



UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMERRI DE TIZI-OUZOU  
FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUES, COMMERCIALES  
ET DES SCIENCES DE GESTION  
DÉPARTEMENT DES SCIENCES FINANCIÈRES ET  
COMPTABILITÉ



## *Mémoire de fin de cycle*

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences financières et  
comptabilité**

**Option : Finance et banque**

### *Thème*

**La transformation et la digitalisation des banques  
algériennes**

**Cas : BNA Agence AZAZGA (462)**

**Présenté par :**

**REBAH Karim  
TAMAZIRT Mahrez**

**Dirigé par :**

**Mme ZOURDANI Safia**

**Devant le jury composé de :**

**Président / Examineur : Mr SAIDANI Zahir, MAA, UMMTO  
Examineur : Mr HABBAS Boubkeur, MCB, UMMTO  
Rapporteur : Mme ZOURDANI Safia, MCA, UMMTO**

**Année universitaire : 2023 - 2024**

# *Remerciement*

**A**vant tout, nous remercions Dieu le tout puissant de nous avoir donné la force et le courage pour réaliser ce modeste travail.

Nous adressons tout particulièrement nos remerciements les plus vifs à notre chère promotrice, Mme ZOURDANI SAFIA, pour avoir acceptée de diriger ce travail, pour sa sympathie et sa disponibilité et nous lui sommes très reconnaissant pour ses précieux conseils éclairés, son expertise et son soutien tout au long du processus de recherche.

Nous présentons également nos remerciements aux membres du jury qui ont accepté de lire et d'évaluer notre modeste travail. Nous tenons à exprimer également notre sincère gratitude à Mr BENKACI Karim le chargé de la clientèle au sein de l'agence de la BNA D'AZAZGA 462 de Tizi-Ouzou, et à tout le personnel qui ont guidé nos pas, pour le temps précieux qu'ils nous ont consacré, pour leurs conseils qui nous ont permis de mener à bien ce travail et qui ont eu la gentillesse de répondre à nos questions afin de nous éclairer sur leur pratique.

Enfin, nous remercions toute personne qui a contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

# *Dédicaces*

**J'ai toujours pensé faire où offrir quelque chose à mes parents en signe de reconnaissance pour tout ce qu'ils ont consenti d'efforts rien que pour me voir réussir, et voilà l'occasion est venue.**

**A ma très chère mère**

**Quoi que je fasse ou que je dise, je ne saurai point te remercier comme il se doit, ton affection me couvre, ta bienveillance me guide et ta présence à mes côtés a toujours été ma source de force pour affronter les différents obstacles et réussir**

**A mon très cher père**

**Tu as toujours été à mes côtés pour me soutenir et m'encourager, me guider et m'offrir les moyens d'atteindre mes objectifs, que ce travail traduit ma gratitude et mon affection.**

---

# *Sommaire*

---

# Sommaire

<b>Introduction générale.....</b>	<b>01</b>
<b>Chapitre I : La transformation digitale de la banque.....</b>	<b>05</b>
Section 01 : Evolution et typologies des banques.....	06
Section 02 : Banque traditionnelle et moyens de paiements traditionnels .....	10
Section 03 : Banque à l'ère du digital et les nouveaux moyens de paiement.....	19
<b>Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire.....</b>	<b>32</b>
Section 01 : La digitalisation de l'activité bancaire .....	33
Section 02 : Technologie d'information et de communication.....	47
Section 03 : Le E-paiement.....	61
<b>Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462).....</b>	<b>65</b>
Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil (BNA).....	67
Section 02 : La gestion de la carte interbancaire au sein de la BNA .....	73
Section 03 : Les services de paiement digitaux de la BNA.....	90
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>96</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>98</b>
<b>Liste des tableaux, annexes .....</b>	<b>101</b>
<b>Table des matières.....</b>	<b>104</b>
<b>Résumé.....</b>	<b>111</b>



*Introduction générale*

## **I- Introduction général**

---

Depuis les années 2000, nous assistons à un bouleversement mondial lié au digital qui entraîne de grands changements dans le paysage économique. En plus du développement rapide à grande échelle d'Internet et des avancées technologiques. En effet nous vivons aujourd'hui dans un monde où les services sont de plus en plus dépendants des technologies de l'information et de la communication. Ces derniers temps, l'intérêt pour la question de la transformation digitale s'est accru en raison de son importance associée au développement des technologies de l'information et de la communication. La transformation digitale a changé la façon dont les services sont fournis, de sorte que tout est connecté à Internet. Les banques jouent un rôle clé dans le développement économique, et grâce au développement de la technologie et la modernisation des pratiques suite à la digitalisation elles permettent aux particuliers et aux entreprises d'effectuer des transactions rapidement et efficacement en leur fournissant des produits et services financiers moderne qui soutiennent leurs opérations et transactions économiques. La révolution technologique et la démocratisation d'internet (ordinateur, Smartphone) qui sont devenu de plus en plus puissant et riche en fonctionnalité, la banque apparait sous une nouvelle dimension celle qu'on désigne par la banque digital, virtuelle, la banque électronique ou bien la banque à distance.

En vue de ces évolutions, la banque s'adresse à une clientèle exigeante caractérisée par un comportement de plus en plus éclairé ce qui signifie que même les clients les plus humbles sont désormais mieux informés, exigeront plus d'effort de la part de leurs banques. Donc il est demandé à la banque de s'adapter au changement de mode de vie des clients pour maximiser leurs satisfactions afin d'assurer sa continuité. A ce titre, il a été demandé à la banque de revoir l'ensemble de ses politiques et de développer de nouveaux outils pour lui permettre de mieux répondre au besoin de ces clients et en conséquence à commencer à mettre en place des différents NTIC (Nouvelles technologies de l'information et de Communication). Cette dernière révolution permet aux banques de fournir des produits et service adapté au besoin de diverses catégories de consommateurs.

La crise du Covid-19 a provoqué un choc économique sans précédent et cela dans plusieurs secteurs économiques. Malgré cette situation un élément majeur a permis la continuation de plusieurs activités, il s'agit de la digitalisation. Aujourd'hui, la digitalisation est devenue un impératif et aucune région de la planète ne peut échapper à son influence. Le Covid-19 ne pousse pas seulement les entreprises à se digitaliser, mais accélère également le processus de transformation que beaucoup avaient déjà commencé. Les conséquences de la pandémie du Covid-19 sur la digitalisation du secteur bancaire ont été profondes, la digitalisation est devenue l'un des défis auxquels les banques doivent faire face. Car elle a projeté les banques en première ligne face à la crise, endossant ainsi une grande responsabilité qui est le maintien de l'économie et le pouvoir d'achat à flot autant que possible.

La transformation digitale est un sujet complexe qui touche des nombreux ou toutes les activités d'une banque. Après l'arrivée de la technologie la monétique (SATIM) offre une nouvelle prestation bancaire qui met en relief la diversité et la proximité du service à travers le réseau interbancaire. Les paiements par cartes interbancaires (CIB) procurent également plusieurs avantages aux commerçants et diminuent les risques et les coûts de gestion. Quant aux banques, l'automatisation des transactions permet de réduire leurs coûts, désencombrer

## **I- Introduction général**

---

leurs agences et redéployer leurs activités et leurs personnels pour d'autres segments de services.

### **1 - Objet de recherche :**

La digitalisation est considérée comme étant une nécessité au développement du secteur bancaire.

C'est à ce titre que le secteur bancaire algérien, entre autres la BNA qui est l'objet de notre étude, est au centre de ces profondes mutations. Nous noterons l'émergence de nouveaux produits et services bancaires ces dernières années, en intégrant des technologies modernes telles que la consultation des comptes via les sites web, les centres d'appels, les cartes de paiement électronique et les guichets automatiques pour améliorer la relation client, fidèle et satisfait.

L'objectif principal de notre recherche est de savoir si les clients adhèrent à cette digitalisation et de déterminer quels sont les facteurs qui influencent ces derniers vis-à-vis des services en ligne proposés par les banques.

Notre recherche alors consiste à apporter des éléments à la problématique suivante :

### **2 - Quel est le degré d'utilisation des outils digitaux au niveau des Banques algériennes ?**

Pour répondre à la question centrale de notre problématique il est important de répondre à d'autres questions:

- 1 - En quoi consistent la Banque Digitale et les nouveaux moyens de paiement ?
- 2- Comment le secteur bancaire algérien a réagi face à ses transformations dans le domaine du digital
- 3 - Comment les outils digitaux ont évolué ces dernières années au niveau de la BNA ?

### **2 - Méthodologie de recherche**

Afin de répondre aux différentes questions posées précédemment et de vérifier la validité des hypothèses que nous avons proposées dans notre travail et dans le cadre de notre étude.

Afin de répondre aux questions ci-dessus et de vérifier la conformité des hypothèses, nous avons adopté une double parties : une approche théorique, où nous consultons les documents nécessaires (livres, revues, articles, sites web) liés à notre sujet de recherche, et une approche pratique de cas au niveau de la BNA AZAZGA.

### **3 - Plan de travail**

Pour mener à bien notre travail et répondre aux questions précédentes, nous divisons le mémoire en deux chapitres théoriques et un chapitre pratique.

Le premier chapitre présente la transformation digital de la banque, il présente en première section l'évolution et typologies des banques, ensuite la banque traditionnelle et ses moyens

## **I- Introduction général**

---

de paiements, en troisième section, la banque à l'ère du digital et les nouveaux moyens de paiement.

Le second chapitre s'intéresse à l'impact du digital sur le secteur bancaire. On y trouve la digitalisation de l'activité bancaire en première section, et les technologies d'information et de communication, et e-paiement en deuxième section, et on conclure par la concurrence bancaire et le rôle d'e-paiement en section trois.

Pour le troisième chapitre, en raison de la restriction d'accès aux documents et données spécifiques au niveau de l'agence d'azazga 462, nous avons été contraintes de concentrer notre analyse sur des données disponibles au niveau national. Malgré cette contrainte, nous avons veillé à utiliser des sources fiables et pertinentes pour fournir une vue d'ensemble complète. Cette approche nous a permis de présenter une analyse valable et significative, tout en respectant les limitations d'accès aux informations spécifique de la banque. Cette méthode permet de maintenir la rigueur de l'analyse tout en faisant face aux défis à l'accès aux données.

Le troisième chapitre on a étudié les moyens digitaux au sein de la Banque Nationale d'Algérie, ou nous présenterons l'organisme d'accueil dans la première section, ensuite dans la deuxième section on a traité la gestion de la carte interbancaire au sein de la BNA, et enfin dans la troisième section on a abordé les services de paiement digitaux de la BNA.



# **Chapitre I**

## **La transformation digitale de la banque**

## **II- Chapitre I : La transformation digital de la banque**

---

### **2-1 - Introduction**

L'évolution des banques à travers les âges reflète non seulement les transformations économiques et technologiques, mais aussi les changements profonds dans les besoins et les attentes des consommateurs. Depuis leurs modestes débuts en tant que gardiens de richesses et prêteurs, les banques ont évolué pour devenir des piliers de l'économie mondiale moderne. Cette évolution a donné naissance à la numérisation et à la dématérialisation de secteur bancaire.

Le contenu de ce chapitre est subdivisé en trois sections, la première section nous permettra d'abord de présenter l'évolution historique de la banque et ses typologies.

La deuxième, expliquera la banque traditionnelle et les moyens de paiement traditionnels. Dont nous discuterons aussi, ces avantages et les inconvénients de la banque traditionnelle en général. Ensuite, nous aborderons les moyens de paiement tels que les chèques, effets de commerce etc.

La troisième section, est fondée sur les nouveaux services bancaires et de paiement numériques. A présenter les avantages et les inconvénients de la digitalisation du secteur bancaire.

### **2-2 Section 01 : Evolution et typologies des banques**

#### **2.2.1 L'évolution historique de banque**

Le domaine bancaire s'est évolué au fil des temps passant du troc (l'échange de biens sans recours à l'argent) utilisé dans l'ancienne civilisation à l'émergence plus formelle, comme la gestion des dépôts et des prêts. Aujourd'hui avec l'avancée technologique les services bancaires sont devenus plus accessibles grâce à la banque en ligne et aux applications mobiles.

##### **2-2.1.1 La banque dans l'Antiquité**

Les premières traces d'activités bancaires remontent à la plus haute antiquité. En Mésopotamie, 3000 ans avant J-C, les prêtres effectuaient des dépôts d'argent et faisaient des prêts au souverain et aux marchands.

Dans la Grèce antique chaque cité était indépendante et frappait sa propre monnaie, les changeurs de monnaie étaient donc indispensables au bon développement du commerce. Sans eux les grecs n'auraient jamais pu développer le commerce entre les citées. Les "banquiers" étaient installés sur la grande place de la cité. C'est ensuite à Rome que les activités bancaires se sont vraiment développées et que les bases juridiques des opérations financières ont été posées.

##### **2-2.1.2 Du Moyen-âge à la Renaissance**

Le mot "banque" dérive de l'italien "banca" qui désigne un banc en bois sur lequel les changeurs du Moyen Âge exerçaient leur activité. Les premiers banquiers de cette époque sont les changeurs. Au 11ème siècle, les Lombards introduisent de nouvelles techniques financières et marquent l'histoire de la banque.

Au Moyen-âge, chaque grand seigneur ou chaque grande ville avait le droit de frapper sa propre monnaie. Des monnaies différentes étaient donc en circulation dans un même pays. Le rôle du

## **II- Chapitre I : La transformation digital de la banque**

---

changeur était de changer la monnaie de celui qui arrivait de l'extérieur de la ville contre de la monnaie utilisée dans la ville.

### **2-2.1.3 . De la Renaissance au 20ème siècle**

Les fondements de la banque moderne se mettent en place. Les premières banques publiques et les premières bourses apparaissent pendant la Renaissance, tandis que les banques privées connaissent une expansion en Europe. A partir du 17ème siècle la naissance du papier-monnaie révolutionne le monde de la banque et de la finance. Les banques centrales comme la Banque d'Angleterre font leur apparition pour financer les Etats et pour contrôler l'émission d'argent. Peu à peu leur rôle a été précisé et elles sont devenues en quelque sorte la banque des banques dans chaque pays.

Le 19ème siècle est l'âge d'or des banques, il fut une période de croissance et de stabilité des banques. C'est à cette période que vont se développer la monnaie fiduciaire et la monnaie scripturale. Après la guerre 1914-18, l'histoire de la banque est conditionnée par le développement de l'économie et l'organisation des systèmes bancaires. Les Etats jouent un rôle de plus important dans le système bancaire.

Depuis cette époque une banque est une entreprise qui gère les dépôts et collecte l'épargne des clients, accorde des prêts et offre des services financiers. Elle effectue cette activité en général grâce à un réseau d'agence bancaire. Cette institution financière doit posséder une licence pour pouvoir exercer, laquelle est délivrée par un État et validée par des institutions spécifiques.

### **2-2.1.4 . Le 20ème siècle : vers un nouvel essor**

Au XXème siècle, l'État renforce son autorité sur les banques et impose des contrôles réguliers. Cela est d'autant plus nécessaire lorsque survient la crise boursière de 1929 (chute brutale et durable des cours de la Bourse). Ainsi, aux États-Unis, le président Roosevelt sépare de manière stricte les banques d'affaires (destinées aux grandes entreprises) des banques de dépôts (pour les particuliers et les petites entreprises). En 1945, la France nationalise (le propriétaire devient alors l'État) un certain nombre de banques, dont la Banque de France.

Dans la seconde moitié du XXème siècle (à partir des années 1960), les banques connaissent un nouvel essor. Les personnes sont de plus en plus nombreuses à posséder un compte bancaire. De nouveaux clients apparaissent : les femmes, les jeunes et les enfants par l'intermédiaire de leurs parents.

Des nouveaux moyens de paiements naissent : la carte bancaire, par exemple. Dans le même temps, les groupes bancaires grossissent. Ces établissements travaillent dans le monde entier : Europe, Amérique, Asie, Afrique. Leurs activités se diversifient : investissement dans l'industrie et l'immobilier, présence sur les marchés financiers.

### **2-2.2 Typologies des banques**

On va déduire sa définition puis on verra ces types :

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

### 2-2.2.1 Définition de la banque

« La banque est une entreprise pas comme les autres qui fait profession habituelle de recevoir du public sous forme de dépôt ou autrement des fonds qu'elle emploie pour son propre compte en opérations de crédits ou opérations financières » .<sup>1</sup>

Selon J.V.CAPAL et O.GARNIER « la banque est une entreprise d'un type particulier qui reçoit des dépôts d'argent de ses clients (entreprise ou particulier), gère leur moyen de paiement (carte de crédit, chèque, etc....) et leur accord de prêts ».<sup>2</sup>

Et selon LOUIS F. et NORBERT 1989 « la banque est un organisme financier dont la fonction essentielle est de recevoir des dépôts en vue de les prêter sous forme d'avance au pouvoir public. Aux entreprises commerciales et industrielles, agricoles pour les besoins de leurs fonds de roulement et de financement ; besoins en fonds de roulement, crédit à court terme pour aussi des investissements à moyen et à long terme ».<sup>3</sup>

#### 2-2.2.1.1 . Définition juridique

« Les établissements de crédit sont des personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle des opérations de banque .les opérations de banque comprennent la réception de fonds du public, les opérations de crédit, ainsi que la mise à disposition de moyens de paiement vis-à-vis de la clientèle ou la gestion de ces mêmes moyens de paiements ».<sup>4</sup>

#### 2-2.2.1.2 . Définition économique

Les banques sont des organismes qui gèrent dans leur passif les comptes de leur clientèle qui peuvent être utilisés par chèque ou virement dans les limites de provision disponible. Elles sont prestataires de services, assurant les règlements et le transfert des fonds. Elles distribuent des crédits.<sup>5</sup>

### 2-2.2.2 . Les types de banque

On peut distinguer deux catégories de banques : banque centrale et banque ordinaire

#### 2-2.2.2.1 . La banque centrale

La banque centrale d'un État est une institution chargée de superviser une triple fonction :

- Banque de la nation : elle crée de la monnaie fiduciaire en émettant les billets qui circulent dans l'économie, elle surveille l'évolution de la masse monétaire et notamment au moyen de la politique et de réserves obligatoires.

- Banque de l'État : elle fait crédit à l'État sous forme de prêt et d'avance au trésor (qui exécute le budget de l'État) et gère pour l'État certains instituts spéciaux comme le fond de stabilisation des changes.

---

<sup>1</sup> YEVES Bernard et COLI Jean-Claude, « dictionnaire économique et financiers », seuil, paris, 1996, p.170.

<sup>2</sup> J-V Capa et O. Garnier, « dictionnaire d'économie et sciences sociale », hâtier, paris, 1994, p.20.

<sup>3</sup> LOUIS F. et NORBERT, « change –bourse », 8ème édition, Bruxelles ,1989

<sup>4</sup> GARSNAULT.P, PRIANIS, « la banque fonctionnent et stratégie », édition économique, paris, 1997, p.28

<sup>5</sup> PATAT J-P, « Monnaie, institution financière et politique monétaire », économique, Paris, 1993, p.33

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

- Banque des banques : elle réescompte les effets de commerce que lui présentent les banques, elle organise les règlements interbancaires par compensation entre les banques et sert de correspondant aux banques centrales étrangères. En générale, on peut dire que la banque centrale se change essentiellement d'assurer la stabilité monétaire et de veiller à sa comptabilité avec l'expansion économique. Elle est l'élément « centrale » du système bancaire, elle en gère la liquidité, elle organise les règlements par compensation entre les banques centrales étrangères.

