implication des clients dans des opérations en self-service reflète une évolution significative dans la façon dont les banques conçoivent et offrent leurs services. Un exemple concret de cette tendance est illustré par les distributeurs automatiques, qui se sont imposés comme une référence en matière de service accessible et flexible.

L'expansion de ces services autonomes repose sur la notion d'autonomie du client. Les distributeurs automatiques offrent une gamme d'options, allant du retrait d'espèces au dépôt de chèques, en passant par la mise à jour des informations du compte. Cette approche permet aux clients de réaliser ces opérations à leur propre rythme et selon leur convenance, sans avoir à attendre l'assistance d'un employé.

3.1.2 La flexibilité des services

Un aspect clé des services en self-service est leur disponibilité 24h/24h. Dans un monde où les horaires de travail traditionnels ne s'appliquent pas toujours, ces options étendues offrent une flexibilité bienvenue. Les distributeurs automatiques dans les banques sont opérationnels à toute heure, ce qui permet aux clients d'effectuer des transactions à des moments qui leur conviennent, qu'il s'agisse de retraits d'argent tard le soir ou de dépôts matinaux avant de commencer la journée.

3.1.3 Réduire les coûts

L'intégration croissante de la technologie dans les services bancaires a le potentiel de procurer plusieurs avantages, dont la réduction des coûts opérationnels est l'un des principaux. En effet, l'adoption de solutions technologiques peut induire une compétition accrue dans le secteur bancaire, ce qui à son tour peut engendrer une baisse des coûts pour les institutions financières⁷⁸.

Le modèle de l'E-Banking en est un exemple marquant. Cette approche permet aux banques d'étendre leur portée clientèle de manière rentable. En offrant une gamme variée de services par le biais de plateformes numériques, les banques peuvent atteindre un public plus large sans les contraintes physiques associées aux succursales traditionnelles. Les sites web bancaires, les applications mobiles, les services par téléphone et les transactions par cartes bancaires offrent aux clients des moyens pratiques et peu coûteux d'accéder à des services financiers. La présence en ligne des banques offre également une opportunité d'automatisation des processus, ce qui peut réduire les frais de main-d'œuvre et les dépenses administratives.

⁷⁸Mary J. Cronin. « Banking and Finance on the Internet », Editor Every business Day. 1998. Page 28.

La réduction des coûts opérationnels n'est pas seulement bénéfique pour les banques, mais aussi pour les clients. Les économies réalisées grâce à l'adoption de la technologie peuvent potentiellement se traduire par des frais bancaires moins élevés ou des taux d'intérêt plus compétitifs sur les produits et services offerts.

3.1.4 La commodité des opérations bancaires

Les services bancaires en ligne permettent aux clients d'accéder à leurs comptes à tout moment et depuis n'importe quel endroit disposant d'une connexion Internet. Cette accessibilité élimine la nécessité de se conformer aux horaires d'ouverture des succursales bancaires traditionnelles, offrant ainsi une grande commodité, en particulier pour les personnes ayant des horaires chargés ou des contraintes de déplacement.

En éliminant la nécessité de se rendre physiquement en agence, les opérations bancaires en ligne économisent également un temps précieux. Les clients peuvent effectuer des tâches telles que la consultation de leur solde, la vérification des transactions récentes, l'initiation de virements et le paiement de factures, le tout en quelques clics, sans avoir à attendre en file d'attente ou à remplir de la paperasse.

3.1.5 L'amélioration de la relation client

La technologie joue un rôle essentiel dans l'amélioration de la relation entre les clients et leur banque.

Grâce à la transformation numérique, les banques adoptent de nouveaux canaux d'accès tels que les plateformes en ligne et les applications mobiles pour offrir des services personnalisés et répondre aux besoins changeants des clients. Cette évolution met en avant la personnalisation, permettant aux consommateurs de bénéficier de réponses adaptées à leurs besoins spécifiques. Les appareils connectés, tels que les Smartphones et les tablettes, ont révolutionné

L'accès aux informations et aux services bancaires, transformant la façon dont les clients interagissent avec leur banque au quotidien⁷⁹.

3.2 Les limites de l'utilisation de la technologie sur les services bancaires.

3.2.1 La cohérence dans la multiplicité des canaux de communication bancaire

La diversité des canaux de communication, tels que les plateformes en ligne, les applications mobiles, les réseaux sociaux et d'autres, peut engendrer des problèmes de cohérence au niveau du

⁷⁹André Tiburce AGBIDINOUKOUN. « Le management de la mutation digitale dans l'écosystème financier Ouest-Africain ». THESE DE DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE BRETAGNE OCCIDENTALE. 2015 . Page 78.

système d'information de la banque. Chaque canal peut avoir sa propre interface, son propre format de données et ses propres fonctionnalités⁸⁰.

Cela peut entraîner une dispersion des informations et des interactions client-banque, rendant difficile la coordination et la synchronisation des données. Par exemple, si un client initie une conversation sur les réseaux sociaux, puis passe à l'application mobile pour une autre requête, la transition entre ces canaux pourrait ne pas être fluide, et des informations pourraient être perdues en cours de route.

3.2.2 Les problèmes techniques

Les problèmes techniques dans les services bancaires liés aux pannes de système, aux erreurs logicielles et aux interruptions de service peuvent avoir des conséquences significatives pour les clients et les institutions financières.

Tout d'abord, les pannes de système peuvent survenir en raison de défaillances matérielles, de surcharges du réseau ou d'autres problèmes techniques. Lorsqu'un système est en panne, les clients peuvent être incapables d'effectuer des transactions. Cela peut entraîner de la frustration et de l'inquiétude pour les clients qui dépendent des services bancaires en ligne pour gérer leurs finances quotidiennes.

De plus, les erreurs logicielles, telles que des bugs ou des problèmes de programmation, peuvent entraîner des dysfonctionnements dans les applications bancaires en ligne.

Ces erreurs peuvent conduire à des calculs de solde incorrects, à des transactions non traitées ou à d'autres problèmes similaires. Les clients pourraient alors subir des pertes financières ou avoir du mal à résoudre les problèmes causés par ces erreurs. Les interruptions de service, qu'elles soient planifiées pour la maintenance ou qu'elles surviennent de manière inattendue, peuvent également causer des désagréments aux clients. Les clients pourraient ne pas être en mesure d'effectuer des transactions au moment où ils en ont besoin, ce qui peut perturber leurs plans financiers.

3.2.4 La confiance limitée

La confiance limitée des clients envers les services bancaires en ligne peut découler de plusieurs facteurs, notamment les préoccupations liées à la confidentialité, à la sécurité et au sentiment de contrôle sur leurs finances.

Tout d'abord, la confidentialité est une préoccupation majeure pour de nombreux clients. Lorsqu'ils effectuent des transactions en ligne ou partagent des informations personnelles, ils craignent que leurs données sensibles ne soient compromises

⁸⁰André Tiburce AGBIDINOUKOUN, op. Cit.

Ensuite, la sécurité joue un rôle essentiel dans la confiance des clients envers les services bancaires en ligne. Ils redoutent que des cybercriminels puissent accéder à leurs comptes, voler leurs fonds ou même usurper leur identité. Le manque de visibilité directe sur les mesures de sécurité mises en place par les institutions financières peut aggraver ces inquiétudes et conduire à une méfiance à l'égard des transactions numériques.

De plus, certains clients pourraient se sentir dépassés par la technologie ou ne pas avoir une compréhension approfondie des opérations bancaires en ligne. Ils peuvent craindre de commettre des erreurs techniques qui pourraient avoir des conséquences financières négatives. Ce manque de familiarité peut les pousser à préférer les interactions en personne, où ils se sentent plus en contrôle.

Enfin, le sentiment de manque de contrôle sur leurs finances peut découler de l'absence d'interaction humaine dans les services bancaires en ligne. Lorsqu'ils rencontrent des difficultés ou des questions, certains clients préfèrent parler à un conseiller en personne pour obtenir des réponses claires et rassurantes. La dépendance à la technologie peut sembler éloigner cette option, créant ainsi une appréhension.

3.3 Les risques de l'utilisation de la technologie sur les services bancaires.

3.3.1 Le risque de l'insécurité des opérations

La sécurité des services en ligne est compromise à travers les réseaux internes et externes du système bancaire. Du côté interne, le risque d'insécurité est principalement causé par l'utilisation frauduleuse du système informatique par un employé de la banque. Ces employés, en profitant de leur position, peuvent manipuler les informations et réaliser des opérations douteuses sur différents comptes. De plus, la banque peut être victime d'attaques de piratage, également appelées "hacks", où les informations confidentielles des clients et de leurs comptes sont volées et utilisées à des fins frauduleuses. Par ailleurs, la banque est également vulnérable aux menaces de virus informatiques qui peuvent attaquer son système et son réseau⁸¹.

L'adoption de la banque électronique contribue à la complexification des activités bancaires, augmentant ainsi les risques associés aux opérations et transactions innovantes offertes par la banque.

Pour maîtriser ces risques, la banque doit mettre en place des politiques et des procédures efficaces pour faire face aux défis posés par la banque électronique. Cela implique la réalisation régulière de contrôles internes de base, y compris la surveillance des fonctions et la garantie de la sécurité des informations à travers des expertises et des tests.

⁸¹ BELABDI Mohamed. « Détermination du profil des utilisateurs d'internet- Banking au Québec ». Université du Québec à Montréal. 2010. Page 17.

3.3.2 Le risque juridique

Ce risque se présente lorsqu'il y a une violation des lois et des règles en vigueur. Dans le contexte du commerce électronique, où la technologie et les pratiques commerciales sont en constante évolution, il y a une grande incertitude entourant les droits juridiques. De plus, les opérations bancaires électroniques sont confrontées à plusieurs problèmes juridiques, tels que le blanchiment d'argent, la divulgation d'informations confidentielles des clients et même le détournement de fonds. Cette situation suscite une préoccupation croissante pour les banquiers, qui sont confrontés à la lourde responsabilité de garantir la sécurité des fonds déposés par leurs clients⁸².

3.3.3 Le risque associé à la réputation

C'est un risque considérable. Tout problème, que ce soit sur le plan de la sécurité ou sur le plan juridique, aura un impact majeur et sur l'image et la renommée de la banque. Cette situation est délicate, d'autant plus que dans le secteur bancaire, la préservation du secret et de la confidentialité sont des éléments fondamentaux et indispensables à l'exercice professionnel de la banque⁸³.

Les conséquences négatives des problèmes de sécurité sont graves et se répercutent sur l'image de la banque, risquant fortement d'entraîner la perte de sa clientèle et il lui sera difficile d'attirer de nouveaux clients.

Conclusion

Ce chapitre nous a permis d'explorer les fondements de la technologie de l'information et de la communication qui ont été les bases de cette révolution. De même, nous avons observé comment les services bancaires ont évolué pour répondre aux défis posés par les nouvelles technologies, transformant la façon dont les institutions financières interagissent avec leurs clients et repensent leurs opérations.

La technologie a apporté des avantages indéniables au secteur bancaire, facilitant les opérations et améliorant l'accessibilité. Cependant, les problèmes de sécurité et les risques qui découlent de son utilisation restent une préoccupation.

⁸² SALEH M Nsouli ET SCHAECHTER. « Les enjeux de la banque d'électronique ». Revue Finance et Développement. Septembre 2002 .Page 50 .

⁸³ BELABDI Mohamed . « Détermination Du Profil Des Utilisateurs D'internet-Banking Au Québec », Université Du Québec À Montréal. 2010. Page 19.

**CHAPITRE III : LA TRANSFORMATION
NUMERIQUE DES SERVICES BANCAIRES
DE L'AGENCE CPA (120) TIZI-OUZOU**

Introduction:

Le Chapitre III de notre étude se consacre à une exploration la transformation numérique des services bancaires au sein de l'agence CPA 120 Tizi-Ouzou. Cette agence, située au cœur de la région de Tizi-Ouzou, joue un rôle essentiel dans le paysage financier local. Elle est le témoin de l'évolution rapide du secteur bancaire, marqué par l'essor des technologies numériques.

La Section 01 de ce chapitre débutera par une présentation de l'historique de l'agence CPA 120 et son évolution, mettant en lumière son rôle et ses activités.

Dans la Section 02, nous plongerons dans l'analyse des résultats de l'enquête que nous avons menée sur la transformation numérique des services bancaires au sein du CPA. Nous explorerons les tendances, les avantages et les entraves identifiés par les utilisateurs de l'agence CPA 120, offrant ainsi un aperçu des dynamiques actuelles du secteur.

Enfin, la Section 03 se concentrera sur l'impact concret de la technologie sur l'agence CPA 120. Nous examinerons comment l'adoption des nouvelles technologies a influencé les opérations bancaires, l'expérience client et les stratégies de l'agence pour rester compétitive dans un environnement bancaire en constante évolution.

Section1 : Présentation de l'agence d'accueil (CPA 120)

En cherchant à moderniser ses pratiques, l'État algérien s'engage dans une réforme pour mettre à jour son système bancaire.

Le crédit populaire d'Algérie est l'une des principales banques commerciales en Algérie. Le CPA se compose d'un siège principal à Alger et de groupes opérationnels répartis dans différentes régions du pays, telles que Ghardaïa, Blida, Tizi-Ouzou et Bejaia, chacun de ces groupes gérant des agences qui lui sont rattachées.



1.1 L'historique du CPA

Le crédit populaire d'Algérie a été créé par l'ordonnance numéro 66-366 du 29/12/1966 avec un capital de 15 millions de dinars et immatriculé au registre de commerce d'Alger sous le numéro 84 B 803, le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) a hérité des activités auparavant par les banques populaires (banques commerciales et industrielle à Alger, Oran), ainsi que d'autres banques étrangères dont : la banque d'Algérie-Mistr, société Marseillaise du crédit, compagnie française de crédit et de banque (CFCB) et la banque populaire d'Arabe. Son statut lui confère une forme juridique d'une société par action dans le secteur de l'artisanat d'hôtellerie, du tourisme, de la pêche et des professions libérales. Comme il avait le monopôle sur le crédit aux Moudjahidines avec des conditions avantageuses, cette forme de crédit a été annulée en 1973⁸⁴.

1.2 L'évolution du CPA

En 1985, le CPA engendre la création de la Banque de Développement Rural (BDL) en cédant 40 agences, en transférant 550 employés et cadres ainsi que 89000 comptes clients. À la suite de l'introduction de la loi d'autonomie des entreprises en 1998, le CPA a évolué pour devenir une entreprise publique économique à actions, avec son capital appartenant entièrement à l'État.

En 1990, l'intermédiaire entre la direction et les agences ont été supprimées, et les unités conçues comme des répliques de la direction générale ont été remplacées par des succursales.

En 1992, une réorganisation des structures centrales a été effectuée grâce à la création de la Direction Générale Adjointe (DGA), englobant les domaines d'exploitation, d'affaires, d'engagement,

⁸⁴Documents interne Crédit populaire algérien.

de développement, d'administration et de moyens. Chaque DGA regroupe plusieurs directions centrales dans le but de décentraliser les décisions pour une meilleure surveillance. Cette évolution a également donné lieu à l'émergence de nouvelles structures.

En 1995, des changements ont été apportés au CPA avec l'introduction de nouveaux organismes d'exploitation, dans le but d'adapter la structure de la banque à une économie de marché. Dans ce contexte, les anciennes succursales ont été reconfigurées en groupes d'exploitation, permettant ainsi la création de zones régionales spécifiques.