Cette institution peut être indépendante du pouvoir politique comme la banque centrale européenne ou dépendante comme celle des pays socialistes, cela dépend du système politique en place.<sup>1</sup>

### 2.2.2.2.2 Les banques ordinaires

Appelées aussi « banques commerciales » quatre types de banques ordinaires sont à distinguer

- Les banques de dépôts

Ce sont des banques recevant et gérant les dépôts d'argent (compte d'épargne, comptes courants) par opposition aux banques n'ayant pas d'autorisation pour gérer ces dépôts (banque spécialisés comme crédits foncier en France).<sup>2</sup>

Et leurs activités consistaient à accroître des prêts aux entreprises et ménages pour financer des opérations d'acquisitions des biens ou d'investissement.

- Les banques d'affaires

Ce sont des banques qui effectuent deux activités complémentaires :

- Des opérations de financement et de prestation de service avec des grandes. Entreprises industrielles ou commerciales.
- Elles gèrent pour leurs comptes un portefeuille de titres ou de participation.

La banque d'affaires est une conception essentiellement française, combinant les fonctions de la Merchant Bank britannique et de l'investissement Bank américaine.<sup>3</sup>

- Les banques d'investissements

Une banque d'investissement est une société qui a pour but principal de financer les investisseurs (privés ou publics) sur les marchés financiers. Elle les met en relation avec les entreprises pour financer leurs projets ou bien se charge de gérer sous mandat leurs fonds.

---

<sup>1</sup> SADEG Abdelkrim, « Le système bancaire Algérien : la réglementation relative aux banques et établissements financiers », les presses de l'imprimerie, Alger, 2005, p.93

<sup>2</sup> FRANCO, L, comptabilité bancaire de base, édition fiduciaire, Bruxelles, p.15.

<sup>3</sup> SYLVIE DE COUSSERGUES, « la banque structures marchés gestion », 2<sup>ème</sup> édition DALLOZ, paris, 1996. p.15.

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

La banque d'investissement ne ré-prête pas les dépôts de ces clients (ou ceux de clients d'autres banques), mais elle donne accès au marché des capitaux par émission d'actions et Obligations.

- Les banques universelles

Les banques universelles ont de grands conglomérats (des groupes industriels et financiers fortement diversifiés comme Général Electric) financiers regroupant les différents métiers des banques de détail, des banques de financement et d'investissement et banques de gestion d'actif.<sup>1</sup>

### 2-3 Section 02 : Banque traditionnelle et moyens de paiements traditionnels

Dès l'apparition des banques en ligne qui proposaient des services complètement en ligne sur internet et qui ne disposent pas d'agences bancaires physiques, un nouveau terme s'est apparu pour donner une appellation à ces banques qui disposait d'un siège physique, les banques traditionnelles.

#### 2-3.1 -La banque traditionnelle

Une banque est une entreprise qui a une activité financière. Elle constitue, juridiquement, une institution financière régie par le code monétaire et financier.

Sa fonction principale consiste à proposer des services financiers tels que : collecter l'épargne, recevoir des dépôts d'argent, accorder des prêts, gérer les moyens de paiement.

Chaque banque est spécialisée selon son activité principale et sa clientèle.

Il peut s'agir d'une banque de dépôt, qui est le secteur bancaire le plus connu. Ce type de banque reçoit l'épargne de ses clients et accorde des prêts. L'établissement peut également être une banque d'investissement, qui exerce une activité de conseil et de financement des entreprises, par ailleurs, elle exerce ses activités sur les marchés financiers. Enfin, il peut s'agir d'une banque privée, qui est spécialisée dans la gestion de gros portefeuilles. Cette dernière elle fournit des services de haute qualité pour gérer des actifs qui ont une valeur importante.

Les banques peuvent également proposer des services complémentaires comme des assurances, des mutuelles ou encore des garanties (cautionnements).

Le terme banque traditionnelle, aussi appelée « banque classique » ou « banque avec agence », désigne les banques physiques. Ces banques proposent de fournir aux clients des comptes avec carte bancaire, le découvert autorisé, chéquier, mais aussi du crédit, et de l'épargne voire même des produits d'assurances. Elles se distinguent des banques en ligne par leur mode de fonctionnement : les banques traditionnelles disposent d'agence bancaire physique où les clients peuvent se rendre pour déposer un chèque, des espèces, faire un virement mais aussi rencontrer un conseiller personnel.

Ses banques traditionnelles possèdent des avantages et des inconvénients.

---

<sup>1</sup> François et Henry, « traité des opérations de change, bourse, banque, théorie, pratique et comptabilité », édition comptables, commerciales et financières, Bruxelles, p.60

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

### 2-3.1.1 Les avantages

L'agence est le premier avantage des banques traditionnelles. La majorité des grandes banques, comme BNP Paribas, Société Générale, et Caisse d'Épargne, disposent d'un réseau très développé. Toutefois il faut remarquer que les consommateurs sont aussi de moins en moins nombreux à se déplacer en agence et choisissent souvent l'agence bancaire la plus proche.

Les banques traditionnelles offrent à leurs clients plusieurs avantages, notamment :

- L'opportunité de rencontrer un conseiller bancaire personnel pour obtenir des conseils et des informations.
- La capacité de l'agence à accepter un chèque, à effectuer des virements, à retirer de l'argent et à déposer des fonds.

En raison de l'ancienneté, les banques traditionnelles gagnent généralement la confiance des clients même si ceux-ci ne sont pas toujours satisfaits.

### 2-3.1.2 Les inconvénients

Si les banques classiques présentent certains avantages, elles présentent également certains inconvénients. Le premier d'entre eux est le prix, et il s'agit souvent de la raison principale invoquée par ceux qui décident de souscrire chez une banque en ligne.

La présence d'une agence bancaire et d'un conseiller bancaire a un prix. Contrairement aux banques en ligne, les banques traditionnelles sont coûteuses.

La difficulté de réaliser seul certaines opérations. En dépit de l'existence des espaces clients en ligne, les banques imposent encore au client de contacter leur conseiller pour, par exemple ajouter un bénéficiaire. La procédure est alors plus longue et contraignante, car une validation manuelle est nécessaire. Mieux vaut que le virement ne soit pas urgent.

- Les tarifs des frais bancaires sont élevés
- Les clients consultent rarement les agences
- Un service clientèle basique
- Frais supplémentaires.

### 2.3.1.3 Les conséquences

Il arrive aujourd'hui fréquemment qu'une banque traditionnelle décide de fermer ou fusionner des agences à cause du manque de fréquentation.

Les banques traditionnelles étant anciennes, gagnent généralement de la confiance des clients même si ceux-ci ne sont pas toujours satisfaits. La présence d'un conseiller, la proximité d'une agence, l'ancienneté de l'établissement bancaire et chacun de ces avantages rassure le client de la banque traditionnelle.<sup>1</sup>

## 2-3.2 Moyens de paiements traditionnels

Les banques mettent à la disposition de leur clientèle des moyens de paiement.

---

<sup>1</sup> [www.Capitaine-banque.com](http://www.Capitaine-banque.com), Banque traditionnelle : définition et comparaison des tarifs et services

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

En premier lieu, les banques sont à l'origine de la création et de la gestion de la monnaie scripturale, ou monnaie de banque. Cette monnaie est une monnaie d'écriture (du latin scripturale, « écriture »). La monnaie scripturale étant une monnaie immatérielle, les banques remettent à leur clientèle des instruments qui en assurent la circulation : il s'agit des carnets de chèques ou des diverses cartes de paiement ou de crédit.<sup>1</sup>

Avec le développement des instruments de paiement, le chèque, la lettre de change, le billet à ordre, paraissent appartenir à une ère révolue.

### 2-3.2.1 Le chèque

Comme le décrit Luc Bernet-Rolland : « le chèque est un écrit par lequel une personne dénommée le tireur donne l'ordre à une autre personne dénommée le tiré de payer une certaine somme au titulaire ou à un tiers, appelé le bénéficiaire à concurrence des fonds déposés chez le tiré »<sup>2</sup>

Il se définit comme un titre par lequel une personne, dite tireur, donne l'ordre à une banque, dite tiré, de payer à vue une somme d'argent au profit d'une troisième personne dite porteur. Le chèque peut être qualifié de transaction civile ou commerciale, selon le type de transaction. Il sera considéré comme un acte de commerce lorsqu'il émit à l'occasion d'une opération commerciale ou s'il permet d'effectuer un paiement entre commerçant.<sup>3</sup>

Le chèque est aussi un instrument de circulation de la monnaie scripturale. C'est un ordre de paiement donné au banquier par le titulaire du compte. L'opération du banquier a son accord de débiter le compte du tireur du chèque et en contre partie de créditer le compte du bénéficiaire du chèque.

Il existe différentes sortes de chèques :

- Le chèque de paiement : c'est un chèque le plus courant.
- Un chèque barré : se distingue d'un chèque ordinaire par les deux barres parallèles tracées par le tireur, ou par un porteur, de gauche à droite, en diagonale sur le chèque.<sup>4</sup>
- Le chèque visé : est un chèque ordinaire dont le tiré garantit à la création l'existence de la provision. Cette garantie est effectuée par l'opposition d'un visa. Cette possibilité n'est pratiquement jamais utilisée.

---

<sup>1</sup> www.Zebank.fr ZEBANK, le guide de votre argent.

<sup>2</sup> ROLLAND, LUC-BERMET, principes de techniques bancaires, 21ème édition DUNOD, Paris 2001, p42.

<sup>3</sup>PIEDELLEVRE Stephane, Instruments de crédit et de paiements DALLOZ, 8ème édition, 2014, p259.

<sup>4</sup> NAMMOUR FADY Thèse de doctorat sur instruments de paiements et de crédit, Page 17.

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

- Le chèque certifié : est un cheque personnel certifié par la banque et tire sur des fonds personnel. Le processus de certification marque physiquement le cheque indiquant qu'il s'agit désormais d'un cheque certifié et affecte les fonds à ce cheque.

La certification résulte de l'opposition sur le chèque par le tiré d'une formule comportant, outre sa signature, les mentions relatives à la certification et à la date de celle-ci, au moment pour lequel le chèque a été établi et à la désignation de l'établissement tiré.<sup>1</sup>

- Le chèque de banque qui est émis par le banquier lui-même et qui est valable 1 an et 8 jours après sa date d'émission et qui est souvent payant.

- Le chèque de voyage : est un chèque pré-imprimé. Au montant fixé, conçu pour permettre à la personne qui les signe de payer un tiers sans condition aucune. Après avoir lui-même payé l'émetteur du chèque pour obtenir ce privilège. Comme un chèque de voyage peut habituellement être remplacé si celui-ci perdu ou volé. Ils sont souvent utilisés par les vacanciers en déplacement à l'étranger.

Notez que certaines précautions sont à prendre lorsque vous remplissez un chèque. Voici les quelques règles à suivre et les mentions à obligatoirement faire apparaître sur un chèque lors de son émission :

La mention chèque doit être indiquée ;

Le nom de la personne qui l'émet, son adresse et le numéro de téléphone de sa banque doivent être inscrits ;

Le nom du bénéficiaire du chèque doit être lisible ;

La date et le lieu sont notés ;

La signature est faite manuellement, elle doit toujours être la même ;

Le document doit être rempli au stylo à bille, de préférence à encre noire ;

La somme doit figurer en lettres et en chiffres, en cas de différence entre les deux, c'est la somme inscrite en lettres qui est prise en compte ;

Tout l'espace réservé à l'inscription de la somme en lettres doit être rempli, s'il le faut à l'aide d'un trait horizontal ;

L'écriture doit être claire et lisible.

En cas de perte ou de vol d'un ou de plusieurs chèques (voire d'un chéquier), vous devez faire opposition au plus vite. Pour commencer, vous devez immédiatement appeler le Centre national d'appels pour les chèques perdus ou volés. Vous devez également en informer votre banque par écrit, sous 48 heures. Il faut préciser le numéro du (des) chèque(s) concerné(s) en respectant le délai de 48 heures ; sans quoi la banque pourrait lever l'opposition. Certaines enseignes vous permettent de faire une première déclaration de perte ou de vol via votre espace personnel, sur leur site. Ensuite, vous devez déclarer la perte ou le vol au commissariat ou à la gendarmerie. A noter que l'opposition sur un chèque peut vous être facturée par votre banque.

---

<sup>1</sup> PIEDELLEVRE Stephane, Instruments de crédit et de paiements DALLOZ, 8ème Edition, 2014.

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

### 2-3.2.2 Effet de commerce

Lorsque les entreprises effectuent des prestations de services ou assurent la livraison de marchandises, elles peuvent exiger un règlement comptant : toutefois, pour lutter contre la concurrence, ou pour se conformer aux usages de leur profession ; elles sont le plus souvent obligées d'accepter, voir de proposer un règlement différé pour garantir le paiement à l'échéance, le vendeur peut exiger la remise d'un document appelé effet de commerce. <sup>1</sup>

#### 2-3.2.2.1 La lettre de change

La lettre de change est un écrit par lequel une personne appelée tireur donne à une autre appelée tiré, qui donne l'ordre de payer à une échéance déterminée, une certaine somme à une troisième, appelée preneur ou bénéficiaire ou à l'ordre de celle-ci.

Il s'agit d'un titre par lequel une personne dénommé tireur donne l'ordre à une autre personne appelé tiré de payer à une date déterminée à une troisième personne dite bénéficiaire, une certaine somme d'argent. Elle porte souvent en pratique le nom de traite.<sup>2</sup>

Pour bien comprendre la finalité de cet effet de commerce il convient de remonter un peu dans d l'histoire pour examiner d'une part la raison d'être de sa mise en place et d'autre, les différentes fonctions qu'il a pu assumer au fil des ans, fonctions qui ont, certes évolué, mais qui sont restées intactes malgré l'arrivée en force de nouvelle technologie et la floraison de nouveaux instruments de paiement.

Elle est aussi un titre de créance qui peut circuler par endossement et qui sert de support à des opérations de crédit.<sup>3</sup>

La lettre de change est donc un instrument de crédit et de paiement, payable à terme. Par son acceptation de la lettre, le tiré se reconnaît débiteur vis à vis du bénéficiaire. Les lettres de change souscrites par des mineurs sont nulles à leur égard, sauf exception.

#### 2-3.2.2.2 Le billet a ordre

Le billet à ordre est un effet de commerce. Une personne, le souscripteur s'engage à payer une autre personne, le bénéficiaire, ou à la personne de son choix, une certaine somme à une date d'échéance déterminée.

C'est un titre négociable et un effet de commerce dont le particularisme tient à ce que, lors de sa création, il fait seulement intervenir deux personnes, un souscripteur et un bénéficiaire. Le premier s'engage à payer au second ou à son ordre une somme déterminée à une certaine échéance.

Le billet à ordre dont l'échéance n'est pas indiquée est considéré comme payable à vue.

---

<sup>1</sup> Document de l'Européen Payments Council, « Caractéristiques de paiement de détail »

<sup>2</sup> PIEDELLEVRE Stephane, Instruments de crédit et de paiement, DALLOZ, 8ème Édition, 2014, P81

<sup>3</sup> BEITONE Alain, ANTOINE Cazorla, DOLLO Christine, Anne-Marie DRAI, Dictionnaire de sciences économiques, 3ème édition revue et augmentée, P49

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

Le billet à ordre est un écrit par lequel une personne appelée souscripteur s'engage à payer à une époque déterminée une somme à une autre personne appelée bénéficiaire ou à l'ordre de celle-ci.<sup>1</sup>

Et c'est un titre de créance à court terme par lequel un débiteur s'engage à payer à son créancier une somme donnée à une échéance déterminée.<sup>2</sup> Contrairement à la lettre de change qui est un acte de commerce par excellence, le billet à ordre peut avoir un caractère civil ou commercial suivant la nature des dettes qu'il représente.

En outre, le billet à ordre met généralement en évidence deux personnes le souscripteur et le bénéficiaire, alors que la lettre de change concerne au moins trois personnes, le tireur, le tiré, et la banque domiciliataire.

Le billet à ordre appartient à la catégorie des effets de commerce ; moyen de paiement spécifique aux entreprises. Dans la plupart des cas, c'est un écrit par lequel le souscripteur (tireur) prend l'engagement de payer à un bénéficiaire (tiré), une somme convenue à une date prévue d'avance. Contrairement à une lettre de change, c'est donc le tireur qui émet cette promesse de paiement (qui peut aussi être inscrite sur une bande magnétique).

### ➤ Comment émettre un billet à ordre ?

Le billet à ordre doit être rédigé dans le respect d'un certain formalisme et mentionner sa date d'échéance, la signature du tiré (bénéficiaire) et le RIB du tireur (souscripteur). Il est d'usage d'indiquer le montant du billet en chiffres et en lettres. Le billet à ordre est une promesse de paiement à jour fixe ou à un certain délai. Si aucune date n'est spécifiée, le billet est payable immédiatement, à vue, dès sa remise à l'encaissement.

Si le billet est encaissable à terme, la provision du compte bancaire dont il sera débité peut-être constitué ultérieurement, ce qui le différencie d'un chèque (qui doit être provisionné dès l'origine).

Le billet à ordre est transmissible par endossement. Pour l'endosser, c'est-à-dire le transmettre à un autre bénéficiaire (endossataire), celui qui le transmet (endosseur) doit le signer en ajoutant éventuellement la mention "Payer à l'ordre" de Ce nom doit figurer sur le billet ou sur une feuille qui y est attachée (l'allonge).

L'endossement peut être réalisé au profit du tireur (comme s'il annulait sa propre dette), du tiré ou d'un tiers. S'il souhaite à son tour transmettre le billet à ordre, le porteur devra le signer en tant qu'endosseur avant de le remettre au nouvel endossataire.

L'endossement ne peut être assorti de conditions, et il ne peut porter uniquement sur une fraction de la somme due. Il est réputé " pure et simple "

---

<sup>1</sup> DRIF Tassadit, GAOUA Lila, Mémoire de Master, Les pratiques de l'e-paiement en Algérie, États des lieux et perspectives cas de CPA de Tizi-Ouzou, Université MOULOUD MAMMERI de Tizi-Ouzou, année 2016/2017, P26

<sup>2</sup> BEITONE Alain, CAZORLA Antoine, Christine DOLLO, Anne-Marie DRAI, ' Dictionnaire de sciences économiques, 3ème édition revue et augmentée, P30

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

Le billet à ordre est une reconnaissance de dette émise et signée par le débiteur. Pour le toucher, il doit être remis à une banque qui l'encaissera en débitant le RIB notifié sur le document à la date d'échéance mentionnée.

Un billet à ordre payable à jour fixe ou à terme doit être présenté le jour même ou dans les 10 jours (ouvrables) suivant ce terme. Si le billet est payable à vue le porteur dispose d'un délai de 12 mois à compter de la date d'émission. Le billet à ordre peut être escompté. Si c'est le cas, la banque devient porteur légitime du billet à ordre. Elle est subrogée dans les droits du précédent porteur.

En cas d'impayé, le porteur peut diligenter une procédure d'injonction de payer contre le souscripteur. L'endossataire peut demander la garantie (aval) d'un tiers vers qui il pourra se retourner en cas de défaillance du tireur à l'échéance.

L'aval comme garantie du billet à ordre est soumis aux mêmes dispositions que l'aval de la lettre de change. Tous les signataires sont responsables du paiement intégral du billet (article 512-4 du Code de commerce).

En cas de paiement partiel, le porteur ne remettra pas le billet à ordre au souscripteur, mais attendra le paiement total de la somme due.

### - **Avantages et inconvénients.**

Le billet à ordre a pour avantage de permettre au tireur le paiement d'une quantité d'argent déterminée à une date convenue et peut-être au porteur ou endossable, c'est-à-dire transmissible à un tiers.

Il a pour principal inconvénient d'exposer le porteur à un risque d'impayé puisque la provision correspond au montant du billet n'est généralement pas constitué lors de l'émission. Le recours à un aval peut donc s'avérer utile, par exemple en cas de doute sur la solidité financière du fournisseur.

### **2-3.2.3 Le virement**

Selon Dominique Rambure : « l'ordre de virement émis par le débiteur est adressé à sa banque afin d'effectuer un transfert sur une autre banque ou sur un autre compte de la même banque.<sup>1</sup>

Instrument de paiement tout à fait traditionnel, le virement est l'opération par laquelle la banque, à la demande de son client, débite le compte de celui-ci pour créditer un autre compte, soit du client lui-même qui peut avoir plusieurs comptes, soit d'un tiers qui a son compte dans la même banque ou dans un autre établissement bancaire.

La préparation du virement nécessite que le titulaire du compte donne un ordre à son banquier, afin que celui-ci transfère des fonds. Le banquier n'a jamais la possibilité d'agir d'office.

---

<sup>1</sup> RAMBURE Dominique, Système de paiement, P51

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

Pendant toute cette période, le futur bénéficiaire n'acquiert pas de droit à l'encontre du banquier qui a reçu l'ordre.<sup>1</sup>

Les banques mettent généralement à la disposition de leurs clients des formulaires types « d'ordre de virement » qui comportent un certain nombre de mentions obligatoires :

- Le nom du donneur d'ordre ;
- Le numéro de compte ;
- Le montant en chiffre et en lettre ;
- Le nom du bénéficiaire et ses coordonnées bancaires ;
- L'objet du virement.

Le virement bancaire est un moyen de paiement et l'une des méthodes les plus sûres de transférer de l'argent, à la fois pour l'émetteur comme pour le récepteur. Parce qu'il offre une certaine traçabilité, et qu'il est pratique il est particulièrement plébiscité dans les transactions entre particuliers ou avec différents organismes.

Les virements bancaires sont soit internes, soit externes.

### 2-3.2.3.1 -Les virements bancaires internes (directs)

Pour qu'un transfert d'argent entre deux comptes soit considéré comme un virement interne, il faut que celui-ci respecte deux conditions :

Que les deux comptes appartiennent à la même personne

Que les deux comptes soient domiciliés au sein de la même banque

C'est uniquement lorsque ces deux conditions sont remplies qu'il s'agira d'un virement interne

### 2-3.2.3.2 -Les virements bancaires externes (indirects)

Tous les virements qui ne sont pas des virements internes sont par définition des virements externes. Il s'agit donc des transferts bancaires entre deux personnes différentes ou entre la même personne mais via deux organismes bancaires différents.

Selon la domiciliation des comptes émetteurs et récepteurs, la dénomination du type de virement bancaire sera elle aussi différente.

## Avantages et inconvénients du virement

---

<sup>1</sup> PIEDELLEVRE Stéphane, Instruments de crédit et de paiement, DALLOZ, 8ème édition, 2014, P352

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

Tableau N°1 : Les avantages et inconvénients du virement

Avantages du virement	Inconvénients du virement
-La rapidité est le premier avantage de virement  -Il est peu couteux, simple et souple  -L'impossibilité de perte, de vol, ou de falsification puisque il ne s'agit pas d'un support papier  - La fiabilité, la performance et l'efficience  - Il est très sur s'il est effectué et encaissé avant l'envoi de la marchandise  -Le transfert à distance très pratique	-La lenteur des encaissements lors d'un virement par courrier  -Le risque de change  - La nécessité d'obtenir les coordonnées bancaires du bénéficiaire.

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

### 2-3.2.4 Le versement

Le versement est l'opération bancaire qui consiste pour le client, à remettre des espèces destinées à alimenter son compte ou celui d'un tiers.<sup>1</sup>

Il peut être effectué par le titulaire du compte, mais aussi par toute personne qui n'aura pas à justifier de son identité. Sur le bordereau espèces seront mentionnés le nom du titulaire du compte, le numéro du compte et éventuellement le nom de la personne qui a effectué le versement si elle n'est pas le titulaire du compte les versements peuvent être effectués dans n'importe quelle agence de la banque.<sup>2</sup>

### 2-3.2.5 Le prélèvement

Le titulaire du compte autorise un créancier à prélever sur son compte toute somme due à ce dernier. Il faut préciser que l'autorisation est en principe générale et est rarement déterminée quant aux échéances ou au montant.

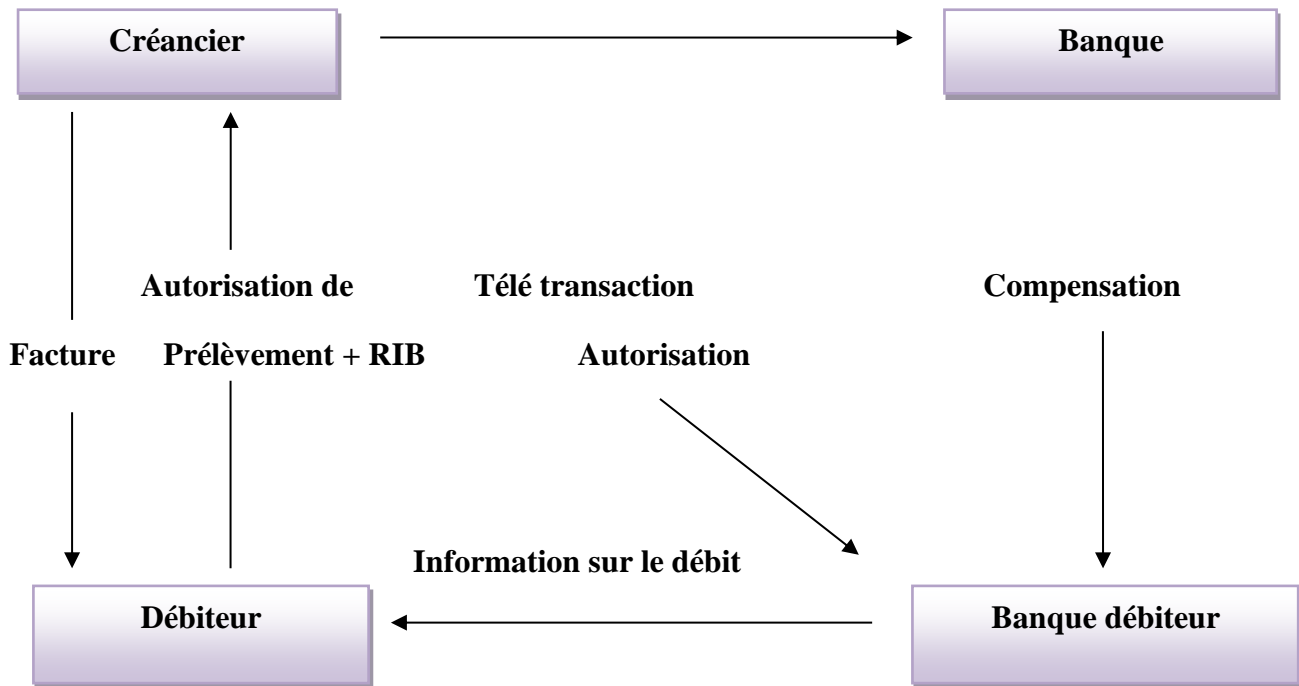
Les prélèvements sont utilisés très fréquemment pour le règlement des quittances d'électricité ou de téléphone, pour celui des échéances d'un crédit, et de façon générale pour les dettes répétitifs.<sup>3</sup>

### Schéma N° 01 : Circuit simplifié de l'avis de prélèvement

<sup>1</sup> RAMBURE Dominique, Système de paiement, P51

<sup>2</sup> DRIF Tassadit, GAOUA Lila, Mémoire de Master ' Les pratiques de l'e-paiement en Algérie, États des lieux et perspectives cas de CPA de Tizi-Ouzou, Université MOULOUD MAMMERI de Tizi-Ouzou, année 2016/2017, P23

<sup>3</sup> Régis Bouyala, le mode de paiement, édition revue banque 2005



Source : Régis Bouyala, *Le mode de paiement, édition revue banque*.

### 2-4 Section 03 : Banque à l'ère du digital et les nouveaux moyens de paiement

La transformation digitale, que l'on appelle parfois aussi transformation numérique, désigne le processus qui permet aux entreprises d'intégrer toutes les technologies digitales disponibles au sein de leurs activités.

Le numérique prend aujourd'hui une place prépondérante voire indispensable dans notre quotidien. La révolution numérique et le développement des TIC ont changé nos modes de vie et de consommation particulièrement à travers le e-commerce. A cet effet, la relation entre les entreprises et les clients est dématérialisée.

Le secteur bancaire est l'un des plus touché et transformé par le numérique. Les banques proposent de plus en plus de produits et services en ligne, grâce à internet et au NTIC.

Le digital en banque se développe fortement et une nouvelle génération de banques apparaît à l'exemple des banques en ligne, menant ainsi à un changement radical de la réalisation client banque<sup>1</sup>

#### 2-4.1 La révolution digitale en banque <sup>2</sup>

La révolution digitale des 15 dernières années a eu un impact fort sur les banques et leurs métiers. Les banques sont, depuis l'antiquité, des actrices essentielles de l'économie. Un de leur rôle principal consiste à collecter de l'épargne pour la distribuer ensuite sous forme de crédits.

<sup>1</sup> ZERARI Ilhem, ZAUCHE Tanina Cherifa, Mémoire de Master ' Analyse du comportement du consommateur à l'égard de digitalisation, cas des clients de la Banque de Bejaïa, année 2018/2019, P05

<sup>2</sup> ZERARI Ilhem, ZAUCHE Thanina Cherifa, Mémoire de Master ' Analyse du comportement du consommateur à l'égard de la digitalisation, cas des clients de la Banque de Bejaïa, année 2018/2019, P06

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

Elles permettent également les échanges monétaires et les paiements mais l'arrivée du digital va brusquement tout remettre en question.

Dès l'année 2000, avec l'avènement du web et du Smartphone, nous avons assisté à la démocratisation de l'internet. Les banques se sont donc peu à peu ouvertes au web (accès aux comptes en ligne essentiellement). Une nouvelle concurrence d'activités 100% en ligne (pure Player) s'est mise en place qui est vraisemblablement l'opposé du modèle d'agences traditionnelle. Puis en 2007, un autre événement majeur a intervenu. Il s'agit de la sortie du premier Iphone. C'est la naissance du digital au sens premier du terme qui a fait apparaître tout naturellement de nouveaux comportements. Les internautes sont alors connectés ATAWAD (anytime, anywhere, anydevice) (LAMIRAULT, 2017). De là, les banques se sont retrouvées face à de nouvelles menaces notamment l'évolution des comportements (ultra connecté), l'émergence d'une nouvelle concurrence, un meilleur accès à l'information ainsi que la perte de certains monopoles.

De cet effet, le digital a fait émerger un nouveau modèle bancaire ; connecté, agile et social, dans lequel l'agence traditionnelle et le conseiller tiennent une place différente dans la relation avec le client.

Selon LAMIRAULT (2017) « Les banques ont bien compris une chose, elles n'ont pas besoin de stratégie digitale... mais de digital dans leurs stratégies ».

C'est ainsi que ces dernières se sont donc adaptées, et proposent des services via de nouveaux canaux tels que les e-agence ou l'application bancaire. C'est là que nous avons vu la naissance d'un nouveau modèle : la banque à distance sans distance.

### 2-4.2 Le développement des banques en ligne

Internet ainsi que les nouvelles technologies d'informations et de communication ont facilité la vie humaine. Chaque jour, de nouvelles dimensions de leurs utilisations apparaissent.

Le développement de la banque suit donc l'évolution des usages de la clientèle et les besoins non couverts par les banques traditionnelles. L'accès à distance, quelle que soit sa forme ou sa taille, est indispensable pour répondre à un besoin que les réseaux bancaires ne sont pas capables de répondre.

Le développement des services bancaires en ligne peut être réalisé de deux manières : la première en établissant et en développant des opérateurs entièrement en ligne, et la seconde en créant des services en ligne proposés progressivement à la clientèle par les banques traditionnelles dans une approche multi canal ou omni canal.

### 2-4.3 Les différents services digitaux proposés par les banques.<sup>1</sup>

Parmi ces services on trouve :

---

<sup>1</sup> ZERARI ilham, ZAUCHE Thanina Cherifa, Analyse du comportement du consommateur à l'égard de la digitalisation, cas des clients de la Banque de Bejaïa, année 2018/2019

## **II- Chapitre I : La transformation digital de la banque**

---

### **2-4.3.1 - Les sites bancaires**

Les sites bancaires ou appelés aussi "la banque à distance" désignent l'espace sécurisé auquel le client d'une banque peut accéder par internet. Ces plateformes proposent l'ensemble des services bancaires en ligne auxquels le client a droit au titre du contrat qu'il a signé lors de l'ouverture de son compte. Le site bancaire permet donc de consulter le solde de ses comptes, de réaliser des virements et d'enregistrer des prélèvements ou encore de contacter son conseiller bancaire. L'accès au site peut se faire depuis ordinateur mais aussi depuis des applications mobiles. Les identifiants d'accès sont délivrés par la banque au moment de la signature du contrat.

### **2-4.3.2 - Les SMS Banking**

Un SMS Banking permet au client d'accéder aux informations bancaires depuis n'importe quel endroit. Pour accéder aux données du compte, au solde et aux diverses opérations, ce dernier doit signer un contrat avec sa banque pour recevoir des messages SMS. Certaines données lui seront envoyées de manière hebdomadaire, d'autres sous forme d'alerte ou encore s'il fait la demande par SMS avec mot clés et code d'accès.

### **2-4.3.3 - Les e-mails**

Le courrier électronique (courriel, e-mail, mail) est un service de transmission de messages écrits et de documents envoyés électroniquement. Ces derniers sont utilisés pour entrer en contact avec une banque (un conseiller) en cas de besoins d'informations ou réclamations. C'est un des services les plus couramment utilisés d'internet permettant d'envoyer des messages sous forme de fichier, texte... etc.

### **2-4.3.4 - Les guichets automatiques bancaires (GAB)**

Toutes les agences bancaires et les grands points de vente disposent de distributeurs automatiques ouverts 24h/24 et 7j/7 pour permettre aux clients de gagner du temps. Et faire leurs opérations à tout moment.

L'utilisation des GAB nécessite une carte de guichet automatique et un code PIN personnel permettant aux clients l'accès à des services bancaires comme : les retraits, virements, consultations de soldes, demandes de chèques, relevés de compte et même l'encaissement de chèques dans les nouveaux distributeurs qui sont actuellement présentés aux niveaux des agences digitales.

### **2-4.3.5 Les cartes bancaires**

La carte bancaire permet à son titulaire de retirer ou de transférer des fonds. C'est un moyen de paiement pratique et facile d'utilisation, prenant de la forme d'une carte émise par un établissement bancaire et permettant à son titulaire, conformément au contrat passé avec sa banque, d'effectuer des paiements et/ou des retraits. Des services connexes peuvent y être associés (assurance, assistance). La carte bancaire offre trois options de fonctionnements : une fonction de paiement, une fonction de crédit et une fonction de retrait.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> T.BONNEAU, Droit bancaire, Montchrestien, E.J.A, Paris, 1996, P267

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

Contrairement au chéquier, les cartes bancaires sont payantes. Leur montant dépend des prestations offertes. On distingue différents types de cartes : <sup>1</sup>

Les cartes de retrait : ce sont des cartes dont la fonctionnalité majeure est le retrait d'espèces (billets de banque) auprès des DAB/GAB, mais qui proposent aussi classiquement comme fonctionnalités complémentaires la consultation de compte, les virements, les commandes de chèquiers,...Les DAB habituellement installés sur les façades des agences bancaires peuvent également être implantés dans les lieux publics (aéroport, gares ferroviaires,);

Les cartes de paiement : sont des cartes permettent le retraits d'espèces aux distributeurs automatiques DAB / GAB guichet automatiques et permettent également le paiement par les titulaires de carte. Les cartes de paiements offrent à elles seules une gamme étendue de produits.<sup>2</sup>

Les cartes de crédit : ont la même fonction mais le compte du bénéficiaire de la carte est débité en fin de mois, quelle que soit la date de réception du billet signé par le bénéficiaire.<sup>3</sup>

En cas de perte ou de vol, le titulaire de la carte doit faire opposition le plus rapidement possible en appelant sa banque ou le serveur interbancaire de mise en opposition. Vous devez ensuite faire une déclaration auprès d'un commissariat ou d'une gendarmerie et confirmer l'opposition à votre banque, par écrit. Dans cette situation, le porteur de la carte devra prendre en charge les opérations effectuées avant l'opposition. Pour celles qui seront faites après, c'est la banque qui devra prendre les frais en charge.

Autres informations à prendre en considération :

Une banque ne peut obliger un client à prendre une carte ;

Il est bon, quand cela est possible, de demander un ticket lors d'un retrait d'argent ;

Il ne faut pas jeter un ticket relatif à un retrait car il contient de précieuses informations;

Il est nécessaire de taper son code à l'abri des regards indiscrets.

### 2-4.3.6 Le call center

Il représente une plateforme téléphonique de la banque à laquelle le client peut faire appel par téléphone pour un éventuel renseignement, une réclamation, une suggestion, etc.

Ces derniers sont actuellement plus développés au sein des agences digitales du fait de la possibilité de passer des appels en visioconférence avec un conseiller afin qu'il puisse vous orienter d'avantage.

---

<sup>1</sup> DRIF Tassadit, GAOUA Lila, Mémoire de Master Les pratiques de l'e-paiement en Algérie, État des lieux et perspectives cas de CPA de Tizi-Ouzou, Université MOULOUD MAMMERI de Tizi-Ouzou, année 2016/2017, P12

<sup>2</sup> DRIF Tassadit, GAOUA Lila, Mémoire de Master Les pratiques de l'e-paiement en Algérie, États des lieux et perspectives cas de CPA de Tizi-Ouzou, Université MOULOUD MAMMERI de Tizi-Ouzou, année 2016/2017, p12

<sup>3</sup>MONOD Didier-Pierre, Moyens et techniques de paiement internationaux, 4ème édition mise à jour, édition ESKA 2007

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

### 2-4.3.7 L'agence digitale

L'agence digitale est un espace de libres services bancaires qui permet de découvrir une nouvelle expérience client plus autonome et de se familiariser avec les produits digitaux de la banque. Un espace d'accompagnement et de sensibilisation à plusieurs services bancaires dans un environnement digital.

L'agence digitale met ainsi à la disposition du client des tablettes Visio-interactives et des ordinateurs permettant aux clients de créer en agence l'expérience de la banque en ligne mais aussi, d'entrer en contact Visio avec un conseiller du call center pour pouvoir ainsi poser toutes ces éventuelles questions. Au sein de cette agence, des conseillers sont toujours présents afin d'orienter et guider le client dans l'utilisation des services digitaux s'y trouvant.