Après avoir rempli les conditions requises conformément à la loi sur la monnaie et le crédit (loi 10/90 d'avril 1990), le CPA a reçu son agrément du Conseil de la Monnaie et du Crédit le 7 avril 1997, devenant ainsi la deuxième banque en Algérie à être agréée.

En septembre 2006, le capital de la banque a été renforcé de 4 milliards de dinars, atteignant ainsi 29,3 milliards de dinars, suite à une décision du Conseil de la Monnaie et du Crédits⁸⁵.

1.3 Activités et rôle du CPA :

Traditionnellement orienté vers le secteur du bâtiment, des travaux publics et de l'hydraulique(BTPH), de la santé et des services, le portefeuille le du CPA s'est élargi à l'ensemble des secteurs d'activité, aux professions libérales, aux particuliers et ménages, avec notamment le crédit à l'immobilier et l'accompagnement de la micro entreprise dans le cadre des différents dispositifs et garanties mis en place par les pouvoirs publics, à savoir : l'ANSEJ, la CNAC, et l'ANGEM).

Le CPA se distingue par le financement de la profession médicale ainsi que la profession libérale, la banque est aussi désignée comme chef de file dans les opérations AADL et LPP. Tout en développant son champ de compétences à d'autres gammes de services et produits, la banque participe dans le cadre du plan de soutien à la croissance économique, aux financements de projets d'envergure initiés par l'Etat (centrales électriques, stations de dessalement d'eau de mer, cimenteries, pétrochimie, hôtels,...etc.).

Par ailleurs, concernant son activité sur le marché des capitaux, particulièrement sur le marché obligataire, le CPA a été accompagnateur et teneur de compte conservateur de titres au profit de plusieurs entreprises émettrices d'obligations comme ALGERIE TELECOM, SONELGAZ, et AIR ALGERIE. Concernant l'activité internationale, la banque traite toutes les opérations du commerce extérieur (domiciliation, transfert libre, remise documentaire et crédit documentaire) et participe à la mise en place de lignes de crédits extérieurs et des garanties internationales en faveur de sa clientèle.

⁸⁵ Documents interne Crédit populaire algérien

1.4 L'organisation du CPA :

A l'instar des autres banques, le CPA est composé d'un réseau implanté sur la quasi-totalité du territoire nationale.

Ce réseau est constitué d'une direction générale qui trace la politique globale de la banque, d'une liste de quinze 15 groupes d'exploitation qui ont pour attribution l'animation et le contrôle des différentes activités effectuées par les agences qui leurs sont rattachées et dont le nombre atteint cent -quarante-neuf 149.

Ces dernières ont pour mission de mettre en exécution la stratégie tracée. Parmi ces structures de base, existe l'agence CPA 120 située à Tizi-Ouzou ; le lieu de déroulement de notre stage pratique.

1.5 Présentation de l'agence CPA 120 :

Faisant partie du réseau des agences du CPA présentes à travers tout le territoire national, l'agence CPA 120 est classée en première catégorie. Elle est localisée sur le Boulevard Colonel Amirouche, au cœur du chef-lieu de la commune de Tizi-Ouzou.

Opérationnelle depuis 1966, cette agence est responsable de la réalisation de toutes les opérations typiquement gérées par une banque commerciale.

Bien que l'activité industrielle soit peu fréquente dans cette région, plusieurs agences bancaires ont choisi de s'implanter. Parmi elles, l'agence CPA opère au sein d'un périmètre de 200 mètres, à proximité de la BNA, de la BEA et de la BDL. Cette situation a engendré une concurrence professionnelle intense.

Au sein de l'agence CPA 120, un comité de crédit est établi sous la présidence du directeur de l'agence. Ce comité réunit le sous-directeur, les chargés d'étude et éventuellement le responsable du service exploitation. Son rôle est d'évaluer les demandes de crédit soumises par les clients.

La ville de Tizi-Ouzou est principalement caractérisée par la présence notable de commerçants et de grossistes, formant ainsi la majeure partie de la clientèle de cette agence⁸⁶.

1.6 Missions de l'agence CPA 120 :

L'agence CPA 120, exerce son activité comme toutes les banques, elle vise:

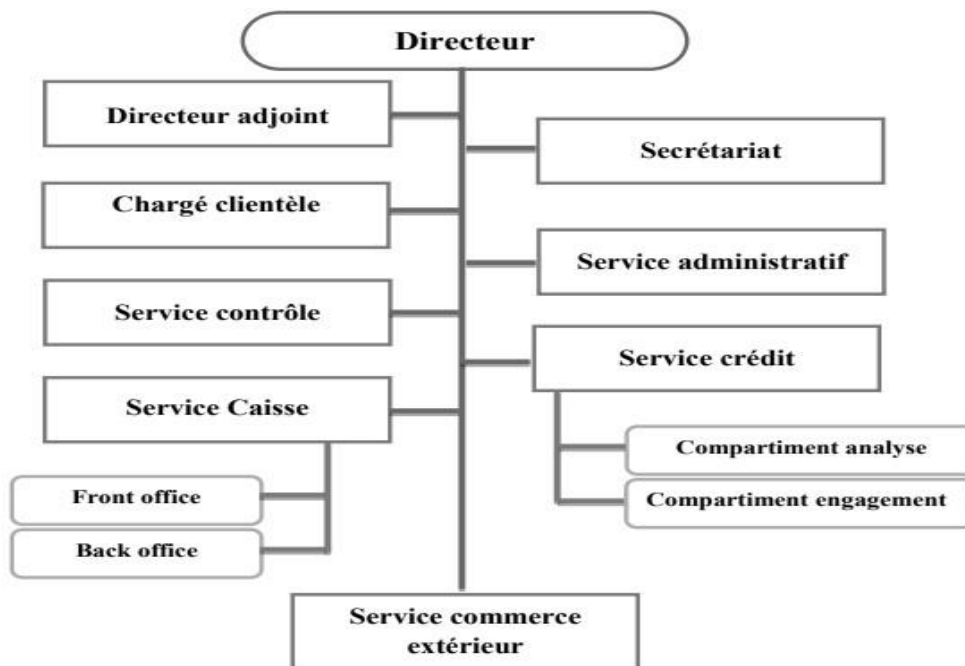
- Le développement de son fonds de commerce par l'amélioration de la part de marché de la banque dans la région commerciale.
- Réaliser le plan d'action commerciale.
- Collecter les fonds du public.

⁸⁶ Documents interne Crédit populaire algérien

- Reçoit, étudie, décide et met en place les crédits dans la limite des règles et procédures internes .
- Assure la gestion des créations impréparées et suit leurs recouvrements.
- La contribution à l'amélioration des performances économiques de la banque en termes de résultat et de qualité de gestion.

1.7 Organigramme de l'agence CPA 120

Figure : Organigramme du CPA



Source : document interne de la banque CPA

1.7.1 Le directeur

Le directeur d'agence bancaire exerce un rôle similaire à celui d'un chef d'entreprise très opérationnel. Il supervise son équipe, développe sa clientèle en fonction de ses objectifs commerciaux et des ressources disponibles, et gère les risques financiers. Ses responsabilités incluent :

- Animer et motiver ses équipes.
- Elaborer les plannings.
- Mise en œuvre des actions de marketing et de communication.
- Relation avec acteurs économiques locaux.

1.7.2 Le directeur adjoint :

Le directeur général adjoint (DGA) assume plusieurs rôles au sein de la banque. Il occupe la position de principal collaborateur du directeur général et est prêt à assumer la responsabilité quotidienne en son absence. La capacité à être polyvalent et adaptable est essentielle dans ce rôle.

Le DGA peut remplacer le directeur général et assurer la gestion quotidienne de l'entreprise en cas de besoin. Cela nécessite des compétences en gestion, en relations interpersonnelles, en communication et en gestion d'équipe. En plus de ses fonctions de conseil et d'expertise, il doit être capable de diriger, de stimuler et de motiver les équipes, car il joue un rôle à la fois de gestionnaire et de chef de projet.

1.7.3 Secrétariat

Il s'agit d'une profession en milieu administratif qui implique de prendre en charge diverses tâches au nom d'un autre employé ou agent. Cela peut englober la gestion du courrier, des appels téléphoniques, la rédaction de comptes rendus de réunions ainsi que la gestion de l'emploi du temps. Cette fonction allège la charge de travail de l'individu concerné, en participant notamment à la planification et à l'organisation de ses activités.

1.7.4 Charge clientèle

La responsabilité du chargé de clientèle consiste à maintenir une proximité avec les clients existants ainsi qu'avec de potentiels clients. Son rôle principal implique de fournir une assistance aux clients pour la constitution de divers dossiers liés aux services bancaires. De plus, il a pour devoir de présenter les produits et services de son institution tout en prenant en considération les besoins et la situation financière de chaque client.

En outre, le chargé de clientèle doit œuvrer à la diversification et à l'élargissement de son portefeuille client, en accord avec une stratégie de segmentation marketing. Son expertise dans le domaine commercial le contraint à constamment attirer de nouveaux clients. Il est également attendu qu'il prenne des initiatives et des décisions autonomes.

En somme, le rôle de chargé de clientèle demeure important au sein d'une banque.

1.7.5 Service administratif

En tant que cadre administratif, un responsable de gestion administrative est amené à réaliser des missions très importantes au sein d'une banque. Les tâches qui incombent le plus souvent au responsable de gestion administrative sont:

- De créer des méthodes ou des outils de travail (ex. : programmes informatiques) ;

- De maintenir une veille de l'environnement économique et de l'état du secteur d'activité de l'entreprise ;
- De vérifier et analyser les différentes données recueillies au sein de l'entreprise et du monde extérieur ;
- De donner des conseils aux membres de la direction de l'entreprise sur les nouveaux projets d'investissements ;
- D'élaborer de nouveaux projets, de mettre en place de nouvelles activités. Le responsable de gestion administrative répartit ensuite les tâches entre les membres de son équipe et suit l'évolution ;
- De gérer tous les aspects techniques et financiers du ou des services dont il a la charge.
- De négocier ou dialoguer au nom de l'entreprise avec divers intervenants : banques, administration ;
- D'évaluer et former les membres de son équipe afin d'optimiser leurs performances.

1.7.6 Service contrôle

On peut définir le contrôle interne comme l'ensemble des mesures de sécurité qui concourent à la gestion efficace de la banque. Son objectif se décline en deux volets :

- Assurer la protection, la sauvegarde du patrimoine et la qualité de l'information ;
- Assurer la conformité par rapport aux lois et aux règlements ;
- Assurer l'application des instructions de la direction en vue d'améliorer les performances de l'agence. Le contrôle interne se matérialise par la mise en place de méthodes, de règles et de procédures au sein de l'agence. Le contrôle interne est très important au niveau de la comptabilité et de sa valeur probante, il doit permettre de s'assurer que :
 - Tous les faits doivent être enregistrés et la comptabilité doit être complète ;
 - La comptabilité est conforme aux règles et principes comptables.

1.7.7 Service crédit

Il fait plusieurs propositions aux clients tels que ;

- La proposition de produits et de services financiers comme les crédits, les ouvertures de compte, les plans d'épargne, les investissements et placements ;
- Le démarchage de nouveaux clients ;
- La gestion d'un portefeuille clientèle existant ;

- L'organisation et l'animation d'une équipe de conseillers pour les managers et directeurs d'agence ;
- L'identification de risques et d'opportunités, Etc.

Le service crédit se divise en deux compartiments ;

- **Compartiment analyse**

Si l'analyse des comptes bancaires peut occasionnellement se révéler complexe, l'examen des comptes d'une banque constitue un véritable défi. Cette tâche est extrêmement difficile en raison du caractère spécialisé et complexe du secteur bancaire. En raison de la nature de ses opérations, la comptabilité bancaire est soumise à une réglementation rigoureuse. Cette démarche implique l'analyse des dossiers clients à traiter.

- **Compartiment engagement**

Le crédit d'engagement représente une autorisation d'investir dans un but spécifique (au sein de l'administration publique, d'une entreprise, d'un projet, etc.) à un montant préétabli qui ne fait pas partie du budget opérationnel. En d'autres termes, il s'agit d'engagements financiers à venir, limités à des dépenses maximales sur une période donnée et pour des projets définis. On utilise également les termes "autorisation d'engagement", "budgétaire" ou "de programme", principalement au sein des administrations et des collectivités locales.

Ce crédit peut être obtenu par le biais d'un financement bancaire amortissable lié à un projet spécifique, ou en utilisant les réserves de trésorerie suite à l'approbation de l'autorité décisionnaire (conseil d'administration, responsable politique, dirigeant d'entreprise, etc.) conformément aux statuts régissant le pouvoir de décision.

Dans certains cas, les banques exigent des garanties et des sûretés (comme le nantissement ou l'hypothèque), dépendant de la solvabilité du contractant. Cela entraîne des échéances définies, pouvant être fixes ou modulables en fonction de la nature du crédit. Le crédit d'engagement peut également prendre la forme d'un prêt in fine, permettant le remboursement du capital principal à la fin du calendrier, en une ou plusieurs fois

1.7.8 Service Caisse

Le service de caisse joue un rôle essentiel en proposant aux clients des banques les opérations bancaires élémentaires qu'ils sollicitent. En se rendant à la banque ou en envoyant un représentant, les clients ont la possibilité d'effectuer diverses transactions sur leurs comptes bancaires. Le service de caisse englobe un ensemble d'opérations clés qui incluent notamment :

- Les dépôts et les retraits des fonds,
- Les versements d'espèces et les remises de chèques à l'encaissement,
- Les émissions de chèques de banque et de virements,
- Les retraits des formules de chèques et des cartes bancaires,
- Les remises d'autorisation de prélèvements automatiques,
- La gestion des oppositions (cas de vol, perte...).

1.7.9 Front office

Au sein d'une banque de marché, le niveau le plus prestigieux est désigné comme le "Front Office", qui correspond à la salle des marchés où les traders exercent leurs activités. C'est dans cet environnement qu'ils opèrent devant un ensemble d'écrans affichant diverses informations cruciales pour leurs prises de décisions (tels que les cours boursiers, les dépêches des agences de presse économique, les résultats d'entreprises, les prix des matières premières, etc.). On appelle cette salle des marchés "Front Office" en raison de son rôle central dans les interactions entre la banque et le marché. Les ordres et les positions sont gérés depuis le "Front Office", positionné en première ligne de cette dynamique.

1.7.10 Back office

La partie administrative de la transaction, une fois que le trader a vendu ou acheté des titres, que cette transaction a été validée par le salarié du middle office, le salarié du back office s'occupe alors de la partie administrative :

Il enregistre l'opération dans le bilan comptable, il informe le client de l'achat ou de la revente des titres et il distribue le titre en question au client.

Le paiement des opérations est effectué par le back office qui en informe la banque de France et le Trésor. Les salariés du back office doivent également vérifier la validité des comptes des clients et débusquer les erreurs de gestion.

1.7.11 Service commerce extérieur

C'est les transactions que la banque effectue avec l'extérieur ou c'est les imports et exports des produits et services.

Section 2 : Analyse des résultats de l'enquête sur la transformation numérique au sein du CPA

Consacrer une partie de notre travail à la recherche sur le terrain nous permettra de collecter des données directement sur le terrain, de manière à observer concrètement l'influence des avancées technologiques sur les services bancaires.

2.1 La technique de recherche

Notre étude va nous permettre de recueillir des informations comparables d'un ensemble d'éléments. Cette comparabilité des informations recueillies nous permettra ensuite d'effectuer une analyse quantitative des données. Pour cela, nous avons choisi d'utiliser un questionnaire, comme expliqué en détail dans l'annexe numéro 01.

Le questionnaire est : «une technique de collecte de données qui consiste pour le chercheur à poser de manière identique une même série de questions à tous les participants d'une recherche lorsqu'il procède à une enquête ou à une expérimentation »⁸⁷.

2.2 La population d'étude

Dans le contexte de notre sujet, nous avons mené une enquête en interrogeant un groupe de **65** individus partageant une caractéristique spécifique : « **Être client de la banque Crédit Populaire Algérien** ». L'anonymat garanti par le sondage a favorisé le bon déroulement de cette étude, permettant ainsi le traitement des résultats issus des réponses à notre questionnaire.

2.3 Analyse des résultats du questionnaire

Nous avons proposé un questionnaire comportant 23 questions et nous avons obtenu résultats qui suivent.

Tableau N°04 : Genre

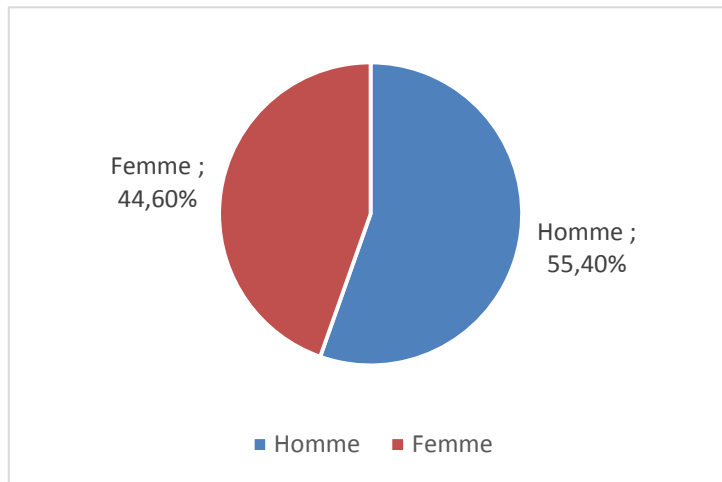
	Fréquence	Pourcentage
Homme	36	55.4%
Femme	29	44.6%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

⁸⁷André Akoun et Pierre Ansart, Dictionnaire de sociologie, Collection Dictionnaires LEROBERT/SEUIL, France, 1999, P527

Figure 04: Genre

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire



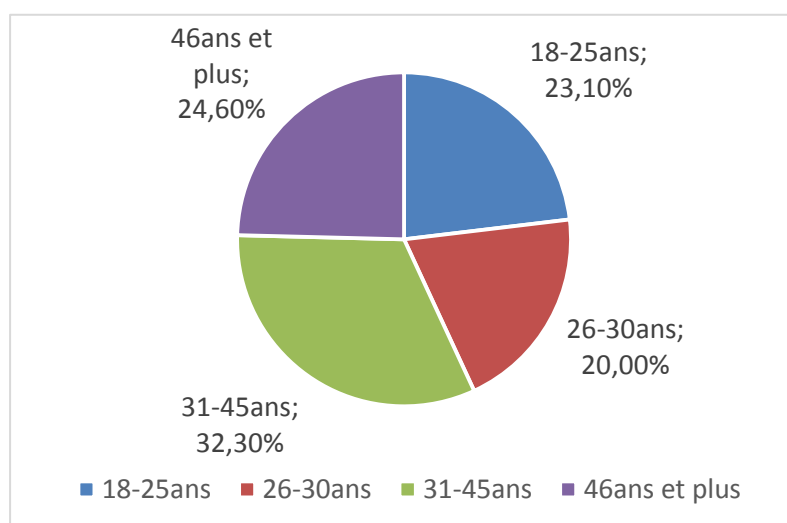
Dans la répartition des genres, avec 55,4 % d'hommes et 44,6 % de femmes. Il semble indiquer une légère prédominance masculine dans notre population étudiée.

Tableau N°05 : Age

	Fréquence	Pourcentage
18-25 ans	15	23.10%
26-30 ans	13	20%
31-45 ans	21	32.30%
46 ans et plus	16	24.60%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 05 : Age



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

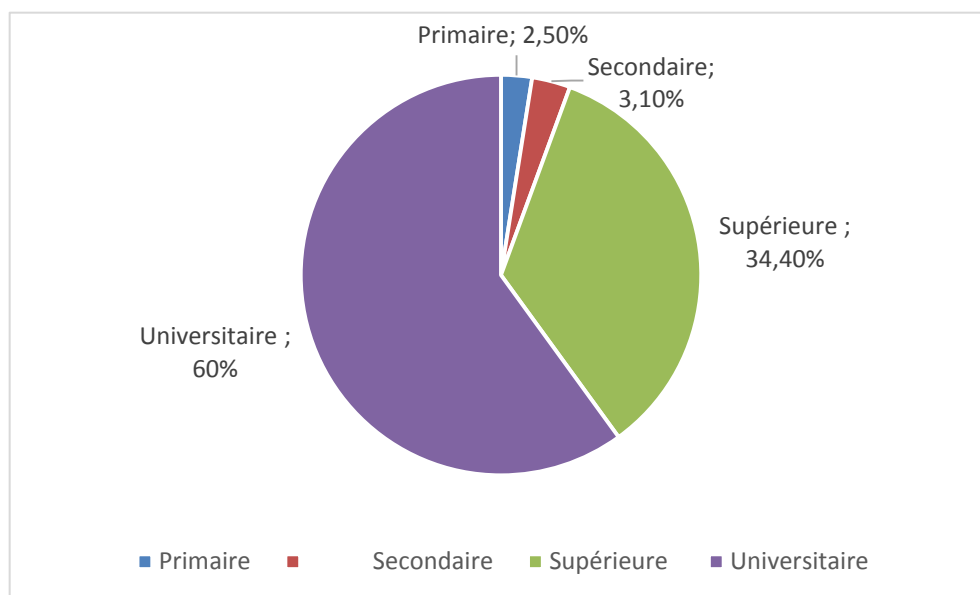
On peut voir que la majorité des personnes se situent dans la tranche d'âge de 31 à 45 ans, représentant 32,30% de la population, suivie par la tranche d'âge de 46 ans et plus à 24,60%. Les groupes d'âge de 18 à 25 ans et de 26 à 30 ans représentent respectivement 23,10% et 20% de la population.

Tableau N° 06 : Niveau d'instruction

	Fréquence	Pourcentage
Sans instruction	0	0%
Primaire	1	2.5%
Secondaire	2	3,1%
Supérieur	23	34.4%
Universitaire	39	60%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 06 : Niveau d'instruction



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Cette figure présente la répartition des niveaux d'instruction parmi la clientèle du Crédit Populaire Algérien (CPA) :

La catégorie la plus représentée est « Universitaire » avec un pourcentage élevé de 60%. Cela suggère qu'une part importante des clients du CPA a atteint un niveau d'éducation, comme une licence ou un diplôme universitaire. 34.4% de la population étudiée ont un niveau Supérieur. La catégorie « Secondaire » représente 3,1%, ce qui est inférieur aux autres catégories. Il semble que relativement peu de clients du CPA aient un niveau d'instruction se limitant au secondaire.

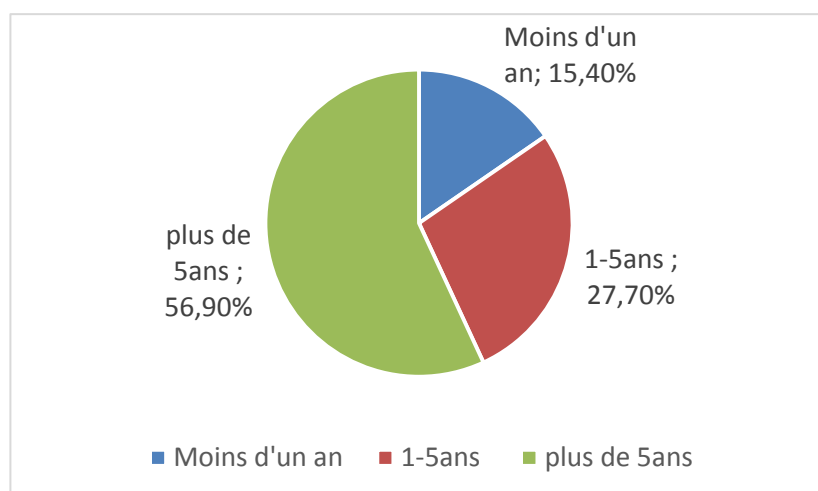
La catégorie « Primaire » est la moins représentée, avec seulement 2,5%. Cela indique que la grande majorité des clients du CPA ont un niveau d'éducation au-delà du primaire.

Tableau N° 07 : Ancienneté au Crédit Populaire Algérien (CPA)

	Fréquence	Pourcentage
Moins d'un an	10	15.4%
1 – 5 ans	18	27.7%
Plus de 5ans	37	56.9%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 07 : Ancienneté au Crédit Populaire Algérien (CPA)



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Nous remarquons que la catégorie "Moins d'un an" représente 15,4% de la clientèle. Cela signifie qu'une proportion relativement faible de clients ont rejoint le CPA depuis moins d'un an, ce qui peut indiquer une acquisition récente de services bancaires ou de nouveaux clients. La catégorie "1 - 5 ans" représente 27,7% de la clientèle. Ce groupe est composé de clients qui ont une ancienneté modérée au CPA, ce qui peut suggérer une relation plus établie avec la banque.

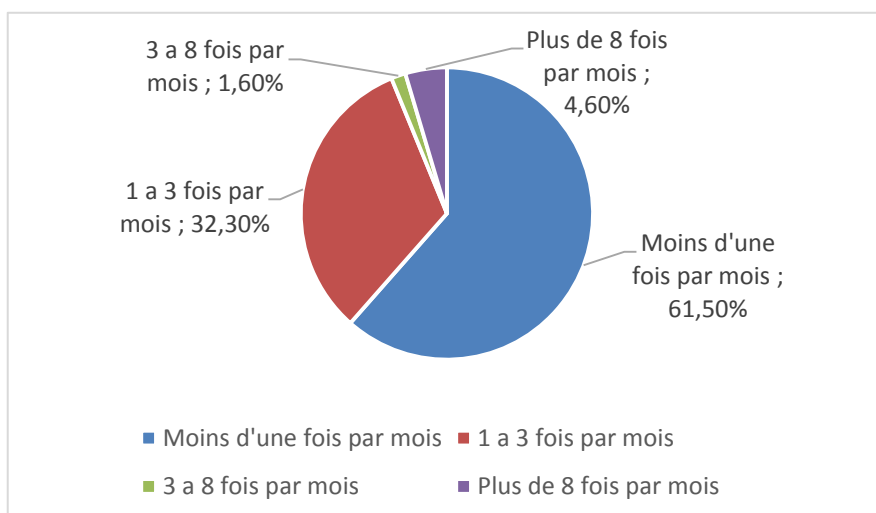
La catégorie "Plus de 5 ans" est la plus importante, représentant 56,9% de la clientèle. Cela indique qu'une grande majorité des clients du CPA ont une ancienneté de plus de 5 ans, ce qui suggère une relation à long terme avec la banque et une fidélité de la clientèle.

Tableau N°08: Nombre de déplacement à l'agence CPA

	Fréquence	Pourcentage
Moins d'une fois par mois	40	61.5%
Une à trois fois par mois	21	32.30%
Trois à huit fois par mois	1	1.6%
Plus de huit fois par mois	3	4.60%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 08: Nombre de déplacement à l'agence CPA



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Dans le nombre de déplacements des clients à l'agence du Crédit Populaire Algérien (CPA) : La catégorie "Moins d'une fois par mois" représentant 61,5% des clients. Cela signifie qu'une majorité des clients du CPA ne se rend à l'agence que très rarement, moins d'une fois par mois.

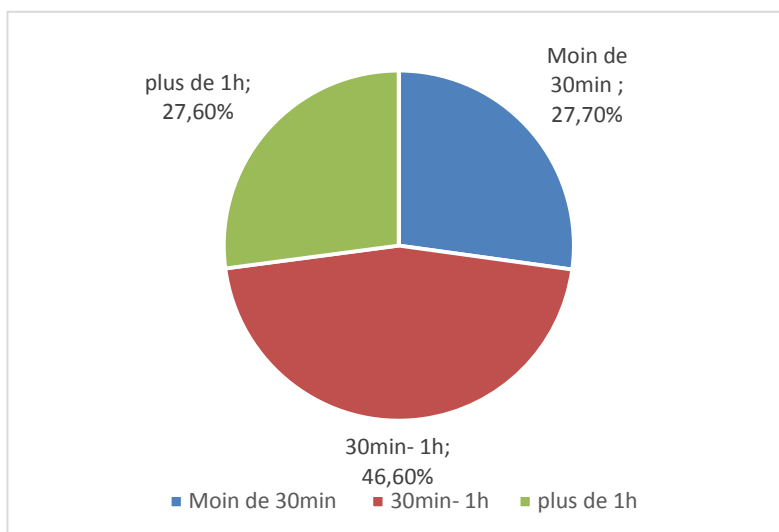
La catégorie "Une à trois fois par mois" représente 32,30% des clients. Ce groupe comprend des clients qui visitent l'agence de manière plus régulière, mais toujours de manière relativement modérée. La catégorie "Trois à huit fois par mois" est la moins représentée, avec seulement 1,6% des clients. Cela suggère qu'une proportion très limitée de clients ont besoin de se rendre fréquemment à l'agence pour leurs transactions bancaires. La catégorie "Plus de huit fois par mois" représente 4,60% des clients. Ce groupe est composé de clients qui ont besoin de se rendre fréquemment à l'agence pour leurs besoins bancaires.

Tableau N° 09: Temps nécessaire à l'arrivé à agence CPA

	Fréquence	Pourcentage
Moins d'une demi-heure	18	27.7%
30 minutes - une heure	29	46.6%
Plus d'une heure	18	27.7%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 09: Temps nécessaire à l'arrivé à agence CPA



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Concernant le temps nécessaire pour se rendre à l'agence du Crédit Populaire Algérien (CPA), nous remarquons que :

La catégorie "Moins d'une demi-heure" représente 27,7% des réponses. Cela signifie qu'un peu moins d'un tiers des clients du CPA n'ont pas besoin de beaucoup de temps pour se rendre à leur agence.

La catégorie "30 minutes - une heure" représentant 46,6% des clients. Cela indique que la plupart des clients du CPA doivent consacrer entre 30 minutes et une heure pour se rendre à leur agence, ce qui implique souvent un déplacement plus significatif.

La catégorie "Plus d'une heure" représente également 27,7% des réponses. Il est intéressant de noter que cette proportion est similaire à celle de la catégorie "Moins d'une demi-heure", ce qui suggère qu'un pourcentage non négligeable de clients du CPA doit effectuer des déplacements plus longs pour accéder à leur agence.