### 2-4.3.8 Les applications bancaires

Une application bancaire permet d'avoir accès à ses comptes bancaires depuis un Smartphone ou une tablette. Cette dernière peut être téléchargée sur les magasins d'applications, tels que Google play et app store. Pour effectuer ces opérations, il suffit d'enregistrer son compte avec les identifiants qui sont délivrés par la banque. Les principaux mouvements, que l'on peut réaliser sur son espace personnel en ligne, sont également disponibles avec une application : consultation de compte, virement, édition RIB.

Parmi les applications bancaires qui existent en Algérie, on peut citer celle de :

#### 2-4.3.8.1 Banxy de Natixis.<sup>1</sup>

Le lancement de BANXY, première banque mobile en Algérie, est lancée par Natixis Algérie.

Un compte sécurisé, mobile et accessible depuis un Smartphone, n'importe où et à n'importe quel moment ; des services bancaires à distance accessibles à tous. La dernière commodité bancaire, BANXY, pour simplifier les opérations bancaires au quotidien !

Alger le 23 Avril 2018, NATIXIS Algérie, filiale de NATIXIS qui appartient au Groupe BCPE, lance « BANXY », la banque mobile : un concept innovant pour faciliter l'accès aux services bancaires en Algérie.

BANXY est une banque mobile disponible gratuitement sur Smartphone Androïde et IOS. Elle offre une meilleure accessibilité aux services et opérations habituelles de la banque, le tout à distance. Il est facile de devenir client. BANXY simplifie les démarches administratives, permet l'ouverture d'un compte bancaire à distance en un temps très réduit, et livre les moyens de paiement (carte et chéquier) gratuitement là ou le client le souhaite.

BANXY offre aussi des innovations très pratiques, comme la modification du plafond de la carte, la mise en opposition des moyens de paiement en temps réel, le virement par numéro de téléphone, les virements classiques interbancaires. BANXY permet généralement la gestion de compte en ligne et fournit des mises à jour immédiates du solde. La banque mobile BANXY

---

<sup>1</sup> <http://www.banxybank.com>

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

s'appuie sur la force du réseau de Natixis Algérie, qui avec plus de 800 collaborateurs sert au quotidien ses clients.

Natixis Algérie a obtenu les autorisations nécessaires auprès des autorités algériennes pour BANXY qui répond donc aux exigences réglementaires et au cadre législatif en vigueur.

Pour souscrire à la solution BANXY, il suffit de télécharger l'application depuis une des plateformes de téléchargement, App Store ou Google Play, puis créer et configurer son compte.

Toute personne majeure peut renseigner le formulaire d'enregistrement depuis l'application, puis inscrire son numéro de téléphone et une adresse e-mail active. Une vérification des documents nécessaires à l'ouverture de compte est ensuite effectuée par la banque à travers une vidéoconférence sécurisée menée par un conseiller clientèle de la Banque.

BANXY utilise une technologie de pointe de vidéo-identification et des algorithmes de calcul pour garantir la sécurité de ses clients ainsi que leurs données. Pour finaliser l'ouverture du compte, les documents juridiques seront directement livrés au client afin de recueillir sa signature manuscrite. Le compte est activé après réception et vérification du dossier physique par la banque. Un centre de relation client est disponible 12 heures par jour, même le Samedi, pour apporter toute l'assistance nécessaire.

Une fois le compte BANXY ouvert, les utilisateurs se connectent en toute sécurité à un serveur de la banque, localisé en Algérie, grâce à leur identifiant et mot de passe. Également, un code confidentiel « le super PIN » est configuré par le client pour valider chacune de ses transactions. BANXY dispose en outre d'un dispositif complet de protection des données clients aux plus hauts standards internationaux.

Le Directeur Générale de Natixis Boris Joseph dit à propos du lancement de BANXY « nous sommes extrêmement fiers d'avoir conçu BANXY, avec nos cadres en Algérie et en synergie avec plusieurs ingénieurs des autres filiales au Groupe BPCE. La création de cette banque 100% mobile est le fruit d'une formidable collaboration mondiale rassemblant les innovations et technologies les plus avancées.

Il s'agit évidemment d'un premier niveau d'offre, l'application est évolutive et Natixis Algérie souhaite progressivement couvrir toute l'offre bancaire traditionnelle. Chaque nouvelle offre fera l'objet d'une autorisation de la Banque d'Algérie puis sera éprouvée, mesurée et améliorée grâce à ses clients.

### **2-4.3.8.2 -BN@TIC de la BNA <sup>1</sup>**

Lors d'un événement dédié qui a eu lieu dans la journée du dimanche 20 octobre 2019, la Banque Nationale d'Algérie (BNA) a officiellement annoncé le lancement de BN@TIC, une nouvelle plateforme électronique regroupant des services d'e-paiement et de m-Banking. Ce nouveau produit à la fois financier et technologique est déjà disponible sur le Google Play Store, en attendant l'arrivée très prochaine de la version App Store pour Iphones. Une fois installée, l'application vous permettra de gérer votre compte bancaire BNA (consultation de solde,

---

<sup>1</sup> Site officiel de la BNA, <http://bnatic.fr.optoide.com>

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

historique de transactions) ainsi qu'émettre des virements non plafonnés vers des bénéficiaires donnés directement par internet, ce qui sera sans doute d'une grande aide pour les plateformes d'e-commerce en Algérie.

Afin de profiter des services offerts par BN@TIC, il vous faudra demander au préalable d'y être abonné, cela se fait généralement dans n'importe quelle agence BNA, pour accéder à la plateforme, vous recevrez un nom d'utilisateur et un mot de passe qui autoriseront l'accès au site. Le tarif de l'abonnement quant à lui a été fixé à 100 DA/mois pour les particuliers et 800 DA/mois pour les professionnels.

Elle est destinée aux particuliers est accessible 24H/24 et 7J/7, une option est proposée au client, à savoir le pré ouverture du compte en ligne via le site dédié à cet effet par la BNA : <https://ouverture-de-compte.bna.dz/accounts/signup/>. Cette nouvelle solution permet de procéder à une pré ouverture de différents types de comptes tels que le compte épargne classique et compte épargne MOSTAKHBALY, le compte chèque islamique, tant le compte d'épargne islamique avec ou sans compensation que le compte d'investissement islamique sont répertoriés par la banque. Pour procéder à un pré ouverture, le client devra remplir le formulaire mis à sa disposition en ligne et le scanner puis télé-verser les documents demandés. Le communiqué indique que l'intéressé ou le tuteur se verra remettre un acte de naissance, un certificat de résidence et une pièce d'identité. Après avoir précisé que le client a la possibilité de prendre rendez-vous avec l'agence de son choix pour finaliser le processus d'ouverture de compte.

Par ailleurs, le même jour, la Banque a organisé l'ouverture de deux nouvelles plateformes numériques, supervisée par le PDG Miloud Ferhat. Il s'agit de l'agence Hussein Dey (611) située dans la rue Tripoli et l'agence d'Oran, portant le nombre de ces espaces digitaux à douze (12), annonce la BNA. Les espaces digitaux de la BNA sont composés d'un coin automatique, disponible 24H/24 et 7J/7, doté d'automates : Distributeurs Automatique de Billets (DAB) et Guichet Automatique de Banque (GAB) pour effectuer différentes transactions bancaires.

L'application pour BN@TIC comporte deux sections :

-Un espace public offrant la possibilité d'accéder à toute personne aux services périphériques (Guides, offre, nos agences) ;

-Un espace authentifié accessible via les identifiants e-banking et vous donne accès aux services ci-dessous :

- Consulter les dernières transactions et les soldes de vos comptes ;
- Rechercher vos transactions dans votre relevé de compte ;
- Consulter et partager votre numéro d'identification bancaire (RIB) ;
- Suivez votre taux de change et convertir votre monnaie ;
- Echanger avec votre banque et convertir votre monnaie ;
- De temps, en temps faut voir et consulter les cartes et les relevés de cartes ;
- Opposer une carte ;
- Effectuer des virements et signer des remises ;
- Gérer des bénéficiaires ;

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

- La carte MAP affiche toutes les agences de la banque ;

Et ceci en toute sécurité.

### 2-4.3.8.3 -BEA Mobile de la BEA <sup>1</sup>

Le ministre des Finances, AYMENE BENABDERRAHMANE, s'est exprimé lundi 29 mars 2021. Après une cérémonie d'inauguration d'un nouvel espace numérique du BEA au boulevard AMIROUCHE à Alger, cela a eu lieu. Il a été évoqué que l'application mobile du BEA serait officiellement lancée. Lors de cet événement.

C'est en tout cas ce que rapporte le site web du ministère des Finances. Ainsi, l'application en question s'intitule « BEA Mobile ». Elle est téléchargeable gratuitement sur différentes plateformes mobiles telles que l'App Store et le Play Store. Elle permettrait alors d'avoir un accès à un large éventail de divers services bancaires de la BEA.

Il y aurait notamment une section dédiée aux virements bancaires. Ainsi qu'une autre pour la gestion de la ou des cartes bancaires. Les clients pourront également, grâce à cette application, connaître le solde et les dates de leurs opérations bancaires de manière complète. et en sécurité. Les utilisateurs peuvent également aussi demander des chèquiers et des cartes bancaires.

Les utilisateurs pourront accéder aux taux de change les plus récents via l'application, qui restera à jour. Et aussi ont la possibilité de consulter et d'obtenir les adresses des agences du BEA à travers le pays, cela est également réalisable.

C'est la encore ce dont nous informe la source susmentionnée. Pour mieux saisir l'approche et l'impact que peut avoir ce projet, le premier argentier du pays a tenu pendant son déplacement à émettre quelques mots à cet égard. Il a ainsi déclaré que le lancement de « BEA Mobile » s'inscrivait dans le cadre de « la modernisation et du développement des services bancaires ».

## 2-4.4 - Atouts et points sensibles de la digitalisation bancaire <sup>2</sup>

### 2-4.4.1 Atouts de la digitalisation bancaire

Le digital en banque sert plusieurs avantages qui sont résumés ci-dessous :

#### 2-4.4.1.1 -Avantages du point de vue des banques

Les services numériques offrent aux banques la possibilité d'améliorer leur image de marque et de commercialiser leurs produits plus rapidement. Ces services proposés par les banques seraient considérés comme le moyen le plus efficace d'utiliser la technologie, notamment parce qu'ils leur permettent de maximiser leurs profits.

- Gains de temps :

Le fait que les clients réalisent la majorité de leurs opérations en ligne via les différents canaux conduit à un gain de temps pour les employés de la banque. En effet, grâce au digital le client

---

<sup>1</sup> Site officiel de la BEA

<sup>2</sup> ZERARI Ilhem, ZAUCHE Tanina Cherifa, Mémoire de Master Analyse du comportement du consommateur à l'égard de la digitalisation, cas des clients de la Banque de Bejaïa, année 2018/2019, P10

## **II- Chapitre I : La transformation digital de la banque**

---

réalise ces opérations bancaires lui-même. Cette automatisation des services a pour résultat une accélération du temps de traitements des opérations

Les Coûts d'intermédiation et de transaction réduits :

- La distribution des services bancaires et financiers en ligne offre à la fois un nouveau canal de distribution et une baisse radicale des coûts des services et produits bancaires :

LEMAITRE (1997) souligne que le coût d'ouverture d'une agence est largement supérieur à celui de l'ouverture d'un site internet. Il souligne aussi qu'une transaction effectuée par automate coûte 2 fois moins qu'en agence, 3 fois moins par téléphone et 7 fois moins par internet.

- Une extension géographique :

L'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication a permis aux banques de s'étendre plus efficacement et de disposer d'une meilleure couverture internationale.

Les clients peuvent désormais gérer leurs comptes, 24 heures sur 24, via des sites Web et des applications mobiles, depuis n'importe où dans le monde.

Grâce au service en ligne, la banque n'est plus contrainte d'offrir ses services sur une base régionale, son accessibilité aux différents canaux électroniques lui permet d'offrir ses services partout dans le monde.

- Différenciation des produits :

Grâce au développement des TIC, on assiste de nos jours à une large différenciation des produits et services proposés par la banque, ce qui apporte à cette dernière de nouveaux avantages comparatifs.

Le réseau internet permet à la banque de cerner les exigences du client, d'une manière à être prête à répondre à tous ses besoins facilement.

- La gestion de la relation entre client et banque :

Les avancées technologiques du secteur bancaire ont considérablement amélioré la connexion entre les banques et leurs clients, les NTIC fournissant des solutions de messagerie personnalisée qui ont renforcé la relation.

Avec l'émergence de ces nouveaux services en ligne par les banques montrent l'importance accordée à la satisfaction des clients.

### **2-4.4.1.2 -Avantages du point de vue du client**

Les services digitaux permettent aux clients de bénéficier des atouts suivants :

Une disponibilité 24H/24 et la disparition des contraintes liées aux heures et aux jours d'ouverture des agences bancaires. Le client peut, désormais, réaliser ses opérations à n'importe quel moment et n'importe où, avec une simple connexion internet et depuis des appareils mobiles.

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

- Un accès rapide et continu à l'information.
- La simplicité d'utilisation avec la diversité des canaux proposés : la banque en ligne donne la possibilité à ses clients d'effectuer leurs opérations par le moyen de communication qui leurs convient tout en assurant la facilité, la clarté ainsi que la rapidité d'exécution des opérations.
- L'importance de l'aspect géographique est diminuée par les services en ligne. Le client a la possibilité d'effectuer rapidement et aisément des opérations depuis son domicile, et de partout dans le monde. Le temps d'attente à faire la file pour accéder au guichet est éliminé.
- La diversification, et la personnalisation des produits et services.
- Le gain de temps est le principal avantage auquel les clients peuvent s'attendre.

### 2-4.4.2 - Les points sensibles des services bancaires en ligne

- L'absence du contact humain :

Même si, depuis le développement des services en ligne, les clients rendent visite moins régulièrement à leurs agences, ils restent tout de même attachés à leur agence de proximité.

Selon LAMIRAULT (2017), les clients souhaitent une relation « à la carte » avec leur banque pour leurs opérations quotidiennes. Néanmoins, dans le cas de biens et services engageant, ils aiment entretenir une véritable relation avec un conseiller. Le besoin du contact humains mais aussi, la sécurité et la confiance, restent fondamentaux.

- La complexité et la sécurité :

La complexité fait référence à la facilité d'effectuer une transaction. Avec l'évolution assez rapide des services digitaux, certains clients maîtrisent encore mal l'outil informatique.

Les services en ligne peuvent être piratés, ce qui peut compromettre la sécurité du client et de la banque.

- Les gros retraits sont impossibles, les montants des retraits au niveau des distributeurs sont limités.
- La banque à distance ne substitue pas la banque traditionnelle. Car si elle plait à une clientèle active, qui est les jeunes, elle ne plait pas aux autres qui manifestent une plus grande résistance aux changements.

L'internet reste lent, le haut débit n'est pas généralisé, les temps de téléchargements peuvent s'avérer longs.

### 2-4.5 - L'apport du digital au secteur bancaire <sup>1</sup>

La banque est l'un des secteurs les plus touchés par la transformation digitale des entreprises. Elle évolue et s'engage dans une transformation numérique pour s'adapter à son marché et aux

---

<sup>1</sup> ZERARI Ilhem, ZAUCHE Tanina Cherifa, Mémoire de Master Analyse du comportement du consommateur à l'égard de la digitalisation, cas des clients de la Banque de Bejaïa, année 2018/2019, p

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

nouveaux comportements de ses clients et prospects mais concrètement, elle est l'apport de cette transformation pour les banques.

### 2-4.5.1 Acquérir et fidéliser la clientèle via les canaux digitaux

La fidélisation implique une meilleure régulation de l'activité. C'est le but de toute entreprise souhaitant fidéliser sa clientèle. Dans le secteur bancaire, la fidélité peut être basée sur des produits, des services ou les deux. Le but de la fidélisation étant une baisse des coûts engendrés pour chaque client.

En effet, l'ensemble des banques, mais aussi, toutes les autres entreprises constatent une hausse des coûts pour l'acquisition d'un nouveau client. Un client fidèle demandera un effort financier moindre du fait de son attachement à la marque, au produit et/ou au point de vente. Une étude menée par la communauté de commune du val d'Essonne a chiffré l'impact de la fidélisation d'un client sur le développement et la viabilité de l'entreprise.

L'apport des canaux digitaux dans l'acquisition et la fidélisation des clients sont d'une importance capitale en ce qui concerne la banque de détail et ce, par rapport aux modifications du comportement des consommateurs notamment le désir accru pour la transparence. Ils sont aussi à l'origine d'un nouveau type de concurrence apporté par la naissance des sites de comparaisons, qui permettent aux clients de décortiquer n'importe quelle offre bancaire standard et donc de comparer aisément

La démocratisation des canaux mobiles présente une opportunité significative pour la banque de détail. Les clients ont tendance à apporter leur Smartphones ne partent où ils vont, pour accéder ainsi à des contenus en ligne et faire des achats en ligne. Les banques ont bien pris conscience de ces nouveaux modes de consommation et 76% d'entre elles reconnaissent l'efficacité des canaux numériques pour la vente des produits bancaires « simples ».

Toutefois, le numérique représente pour les acteurs du secteur, le principal atout pour attirer de nouveaux consommateurs. 63% des banques de détails ont donc déclaré dans une enquête réalisée par le cabinet Kurt SALMON et l'Efmaa que les canaux digitaux seront les principaux canaux pour l'attrait de nouveaux clients. Les banques ont placé en le digital un grand espoir afin de relever le défi de l'acquisition et de la fidélisation. Cette méthode d'acquisition et de fidélisation des clients est plus efficace car elle permet une connexion entre le consommateur et sa banque, rendue possible par la collaboration et la transparence accrues de ces nouveaux canaux de communication. Tout au long de sa vie, le client peut tendre la main à sa banque et recevoir du soutien dans les moments critiques.

### 2-4.5.2 La rentabilité<sup>1</sup>

La rentabilité « représente le rapport entre les revenus d'une société et les sommes qu'elle a mobilisées pour les obtenir. Elle constitue un élément privilégié pour évaluer la performance des entreprises ».

---

<sup>1</sup> ZERARI Ilhem, ZAUCHE Tanina Cherifa, Mémoire de Master Analyse du comportement du consommateur à l'égard de la digitalisation cas des clients de la Banque de Bejaia, année 2018/2019

## II- Chapitre I : La transformation digital de la banque

---

Durant ces dernières années, le secteur bancaire a entamé une vaste transformation de son modèle économique. Cette transformation risque de prendre quelques années en vue de l'envergure du défi.

La refonte totale du modèle économique du secteur bancaire est un long phénomène qui mobilise de nombreuses ressources tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'entreprise.

L'ampleur de la mise en place d'une telle stratégie est énorme mais l'acharnement sur le concept de modernisation est vital pour le secteur bancaire qui fait face actuellement à des attaques de toutes parts et de toutes sortes. Au regard des récentes études, cette digitalisation semble inévitable pour la banque qui souhaiterait assurer sa pérennité et ainsi, se transformer en un modèle compétitif et durable.

Ainsi, selon une étude réalisée par le cabinet Mckinsey, intitulée « accélérer la mutation numérique des entreprises : un gisement de croissance et de compétitivité pour la France », et basée sur des modélisations de la banque « type » il ressort que la transformation digitale confère aux banques des avantages qui sont supérieurs aux risques. En effet, cette nouvelle politique pourrait permettre aux banques de gonfler leur marge d'environ 40%.