Tableau N° 10: Ancienneté d'utilisation de la technologie proposée par le CPA pour effectuer les opérations bancaires

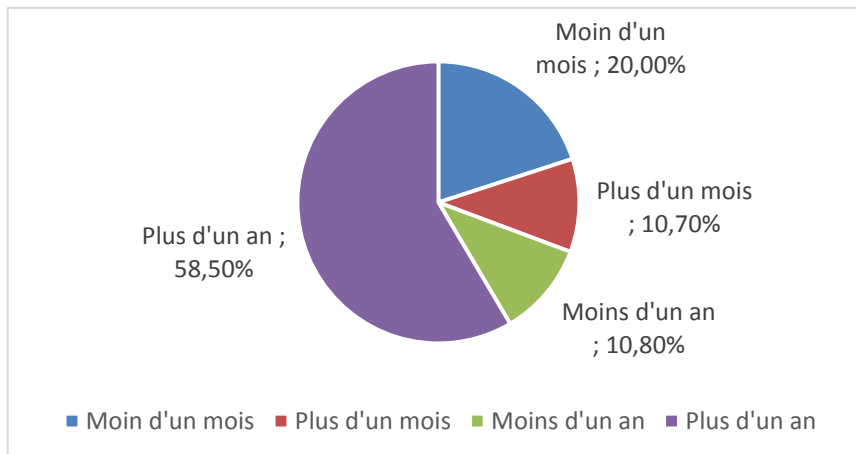
	Fréquence	Pourcentage
moins d'un mois	13	20%
plus d'un mois	7	10.7%
moins d'un an	7	10.8%

Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou

plus d'un an	38	58.5%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 10 : Ancienneté d'utilisation de la technologie proposée par le CPA pour effectuer les opérations bancaires



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Cette figure présente l'ancienneté d'utilisation des technologies proposées par le Crédit Populaire Algérien (CPA) pour effectuer des opérations bancaires : La catégorie "Moins d'un mois" représente 20% des réponses. Cela signifie qu'un cinquième des clients du CPA ont commencé à utiliser les technologies proposées par la banque pour effectuer leurs opérations bancaires très récemment, au cours du dernier mois.

La catégorie "Plus d'un mois" est de 10,7%. Il s'agit d'une proportion relativement faible de clients qui ont adopté ces technologies dans le mois précédent, mais pas nécessairement immédiatement.

La catégorie "Moins d'un an" représente 10,8% des clients. Cela inclut les clients qui ont commencé à utiliser ces technologies au cours de l'année précédente.

La catégorie "Plus d'un an" est la plus importante, avec 58,5% des réponses. Cela indique qu'une grande majorité des clients du CPA utilisent ces technologies depuis plus d'un an, ce qui suggère une adoption stable et prolongée de ces services.

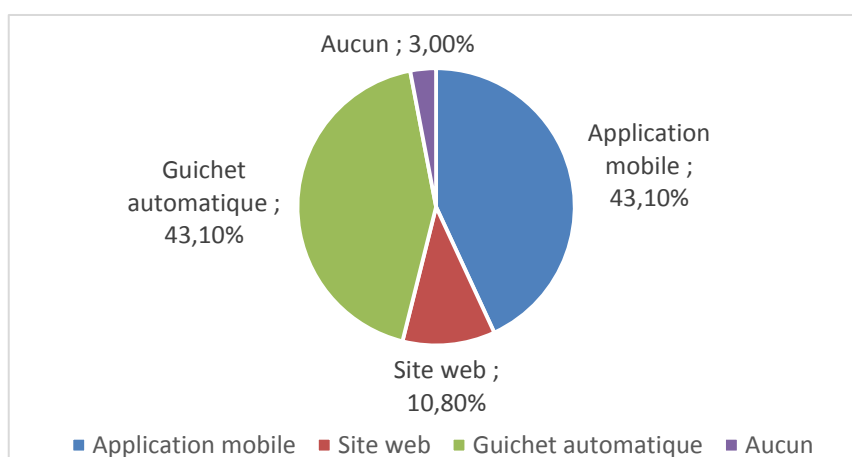
Tableau N°11 : la technologie utilisé régulièrement pour accéder aux services proposés par le CPA

	Fréquence	Pourcentage
--	-----------	-------------

Applications mobiles	28	43.1%
Site web	7	10.8%
Guichet automatique	28	43.1%
Aucun	2	3%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 11 : la technologie utilisée régulièrement pour accéder aux services proposés par le CPA



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Nous remarquons que les "Applications mobiles" sont la technologie la plus fréquemment utilisée, représentant 43,1% des réponses. Cela indique qu'une proportion importante des clients du CPA préfère utiliser des applications mobiles pour accéder aux services bancaires, ce qui est souvent pratique et accessible en déplacement.

Le "Guichet automatique" est également utilisé par 43,1% des clients, ce qui est une proportion égale à celle des applications mobiles. Cela signifie que de nombreux clients continuent d'utiliser les guichets automatiques pour leurs opérations bancaires régulières.

Le "Site web" est utilisé par 10,8% des clients, ce qui représente une proportion plus faible. Cela suggère que la navigation sur le site web de la banque est moins populaire que les applications mobiles ou les guichets automatiques parmi cette clientèle.

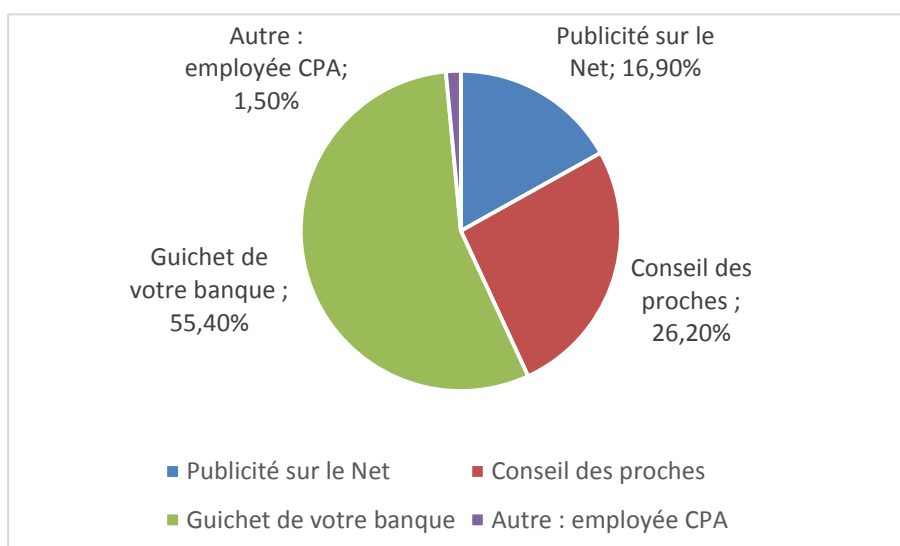
Seulement 3% des clients ont indiqué qu'ils n'utilisent aucune des technologies pour accéder aux services du CPA.

Tableau N° 12 : Communication de l'application et du site CPA

	Fréquence	Pourcentage
Au guichet de votre banque	36	55.4%
Conseils de proches	17	26.20%
Publicité sur le net	11	16.9%
Autre : employée CPA	1	1.5%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 12 : Communication de l'application et du site CPA



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Cette présente les moyens par lesquels les clients du Crédit Populaire Algérien (CPA) ont découvert l'application et le site web de la banque :

"Au guichet de votre banque" est le moyen le plus courant pour les clients de découvrir l'application et le site web du CPA, représentant 55,4% des réponses. Cela suggère que de nombreux clients ont été informés de ces services en visitant physiquement une agence du CPA, où le personnel de la banque les a probablement renseignés sur ces outils numériques.

Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou

"Conseils de proches" représente 26,20% des réponses. Cela indique que de nombreux clients ont découvert l'application et le site web du CPA grâce aux recommandations de leurs amis ou de leur famille.

"Publicité sur le net" est un moyen moins fréquent, avec 16,9%. Cela signifie que certains clients ont découvert ces services grâce à des publicités en ligne diffusées par le CPA.

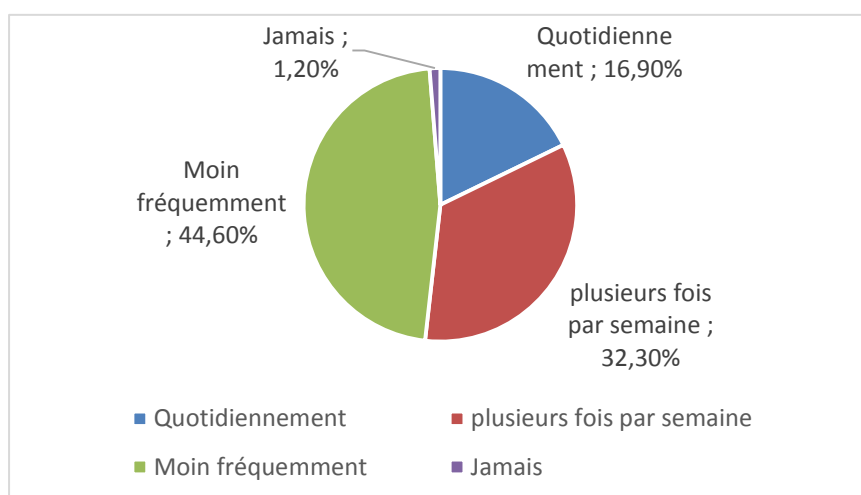
"Autre : employée CPA" représente 1,5% des réponses. Cela suggère qu'un petit nombre de clients ont été informés des services numériques du CPA directement par un employé de la banque.

Tableau N° 13 : la fréquence d'utilisation des services en ligne ou mobile du CPA

	Fréquence	Pourcentage
Quotidiennement	11	16.9%
Plusieurs fois par semaine	21	32.30%
Moins fréquemment	29	44.6%
Jamais	4	1.2%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 13: la fréquence d'utilisation des services en ligne ou mobile du CPA



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

"Quotidiennement" représente 16,9% des réponses. Cela signifie qu'un petit pourcentage de clients du CPA utilise ces services de manière quotidienne, ce qui suggère une utilisation très fréquente pour leurs opérations bancaires.

Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou

"Plusieurs fois par semaine" est la catégorie la plus importante, avec 32,30% des clients. Cela indique qu'une part significative de la clientèle utilise les services en ligne ou mobile du CPA régulièrement tout au long de la semaine.

"Moins fréquemment" représente 44,6% des réponses. Cela implique que près de la moitié de la clientèle utilise ces services de manière occasionnelle, mais pas de manière très fréquente.

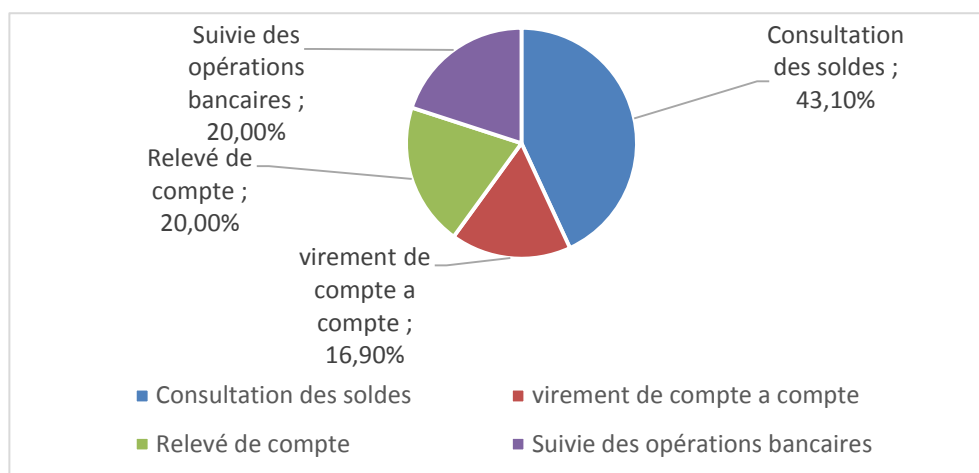
"Jamais" est la catégorie la moins représentée, avec seulement 1,2% des clients déclarant ne jamais utiliser les services en ligne ou mobile du CPA.

Tableau N° 14: Opération effectuée le plus sur l'application ou le site dédié (CPA).

	Fréquence	Pourcentage
Consultations des soldes	28	43.1%
Virement de compte à compte	11	19.6%
Relevé de compte	13	20%
Suivi des opérations bancaires	13	20%
Communication avec un conseiller	0	0%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 14 : Opération effectuée le plus sur l'application ou le site dédié (CPA).



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou

La consultation des soldes est l'opération la plus courante, représentant 43,1% des réponses. Cela indique que la majorité des utilisateurs de l'application ou du site du CPA vérifient régulièrement leurs soldes pour surveiller leur situation financière.

Les virements de compte à compte sont également fréquents, représentant 19,6% des réponses. Cela montre que de nombreux utilisateurs utilisent ces plateformes pour effectuer des transferts d'argent entre leurs comptes ou vers d'autres comptes.

Le relevé de compte est utilisé par 20% des répondants, ce qui suggère que la visualisation des relevés bancaires en ligne est également une opération fréquente.

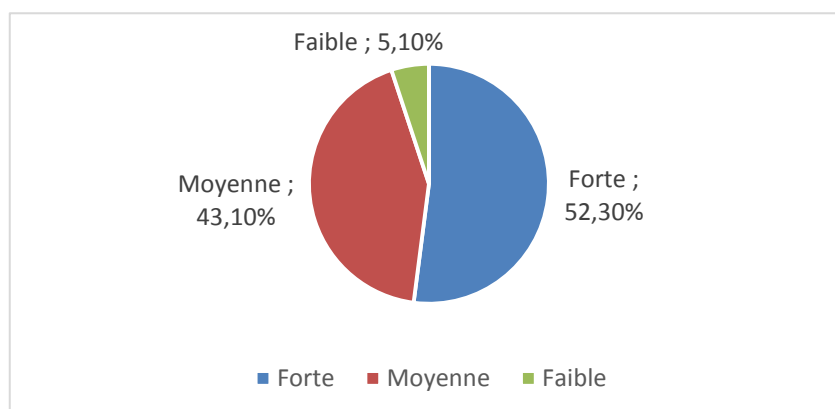
La communication avec un conseiller n'a pas été choisie comme une opération effectuée sur l'application ou le site web parmi les répondants, ce qui peut indiquer que la plupart des utilisateurs n'ont pas recours à ces plateformes pour entrer en contact avec un conseiller de la banque.

Tableau N° 15 : Avis sur la sécurité des services en ligne proposés par le Crédit Populaire Algérien (CPA).

	Fréquence	Pourcentage
forte	34	52.3%
moyenne	28	43.1%
faible	3	5.1%
Total	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 15 : Avis sur la sécurité des services en ligne proposés par le Crédit Populaire Algérien (CPA).



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou

Une majorité significative des utilisateurs, soit 52,3%, estiment que la sécurité des services en ligne du CPA est "forte". Cela suggère que la plupart des clients ont confiance dans la sécurité des transactions et des opérations effectuées via les plateformes en ligne de la banque.

Environ 43,1% des utilisateurs estiment que la sécurité est "moyenne". Cela pourrait indiquer qu'ils ont confiance dans une certaine mesure, mais ont également des préoccupations ou des attentes en matière de sécurité qui ne sont pas totalement satisfaites.