A cet effet, d'après des études réalisées par le boston consulting group, les banques auraient tout intérêt à se mettre au digital car le numérique permettrait aux banques de réaliser 29% d'économie. Le client n'est pas un spectateur mais bien un acteur. Si le digital est source de concurrence, il est aussi source d'économie. D'ailleurs le digital permet aux établissements de se différencier d'avantage de par les services en ligne qu'ils proposent.

Enfin, l'étude menée par le boston consulting group (BCG) auprès d'une quarantaine d'établissement dans le monde a donné comme conclusion que ; répondre aux demandes de leurs clients numériques génère certes des coûts de transformation mais aussi des opportunités commerciales et des baisses de charges.

### 2-5 Conclusion

Avec l'explosion du nombre de terminaux mobiles dans le monde, qui représentent les nouveaux moyens de télécommunication du quotidien ; de nouvelles possibilités d'interagir et de communiquer avec les clients, ont fait leur apparition.


La banque en ligne est un nouveau processus qui permet aux clients d'avoir accès à leurs comptes, d'effectuer des transferts d'argent, de recevoir et de payer des factures en ligne, etc. sur un simple clic et octroie également aux banques des opportunités d'élargissement des services proposés sur le marché sous de nouvelles formes.

## **II- Chapitre I : La transformation digital de la banque**

---

L'adoption du numérique ouvre constamment aux banques de nouveaux horizons qui peuvent être susceptible de les aider à innover leurs produits et services pour répondre aux exigences et aux conditions du développement durable et d'une solide relation banque-client.

Le digital en banque constitue un atout incontournable autant pour les banques, et les clients mais reste encore timide en termes d'utilisations, du fait des contraintes liées à la sécurité ou la complexité de ces outils pour certain.



**Chapitre II**  
**L'impact du digital sur le**  
**secteur bancaire**

### 3-1 Introduction

Nous vivons actuellement dans un monde où la technologie occupe une place importante dans la vie quotidienne de l'être humain, la majorité des activités étant reliées aux nouvelles technologies eu égard à la forte dépendance enregistrée vis-à-vis de ce phénomène.

La transformation digitale, parfois appelée la transformation numérique, désigne le processus qui permet à une entreprise d'intégrer toutes les technologies numériques dans leurs activités, le digital domine désormais voire indispensable dans notre quotidien.

Certes avec l'aide de l'internet et les NTIC, les banques proposent de plus en plus des produits et services en ligne, la banque digitale se développe fortement, une nouvelle génération de banques émerge dans l'exemple de la banque à distance entraînant un changement fondamental dans la relation banques clients, dans le contexte en pleine mutation, les banques vont devoir se réinventer

Cependant, les moyens de paiement sont la matière première des systèmes de paiement. En passant de la monnaie espèce à la monnaie scripturale puis à la monnaie électronique ils sont devenus en quelque sorte une industrie de développement de l'activité bancaire.

Au sein de ce chapitre, nous consacrerons tout d'abord à présenter le concept de la digitalisation de l'activité bancaire, et à voir les causes et les objectifs de la transformation digitale des banques. Par la suite, la seconde traitera les (NTIC) nouvelles technologies d'information et de communication, puis l'e-paiement.

Enfin, la troisième section, qui sera consacrée pour la concurrence bancaire et le rôle du e-paiement.

### 3-2 Section 01 : La digitalisation de l'activité bancaire

#### 3-2.1 . La digitalisation

Le monde a connu ces dix dernières années une véritable forte évolution disponible ou on parle de la digitalisation des banques et de ses services au fur et à mesure des progrès technologiques. D'une part, il y a eu un renforcement de processus traditionnels. D'autre part, le concept même de la banque a évolué, changeant complètement. Le parcours de transformation est défiant et ils affectent chaque aspect des institutions financières.

« La digitalisation est aujourd'hui incontournable pour une entreprise ou n'importe quel type d'organisation. En effet, elle s'applique à tous les domaines et assure une optimisation de temps et d'argent en automatisant des tâches de plus en plus complexes. Elle peut même devenir un avantage concurrentiel dans les domaines où le virage digital n'a pas totalement été accompli par les entreprises. »<sup>1</sup>

« La digitalisation est le procédé qui vise à transformer un objet, un outil, un processus ou un métier en un code informatique afin de le remplacer et le rendre plus performant. La transformation digitale a commencé dès les débuts d'internet, le courrier a été remplacé par les emails, les salons par des forums web, les magasins par des sites e-commerce. Désormais

---

<sup>1</sup> <https://www.alphalives.com/digitalisation/> consulté le 10/07/24 à 22h30

nous connaissons une digitalisation plus large et plus performante comme les caisses automatiques, les répondus automatisés, la communication via les réseaux sociaux. La digitalisation est devenue un phénomène naturel qui combine l'apparition d'internet et les avancées quotidiennes informatiques.»

D'après ces définitions en dessus nous pouvons s'accorder que « La transformation digitale peut se définir comme une révolution des pratiques, l'automatisation et la simplification des processus : vers une accélération et optimisation des flux d'échanges internes, et ceux entre la banque et ses clients ou partenaires, la digitalisation constitue un vecteur de création de valeur et d'opportunités commerciales »<sup>1</sup>

#### 3-2.2 . Définition de la digitalisation

Il s'agit du processus de conversion d'un objet physique en un format numérique. Ce processus n'affecte pas le document original, ce qui est une définition courante du terme.

Le terme fait référence à la nature changeante du monde des affaires. Les organisations doivent constamment évoluer afin de rester pertinentes.

La digitalisation implique l'utilisation des technologies de l'information pour améliorer les processus commerciaux et créer de nouvelles façons de se connecter avec les clients.

« La transformation digitale peut se définir comme une révolution des pratiques, l'automatisation et la simplification des processus : vers une accélération et optimisation des flux d'échanges internes, et ceux entre la banque et ses clients ou partenaires, la digitalisation constitue un secteur de création de valeur et d'opportunités commerciales ». <sup>2</sup>

#### 3-2.3 . L'objectif de la digitalisation

La digitalisation modifie la manière dont les entreprises interagissent avec leurs clients et leurs données internes. Son objectif est de créer de la valeur, ce dernier est atteint grâce à l'amélioration des processus métier, de l'expérience client et de rapport cout- efficacité.

Cette transformation a créé de la valeur de cinq manières différentes : <sup>3</sup>

- Accéléré la croissance du chiffre d'affaires
- Accélère la mise sur le marché
- Améliore la productivité des employés
- Booste l'acquisition et la rétention des clients
- Accroît la compétitivité.

D'une manière générale, la digitalisation, pour une banque, consiste à automatiser ses services ou opérations et à numériser ses processus, de manière à les rendre accessibles en ligne et en temps réel.

---

<sup>1</sup> AIT OUHAMMOU M., KHARI M., « Transformation digital : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines », Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier- Mars 2019, P200.

<sup>2</sup> AIT OUHAMMOU, Meriem; AIT TALEB, Nezha ; KHARIF, Mohammed. Transformation digital : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines, Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier- Mars 2019 Page 200

<sup>3</sup> <https://www.scrive.com/fr/digital-transformation>

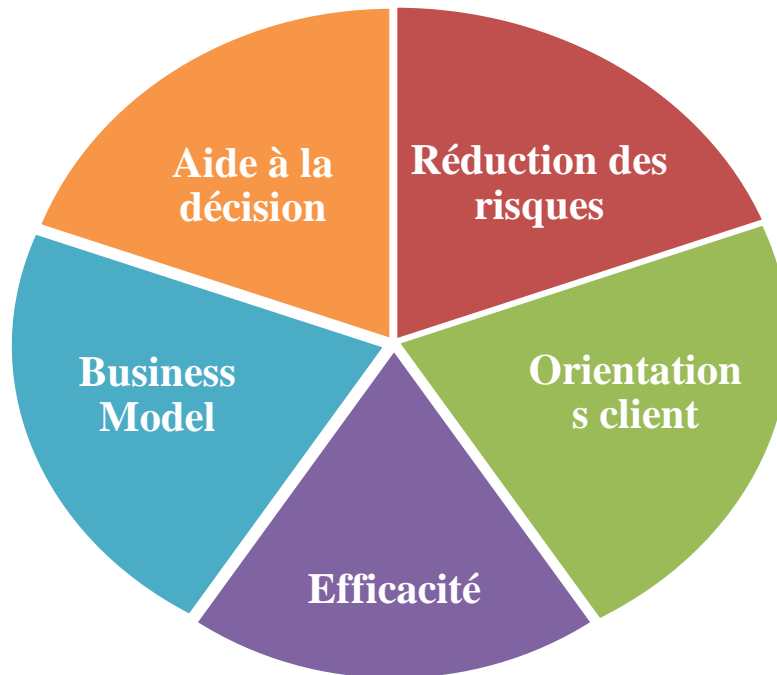
### III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire

---

Plus spécifiquement, la digitalisation des paiements consiste en la numérisation des transactions financières, à savoir les recettes et les dépenses.

Les processus et les méthodes de travail sont ainsi supportés par des solutions digitales permettant à l'informatique de prendre une place prépondérante dans l'exécution des missions.

#### Graphique N° 01 : Les objectifs de la digitalisation



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

#### 3-2.4 . Les avantages et les inconvénients de la digitalisation

Premièrement on déduit les avantages, on second terme les inconvénients

##### 3-2.4.1 . Les avantages de la digitalisation

Les avantages de la digitalisation sont nombreux présenter comme ceci :

- Productivité accru
- Réduction des couts opérationnels
- Analyse des données
- Communication favorisé au sein d'une entreprise
- Innovation stimulée
- Développement de nouvelle compétence
- Optimisation de la performance
- La confidentialité des relations clients
- Simplification des méthodes de travail.

##### 3-2.4.2 . Les inconvénients de la digitalisation

Voici quelques inconvénients :

- Risque de déperdition de l'information

- Risque d'avoir une mauvaise connexion
- Une dispersion des employés
- Une perte de l'information au cours des échanges
- Déperdition des données
- Perte de temps.

### 3-2.5 La digitalisation de l'activité bancaire

En ce qui concerne le secteur bancaire, la transformation digitale est un nouveau paradigme, dont laquelle l'expérience client s'améliore, de nouvelles sources de revenus créés et être en mesure de construire des Modèles d'affaires modernes, dynamiques et non conventionnels. C'est pour cela elle devrait être assez agile techniquement, structurellement et culturellement pour s'adapter en permanence à l'environnement commercial et technologique en évolution rapide.

Il peut également être défini comme la technologie qui permet la transition de l'information analogique à l'information numérique grâce à la technologie de l'information, donc Il peut être traité et échangé entre les systèmes d'information à travers les réseaux numériques dans la banque et l'assurance et leurs systèmes d'information, mais Également avec l'appareil personnel du client.

#### 3-2.5.1 La transition d'une banque traditionnelle à une banque moderne

Utilisant le numérique dans la banque et les services pour transformer une banque classique en une banque moderne, présente un modèle d'organisation bancaire classique et un autre numérique et moderne, dont la transformation est garantie par un ensemble de produits et de systèmes d'information. Ce dernier est principalement constitué de systèmes électroniques techniques et mobiles tels que : ordinateurs, réseaux informatiques modernes. Internet, technologies et protocoles de communication sans fil, stockage de données volumineux et rapide, appareils mobiles, bases de données, applications bancaires.

Le développement de la banque en ligne prend deux formes différentes : la première se fait par la création et le développement d'un opérateur entièrement en ligne et le seconde par Développer progressivement les services en ligne proposés par la banque aux clients par une Approche traditionnelle multicanal ou omnicanal. Par conséquent, la différence entre la banque en ligne et la banque traditionnelle c'est qu'elle offre des services 100% numériques à ses clients. Donc, les banques traditionnelles fournissent certains services via des plateformes Web ou mobiles, telles que les transferts d'argent, l'historique des comptes, les ordres de bourse, etc. Ce ne sont pas des banques en ligne, mais des banques numérisées. Pour autant, cela ne les empêche pas d'avoir des filiales en ligne, ce qui poussera certains experts du domaine à parler de banques hybrides, tant certaines banques en ligne émergent comme des pures Player, des interfaces en ligne très complètes, voire des filiales entièrement dédiées au réseau internet.

À cet effet, on pourrait définir la banque en ligne, comme son nom l'indique, comme une banque dématérialisée. C'est à dire qu'elle ne dispose pas d'agences bancaires physiques comme les banques traditionnelles. Les clients peuvent ouvrir un compte bancaire ou gérer leurs

comptes en se connectant sur le site internet de la banque en ligne ou sur l'application mobile de la banque en ligne.<sup>1</sup>

### **3-2.6 . Un nouveau modèle bancaire à l'ère du digital**

Il s'agit de survivre à la destruction imposée par les nouveaux entrants et réussir à s'adapter progressivement dans tous les secteurs d'activité. Avec l'avènement de la digitalisation, un nouveau modèle bancaire est né. Ce modèle est encore en train de changer et de nombreux changements sont attendus à l'avenir. A ce titre, plusieurs projets sont en cours de développement qui réuniront les quatre 4 axes du modèle C.I.A.S : Connecté, Intelligent, Agile et Social, où les agences et consultants traditionnels occupent différentes positions dans la relation avec les clients.

#### **3-2.6.1 . Une banque connectée**

L'apport du digital permet de proposer une expérience multicanale, ou plutôt omnicanal. Connectez-vous à votre banque à tout moment depuis n'importe quel appareil connecté aujourd'hui avec une application simple. En donnant aux utilisateurs la liberté d'accès, les banques ont été en mesure d'éliminer le temps nécessaire au reportings. Par conséquent, les conseillers peuvent travailler sur la tâche de fournir des conseils et des relations étroites. En ce sens, l'institution s'est adaptée pour être un lieu de services et de consultation à valeur ajoutée.<sup>2</sup>

#### **3-2.6.2 . Une banque intelligente**

La menace des utilisateurs hyper connectés et hyper informés apparaît comme une opportunité pour les banques, qui disposent de vastes quantités d'informations sur leurs clients. Cette quantité massive d'informations, connue sous le nom de Big Data, est un défi majeur. Elle a pour objet de Fournir aux utilisateurs le bon produit au bon moment pour générer des revenus supplémentaires pour leurs besoins.

#### **3-2.6.3 . Une banque agile**

La « dématérialisation » des processus permet d'augmenter la productivité et de réduire significativement les coûts, notamment par la mise en place de nouveaux moyens de paiement 100 % numériques ou encore la dématérialisation de certains documents. Des dizaines de pages de documents devaient auparavant être initialisées et signées pendant la durée du crédit, aujourd'hui un simple clic suffit.

#### **3-2.6.4 . Une banque sociale**

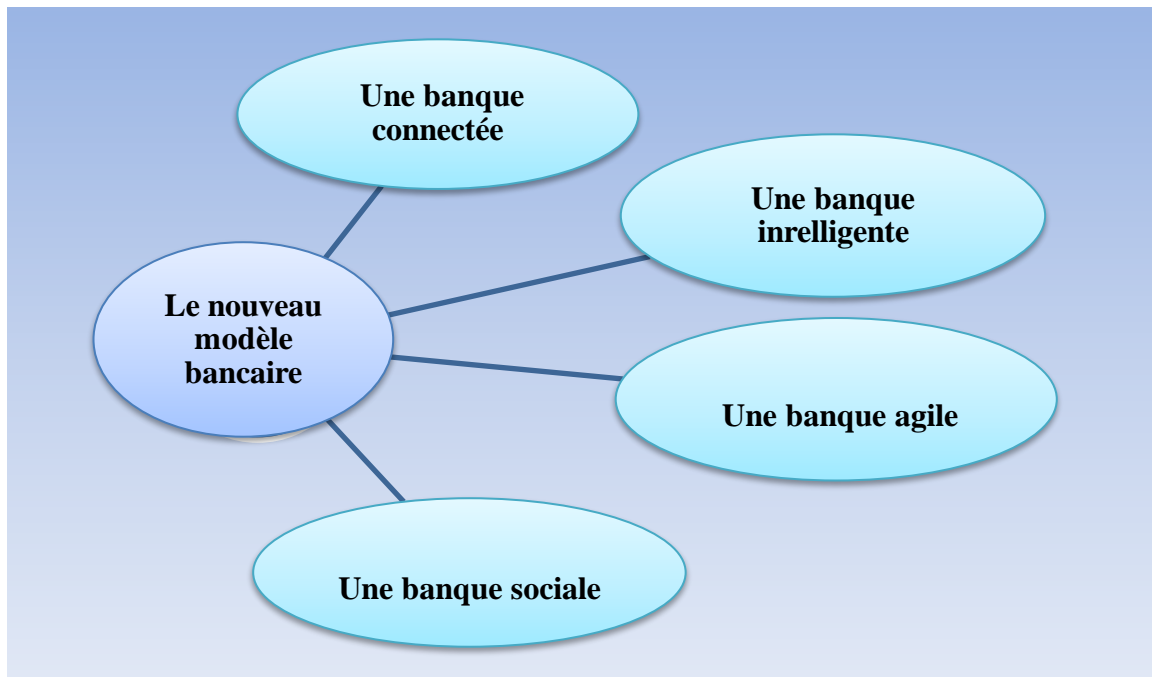
Les banques investissent rapidement dans les réseaux sociaux. L'enjeu est simple : améliorer leur image pour reconquérir les clients salariés de demain.

### **Schéma N° 02 : Le nouveau modèle bancaire a l'ère du digital**

---

<sup>1</sup> Revue internationale du marketing et management stratégique, volume 01, N 01, Janvier-Mars 2019, P202.

<sup>2</sup> FABRICE L « L'évolution du modèle bancaire a l'ère du digital » 1<sup>er</sup> édition Mars, 2017 P 14.



Le nouveau modèle bancaire, intégrant une banque connectée, intelligente, agile et sociale, reflète une transformation profonde du secteur. Il vise à offrir une expérience client améliorée en tirant parti des technologies numériques pour la connectivité et l'efficacité, tout en restant adaptable et bien engagé les clients à travers des interactions plus humaines.

**Source: schéma réalisé par nous même.**

#### 3-2.7 . Les opportunités et les menaces des nouvelles technologies pour les banques

Les risques pesant sur le modèle bancaire traditionnel sont si élevés que certains économistes n'hésitent pas à parler de disparition des banques.

L'économiste français (Philippe Herlin, 2015), dans son livre "The End of Banking", soutient que l'évolution technologique en cours constitue une menace pour les banques qui pourraient devenir l'industrie sidérurgique au cours de la prochaine décennie.

D'autre part, certaines études soulignent que les nouvelles technologies offrent de nouvelles opportunités aux banques, en termes de renforcement de la concurrence sur le marché des services bancaires, en suggérant des services bancaires à moindre coût, l'optimisation des processus et du temps, des tâches routinières et répétitives, etc. Les acteurs des nouvelles technologies placent la digitalisation au cœur de leurs business model, gérant leurs portefeuilles « e-wallets » en proposant de nouvelles offres et de nouveaux services, on peut donner des exemples : fin Tech, broker révolution, finance participative, L'ère du Big Data, la menace des GAFAs, l'apparition du block Chain, etc. Un autre domaine où les acteurs des nouvelles technologies investissent est le crowd-funding « financement participatif », où l'innovation est également proposée.