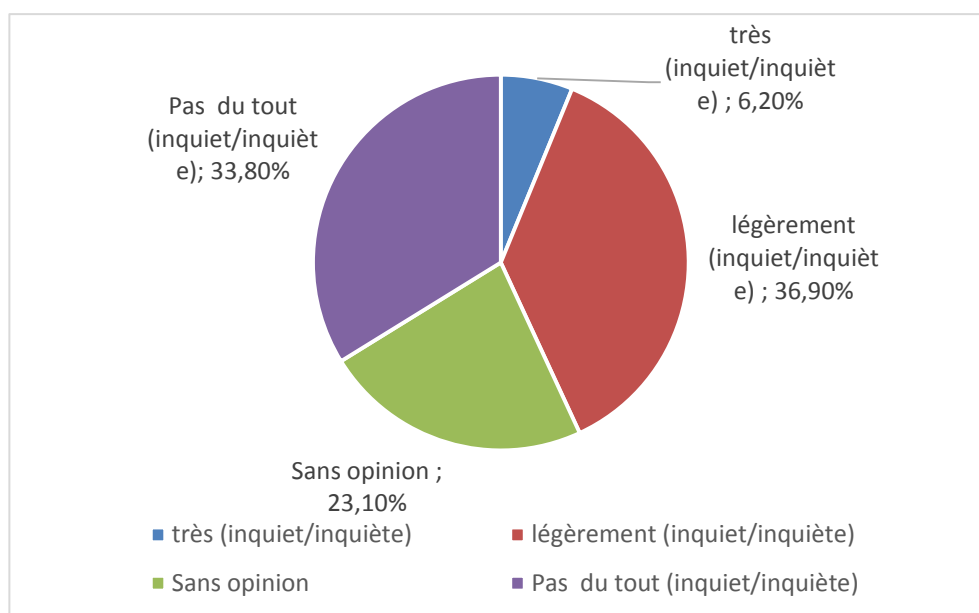
Seulement 5,1% des utilisateurs estiment que la sécurité est "faible". Cette proportion est relativement faible, ce qui suggère que la plupart des utilisateurs ont une perception positive de la sécurité des services en ligne du CPA.

Tableau N° 16 : inquiétude sur la sécurité des transactions bancaires effectuées en ligne

	Fréquence	Pourcentage
Très (inquiet/inquiète)	4	6.20%
Légèrement (inquiet / inquiète)	24	36.9%
Sans opinion	15	23.1%
Pas du tout (inquiet / inquiète)	22	33.8
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 16 : inquiétude sur la sécurité des transactions bancaires effectuées en ligne.



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Une petite minorité, soit 6,20% des utilisateurs, se déclare "Très inquiet/inquiète". Cela signifie qu'un faible pourcentage de clients du Crédit Populaire Algérien (CPA) ont de fortes préoccupations en ce qui concerne la sécurité des transactions en ligne. En revanche, une part plus importante, soit 36,9% des utilisateurs, est "Légèrement inquiet/inquiète". Cela suggère que de nombreux clients ont des préoccupations modérées en matière de sécurité, mais pas au niveau le plus élevé.

Environ 23,1% des utilisateurs ne se prononcent pas ("Sans opinion") sur leur niveau d'inquiétude, ce qui peut signifier qu'ils n'ont pas une opinion claire sur la sécurité des transactions en ligne ou qu'ils n'y ont pas encore réfléchi de manière approfondie.

La majorité des utilisateurs, soit 33,8%, déclare "Pas du tout inquiet/inquiète" en ce qui concerne la sécurité des transactions en ligne. Cela indique qu'un pourcentage considérable de la clientèle du CPA n'a pas de préoccupations majeures quant à la sécurité de leurs transactions en ligne.

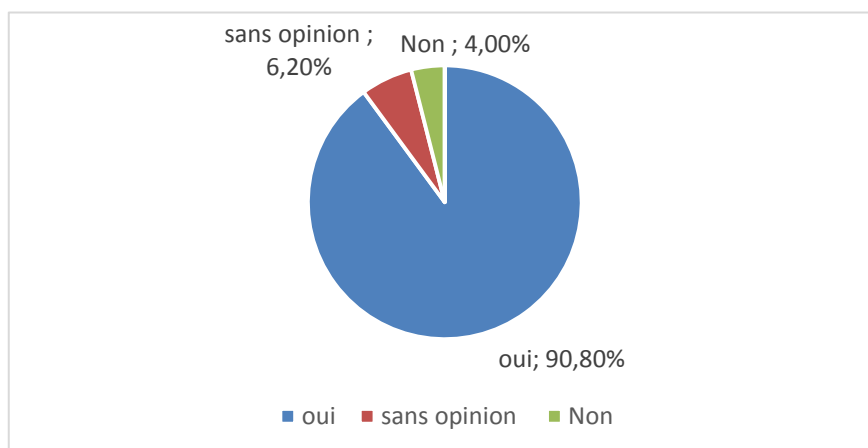
Tableau N° 17: la technologie des services bancaires offre un gain de temps dans les opérations bancaires

	Fréquence	Pourcentage
Oui	59	90.8%
Sans opinion	4	6.2%
Non	2	4%

Totale	65	100%
--------	----	------

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 17 : la technologie des services bancaires offre un gain de temps dans les opérations bancaires



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Une grande majorité des utilisateurs, soit 90,8%, estime que la technologie des services bancaires offre un gain de temps dans leurs opérations bancaires. Cela indique que la plupart des clients du Crédit Populaire Algérien (CPA) perçoivent les services en ligne ou mobiles comme étant efficaces pour économiser du temps dans leurs transactions financières.

Environ 6,2% des utilisateurs n'ont pas d'opinion claire sur cette question ("Sans opinion"), ce qui peut signifier qu'ils n'ont peut-être pas encore utilisé largement ces services ou qu'ils n'ont pas réfléchi à leur impact sur le gain de temps.

Seulement 4% des utilisateurs estiment que la technologie des services bancaires n'offre pas un gain de temps ("Non") dans leurs opérations bancaires. C'est une proportion relativement faible, suggérant que la plupart des utilisateurs voient la technologie comme bénéfique en termes d'efficacité temporelle.

Tableau N° 18: les services en ligne proposés par le CPA offrent une plus grande flexibilité dans la gestion des finances par rapport aux méthodes traditionnelles.

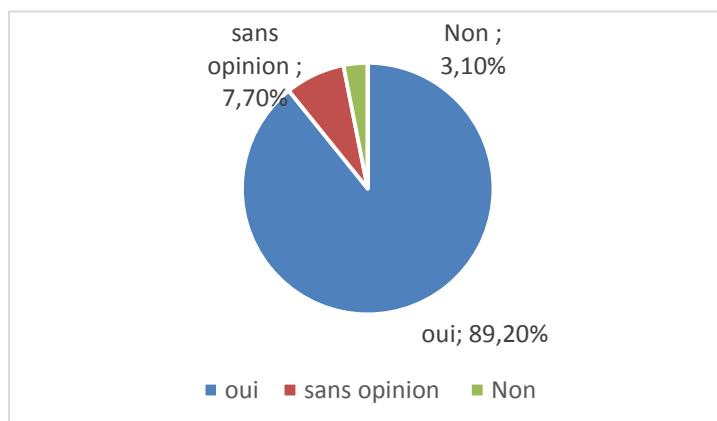
	Fréquence	Pourcentage
Oui	58	89.2%
Sans opinion	5	7.7%
Non	2	3.1%

Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou

Totale	65	
--------	----	--

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 18 : les services en ligne proposés par le CPA offrent une plus grande flexibilité dans la gestion des finances par rapport aux méthodes traditionnelles



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

La grande majorité des utilisateurs du Crédit Populaire Algérien (CPA) estime que les services en ligne offerts par la banque offrent une plus grande flexibilité dans la gestion de leurs finances par rapport aux méthodes traditionnelles. En effet, 89,2% des utilisateurs ont cette perception positive, soulignant ainsi l'importance de la flexibilité qu'offrent ces services numériques.

Une minorité, soit 7,7%, n'a pas d'opinion claire sur cette question ("Sans opinion"). Cela peut suggérer qu'ils n'ont peut-être pas encore utilisé largement les services en ligne ou qu'ils n'ont pas réfléchi à leur impact sur la flexibilité financière. Enfin,

Seulement 3,1% des utilisateurs estiment que les services en ligne du CPA n'offrent pas une plus grande flexibilité par rapport aux méthodes traditionnelles ("Non"). C'est une proportion relativement faible, ce qui indique que la plupart des utilisateurs considèrent ces services numériques comme étant plus flexibles pour la gestion de leurs finances.

Tableau N° 19 : Le degré de pratique de la technologie dans les services bancaires par rapport aux méthodes traditionnelles.

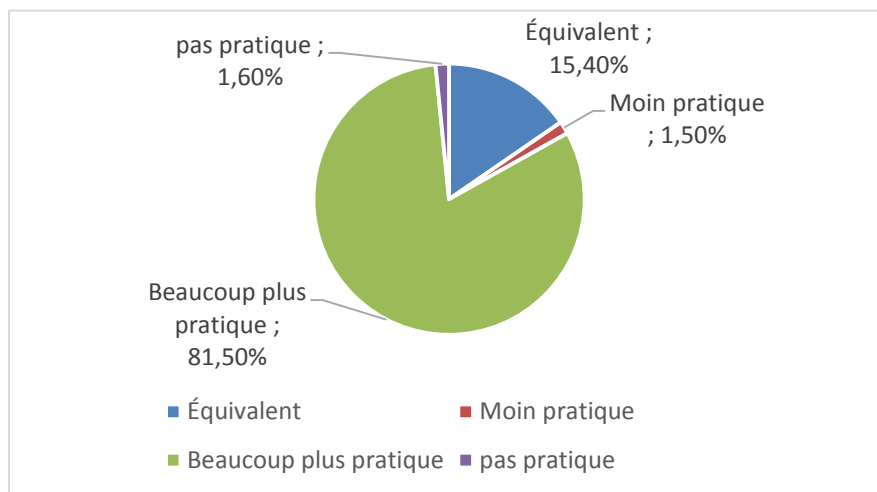
	Fréquence	Pourcentage
Beaucoup plus pratique	53	81.5%
Équivalent	10	15.4%
Moins pratique	1	1.5%

Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou

Pas pratique	1	1.6%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 19 : Le degré de pratique de la technologie dans les services bancaires par rapport aux



méthodes traditionnelles.

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

La majorité écrasante des utilisateurs, soit 81,5%, estime que la technologie dans les services bancaires est "beaucoup plus pratique" que les méthodes traditionnelles. Cela indique que la plupart des clients du Crédit Populaire Algérien (CPA) perçoivent la technologie comme une amélioration significative de la praticité dans la gestion de leurs services bancaires.

Environ 15,4% des utilisateurs estiment que la technologie et les méthodes traditionnelles sont "équivalentes" en termes de praticité. Cela signifie que pour une partie minoritaire de la clientèle, il n'y a pas nécessairement d'avantage clair à utiliser la technologie par rapport aux méthodes traditionnelles.

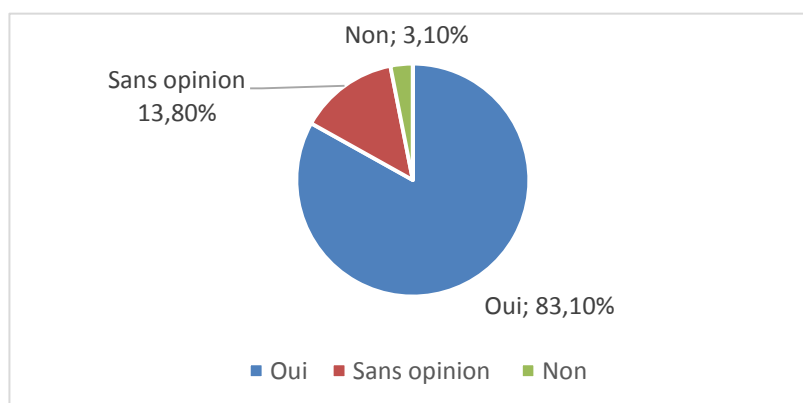
La catégorie "Moins pratique" (15,4%) et "Pas pratique" (1,6%) représente une proportion relativement faible. Cela suggère que la majorité des utilisateurs ne perçoivent pas les services technologiques comme étant moins pratiques que les méthodes traditionnelles.

Tableau N°20 : Efforts de la banque pour promouvoir l'application et le site CPA

	Fréquence	Pourcentage
Oui	54	83.1%
Sans opinion	9	13.8%
Non	2	3.1%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 20 : Efforts de la banque pour promouvoir l'application et le site CPA



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Une grande majorité des utilisateurs, soit 83,1%, estime que la banque a fait des efforts pour promouvoir l'application et le site web du CPA. Cela suggère que la plupart des clients du CPA ont conscience des initiatives de promotion mises en place par la banque pour promouvoir ses services en ligne.

Environ 13,8% des utilisateurs n'ont pas d'opinion claire sur cette question "Sans opinion". Cela peut signifier qu'ils ne sont pas particulièrement conscients des efforts de promotion ou qu'ils n'ont pas réfléchi à cette question.

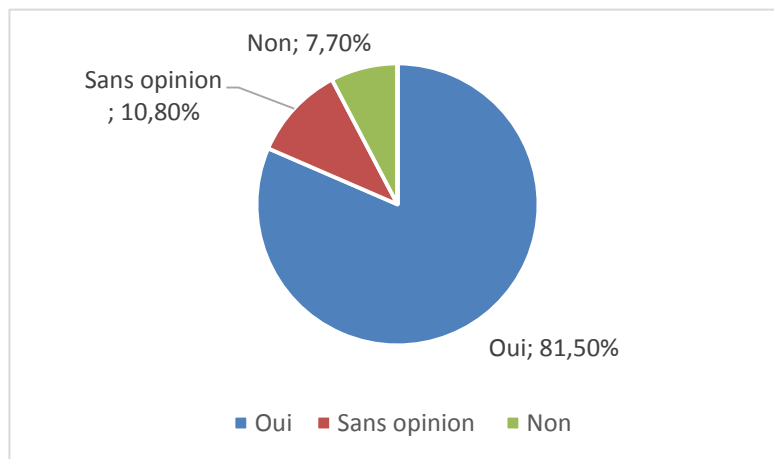
Seulement 3,1% des utilisateurs estiment que la banque n'a pas fait d'efforts pour promouvoir l'application et le site web du CPA ("Non"). C'est une proportion relativement faible, ce qui indique que la plupart des utilisateurs perçoivent les efforts de promotion de la banque.

Tableau N° 21 : le renforcement de la compétitive entre les institutions financières par l'utilisation de la technologie.

	Fréquence	Pourcentage
Oui	53	81.5%
Sans opinion	7	10.8%
Non	5	7.7%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 21 : le renforcement de la compétitive entre les institutions financières par l'utilisation de la technologie.



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Une grande majorité des utilisateurs, soit 81,5%, estime que l'utilisation de la technologie renforce la compétitivité entre les institutions financières. Cela indique que la plupart des clients du Crédit Populaire Algérien (CPA) reconnaissent que la technologie joue un rôle important dans la compétition entre les banques et les institutions financières.

Environ 10,8% des utilisateurs n'ont pas d'opinion claire sur cette question ("Sans opinion"). Cela peut signifier qu'ils ne sont pas totalement sûrs de l'impact de la technologie sur la compétitivité des institutions financières.

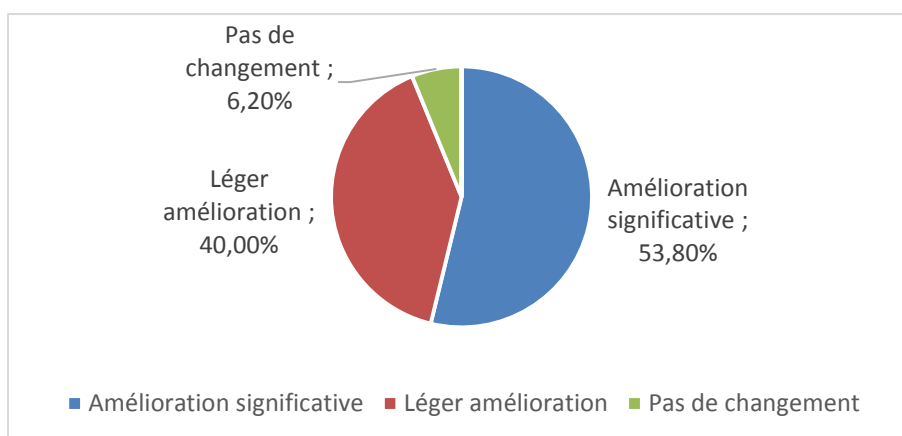
Seulement 7,7% des utilisateurs estiment que l'utilisation de la technologie ne renforce pas la compétitivité entre les institutions financières ("Non"). C'est une proportion relativement faible, suggérant que la plupart des utilisateurs reconnaissent l'importance de la technologie dans ce contexte.

Tableau N° 22: l'impact de la technologie sur l'expérience client

	Fréquence	Pourcentage
Amélioration significative	53	53.8%
Léger amélioration	26	40%
Pas de changement	4	6.2%
Détérioration	0	0%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 22 : l'impact de la technologie sur l'expérience client



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Une majorité des utilisateurs, soit 53,8%, estime que la technologie a apporté une "amélioration significative" à leur expérience client. Cela indique que la plupart des clients du Crédit Populaire Algérien (CPA) perçoivent la technologie comme un facteur positif qui a considérablement amélioré leur expérience lorsqu'ils interagissent avec la banque.

Environ 40% des utilisateurs estiment que la technologie a apporté une "légère amélioration" à leur expérience client. Cela signifie que pour une partie des utilisateurs, la technologie a eu un impact positif, bien que ce ne soit peut-être pas aussi significatif que pour d'autres.

Une proportion relativement faible, soit 6,2%, estime que la technologie n'a pas entraînée de changement significatif dans leur expérience client ("Pas de changement"). Cela peut indiquer que pour ces utilisateurs, l'impact de la technologie est resté relativement neutre.

Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou

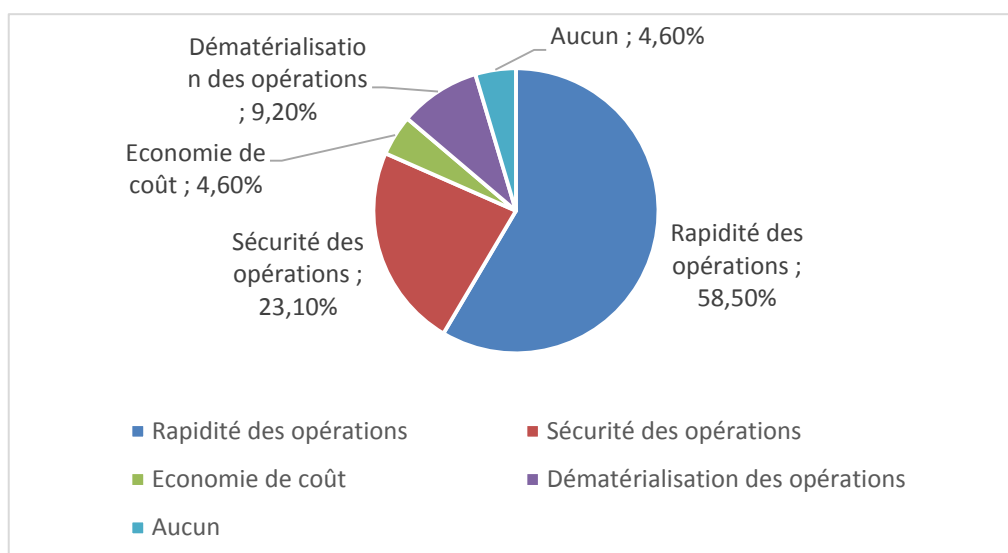
Aucun des utilisateurs n'a déclaré que la technologie a entraîné une "détérioration" de leur expérience client, ce qui suggère que la technologie n'a pas été perçue comme ayant un effet négatif sur l'expérience client dans cette enquête.

Tableau N° 23: le plus grand avantage de la technologie des services bancaires proposés par le Crédit Populaire Algérien.

	Fréquence	Pourcentage
Rapidité des opérations	38	58.5%
Sécurité des opérations	15	23.1%
Economie de coût	3	4.6%
Dématérialisation des opérations	6	9.20%
Autre	/	/
Aucun	3	4.6%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 23 : le plus grand avantage de la technologie des services bancaires proposés par le Crédit Populaire Algérien.



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Chapitre III : La transformation numérique des services bancaires de l'agence CPA (120) Tizi-Ouzou

La "Rapidité des opérations" est citée par la majorité des utilisateurs, avec 58,5% des réponses. Cela indique que pour de nombreux clients du CPA, le principal avantage de la technologie dans les services bancaires est la rapidité avec laquelle ils peuvent effectuer des opérations.

Environ 23,1% des utilisateurs estiment que la "Sécurité des opérations" est le plus grand avantage. Cela montre que pour une partie de la clientèle, la technologie est perçue comme offrant une sécurité accrue pour leurs transactions bancaires. «Economie de coût" est mentionné par 4,6% des utilisateurs, ce qui suggère que certains voient la technologie comme un moyen de réduire les coûts associés à leurs opérations bancaires.

«Dématérialisation des opérations" est citée par 9,2% des utilisateurs comme un avantage important. Cela signifie que pour une proportion significative de la clientèle, la technologie permet de simplifier les opérations en les rendant sans papier.

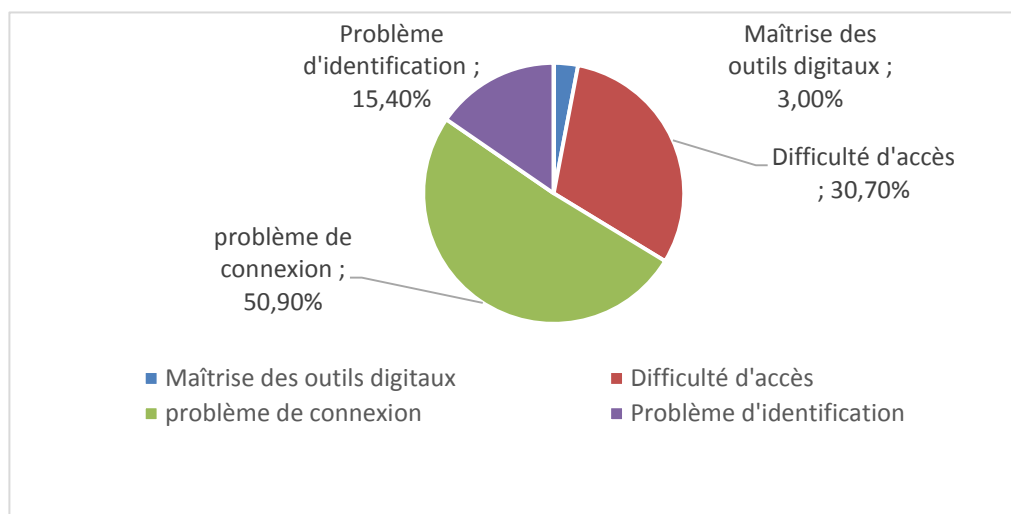
4,6% des utilisateurs ont indiqué "Aucun" avantage, ce qui peut signifier qu'ils ne voient pas d'avantage particulier dans l'utilisation de la technologie dans les services bancaires.

Tableau N° 24 : Entraves par rapport à l'utilisation du site et de l'application CPA

	Fréquence	Pourcentage
Maîtrise des outils digitaux	2	3%
Difficulté d'accès	20	30.7%
Problème de connexion	33	50.9%
Problème d'identification	10	15.4%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 24 : Entraves par rapport à l'utilisation du site et de l'application CPA



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

"Maîtrise des outils numériques" est citée par seulement 3% des utilisateurs comme une entrave. Cela signifie qu'un faible pourcentage de clients du CPA ont des difficultés liées à leur compréhension ou à leur compétence dans l'utilisation des outils numériques.

«Difficulté d'accès" est mentionnée par 30,7% des utilisateurs. Cela indique que près d'un tiers des utilisateurs rencontrent des problèmes liés à l'accès à l'application ou au site web du CPA.

"Problème de connexion" est l'entrave la plus courante, avec 50,9% des réponses. Cela suggère que la moitié des utilisateurs éprouvent des difficultés liées à la connexion à leurs comptes en ligne.

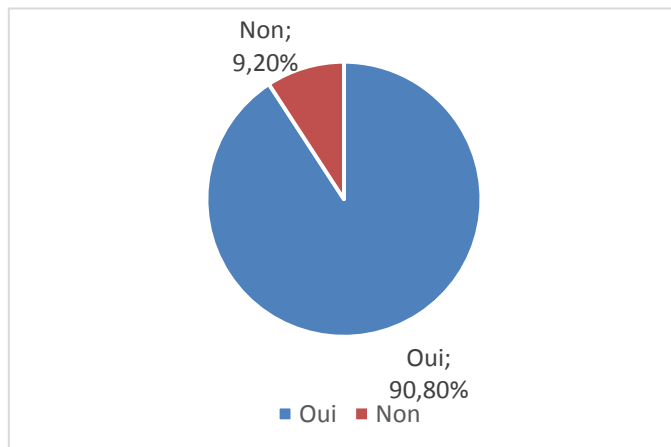
«Problème d'identification" est cité par 15,4% des utilisateurs, ce qui signifie qu'une proportion importante rencontre des problèmes lors de l'identification sur l'application ou le site web du CPA.

Tableau N° 25 : l'utilisation de la technologie dans les services bancaires a renforcé votre relation avec votre banque

	Fréquence	Pourcentage
Oui	59	90.8%
Non	6	9.2%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 25 : l'utilisation de la technologie dans les services bancaires a renforcé votre relation avec votre banque



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Ce tableau montre que la grande majorité des utilisateurs estiment que l'utilisation de la technologie dans les services bancaires a renforcé leur relation avec leur banque.

En effet, 90,8% des utilisateurs répondent "Oui" à cette question, indiquant ainsi une perception positive de l'impact de la technologie sur leur relation avec le Crédit Populaire Algérien (CPA).

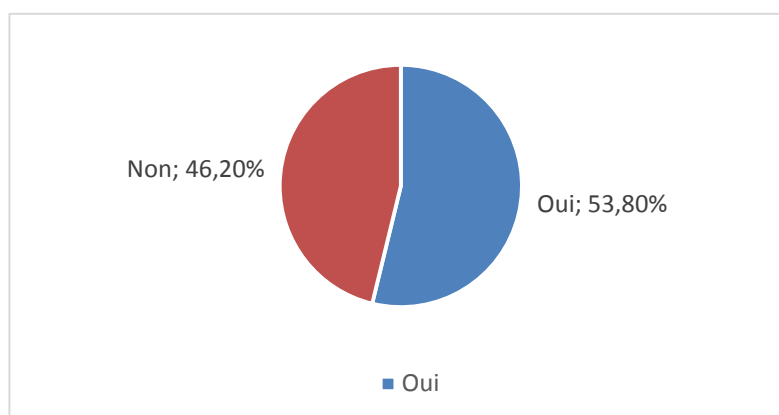
Seulement 9,2% des utilisateurs répondent "Non", ce qui suggère qu'une minorité relativement faible estime que l'utilisation de la technologie n'a pas renforcé leur relation avec la banque.

Tableau N° 26: les services bancaires traditionnels en agence deviendront obsolètes à l'avenir en raison de la technologie

	Fréquence	Pourcentage
Oui	30	53.8%
Non	35	46.2%
Totale	65	100%

Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Figure 26: les services bancaires traditionnels en agence deviendront obsolètes à l'avenir en raison de la technologie



Source : Conception personnelle à partir des résultats du questionnaire

Une légère majorité des utilisateurs, soit 53,8%, estime que les services bancaires traditionnels en agence deviendront obsolètes à l'avenir en raison de la technologie. Cela suggère que pour cette proportion des clients du Crédit Populaire Algérien (CPA), la technologie est perçue comme un facteur qui peut éventuellement rendre les agences bancaires traditionnelles moins pertinentes.

Environ 46,2% des utilisateurs estiment que les services bancaires traditionnels en agence ne deviendront pas obsolètes en raison de la technologie. Cela indique que pour une autre proportion importante de la clientèle, les agences bancaires traditionnelles continueront d'avoir leur place malgré l'avancement de la technologie.

2.4 Synthèse des résultats issus du questionnaire

L'enquête que nous avons menée avait pour objectif d'évaluer l'impact de la technologie sur les services bancaires au sein de l'agence CPA 120. À l'ère numérique, nous avons examiné les opinions et les expériences des utilisateurs à l'égard de la technologie dans le secteur bancaire. Nous avons notamment exploré les avantages perçus, les obstacles rencontrés, l'impact sur la relation client, ainsi que la question de l'obsolescence des services bancaires traditionnels en agence. Cette synthèse présente les principaux résultats issus de notre enquête, offrant un aperçu des tendances actuelles dans le domaine des services bancaires numériques au sein de l'agence CPA 120 :

Adoption Croissante de la Technologie : L'enquête a révélé une adoption croissante de la technologie par les clients de l'agence CPA 120 pour effectuer des opérations bancaires. Les applications mobiles et les sites web sont devenus des canaux courants pour les transactions et les consultations de comptes.

Avantages Perçus : Les utilisateurs ont identifié plusieurs avantages importants de l'utilisation de la technologie dans les services bancaires. La rapidité des opérations, la sécurité des transactions et la flexibilité dans la gestion des finances sont parmi les avantages les plus cités.

Renforcement de la Relation Client : Une grande majorité des clients de l'agence CPA 120 estime que la technologie a renforcé leur relation avec la banque. Cette perception positive souligne l'importance de la technologie pour améliorer l'expérience client.

Obstacles Rencontrés : Cependant, certains utilisateurs ont rencontré des obstacles, notamment des problèmes de connexion et des difficultés d'accès. Ces défis soulignent la nécessité de maintenir une expérience utilisateur fluide et sans faille. Question de l'Obsolescence des Services Bancaires Traditionnels : Les opinions sont partagées quant à l'obsolescence potentielle des services bancaires traditionnels en agence en raison de la technologie. Une légère majorité estime que ces services continueront d'être pertinents.

Importance de la Sécurité : Les résultats soulignent l'importance continue de la sécurité des transactions en ligne. Les clients considèrent la sécurité comme un aspect critique des services bancaires numériques.

Section 03 : L'impact de la numérisation sur l'agence CPA 120

L'objectif de notre enquête est de comprendre comment la technologie affecte le fonctionnement, les opérations de l'agence CPA 120. Nous cherchons à identifier les opportunités, et les risques liés à l'adoption de la technologie dans cette agence.