### 3-2.7.1 Les Fin Tech

Fin Tech est une abréviation combinant les termes Financial et technologies ou technologies financières. Le domaine de la Fin Tech au sens large regroupe l'ensemble des sociétés mettant en œuvre des solutions innovantes visant à améliorer ou repenser le secteur financier.

Les banques ou les assurances sont régulées par la Directive européenne sur les services de paiement. Elles mettent à disposition des interfaces de programmation permettant à de jeunes sociétés d'interconnecter leur flux de données de manière sécurisée et standardisée. Cela leur permet de développer des services innovants auprès des consommateurs ou des entreprises.

Parmi les acteurs de la Fin Tech, se retrouvent des services d'investissement, des assurances, des banques, ou encore des spécialistes du trading. Leur but est de proposer de nouveaux modèles de transaction dans leurs domaines respectifs. Les start-up de la Fin Tech bousculent alors les systèmes traditionnels et les acteurs historiques doivent ainsi se réinventer. Alors qu'en 2008 le marché de la Fin Tech pesait 930 millions de dollars, ce chiffre est passé à 22 milliards de dollars en 2015 et à 135,7 milliards en 2019. <sup>1</sup>

### 3-2.7.2 Big Data

Les Big data ou méga données désignent l'ensemble des données numériques produites par l'utilisation des nouvelles technologies à des fins personnelles ou professionnelles. Cela recoupe les données d'entreprise (courriels, documents, bases de données, historiques de processeurs métiers...) aussi bien que des données issues de capteurs, des contenus publiés sur le web (images, vidéos, sons, textes), des transactions de commerce électronique, des échanges sur les réseaux sociaux, des données transmises par les objets connectés (étiquettes électroniques, compteurs intelligents, Smartphones...), des données géo localisées, etc.<sup>2</sup>

L'expression « Big Data » date de 1997 selon l'Association for Computing Machinery. En 2001, l'analyste du cabinet Meta Group (devenu Gartner) Doug Laney décrivait les Big Data d'après le principe des « trois V » : le Volume de données de plus en massif :

- La Variété de ces données qui peuvent être brutes, non structurées ou semi-structurées.
- la Vitesse qui désigne le fait que ces données sont produites, récoltées et analysées en temps réel.

Certaines entreprises ajoutent un quatrième « V » à cette définition pour la Vérité qui évoque la nécessité de vérifier la crédibilité de la source et la qualité du contenu afin de pouvoir exploiter ces données.

---

<sup>1</sup> <https://www.future-sciences.com/maison/définition/finance/19068/> consulté 15/07/2024 à 16h20.

<sup>2</sup> <https://www.future-sciences.com/technologie/définitions/informatique/15028/> consulté 15/07/2024 à 16h45

### 3-2.7.3 La Block Chain

La Block Chain est une technologie moderne de stockage et de transmission d'informations Elle fonctionne sans organe central de contrôle, mais apporte transparence et sécurité grâce à la validation des transactions par les nœuds du réseau.<sup>1</sup>

En français, block Chain se traduit par « chaîne de blocs », mais cette expression est rare sur Internet. Un block Chain est comparable à une base de données qui contient l'historique de toutes les transactions effectuées depuis sa création. Puisqu'il est partagé entre tous les utilisateurs et sans intermédiaire, chacun peut vérifier sa validité et confirmer son intégrité, il peut être aussi considéré comme un grand livre comptable anonyme où tout le monde ajoute une ligne lorsqu'il effectue une transaction, mais personne ne peut rien supprimer. Tous les participants connectés au block Chain sont libres de se consulter.

L'apparition du block Chain date de 2008, lorsqu'un programmeur utilisant le pseudonyme de NAKAMOTO Satoshi a révélé le Bit-coin. Cette crypto monnaie utilise l'architecture du block Chain pour assurer la sécurité des transactions malgré l'absence d'autorité régulatrice. Chaque transaction est ajoutée au block Chain selon le schéma suivant :

- Un portefeuille a réalisé une transaction vers un portefeuille B.
- Un ensemble de transactions est regroupé au sein d'un même bloc.
- Le bloc est contrôlé par les différents nœuds du réseau, qui vérifient sa validité par une technique cryptographique. Dans le cas du Bitcoin, les nœuds doivent résoudre des problèmes mathématiques et sont rémunérés pour cette tâche.
- Le bloc validé est ajouté au block Chain et tous les utilisateurs ont accès aux transactions qu'il contient.
- Le portefeuille B reçoit la transaction émise par le portefeuille A.

Jusqu'à aujourd'hui, la plupart des blocks Chain sont liées à de la monnaies virtuelle Cette technologie intéresse toutefois de nombreux secteurs comme la finance, l'assurance, la santé, l'énergie... Les applications sont nombreuses et vont bien au-delà de l'économie numérique.

### 3-2.7.4 L'intelligence artificielle

L'intelligence artificielle (IA, ou AI en anglais pour Artificiel Intelligence) consiste à mettre en œuvre un certain nombre de techniques visant à permettre aux machines d'imiter une forme d'intelligence réelle. L'IA se retrouve implémentée dans un nombre grandissant de domaines d'application.<sup>2</sup>

La notion voit le jour dans les années 1950 grâce au mathématicien ALAN Turing Dans son livre (Computing Machinery and Intelligence), ce dernier soulève la question d'apporter aux machines une forme d'intelligence. Il décrit alors un test aujourd'hui connu sous le nom « Test

---

<sup>1</sup> BEN BOUBAKER S., « L'Évolution du Modèle Bancaire » Mémoire fin d'étude, 38<sup>ème</sup> promotion Banque, 2020 p123.

<sup>2</sup> <https://www.future-sciences.com/technologie/définitions/informatique-intelligence-artificielle-555/> consulté le 18/07/2024 à 16h00.

### III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire

de Turing » dans lequel un sujet interagit à l'aveugle avec un autre humain, puis avec une machine programmée pour formuler des réponses sensées. Si le sujet n'est pas capable de faire la différence, alors la machine a réussi le test et, selon l'auteur, peut véritablement être considérée comme « intelligente ».

De Google à Microsoft en passant par Apple, IBM ou FAEBOOK, toutes les grandes entreprises dans le monde de l'informatique planchent aujourd'hui sur les problématiques de l'intelligence artificielle en tentant de l'appliquer à quelques domaines précis. Chacun a ainsi mis en place des réseaux de neurones artificiels ce constitués de serveurs et permettant de traiter de lourds calculs au sein de gigantesques bases de données.

**Tableau N° 02 : les opportunités et les menaces des nouvelles technologies pour les banques**

	Opportunités	Menace
Les Fin Tech	Coopération entre les banques et Fin Tech pour une évaluation harmonieuse du secteur. En créant une expérience phygitale (physique et numérique )	Perte des parts de marché
L'intelligence artificielle	La diminution des visites dans les agences bancaires et du nombre de sollicitation des centres d'appel, grâce aux bots conversationnels.	Eventualité d'occurrence d'une erreur, dégradation du capital humain
Le Big Data	Anticiper les actions futures de client et son comportement afin de lui servir les produits dont il a besoin	Manque de confidentialité de données personnelle du client
Le block chaine	Détection des fraudes, réduction des risques clients via des systèmes experts. Une meilleure traçabilité et d'audibilité.	La disparition des banques avec l'émergence de la crypto monnaie, le non rectification de l'information personnelle. Le volume de stockage de l'information est limité.

#### 3-2.8 . Les leviers de la transformation digitale des banques

Comme pour l'introduction de la transformation numérique dans une banque, il est important de définir certains leviers qui permettront à la banque de gérer et d'optimiser ses relations avec l'ensemble de ses collaborateurs, partenaires, fournisseurs ou clients. Ces leviers permettent de

passer d'une transformation stratégique à une transformation d'activation efficace. Accédez à des indices spécifiques. Ainsi, les principaux leviers de la transformation digitale portent sur la refonte de l'expérience client, la transformation des processus opérationnels, l'évolution des approches opérationnelles et des business model. (Béziade, Assayag, 2014) Distinguer digitalisation externe (présence et visibilité de l'entreprise et interaction sur les réseaux sociaux), digitalisation centrale (l'impact de la digitalisation sur l'écosystème de l'entreprise), digitalisation interne (l'impact de la digitalisation sur les salariés, les organisations et les processus opérationnels).

### **3-2.8.1 Optimisation de l'expérience client**

L'expérience client désigne l'ensemble des émotions et sentiments ressentis par votre clientèle tout au long de ses interactions avant votre entreprise, c'est-à-dire avant, pendant et après l'achat d'un produit ou service. Elle englobe la qualité de votre offre de produits ou services mais également la qualité des échanges avec vos équipes. Sa gestion est devenue clé parce que l'expérience client évolutive dans le temps. La moindre interaction modifie la perception que votre client a de votre marque et peut faire basculer son sentiment de satisfaction.

De fait, l'amélioration de l'expérience client nécessite d'être directement intégrée à votre stratégie d'entreprise. Avantage concurrentiel de votre offre, elle doit fédérer tous vos collaborateurs. Ensemble, ils devront suivre des objectifs clairs et communs pour agir efficacement sur le long terme.<sup>1</sup>

### **3-2.8.2 Transformation des processus opérationnels**

Les processus opérationnels sont en général les processus de marketing, vente, réalisation des produits et services, ainsi que la logistique associée. La facturation peut aussi être incorporée aux processus opérationnels. Ils interviennent en général en chaîne pour construire le service au client, par exemple vente-prise de commande-fabrication-livraison-facturation. Pour que la qualité du service apportée au client soit d'un bon niveau, il faut que les processus opérationnels soient efficaces et organisés pour cette satisfaction. Ils doivent ensuite être efficaces pour que la prestation puisse être réalisée au moindre coût. Tout ceci, étant alors accompagné par la conduite de changement, les approches de gouvernance claires, et le déploiement des méthodes agiles, à titre d'exemple l'automatisation des processus, la dématérialisation des formulaires, l'adoption des nouveaux équipements.

### **3-2.8.3 Transformation des business model**

Face à la difficulté systémique d'une modification, le développement d'un business model innovant au sein d'une nouvelle entité organisationnelle est une option fréquente. Elle permet une cohérence et une culture propres aux nouveaux modes de création de valeur. Elle peut favorablement inciter à une clarification plus prononcée du projet du business model traditionnel et progressivement transformer le modèle global d'entreprise. Cette option peut être déployée de manière organique et par croissance externe.

---

<sup>1</sup> <https://www.uiphedeix-international.fr/processus-operationnel/> consulté le 18/07/2024 à 11h45.

### 3-2.9 . La transformation digitale et les métiers bancaires

L'un des principaux enjeux de la transformation numérique des banques est la transformation des ressources humaines, l'essentiel réside dans le développement et le repositionnement des compétences, derrière la fermeture des agences se trouve la transformation de la relation client, de nouvelles orientations et des carrières diversifiées. Des processus et du conseil développement des compétences pour mieux servir des clients plus professionnels et informés. Tous les réseaux d'agences augmentent leurs capacités de distribution d'assurance, d'autres envisagent des partenariats de distribution, notamment avec des producteurs locaux ou des bureaux partagés avec des start-up.

Bien que cette transformation digitale entraîne des changements au sein de l'organisation bancaire tant au niveau de l'organisation du travail qu'au niveau de la nature même du travail (nouveaux contenus des emplois), des nouveaux besoins en personnel qualifié capable de s'adapter au nouvel environnement technologique se font sentir. Nos résultats corroborent les travaux de (BOS, 2018) qui considère que les compétences technologiques requises renvoient davantage au « savoir être », (qualités d'accueil, réactivité, potentiel d'apprentissage des outils informatiques, etc.). Il ressort clairement d'après notre étude que le digital permet à la banque de se concentrer sur son métier de base, ce recentrage peut clairement contribuer à améliorer sur le long terme la productivité et la rentabilité des banques et cela passe évidemment à poser les voies d'une véritable convergence reliant le service numérique (online) et l'agence physique (offline) en créant un nouvel environnement phygital.

Alors, selon (Bernard Roman et Alain Tchibozo, 2017) les besoins réels qui doivent être au sein de la banque au service du personnel pour mieux s'adapter sont :

- Définir une vision claire détaillée et argumentée de l'organisation future, son impact sur les rôles et les responsabilités à tous niveaux.
- Communiquer cette vision, exposer et s'engager sur les méthodes destinées à gérer la phase de transition vers la situation cible et accompagner les hommes et les organisations dans ce processus.
- Expliquer les perspectives, les créer et faire vivre un sentiment d'envie et d'urgence, mobiliser la première ligne, apprendre aux collaborateurs à travailler en réseau et par projets. On s'intéressera à l'évolution des trois métiers les plus susceptibles de connaître une mutation dans la banque

#### 3-2.9.1 Evolution du métier de Gestionnaire de Back Office

Le métier du back-office se définit comme l'ensemble des activités de support, de contrôle, d'administration d'entreprise. Ces activités sont assez standardisées, implique des bas salaires et sont en conséquence relativement automatisable.

Le back-office est la pierre angulaire de l'entreprise, il permet d'augmenter la productivité et de réduire les coûts, et il peut également être un catalyseur d'innovation lorsqu'il est stratégiquement intégré. Comme toute autre fonction de métier, le back office est en constante évolution. L'époque exige de la flexibilité dans la manière d'y parvenir, ainsi que l'optimisation

des coûts, l'adoption et la numérisation de la technologie, et une concentration sur l'expérience de l'équipe et des investisseurs. Logiquement, la digitalisation des banques ne se fait pas du jour au lendemain. Cela nécessite la numérisation de l'information, une transition progressive vers une méthode de travail numérique et de nouveaux modes d'interaction avec les employés, les clients et les autres parties prenantes. Par conséquent, de nouveaux modèles commerciaux et de revenus sont créés.<sup>1</sup>

Effectivement, le back office est passé de synonyme de traitement et de stockage du papier à celui de gardien de l'entreprise. Bien que cela puisse ne pas sembler être un domaine prioritaire pour les entreprises dans le passé, il est de plus en plus important d'exécuter une stratégie ou de rester pertinent/conforme dans des domaines publics tels que l'ESG.

### 3-2.9.2 Evolution du métier de chargé de clientèle particulière

Le chargé de clientèle particulière est le principal interlocuteur du client avec sa banque. A l'écoute de ses besoins, il le conseille sur les produits et les services afin de répondre au mieux à ses attentes. L'avènement du numérique continue de bouleverser la carrière des conseillers de clientèle, comme en témoignent la baisse des visites en agence et la croissance massive de l'utilisation des canaux à distance dans le traitement des transactions bancaires. Le rôle et le métier de chargé de clientèles vont changer : plus de relation client et plus de conseil. Dans un contexte technologique nouveau et croissant, les banques doivent le faire et doivent se concentrer sur la personnalisation et la pertinence des services qu'elles fournissent à leurs clients. D'autre part, la carrière d'un conseiller clientèle doit désormais permettre une nouvelle génération d'outils via Internet. En revanche, il faut envisager une spécialisation plus spécifique du métier de chargé de clientèle, qui doit être polyvalent ou se spécialiser dans des canaux de distribution voire des métiers spécifiques.

L'évolution des usages de ses clients signifie in fine une forme de flexibilité et d'adaptabilité de la part des gestionnaires de comptes privés, pour lesquels les établissements sont amenés à revoir leurs horaires d'ouverture, élargissant ainsi l'éventail des horaires.<sup>2</sup>

### 3-2.9.3 Evolution du métier de directeur d'agence

Le directeur d'agence est un facteur clé dans le succès de la distribution de la succursale bancaire sous sa direction. Il peut jouer plusieurs rôles : financier, commercial, manager. Il est également chargé de développer les activités de son agence dans sa zone géographique. Le métier de directeur d'agence est l'un des métiers bancaires les plus concernés par le développement du numérique dans les banques.

Le rôle du directeur d'agence évolue. Aussi, son travail pourrait bénéficier d'une plus grande puissance et d'une plus grande autonomie. La numérisation doit faciliter l'exercice professionnel et particulièrement les opérations de contrôle via l'automatisation des opérations de ces derniers.

---

<sup>1</sup> LHADJ MOHAND M., « L'intégration de la digitalisation et son impact sur la performance financière d'une banque cas de la BNA agence 356 », Mémoire Master, Université de TIZI-OUZOU, 2021, page 45.

<sup>2</sup> <https://www.guide-métiers.com/charge> de clientèle particulier de banque consulté le 20/07/2024.

### 3-2.10 La transformation digitale et la relation client

Au cours des dernières décennies, le secteur bancaire a connu de profondes turbulences, sans doute plus intéressantes que tout autre domaine ; crises financières, déréglementation, évolution de l'activité et des coûts de fonctionnement, mais surtout une crise de confiance, une concurrence très intense et des avantages concurrentiels de plus en plus temporaires de plus en plus courte. Ce nouvel environnement concurrentiel a clairement stimulé le renouvellement des concepts, des pratiques et des images bancaires. En conséquence, les banques doivent aujourd'hui continuer à innover et proposer de nouvelles offres plus ciblées et personnalisées pour satisfaire et fidéliser leurs clients. Les clients sont de plus en plus informés et exigeants, et s'ils ne sont pas satisfaits du service qu'ils reçoivent, ils n'hésiteront pas à changer de banque.

Selon deux enquêtes internationales menées par le cabinet Ernest & Young en 2010 et 2012 dans six pays européens (France, Allemagne, Espagne, Italie, Belgique, et Royaume-Uni), les résultats ont révélés une détérioration de la relation client-banque, ce qui a mené à une baisse du niveau de confiance des clients à l'égard de leurs banques, qui ont vu chuter leurs marges. Pour faire face à cette situation critique, le cabinet a recommandé aux banques de réviser leur politique de prix et leurs stratégies de relation avec les clients, afin d'être plus attentifs à leurs besoins et regagner leur confiance.

Pour reconquérir cette confiance perdue, la banque doit tout d'abord changer de comportement vis-à-vis de ses clients, qui, longtemps étaient considérés comme autant d'individus que des produits vendus. Aujourd'hui, la part de client est devenue aussi importante que la part de marché, et la prise en compte de la valeur client a donc évoluée. D'une vision « produit », on est passé à une vision « client », l'objectif client n'a jamais été aussi primordial.

#### 3-2.10.1 La gestion de la relation client

La gestion de la relation client (GRC), plus connue sous l'acronyme de CRM Customer Relationship Management, constitue un nouveau paradigme dans le domaine du marketing. L'ouverture vers le marketing relationnel, a naturellement conduit à s'intéresser à la gestion de la relation client qui a connu un engouement certain dans le secteur bancaire depuis la fin des années 1990.

Le CRM regroupe l'ensemble des techniques et outils permettant de nouer des relations avec les clients et prospects afin de les fidéliser et de leur proposer le produit ou service le mieux adapté à leurs besoins. Par conséquent, le CRM vise à construire et à maintenir une relation mutuellement bénéfique entre une entreprise et ses clients, visant à les fidéliser en leur fournissant des services de qualité qu'ils ne peuvent trouver nulle part ailleurs. La notion de profit est évoquée dans la définition du fébure et Venturi en 2005, selon eux, « le CRM est une méthode qui doit identifier, attirer et fidéliser les meilleurs clients en générant plus de chiffre d'affaires et de profit ». Par ailleurs, ces auteurs proposent une autre définition plus complète du CRM, prenant en compte ses trois dimensions : relationnelle, opérationnelle et temporelle.