3.1 L'impact sur le mode interne de travail

En prenant comme point de départ la question suivante : Comment la technologie a-t-elle influencé la manière interne de travail ?

Avant l'automatisation de leurs opérations, la gestion manuelle des dossiers représentait un obstacle majeur en termes de rapidité de traitement et de compétitivité au sein des réseaux bancaires. Aujourd'hui, grâce aux nouvelles technologies et à l'utilisation d'outils extrêmement fiables et performants, la réduction du risque d'erreur occupe la troisième place, suivie par l'élimination des tâches en double. La technologie permet un accès sécurisé bien plus facile pour tous les utilisateurs, réduisant ainsi la nécessité d'être physiquement présent derrière un bureau pour les cadres et facilitant leurs déplacements.

3.2 L'impact sur la fonction de distribution

En se basant sur la question : Comment l'introduction de la technologie a-t-elle influencé l'interaction avec la clientèle ?

En raison de l'avènement de la technologie qui permet des gains significatifs de temps et de coûts dans les transactions financières, la clientèle bancaire est devenue de plus en plus exigeante. Le directeur souligne que la banque doit renouveler sa gamme de services pour répondre à ces attentes grandissantes.

Ceci implique non seulement l'introduction de produits financiers innovants, mais aussi la simplification des processus et la réduction des délais. Le directeur insiste sur la nécessité de lutter activement contre toute formalité excessive et toute lenteur. Il explique que cela signifie que les procédures administratives doivent être simplifiées, les délais de traitement réduits et un service rapide doit être fourni à tous les niveaux, de la conception des produits financiers à leur mise à disposition pour les clients.

En fin de compte, l'objectif est de satisfaire une clientèle de plus en plus exigeante, qui attend une expérience bancaire fluide et efficace grâce à l'utilisation intelligente des nouvelles technologies. Il estime que les banques qui relèvent ces défis sont mieux positionnées pour prospérer dans un environnement bancaire en constante évolution.

3.3 Les risques bancaires liés aux technologies

3.3.1 Les risques technologiques et importance de la sécurité informatique

La technologie offre aux banques des ressources de plus en plus puissantes, qui favorisent d'un côté une amélioration de leur position concurrentielle, et de l'autre, une augmentation de leur rentabilité et de leur efficacité.

Cependant, le rapide essor de la micro-informatique et l'expansion rapide des communications et des réseaux ont également conduit à une augmentation des risques technologiques et informatiques auxquels les banques sont confrontées. Ces risques principaux comprennent :

3.3.2 L'indisponibilité des ressources

L'indisponibilité des ressources est un risque majeur dans le domaine bancaire, en grande partie dû à la diversification et à la distribution des ressources visant à améliorer la performance, la capacité à gérer une augmentation de la charge et la proximité des services bancaires. Ce risque englobe plusieurs aspects critiques :

3.3.2.1 Pannes au niveau des serveurs d'applications

La banque dépend fortement des serveurs d'applications pour exécuter diverses fonctions, de la gestion des comptes à la mise en place de services en ligne. En cas de panne de ces serveurs, les clients peuvent être incapables d'accéder à leurs comptes ou de réaliser des transactions, entraînant ainsi des perturbations majeures dans les opérations bancaires.

3.3.2.2 Pannes au niveau des serveurs de données

Si les serveurs de données rencontrent des problèmes, cela peut entraîner la perte de données importantes, des retards dans les transactions et une mauvaise expérience client. De plus, la perte de données peut également avoir des implications légales et réglementaires graves.

3.3.2.3 Pannes au niveau des réseaux

La banque dépend d'infrastructures réseau complexes pour connecter les guichets automatiques, systèmes de paiement et clients. Les pannes réseau peuvent provoquer des interruptions de service, des retards dans le traitement des transactions et des risques de sécurité si elles sont exploitées par des cybercriminels.

3.3.3 La rupture de services

La menace de rupture de services dans le secteur bancaire est le résultat de plusieurs facteurs liés à l'utilisation intensive de la technologie à divers niveaux, allant des applications aux terminaux et aux canaux de communication, ainsi qu'au réseau et aux systèmes de communication. Cette menace englobe plusieurs éléments clés :

3.3.3.1 Diversité des pannes sur un parc informatique très large et varié

La banque exploite un vaste éventail d'équipements informatiques et de logiciels pour prendre en charge les opérations. La variété de ces ressources rend la gestion des pannes complexe, car elles peuvent survenir à différents niveaux, des serveurs aux ordinateurs de bureau, des guichets automatiques aux applications en ligne.

3.3.3.2 Multiplicité des profils d'internautes

Les clients de la banque utilisent une variété de dispositifs et de plateformes pour accéder à leurs comptes et effectuer des transactions. Cette multiplicité des profils d'utilisateurs ajoute une couche de complexité en termes de maintenance et de sécurité, car chaque profil peut présenter des vulnérabilités différentes.

3.3.3.3 Les accidents sur les locaux, les matériels et les services

Les infrastructures physiques de banque, y compris les locaux, équipements et services tels que l'électricité et les télécommunications, sont soumises à des risques tels que les incendies, les pannes de courant, les interruptions de service Internet, etc. Ces incidents peuvent entraîner des interruptions de service majeures.

3.3.4 L'incursion

L'incursion dans le domaine bancaire est un risque qui découle de l'utilisation d'Internet et des normes du marché pour fournir des services tels que les services Web, les e-mails et les transferts de fichiers. Ce risque englobe plusieurs aspects préoccupants :

3.3.4.1 Attaques pour saturer ou rendre hors service les machines

Les pirates informatiques peuvent cibler les serveurs et les infrastructures bancaires avec des attaques de type déni de service distribué pour les rendre inaccessibles, entraînant ainsi une interruption des services.

3.3.4.2 Utilisation illicite des ressources des machines

Les criminels peuvent exploiter les ressources informatiques de la banque, telles que la puissance de traitement, pour des activités illicites telles que lancement d'attaques sur d'autres cibles.

3.3.4.3 Vol ou modification d'informations confidentielles

Les hackers peuvent accéder aux données sensibles des clients ou de la banque elle-même, compromettant ainsi la confidentialité et l'intégrité des informations financières.

3.3.4.3 Propagation de virus

Les virus et les logiciels malveillants peuvent infecter les systèmes bancaires, compromettant leur stabilité et leur sécurité.

Conclusion

Les résultats démontrent clairement que la technologie a profondément transformé le secteur bancaire et joue un rôle central dans son activité. Les services bancaires ont évolué au fil du temps, passant d'une approche traditionnelle en agence à une utilisation croissante des canaux numériques tels que les applications mobiles et les sites web.

Les utilisateurs ont souligné plusieurs avantages de cette transition vers la technologie, notamment la rapidité des opérations, la sécurité des transactions et la flexibilité dans la gestion de leurs finances. De plus, la grande majorité des utilisateurs estiment que la technologie a renforcé leur relation avec leur banque, soulignant ainsi son importance dans l'amélioration de l'expérience client.

Cependant, il convient également de noter que certains utilisateurs ont rencontré des obstacles tels que des problèmes de connexion ou des difficultés d'accès. Néanmoins, dans l'ensemble, la technologie est devenue un élément central des services bancaires modernes, contribuant à une expérience client améliorée, à des processus bancaires plus efficaces et à la compétitivité globale de l'institution financière. Cette évolution rapide souligne l'importance continue de l'innovation technologique dans l'activité bancaire, tant pour répondre aux besoins des clients que pour rester

compétitif sur le marché. Il est toutefois essentiel de ne pas négliger les risques liés à la sécurité des transactions en ligne, soulignant ainsi l'importance de maintenir des mesures de protection adéquates dans un environnement bancaire de plus en plus numérique.

CONCLUSION GENERALE

Conclusion générale

Au terme de notre recherche sur "L'impact de la technologie sur les services bancaires", nous pouvons tirer plusieurs conclusions importantes qui répondent à notre problématique initiale : "Comment la technologie a-t-elle transformé les services bancaires ?".

L'analyse des principes théoriques, des services bancaires traditionnels et des défis inhérents au secteur a mis en lumière la complexité de cette transformation. Nous avons constaté que la pression pour répondre aux attentes changeantes des clients est un moteur clé de l'innovation dans ce secteur.

Le secteur bancaire a traversé une transformation profonde et continue grâce à l'impact omniprésent de la technologie. Au cours de ce mémoire, nous avons exploré en détail les fondements des technologies de l'information et de la communication (TIC) et leur influence sur les services bancaires a révélé l'incroyable potentiel de l'innovation technologique pour améliorer l'accessibilité, la rapidité des services pour les clients.

Nous avons étudié comment les avancées technologiques, de la numérisation des transactions au développement d'applications mobiles, ont remodelé la prestation des services bancaires pour s'adapter à un monde de plus en plus connecté. L'accessibilité aux services bancaires s'est considérablement amélioré ce qui a permis à un plus grand nombre de personnes d'accéder aux services financiers, y compris ceux vivants dans des zones rurales ou éloignées.

L'étude de cas de l'agence CPA 120 Tizi-Ouzou a permis de comprendre comment l'adoption de nouvelles technologies peut influencer les opérations bancaires.

En fin de compte, cette recherche a été une exploration de la manière dont la technologie a changé le secteur bancaire.

En tant que étudiantes, nous avons acquis une compréhension approfondie des changements qui ont eu lieu, des avantages qu'ils offrent aux clients et des défis qu'ils posent aux institutions financières.

Il est indéniable que la technologie continuera de jouer un rôle majeur dans l'avenir des banques qui devront continuer à trouver un équilibre délicat entre l'innovation technologique et la gestion prudente des risques, tout en maintenant des niveaux de sécurité et de satisfaction client élevés.

Dans un contexte où la technologie continue de redéfinir les services bancaires, il est impératif que les institutions financières, telles que le Crédit Populaire Algérien (CPA), restent à l'écoute des besoins changeants de leurs clients. Il est essentiel que le CPA continue de faciliter les transactions bancaires à distance, offrant ainsi à ses clients une expérience transparente et pratique

En conclusion, nous espérons sincèrement que cette étude contribuera à éclairer davantage les évolutions futures du secteur bancaire à l'ère numérique.

Nous encourageons également d'autres recherches dans ce domaine afin d'enrichir nos connaissances et d'apporter de nouvelles perspectives sur les opportunités et les défis liés à l'impact de la technologie sur les services bancaires.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrage :

1. AUBERT Benoit et autres. « l'innovation et les technologies d'information et des communications », HEC Montréal, octobre 2010
2. BÉZIADE C & ASSAYAG S CABINET Weave. « L'impact du numérique sur les métiers de la banque ». Mars 2014.
3. BOULC Stephan. « Donnée Information communication tentative de définition ». Édition COTA. 2005
4. BRANA F, CAZALAS M et KAUFFMAN P. « Monnaie, banque et finance». 5ème Édition Dunod, Paris 2016.
5. CHARPENTIER. P, « Organisation et gestion de l'entreprise », .Édition Nathan, 1997.
6. EL MOUHOUH Mouhoud « les différentes composantes de la mondialisation » 5ème édition, Paris, 2017
7. FRÉDÉRIC MISHKIN. « Monnaie, banque et marchés financiers ». 10ème Édition. Pearson, France 2013.
8. GUYOU Jasmine. « Comment mener un projet de dématérialisation de documents bancaires en tenant compte des enjeux et des spécificités ? ». 2020.
9. JEANM BÉGUIN et ARNAUD BERNARD. « l'essentiel des techniques banque ». Édition groupe Eyrolles. Paris 2008.
10. JEZABEL COUPPEYSOUBEYRAN NIJDAM C. « Parlons banque en 30 questions ». Éditions Dagmar Rolf .Paris 2014.
11. KAYROTIS CATHERINE « L'essentiel de la banque ». 2ème Édition, Gualino. France 2015.
12. LAURENCE SCIALOM « Économie bancaire ». 4ème édition. Édition La Découverte, Paris, 2013.
13. LAURENT Leloup. « Blockchain La révolution de la confiance ». Édition Eyrolles. Paris
14. L'APEC « -LES MÉTIERS DU SECTEUR DE LA BANQUE- » .Édition 2012. La France, 2012. Page 08. ↑ 5. XAVIER RIGOT. « Les banques centrales dans la tempête». Édition Rued'Ulm. Paris 2012.
15. LAFITTE. M, « ce que l'intelligence économique veut dire ». Édition d'organisation, Paris, 2006.
16. LOOVELOCK .C et LAPERT .D, « marketing des services : stratégies, outils, management », Edition Publiunion 1996,
17. LUC BERNET – ROLANDE. « Principe de technique bancaire». 25ème Édition Dunod. Paris 2008.
18. MARY J. Cronin. « Banking and Finance on the Internet », Editor Every business Day. 1998.
19. MILLER. G, « Langage et communication ». Édition PUF, Paris, 1973.
20. MONNIER. P, & Mahier-Lefrançois, S. «Les techniques bancaires». 2ème édition. Dunod. Paris. 2008.
21. PUJOLLE G. « Les Réseaux », Edition EYROLLES, 3eme Edition, Paris, 2000.
22. PLIHON, D. « la monnaie et ses mécanisme ». Édition La découverte. Paris 2001
23. RAMBURE D. « Les systèmes de paiement ». Édition Economica, Paris, 2005.

24. SAADOUN M. « Technologies de l'information et de la communication et management ». Hermès, Mars, 2000.
25. SAADOUN M « Avec le temps ». Edition d'organisation, Paris 1998.
26. SARLAK. M. A & ASGHAR. A. H (2011), « EBanking and Emerging Multidisciplinary Process: Social Economical, and Organizational Models », Business Science Reference, New York, USA.
27. SERVIN Claude. « Réseaux et Télécoms », Cours et exercices corrigés, Édition Dunod, Paris 2003.
28. SOPHIE BRANA, CAZALAS M et KAUFFMAN P. « Monnaie, banque et finance ». 5ème Édition Dunod, Paris 2016.
29. SOPHIE BRANA, Michel CAZALAS. (2006), « La monnaie », 2eme édition Dunod, Paris.
30. THUNIS. X (1996), « Responsabilité du banquier et automatisation des paiements », Presses Universitaires de Namur, Belgique.
31. WESPHALLEN. M et Thierry. L, « Toute la communication d'entreprise ». Édition Dunod, Paris.

Reuves et Articles :

1. Revue D'Économie Financière « Innovation, Technologie et Finance Menace et Opportunités ». Septembre 2022.
2. DINIZ, E. (1998), « Web Banking in USA », Journal of Internet Banking and Commerce, vol.3, n°2.
3. COUTINET Nathalie. « Définir les TIC pour mieux comprendre leur impact sur l'économie ». Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique, 2006
4. SALEH M Nsouli ET SCHAECHTER. « Les enjeux de la banque d'électronique ». Revue Finance et Développement. Septembre 2002 .