Il est aussi possible de définir la GRC selon trois approches :

- Dans l'approche technologique, la GRC représente un ensemble de logiciels mis en place pour collecter, traiter, et restituer l'information sur les clients et l'ensemble des outils pour

communiquer avec les clients : réseau internet, site web, call center...etc. - Dans l'approche marketing, l'analyse de bases de données à travers la GRC permet de mettre en place des stratégies de segmentation marketing efficaces et de personnaliser la relation avec le client.

- Dans l'approche organisationnelle, la GRC est considérée comme une culture indispensable à la réussite de l'entreprise dont la mise en œuvre nécessite une réflexion sur l'organisation globale de l'entreprise.

#### **3-2.10.2 La digitalisation de la relation client**

Dans le passé, avant Internet et la numérisation, le pouvoir et la propriété de l'information étaient entre les mains des banquiers, qui contrôlaient la technicité, l'opérabilité des produits et évitaient de tomber dans le piège de la perte, mais aujourd'hui les choses ont changé, les clients sont devenus plus Exigeant, Autonome à l'écoute et instable car il sait comparer, changer, leur facilité d'accès à l'information permet aux clients d'enrichir considérablement leurs capacités de négociation, contrairement aux consultants qui, au contraire, perdent leur rôle d'universitaires. De plus, cet accès facile à la connaissance a grandement facilité le développement de sites de comparaison de devis bancaires. Cette génération de "consommateurs" n'hésite plus à "vérifier" plusieurs offres bancaires avant de prendre une décision.

Mais ce n'est pas tout : la relation banque/client est en réalité défaillante, comme l'escroquerie à la carte bancaire. La question est tellement préoccupante que peu de statistiques témoignent de la croissance exponentielle de ce type de fraude. Cela devient un nouveau sujet de préoccupation pour le client, cela change la confiance du client dans le moyen de paiement utilisé et l'incite (phénomène nouveau) à surveiller de très près les opérations de son compte car il est conscient des risques. Ainsi, certaines des facilités offertes par la technologie numérique peuvent être assez coûteuses pour les clients victimes de fraude et pour les banques qui doivent développer et renforcer en permanence des systèmes et des moyens pour assurer la sécurité.

En outre, selon (Bernard Roman et Alain Tchibozo, 2017) les besoins des clients sont centrés sur leur « expérience client », qui rassemble un ensemble d'attentes, et malgré les progrès, les banques ont encore du chemin à parcourir, notamment en matière de simplicité et de transparence.

Simple, car après être devenu autonome, le client est de plus en plus capable de savoir ce dont il a besoin et de se servir. Les ajouts de produits ne répondent pas toujours aux besoins ou aux intérêts des clients.

Transparence car le volume des produits et leur emballage créent une complexité qui compromet le service et la clarté pour les clients. Les conseillers sont obligés de travailler dans une logique mécanique consistant à saisir toutes les opportunités de vendre des produits aux clients, quels que soient leurs besoins et leurs intérêts. Par exemple, de nombreux seniors se retrouvent aujourd'hui avec des comptes titres inactifs mais qui débitent des frais depuis des années. Cette situation a progressivement modifié la confiance des citoyens dans les banques. En effet, réinventer la relation client ne consiste pas seulement à la digitaliser. Il s'agit plutôt de renforcer l'accompagnement humain sur des sujets à valeur ajoutée, au plus près des attentes des clients certes plus mobiles mais qui attendent toujours une relation de confiance. En d'autres

termes, la relation client est vécue comme un continuum entre les environnements physique et numérique, créant un environnement numérique basé sur la simplicité et la transparence.

### **3-3 Section 02 : Technologie d'information et de communication, et e-paiement.**

Aujourd'hui les technologies de l'information et la communication améliorent et développent la rapidité de la transmission de l'information réduisent ainsi la notion de temps et de l'espaces dans le monde entière ces technologies ont considérablement fait évoluer tous les domaines ces dernières années notamment avec l'apparition de l'internet et le digital.

Ces TIC ont impacté également le secteur bancaire qui a amené à de nombreuses modifications du système permettant d'offrir des services performants en termes de paiement électronique.

#### **3-3.1 . Présentation des Technologies de l'information et de la communication (TIC)**

La notion des TIC (en anglais ICT) représente un ensemble des outils, services et techniques utilisés dans le fonctionnement, la transformation et la transmission des informations plus particulièrement des données numérisées sous forme électronique.

Elles regroupent l'ensemble des techniques qui contribuent à numériser et à digitaliser l'information, à traiter à la stocker et à la mettre à la disposition d'un ou plusieurs utilisateurs.

Ainsi, les TIC peuvent bien sûr contribuer à améliorer l'efficacité opérationnelle des banques, plus fondamentalement elles deviennent aussi des leviers clés de la défense et du développement de leur fonds de commerce.

#### **3-3.1.1 . Définition des TIC**

Pour définir les TIC, il faut définir d'abord les trois volets suivants :

##### **3-3.1.1.1 . L'information**

L'information a deux sens :

- D'un point de vue technique : l'information est un signe, un symbole, un élément qui peut être transmis et stocké.
- L'information au sens de renseignement : des données qui apportent une connaissance, un renseignement sur un objet ou sur un événement.

D'après ces deux définitions, on peut dire que l'information est nécessaire à l'action et à la décision dans l'entreprise du fait qu'elle représente un enjeu de pouvoir. Elle a un impact sur la perception de sa situation concurrentielle et réduit l'incertitude.

##### **3-3.1.1.2 La communication**

La communication est la manière dont l'information circule dans l'entreprise. Elle s'effectue au travers d'un réseau qui comporte au moins un émetteur, un canal de transmission et un destinataire.

##### **3-3.1.1.3 . La technologie**

La technologie est l'application d'une technique de conception à des réalisations d'un produit.

Selon SPERANDIO, J-C « L'expression NTIC désigne des technologies récentes issues du mariage de l'informatique, le traitement, la conservation et le transport de textes, de sons, en plus des traditionnelles données numériques. Elles se caractérisent par une grande diversité

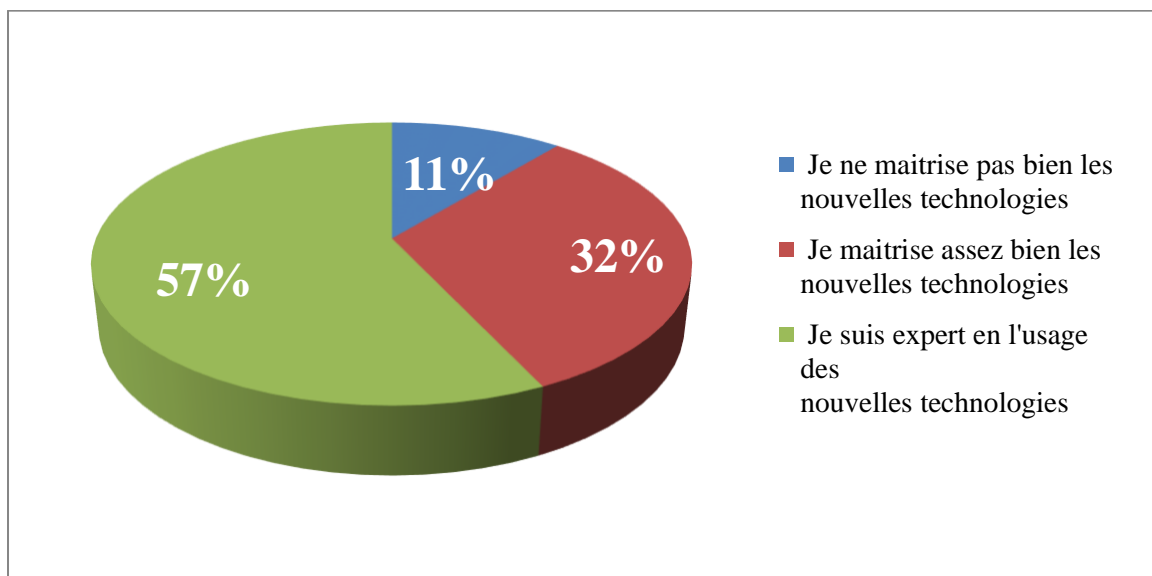
### III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire

d'objets numérisés, une grande capacité de diffusion et de transport en réseau, une forte interactivité avec les utilisateurs».<sup>1</sup>

En l'occurrence ; HERBERT Simon (prix Nobel des sciences économie 1998) définit les TIC comme étant « toute information accessible aux hommes sous forme verbale ou symbolique ; également sous forme lisible par ordinateur, livres et mémoires qui seront stockés dans les mémoires électroniques ... »<sup>2</sup>

#### **Graphique N° 02 : Répartition de l'échantillon selon le degré de maîtrise des nouvelles technologies (surfer sur le net, utiliser une carte bancaire...)**

Le graphique ci-dessous indique le degré de maîtrise des nouvelles technologies.



**Source : [www.bna.dz/fr](http://www.bna.dz/fr). Le site officiel de la BNA**

Le graphique ci-dessus nous indique que la minorité de la population interrogé soit 11% ne maîtrisent pas bien les nouvelles technologies (surfer sur le net, utiliser une carte bancaire...) tandis que la majorité soit 57% les maîtrisent assez bien et 32% sont experts en la matière.

#### **3-3.1.2 Les caractéristiques des TIC**

Parmi les caractéristiques des technologies d'information et de communication ; il y a lieu de retenir ce qui suit :

- La connectivité : la tic permis de connecter les personnes a travers le monde, en leur offrant la possibilité de communiquer et d'échanger des information de manière instantanée.
- La transmission rapide des données : les technologies d'information et de la communication permettent de transférer rapidement et efficacement des données, qu'ils s'agissent des textes, d'images ou d'autres types de contenus.

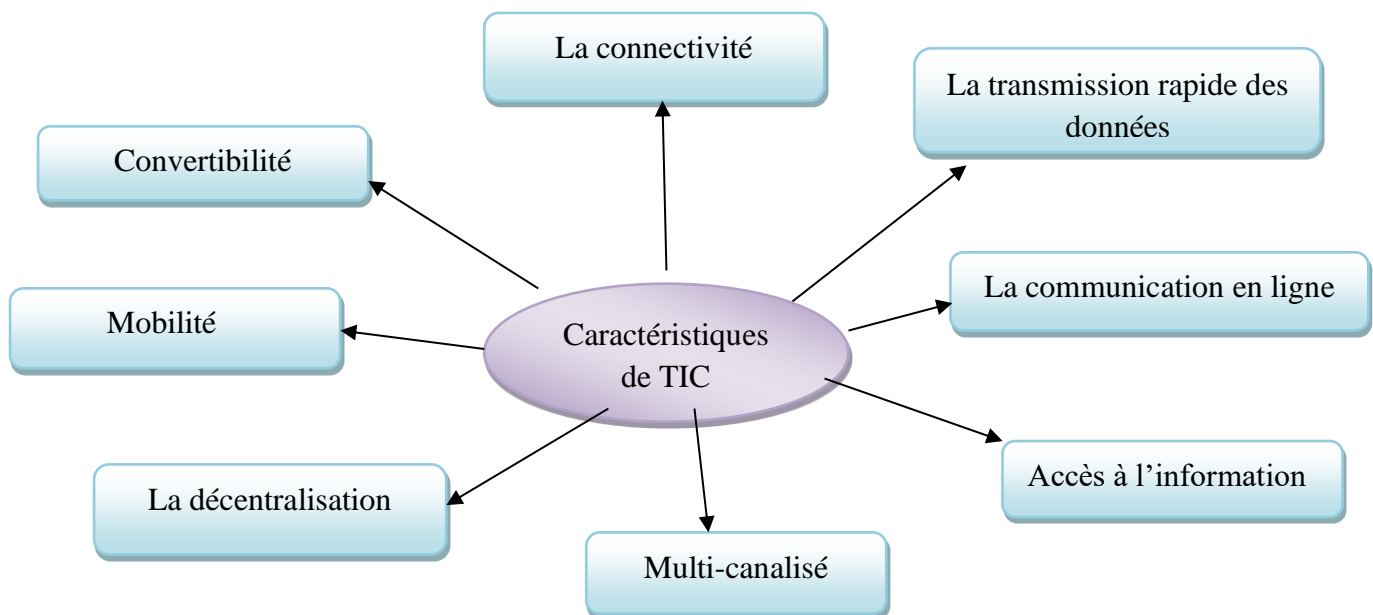
<sup>1</sup> SPERANDIO, J-C (2000), les NTIC. Impact ergonomique chez l'utilisateur, implication pour l'ergonomie, acte du XXVe congrée de la self-séances pléniers 2000 Toulouse, p17-25

<sup>2</sup> Le journal des professionnels : la révolution des NTIC. 15 juin 2011 page 2.

### III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire

- Communication en ligne : grâce à la TIC, il est possible de communiquer avec d'autres personnes à distance.
- Accès à l'information : La TIC offre un accès facile et rapide à une quantité énorme d'information, qu'il s'agisse de recherches en ligne, de bases de données ou de contenus disponibles sur internet.
- Multi-canalisé : est caractérisé par trois canaux à savoir le canal textuel (article, texte littéraire...), le canal image (animée, icônes, synthèse...) et le canal sonore (musique, paroles...)
- La décentralisation : ce caractère permet l'autonomie de tic, le cas de l'internet procède la continuité dans le travail à n'importe quel situation
- La mobilité : c'est-à-dire que l'utilisateur peut bénéficier des services pendant ses déplacements comme ordinateur portable et le téléphone portable
- Convertibilité : elle peut transmettre des informations d'un milieu à un autre comme transmettre une lettre écouter ou écrite ce qu'on appelle une lecture électronique

Schéma n° 03 : Les caractéristiques des TIC



Grâce à la TIC a permis tous les personnes à travers le monde à se connecter en leur offrent la possibilité de communiquer et d'échanger des informations plus rapide et efficace d'une manière instantané

Et grâce à TIC l'utilisateur peut bénéficier des services pendant ces déplacements grâce à son ordinateur et téléphone mobile. dans le quelle aussi on peut accéder à une quantité énorme d'information comme des recherches en ligne, la bases de données, les canaux sonores textuel images etc. ...

Aujourd'hui, la TIC est autonome, malgré le cas de l'internet elle procède la continuité dans le travail dans n'importe quel situation.

Source : schéma réalisé par nous même

### 3-3.1.3 Les TIC dans les banques

Parmi les technologies d'informations et de communication on trouve ceci :

#### 3-3.1.3.1 . L'intégration des TIC dans les banques

Face à la révolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication, le secteur bancaire doit adopter de nouvelles mesures stratégiques pour se conformer à cette mondialisation.

##### 3-3.1.3.1.1 . L'informatisation et l'automatisation des banques

L'époque où les documents devraient être traités de manière répétitive et manuelle est révolue depuis les années 70, une nouvelle ère est apparue et connue par la dématérialisation qui permet de basculer le document classique papier vers un format numérique, à cet égard, la banque a décroché la stratégie de l'informatisation qui représente l'action de dématérialisation de processus de gestion au moyen d'algorithme logiciel, le fruit de l'informatisation est donc l'apparition des systèmes capable de réaliser des millions d'opérations en une seule journée.<sup>1</sup>

De ce fait, la notion de système d'information s'est imposée, en intégrant les dimensions stratégiques et organisationnelles dans le système informatique. Le système d'information recouvre donc un ensemble cohérent de tâches, généralement imbriquées, contribuant à la réalisation d'un but parfaitement identifié.

Ce processus permet de transformer des données en information pour finalité d'aider à la prise de décision nécessaire aux utilisateurs et à la stratégie de l'entreprise (D. Autissier, V. Delaye, 2008). Il est donc de nature à renseigner les différents acteurs de l'entreprise et il est de ce fait constitué d'un ensemble de moyens, de ressources et d'éléments organisés afin de :<sup>2</sup>

- Recueillir (collecter, saisir) : c'est à partir de là que naît la donnée qu'on acquière les informations provenant de l'environnement interne et externe à l'entreprise ;
- Stocker (mémoriser) : dès que l'information est acquise, le système d'information la conserve. Elle doit pouvoir être disponible et doit pouvoir être conservée dans le temps ;
- Traiter (extraire une information pertinente, calculer) : cette phase permet de transformer l'information et choisir le support adapté pour la traiter. Ici ont construit de nouvelles informations en modifiant le fond ou la forme ;
- Diffuser de l'information (communiquer) : le SI transmet ensuite l'information dans son environnement interne ou externe.

L'objectif du SI est donc de restituer une information au sein d'une organisation directement exploitable par les différents acteurs et faciliter la prise de décision.

Avec la multiplication des usages informatiques dans les banques et le développement des systèmes d'information, les banques à l'image des autres organisations se sont dotées de DSI afin de gérer et protéger leurs patrimoines dématérialisés.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> DENOEL Cédric « l'e-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ». En vue de l'obtention d'un Master en Science de Gestion, université de Québec à Montréal, 2007/2008 page 18.

<sup>2</sup> <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2010-1-page-55.htm>

<sup>3</sup> <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2010-1-page-55.htm>

### 3-3.1.3.1.2 La prolifération des outils informatiques

L'information bancaire devient de plus en plus perfectionnée. Dans un premier temps, le recours aux nouvelles technologies était destiné au placement de tâches répétitives, mais désormais, il concerne des activités plus complexes.<sup>1</sup>

Ainsi, les solutions informatiques ont conquis tous les niveaux et composants d'une entreprise, que ça soit au niveau stratégique ou bien au niveau opérationnel, le panel de choix en matière de solutions et technologies est large. Cette prolifération se traduit par une multiplication des éditeurs de solutions, qu'ils soient des start-up ou des géants d'informatique comme Microsoft, SAP, Oracle ou encore Google, ils arrivent tous à se développer dans un marché en très bonne santé. Il faut noter que certains éditeurs fournissent des suites complètes de solutions (des packages) qui permettent de gérer toute une activité sous tous les aspects :

- Solution RH
- Solution CRM
- Solution comptabilité
- Solution encaissement... etc.

Au-delà des solutions destinées aux fonctions supports, les outils actuels sont capables de produire des analyses très fines qui prennent en considération toutes les variables et les spécificités du secteur d'activité. Nous pouvons aussi, citer le développement des outils d'aide à la décision (business intelligence) qui permettent de produire des rapports dynamiques facilitant l'analyse et la prise de décision au niveau stratégique de l'organisation.

### 3-3.1.3.1.3 Les principaux outils des TIC dans la banque

Partout dans le monde les banques peinent toujours à trouver une solution technologique pour répondre aux défis d'un environnement en évolution rapide et à la demande de produits et de services d'un client.

L'apport des nouveaux outils technologiques ont apporté au secteur bancaire un changement majeur au niveau de son mécanisme.

2.1.3.1.3.1. La banque par fil : elle est constituée essentiellement du téléphone et du fax

- Le téléphone : est un appareil de communication assurant essentiellement la transmission et la reproduction de la voix dans le monde de la téléphonie, il s'agit surtout de la numérisation mais aussi de l'extension des fonctionnalités des centrales de l'intégration des messageries.<sup>2</sup>
- Le fax : est un appareil qui permet d'envoyer et de recevoir des documents ou des télécopies. Pour que l'appareil fonctionne il faut que les correspondants soient reliés aux réseaux téléphoniques.