Lois et ordonnances

1. ARTICLE 114 DE LA LOI 90.10 DU 10 AVRIL 1990 RELATIVE A LA MONNAIE ET AU CREDIT.

Thèses et Mémoires :

2. AIRED Lynda et AMRAT Nadine .2022. «La digitalisation des services bancaires cas de la société générale Algérie (SGA)». Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences économiques université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou.
3. ANDRÉ Tiburce AGBIDINOUCOUN. « Le management de la mutation digitale dans l'écosystème financier Ouest-Africain ». THESE DE DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE BRETAGNE OCCIDENTALE. 2015 .
4. BOUCHELIT Rym : « les perspectives d'ebanking dans la stratégie e-Algérie 2013 », thèse doctorat, université Abou bakrbelkaid, Tlemcen, 2014-2015,
5. BELABDI Mohamed. « Détermination du profil des utilisateurs d'internet Banking au Québec ». Université du Québec a Montréal. 2010.
6. BELLAHA Hadjer. 2014-2015 . « le dispositif de Contrôle Interne au sein du système bancaire et son impact sur la Maîtrise du risque :Étude comparative » .Mémoire de Magistère en sciences commerciales . Université DJILALI LIABES de SIDI BEL_ABBES.
7. BELISLE Deny « l'impact de l'utilisation des technologies bancaire libre-service sur l'intérêt des consommateurs pour l'approche relationnelle ». Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de maîtrise des sciences. Université de Montréal .
8. BRAHIMI Thiziri et BOUMGHAR Lynda. 2016 « l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : cas de la BEA (agence « 034» de T.O) ». Mémoire de fin

- d'étude en vue de l'obtention du diplôme académique en sciences économiques. Université Mouloud Mammeri Tizi Ouzou
9. COCHEREAU Florent 2015 « Comment doit évoluer le modèle bancaire traditionnel a l'aube d'une réponse aux besoins des professionnels et des entreprises par les banques 100% en ligne ? ». Mémoire master 2 Management Spécialité gestion des PME – PMI Université du Maine , France.
 10. MADOUR Karima et TIZA Zahia, « Le degré d'intégration des NTIC dans les PME et PMI Algériens le cas de Wilaya de Tizi Ouzou », Mémoire de licence, Université de formation continue, 2012/2013.
 11. SAIDIBE Abdoul Salam et TALBI Hakim. 2019 « L'impact des produits bancaire sur la croissance économique en Algérie : cas de la BNA Tizi Ouzou ». Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences économiques. Université Mouloud Mammeri Tizi Ouzou.
 12. SAM Hocine « Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie : cas de la wilaya de Tizi Ouzou » . Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de magister en science économique . Université de Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou .

Dictionnaire :

1. André Akoun et Pierre Ansart, Dictionnaire de sociologie, Collection Dictionnaires LEROBERT/SEUIL, France, 1999.
2. BEITON.A, GAZORLA.A, et autre « Dictionnaire des sciences économiques » Edition ARMANDCOLIN/VUEF, Paris 2001.
3. BEZBAK P. et GHERARDI S., « dictionnaire de l'économie », Larousse, Paris 2000.
4. COLVERT Y.« Dictionnaire des Banques et Assurances », Paris.1998.
5. Dictionnaire de français Larousse 2 édition, Paris, 1997
6. Dictionnaire, Microsoft Encarta, 2009,193-2008 Microsoft Corporation.
7. LAMIZET Bernard, Sjlem Ahmed, dictionnaire encyclopédie de sciences de l'information et de la communication, paris, 1997.

Autres Références Bibliographiques :.

1. Documents interne Crédit Populaire Algérien.
2. FOURATI ENNOURI Mona . «Usages de la banque en ligne et qualité des échanges Entreprises ». Conférence Internationale de Management Stratégique. Université de sfax, mai, 2016.

Site web

1. BENOÎT Georges. « Intelligence artificielle : de quoi parle-t-on ? ». Éditions Fédération Française du Bâtiment Fédération Française du Bâtiment. Article disponible en ligne à l'adresse <https://www.cairn.info/revueconstructif-2019-3-page-5.htm>
2. <https://www.lafinancepourtous.com/juniors/lyceens/les-banques/les-banquesune-histoire-ancienne/> .
3. <http://blog.wikimemoires.com/2011/04/definition-du-paiement-electronique-epaiement/> .

ANNEXES

QUESTIONNAIRE :

La transformation numérique des services bancaires (CPA)

Dans le contexte de la réalisation d'un mémoire en Finance et Banque sûr le sujet de "l'impact de la technologie sur les services bancaires : cas du Crédit Populaire Algérien (CPA), nous vous invitons à remplir ce questionnaire pour contribuer à notre recherche. Toutes les données collectées seront confidentielles et anonymes. Nous vous remercions de votre participation.

1. Genre ?

Une seule réponse possible.

Homme

Femme

2. Age ?

Une seule réponse possible.

18-25 ans

26-30 ans

31-45 ans

46 ans et plus

3. Niveau d'instruction ?

Une seule réponse possible.

Sans instruction

Primaire

Secondaire

Supérieur

Universitaire

4. Depuis combien de temps êtes-vous clients au Crédit Populaire Algérien (CPA) ?

Une seule réponse possible.

- Mois d'un an
- 1an- 5ans
- Plus de 10 ans

5. Combien de fois pouvez-vous vous déplacez à l'agence CPA ?

Une seule réponse possible.

- Moins d'une fois par mois
- Une à trois fois par mois
- Trois a huit fois par mois
- Plus de huit fois par mois

6. Combien de temps pensez-vous pour atteindre votre agence CPA ?

Une seule réponse possible.

- Moins d'une demi-heure
- 30 minutes - une heure
- Plus d'une heure

7. Depuis combien de temps utilisez-vous les technologies proposées par le CPA pour effectuer vos opérations bancaires?

Une seule réponse possible.

- Moins d'un mois
- Plus d'un mois
- Moins d'un an
- Plus d'un an

8. Quelles technologies utilisez-vous régulièrement pour accéder aux services bancaires ?

Une seule réponse possible.

- Applications mobiles
- Site web
- Guichet automatique
- Aucun

9. Comment avez-vous entendu parlé de l'application et du site CPA ?

Une seule réponse possible.

- Guichet de votre banque
- Conseil des proches
- Publicité sur le net
- Autre

10. Quel est votre fréquence d'utilisation des services bancaires en ligne ou mobile ?

Une seule réponse possible.

- Quotidiennement
- Plusieurs fois par semaine
- Moins fréquemment
- Jamais

11. Quelles opération effectuez vous le plus sur l'application ou le site dédié (CPA) ?

Une seule réponse possible.

- Consultations des soldes
- Virement de compte à compte
- Relevé de compte
- Suivi des opérations bancaires
- Communication avec un conseiller
-

12. Comment trouvez-vous la sécurité des services en ligne proposés par le Crédit Populaire Algérien (CPA) ?

Une seule réponse possible.

- Forte
- Moyenne
- Faible

13. Avez-vous des inquiétudes concernant la sécurité des transactions bancaires effectuées en ligne ?

Une seule réponse possible.

- Très (inquiet/ inquiète)
- Légèrement (inquiet/inquiète)
- Sans opinion
- Pas dû tout (inquiet/inquiète)

14. Trouver vous que l'utilisation de la technologie sur les services bancaires offrent un gain de temps dans vos opérations bancaires ?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- Sans opinion

15. Trouver vous que les services bancaires en ligne proposés par le CPA offrent une plus grande flexibilité dans la gestion de vos finances par rapport aux méthodes traditionnelles ?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- Sans opinion

16. A quel point trouvez vous que l'utilisation de la technologie sur les services * bancaires est pratique par rapport aux méthodes traditionnelles ?

Une seule réponse possible.

- Beaucoup plus pratique
- Équivalent
- Moins pratique
- Pas pratique

17. Trouvez-vous que votre banque fournisse des efforts pour promouvoir l'application et le site CPA ?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- Sans opinion

18. Pensez vous que l'utilisation de la technologie a renforcé la compétitivité entre * les institutions financières

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- Sans opinion

19. Comment percevez vous l'impact de la technologie sur votre expérience en tant que client bancaire ?

Une seule réponse possible.

- Amélioration significative
- Léger amélioration
- Pas de changement
- Détérioration

20. Selon vous quel est le plus grand avantage de la technologie des services bancaires proposés par le Crédit Populaire Algérien (CPA) ?

Une seule réponse possible.

- Aucun
- Rapidité des opérations
- Sécurité des opérations
- Economie de couts
- Dématérialisation des opérations
- Autre
-

21. D'après vous quel-peuvent être les entraves par rapport à l'utilisation du site et de l'application CPA ?

Une seule réponse possible.

- Maitrise des outils digitaux
- Difficulté d'accès
- Problème de connexion
- Problème d'identification

-
22. Pensez-vous que l'utilisation des services en ligne proposés a renforcé votre relation avec votre banque ?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- Sans opinion

23. Pensez vous que les services bancaires traditionnelles en agence deviendront obsolètes a l'avenir en raison de la technologie ?

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
-

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

TABLES DES MATIERES

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

Introduction Générale.....	02
Chapitre 01 : Banque et services bancaires traditionnelles : théorie, pratiques et défis	05
Introduction.....	06
Section 01 : Cadre théorique sur la banque.....	07
1.1 Définition de la banque.....	07
Définition juridique.....	07
Définition économique.....	07
Les destinataires des services bancaires.....	08
Le rôle de la banque.....	08
Typologies des banque.....	09
La banque centrale.....	09
La banque mutualiste.....	09
La banque d’investissement.....	10
Les banques universelles.....	10
La banque de détail.....	10
La banque en ligne.....	11
Les risques de l’activité bancaire Définition économique.....	11
Le risque de crédit	11
Le risque de marché.....	11
Le risque de liquidité.....	12
Le risque opérationnel.....	12
La maîtrise des risques bancaires.....	12
Section 02 : Les services bancaires traditionnelles.....	13
Les services bancaires.....	13
L’historique des services bancaires.....	13

L'Antiquité.....	13
Du Moyen-âge à la Renaissance.....	14
De la Renaissance au XVIIIe siècle.....	14
Le XXe siècle vers un nouvel essor.....	15
Les services bancaires traditionnels.....	15
Typologies des services bancaires traditionnelles.....	15
L'ouverture de compte.....	15
Le compte de dépôt.....	16
Le compte de placement.....	16
La clôture de compte.....	17
La location de coffre.....	17
Le change manuel.....	17
Les opérations de caisse.....	18
Les dépôts à vue.....	18
Les dépôts à terme.....	18
Les virements et les prélèvements.....	19
Les prêts bancaires.....	19
Section 03 : Les défis de la banque dans la prestation des services traditionnels.....	20
Les défis de la banque dans la prestation des services bancaires traditionnelles .Définition économique.....	20
Maitriser ses charges fixes.....	20
Proposer un outil informatique performant.....	20
Le temps de traitement des transactions.....	21
L'évolution des attentes des clients.....	21
La rapidité.....	21
Le libre service.....	21
La désintermédiation.....	22
Être capable d'analyser les masses de données des clients ...Définition économique.....	22
Le volume.....	22
La vitesse.....	22
La véracité.....	22
La sécurité.....	22

L'analyse.....	23
Faire face à la concurrence.....	23
Conclusion du chapitre.....	24
Chapitre 02 : L'intégration de la technologie dans le secteur bancaire	25
Introduction.....	26
Section 01 : les fondements de La technologie de l'information et de la communication.....	27
Définition des TIC.....	27
L'évolution des TIC.....	28
La description des TIC.....	30
La technologie.....	30
L'information.....	31
La communication.....	31
La télécommunication	31
La téléphonie.....	32
L'informatique.....	32
Les réseaux.....	32
Les caractéristiques des TIC.....	34
Section 02 : L'évolution des services bancaires face a l'avènement des nouvelles technologies...35	35
L'adoption de la technologie dans le secteur bancaire.....	35
La digitalisation bancaire	35
La dématérialisation.....	35
Définition de la dématérialisation.....	36
La dématérialisation du secteur bancaire.....	37
L'automatisation des processus.....	37
La digitalisation des services bancaires.....	38
L'E-Banking	38
Le Mobile Banking.....	39
Les instruments de paiement.....	40
La télé compensation interbancaire.....	40
La monétique.....	41
Les cartes bancaires.....	41
Les cartes de paiement	42

Les technologies des moyens de paiement.....	43
Nouvelles technologies et Usages.....	44
Section 03 : Les enjeux de l'utilisation de la technologie sur les services bancaires	47
Les avantages de l'utilisation de la technologie sur les services bancaires.....	47
L'optimisation des services.....	47
La flexibilité des services.....	48
Réduire les coûts.....	48
La commodité des opérations bancaires.....	49
L'amélioration de la relation client	49
Les limites de l'utilisation de la technologie sur les services bancaires.....	49
La Cohérence dans la multiplicité des canaux de communication bancaire	49
Les problèmes techniques.....	50
La confiance limitée.....	50
Les risques l'utilisation de la technologie sur les services bancaires	51
Le risque de l'insécurité des opérations	51
Le risque juridique	52
Le risque associé à la réputation.....	52
Conclusion du chapitre	53
Chapitre 03 : L'impact de la transformation numérique sur les services bancaires de l'agence CPA 120 Tizi-Ouzou	54
Introduction	54
Section 01 : Présentation de l'agence d'accueil (CPA 120)	55
L'historique du CPA	55
L'évolution du CPA.....	55
Activités et rôle du CPA.....	56
L'organisation du CPA.....	57
Présentation de l'agence CPA.....	57
Mission de L'agence CPA 120.....	57
Organigramme de l'agence CPA 120.....	58
Le directeur.....	59
Le directeur adjoint.....	59
Secrétariat.....	59
Charge clientèle.....	59

Service administratif.....	59
Service contrôle.....	60
Service crédit.....	60
Service caisse.....	61
Front office.....	62
Back office.....	62
Service commerce extérieur.....	62
Section 02 : Analyse des résultats de l'enquête sur la transformation numérique au sein de CPA	62
La technique de recherche.....	62
La population d'étude.....	62
Analyse des résultats du questionnaire.....	62
Synthèse des résultats issus du questionnaire.....	88
Section 03 : L'impact de la transformation numérique sur l'agence CPA 120	89
L'impact sur le mode interne de travail.....	89
L'impact sur la fonction de distribution.....	89
Les risques bancaires liés aux nouvelles technologies.....	90
Les risques technologiques et importance de la sécurité informatique.....	90
L'indisponibilité des ressources.....	90
La rupture des services.....	91
L'incursion.....	91
Conclusion du chapitre	92
Conclusion générale	96
Bibliographie	98
Annexes	102
Tables des matières	110

Résumé :

Le secteur bancaire a traversé une transformation profonde et continue grâce à l'impact omniprésent de la technologie. Au cours de ce mémoire, nous avons exploré en détail les fondements des technologies de l'information et de la communication (TIC) et leur influence sur les services bancaires a révélé l'incroyable potentiel de l'innovation technologique pour améliorer l'accessibilité, la rapidité des services pour les clients.

Dans un contexte où la technologie continue de redéfinir les services bancaires, il est impératif que les institutions financières, telles que le Crédit Populaire Algérien (CPA), restent à l'écoute des besoins changeants de leurs clients. Il est essentiel que le CPA continue de faciliter les transactions bancaires à distance, offrant ainsi à ses clients une expérience transparente et pratique.

Les plateformes numérique ont ouvert des portes aux clients, pour permettant de gérer leurs comptes et d'effectuer des transactions à tout moment et les paiements mobile ont révolutionné la manière dont nous utilisons l'argent au quotidien, offrant des alternatives aux transactions en espèces.

Les mots clés :

Technologie, les plateformes numériques, compte, paiement mobile, espèces.