2.1.3.1.3.2. La banque par écran : composé essentiellement du :

---

<sup>1</sup> DENOEL Cédric. Page 19

<sup>2</sup> OURIACHI Lamia « L'exploitation des TIC au sein des banques : étude de cas des banques publiques algériennes » mémoire de master, option économie monétaire et bancaire, 2019; page 10

### III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire

---

- Internet : est un ensemble de réseaux mondiaux interconnectés qui permet à des ordinateurs et à des serveurs de communiquer efficacement au moyen d'un protocole de communication commun(IP). Ses principaux services sont le web, la messagerie électronique et les groupes de discussion en ligne.<sup>1</sup>
- Intranet : est utilisé par les entreprises ou toute autre forme d'organisation, il utilise les mêmes protocoles qu'internet ; son objectif est de permettre une plus grande facilité dans le partage des fichiers et de services, les échanges de données et d'information et une meilleure gouvernance. À l'encontre d'internet qui est public ; l'intranet est plutôt confidentiel et accessible uniquement par les personnes autorisées et les membres du personnel de l'entreprise.<sup>2</sup>
- Extranet : se destine quant à lui au partage d'informations avec des acteurs externes à l'entreprise. Il est accessible depuis n'importe quel appareil connecté à internet, son utilisation est filtrée grâce à une identification par mot de passe. L'extranet permet d'ouvrir le système d'information d'une entreprise à des partenaires extérieurs (clients, fournisseurs...etc.)<sup>3</sup>
- Réseau Swift : désigne un réseau interbancaire qui propose différents services (transfert de compte à compte, opération sur devise ou sur titre, procédure de recouvrement...etc.) ce dernier garantit l'intégrité des échanges grâce à une transmission d'information chiffrée à base de données cryptées en assurant des transactions financières fiable, sécurisées et rapide.<sup>4</sup>
- L'EDI (Échange de Données Informatisé) : représente la communication et l'échange interentreprises de documents par le biais d'ordinateur à travers un format électronique standard ; avec l'EDI on a donc remplacé les tâches qui devaient auparavant être effectuées par plusieurs individus en une série de tâches automatisées. En ajoutant à ça l'EDI remplace les canaux traditionnels et permet ainsi fluidifier et optimiser en matière de coûts et de temps, et enfin la diminution des erreurs.<sup>5</sup>

#### 2.1.3.1.3.3. La monnaie électronique

La monétique est « un ensemble des moyens électroniques mis en œuvre pour automatiser les transactions bancaires (cartes de paiement, de retrait, etc.) ».

Ou encore, « l'ensemble des technologies, procédés et équipements permettant une numérisation de transferts de fonds et l'information de la clientèle sur ses compte »

---

<sup>1</sup> <http://www.insee.fr/fr/metadonnees/définition>

<sup>2</sup> <http://www.1min30.com/dictionnaire-du-web/intranet-définition>,

<sup>3</sup> <http://www.noodo-wifi.com/fog/difference-entre-intranet-et-extranet>.

<sup>4</sup> [www.Lementoréco.com/qu'est-ce-que-le-réseau-interbancaire-Swift](http://www.Lementoréco.com/qu'est-ce-que-le-réseau-interbancaire-Swift)

<sup>5</sup> [www.Blog.kel.fr/Edi-bancaire-syndica](http://www.Blog.kel.fr/Edi-bancaire-syndica)

### III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire

---

Les cartes ne sont donc qu'une manifestation du processus monétique et ne lui sont associables que par leur lien, direct ou non, avec la monnaie scripturale.

Les utilisations des cartes peuvent être regroupées en trois niveaux distincts :

- L'identification
- Le paiement
- Le crédit
  - Les cartes bancaires

La carte bancaire est un moyen de paiement de masse, c'est le produit le plus évalué ces dernières années. La carte bancaire a une gamme qui comporte quatre niveaux distincts par les possibilités d'usage :

Carte badges, cartes nationales, cartes internationales et cartes internationales de prestige.

- Les cartes badges : La carte badge a deux versions, la carte retrait et la carte jaune. Ces cartes permettent le retrait d'espèces aux guichets automatiques, elles offrent également la possibilité de connaître le solde des comptes et les dernières opérations effectuées ;
- Les cartes nationales : Ces cartes de niveau 2, sont régies par les accords interbancaires, elles peuvent être personnelles ou professionnelles et offrent deux options : débit rapide ou débit différé. Dans le premier cas, le compte du porteur est débité dès l'arrivée de la transaction, dans des délais analogues à ceux de l'encaissement d'un chèque. En revanche, dans l'option débit différé, le compte du porteur est débité mensuellement, à date fixe, avec un délai pouvant atteindre quatre à cinq semaines ;
- Les cartes internationales : Ces cartes, définies par le niveau 3 des accords interbancaires, leur usage est étendu au paiement international. Les cartes bancaires internationales reflètent l'héritage de la situation antérieure à l'interbancaire en étant regroupées en deux réseaux :

- Visa (réseau Carte Bleu) ;

- Eurocard-Mastercard (réseau mutualiste).

Chacun de ces deux types de cartes présente des spécificités. Parmi les similitudes, il faut mentionner tous les usages affectés à la carte nationale tant en matière de retrait que de paiement. Cependant, à ces usages s'ajoute le retrait d'espèces à l'étranger.

Les deux cartes offrent, des services et des garanties communes allant bien au delà des avantages de la carte nationale :

- Une assurance contre la perte ou le vol de carte ;
- Une assurance accident-voyage si les frais ont été réglés par carte ;
- Une assurance invalidité-décès qui couvre le titulaire de la carte.
  - Les cartes bancaires internationales prestige : Ces cartes « haut de gamme » définies par le niveau 04 des accords interbancaires, sont des cartes internationales de paiement qui offrent de multiples services :

### III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire

---

- Le retrait d'espèces à l'étranger ;
- Une assurance de voyage automatique ;
- Un service de réservation assurée ;
- La location de voiture sans caution ;
- Une protection juridique ;
- Et une gamme étendue d'assurances assorties de capitaux d'indemnisation plus élevés.<sup>1</sup>
  - Les cartes à puce

La nouvelle génération de cartes est souvent appelée carte à mémoire, carte à puce ou carte à microprocesseur. L'utilisation de ces dénominations n'est pas réellement indifférente. La première, carte à mémoire est souvent impropre : toute carte, perforée ou à puces magnétiques, peut constituer un outil de stockage de l'information. Brevetée dès la fin des années 60, les cartes à puce séduisent le secteur bancaire à travers le monde. En 1996, le portefeuille électronique PROTON fait son apparition en Belgique. Il est intégré directement à la carte de débit depuis 1998. Parmi ces cartes à puce on trouve plusieurs types il y a :

- La carte à mémoire simple ou carte « porte-jetons » : contient une puce au rôle limité au stockage d'informations et utilisée pour le compte ou le décompte des droits du porteur ;
- La carte à logique câblée : dispose de capacités de mémoire moins limitées. Cette carte est également utilisée pour le décompte des droits d'accès à des prestations qui ne sont facturées qu'après consommation ;
- La carte à microcalculateur : comporte des fonctions plus étendues. Le minuscule ordinateur qu'elle contient permet de stocker des informations et de gérer toutes ses relations avec son environnement

#### 2.1.3.1.3.4. Les DAB/GAB

(DAB) Les Distributeurs automatique de billets sont des appareils automatiques permettant à la clientèle d'effectuer des retraits d'espèces. Ils sont installés par les établissements de crédit, les centres de chèques postaux (CCP) ou par les grands émetteurs de cartes (grandes boutiques...etc.) qui permettent aux clients de retirer des sommes d'argent de leurs comptes à l'aide d'une carte bancaire et d'un code confidentiel.

(GAB) Un guichet automatique bancaire est un appareil électronique et électromécanique permettant aux clients d'effectuer différentes transactions bancaires en libre-service.

Différents modèles de GAB permettant de faire des retraits, acceptent des dépôts en liquide ou par chèque, ordonnant des transferts de fonds, impriment des mises à jour des carnets, augmentant le montant d'une carte d'appel téléphonique et même, vendent des timbres poste.

---

<sup>1</sup> M. Döllinger, « Monétique et marketing », édition librairie Vuibert, février 1989, p. 37- 39-41

### III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire

---

Le GAB est une extension de DAB, qui est un GAB simplifié ne permettant que les retraits. Le GAB permettant d'identification sécurisée des porteurs de cartes grâce au numéro d'identification personnel (NIP).

Dans la plupart des GAB moderne, le client insère une carte en plastique munie d'une bande magnétique ou d'une puce contenant les données nécessaires à l'identification du client. Pour demander l'accès à ses comptes, le client saisit un code de quatre à quinze chiffre. Si le code est saisi de façon incorrecte plusieurs fois de suite, la plupart des GAB retiennent la carte dans le but d'éviter des fraudes.

Tous les GAB sont connecté à un GDG (Gestionnaire de DAB/GAB). Ce GDG est lui-même connecté au réseau interbancaire, ce qui facilite le retrait et autres opérations n'appartenant pas à la banque où le client possède un compte.

Toutefois, les banques ne sont vite rendues compte du cout élevé de ces appareils, d'autant plus qu'ils fonctionnaient (off line) entraînant ainsi des risques élevés de fraude et des restrictions d'utilisation.

Les banques décidèrent donc d'installer de nouveaux matériels plus performants, et répondant aux motifs suivants :

- Pallier la durée réduite d'ouverture des agences
- Diminuer les couts de transaction
- Offrir aux clients de nouveaux services en leur évitant de se déplacer vers leurs agences domiciliataires
- Mieux à informer le client de l'état de son compte.

#### 2.1.3.1.3.5. Terminal de paiement électronique (TPE)

Le terminal de paiement électronique désigne tout appareil permettant de traiter un paiement par carte. C'est une machine dotée d'un clavier, d'un écran, et d'un logiciel avec mémoire. Il offre divers services à savoir :

- Vérification électronique des cartes ;
- Contrôle des cartes en opposition ;
- Obtention automatique des autorisations ;
- Télétransmission des transactions réalisées

Le TPE peut être :

- En ligne (online) : dans ce cas, l'appareil est connecté à un centre serveur à chaque utilisation de la carte. Il offre une plus grande sécurité en permettant à l'émetteur de la carte de contrôler préalablement chaque transaction.

### III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire

---

- Hors ligne (offline) : Les contrôles sont gérés par l'appareil lui-même avant de valider une transaction.
- Semi online : L'appareil gère les paramètres lui permettant de traiter une transaction en fonction du montant, de valider la transaction ou demander sa validation en se connectant au centre serveur.<sup>1</sup>

#### Les avantages et les inconvénients

Si de plus en plus de commerces s'équipent aujourd'hui de TPE, c'est parce que ce mode de paiement présente de nombreux avantages. Notamment :

- Les transactions sont sécurisées. Pour le client, elles ne s'effectuent pas tant qu'il n'a pas validé son code confidentiel. Pour le commerçant, cela réduit le risque d'impayés, de chèques sans provision ou de fausse monnaie
- Ils permettent de grandes facilités de paiement : compatibilité avec différentes cartes bancaires (Visa, MasterCard, American Express, etc.), paiement comptant ou non, possibilité de paiement avec des cartes de banques en devises étrangères
- L'utilisation de la carte bancaire permet de diminuer les retraits aux distributeurs automatiques de billets, un avantage certain pour les clients

#### **3-3.1.3.2 . Les raisons de l'adoption des TIC par les banques**

Parmi les facteurs qui ont poussé les banques à adopter ces technologies dans leur mode de travail et d'organisation sont les suivant : <sup>2</sup>

- Assurer une gestion optimale

Le système bancaire classique à générer un dynamisme si complexe et difficile à contrôler. Cependant l'apparition de ces innovations avait pour objectif essentiel un changement total des méthodes de gestion interne et externe afin d'être efficace et productif.

- Maîtrise des coûts et réalisation des économies d'échelle

La rentabilité bancaire est négativement affectée par les charges d'exploitation (les frais généraux ou les frais de structure) notamment celles du réseau qui lui pèsent lourdement. Afin de palier à cette situation, les banques se sont supposées jouer un rôle opérant dans la réduction des coûts de la production et des charges d'exploitation.

- Amélioration des relations avec la clientèle

Une bonne expérience repose sur la confiance qui doit se construire au fur et à mesure des échanges et transactions, face à ces attentes multiples des clients la banque est confrontée à la digitalisation de ces acteurs en but de raffermir leurs relations, et de bonifier les produits et les services qu'elles offrent et enfin améliorer leurs activités et moderniser leurs systèmes informatiques.

---

<sup>1</sup> <https://monétique.wordpress.com/le-terminal-de-paiement-electronique-tpe>

<sup>2</sup> F. ALLEN, A. Santomero "the theory of financial intermediation, journal of banking and finance"; 1997, vol 21 page 1464-148

- Moins d'erreur et une meilleure protection des données

Autrefois ; l'ancien système bancaire était extrêmement fatiguant et long car les opérations bancaires dépendaient entièrement de la précision et des compétences humaines, de ce fait les erreurs étaient plus apparentes et presque régulières. En outre, l'introduction des ordinateurs permettra de diminuer, voir disparaître la fréquence des erreurs, ainsi offrir une meilleure protection des données et assurer des transactions sécurisées.

### 3-3-1-3-3 Les nouvelles technologies d'information et de communication

-Banque en ligne : c'est une plateforme numérique permettant aux clients d'effectuer des transactions, de consulter leurs comptes et de gérer leurs finances via Internet.

-Applications mobiles : Applications dédiées qui offrent aux clients un accès facile aux services bancaires depuis leurs smartphones, incluant des fonctionnalités comme le paiement par mobile, la gestion de budget et le transfert d'argent.

-Systèmes de paiement électronique : Technologies facilitant les transactions sans espèces, comme les cartes de crédit, de débit et les portefeuilles numériques (par exemple, PayPal, Apple Pay).

-Blockchain : Technologie de registre distribué qui assure la transparence et la sécurité des transactions, souvent utilisée pour le traitement des paiements et la gestion des actifs numériques.

-Intelligence artificielle (IA) : Utilisée pour automatiser le service client, comme les chat bots, ainsi que pour l'analyse des données et la détection des fraudes.

-Big Data et analyses avancées : Outils d'analyse des données massives pour mieux comprendre le comportement des clients, personnaliser les offres et améliorer la gestion des risques.

-Sécurité informatique avancée : Technologies de cyber sécurité telles que l'authentification à deux facteurs et la biométrie pour protéger les transactions et les données des clients.

-Réalité virtuelle et augmentée : Utilisées pour des expériences clients immersives, comme des visites virtuelles de succursales ou des formations interactives pour les employés.

-Open Banking : Approche qui permet aux banques de partager les données avec des tiers via des API, favorisant l'innovation et la création de nouveaux services financiers.

-Systèmes de gestion de la relation client (CRM) : Logiciels qui aident les banques à gérer les interactions avec les clients, à suivre les ventes et à analyser les données pour améliorer les relations et la personnalisation des services.

-Automatisation des processus robotiques (RPA) : Technologie qui utilise des "robots" logiciels pour automatiser des tâches répétitives et basées sur des règles, améliorant ainsi l'efficacité et réduisant les erreurs humaines.

-Technologies de reconnaissance vocale : Utilisées pour fournir des services bancaires via des assistants vocaux, permettant aux clients d'effectuer des transactions ou de poser des questions par simple commande vocale.

-API (Interfaces de Programmation d'Applications) : Permettent aux banques de se connecter à d'autres services et applications, favorisant l'innovation et la création de nouveaux produits financiers.

- Portefeuilles numériques (e-wallets) : Applications qui permettent aux utilisateurs de stocker des informations de paiement et de faire des transactions en ligne ou en magasin sans utiliser de cartes physiques.
- Cryptomonnaies : Actifs numériques qui utilisent la technologie blockchain pour des transactions sécurisées, offrant de nouvelles opportunités d'investissement et de services financiers.
- Systèmes d'analyse prédictive : Utilisés pour anticiper le comportement des clients et identifier les tendances du marché, permettant aux banques de mieux cibler leurs offres et de gérer les risques.
- Systèmes de gestion des risques : Technologies qui aident les banques à évaluer et à gérer les risques financiers, opérationnels et de conformité en utilisant des modèles avancés et des analyses de données.
- Cloud Computing : Permet aux banques de stocker et de traiter des données à distance, offrant une flexibilité accrue et une réduction des coûts d'infrastructure.
- Solutions de conformité automatisée : Outils qui aident les banques à se conformer aux réglementations en matière de lutte contre le blanchiment d'argent (AML) et de connaissance du client (KYC) en automatisant le processus de vérification des clients et des transactions.

### 3-3.2 . E-paiement

#### 3-3.2.1 . Paiement électronique

Dans un contexte caractérisé par les échanges dématérialisés, les opérations de paiement occupent une place très importante et doivent par conséquent être effectuées d'une façon sûre et efficace. Le paiement électronique, depuis ses débuts jusqu'à nos jours, a connu beaucoup d'évolutions, qui ont permis une révolution complète dans les modes de paiement afin de limiter les risques liés à son utilisation et assurer des transactions sécurisées avec des coûts réduits, en prenant en considération les obligations et les droits de l'ensemble des acteurs du système de paiement.

#### 3-3.2.2 . Définition de l'e-paiement

Le paiement électronique est considéré comme étant un échange d'argent par système électronique. La transaction d'e-paiement est la valeur monétaire qui est dématérialisée et qui sert à la compensation des biens et services échangés entre deux entités. Ces entités peuvent être des banques, des entreprises, des gouvernements ou des personnes.

Dans une définition plus large, tout moyen de paiement dont les informations sont traitées électroniquement est de l'e-paiement. L'e-paiement a comme rôle d'assurer la vente et achat des biens et services en ligne et à distance ainsi que l'instantanéité de ces transactions.<sup>1</sup>

Par paiement électronique, on entend généralement tout type de paiement qui se fait sans papier (en espèce ou par chèque), par exemple au moyen d'une carte de crédit ou de débit dans un magasin. Les paiements numériques sont considérés comme une sous-catégorie des paiements

---

<sup>1</sup> D.Rambure « Les systèmes de paiement », édition économique, Paris, 2005, p50

électroniques puisque la transaction s'effectue sur un appareil numérique, comme lorsqu'on fait un paiement à partir d'un ordinateur, d'une tablette ou d'un téléphone intelligent.

### 3-3.2.3 Les critères de paiement électroniques

Pour que le paiement électronique assure une bonne qualité des transactions, il doit respecter quelques critères qui sont :

- Acceptation : l'e-paiement doit s'appuyer sur une infrastructure largement acceptable <sup>1</sup>
- Anonymat d'identité : l'identité du client doit être protégée, mais aussi anonyme si ce dernier le désire
- Sécurité : les paiements doivent être possibles sur un réseau ouvert tel que l'internet, tout en gardant la sécurité des transactions ;
- L'efficacité : les coûts de la transaction ne doivent pas être trop élevés ;
- Simplicité : les paiements devraient être aussi faciles à effectuer que dans le commerce hors internet.

### 3-3.2.4 Les acteurs intervenants dans une opération de paiement électronique

Plusieurs acteurs interviennent dans une opération de paiement électronique :

#### 3-3.2.4.1 . Le client (l'acheteur)

Il achète des biens et services auprès d'un vendeur, en s'appuyant sur un outil informatique (Ordinateur, Smartphone) qui est connecté au réseau pour sélectionner le produit et l'acheter.

#### 3-3.2.4.2 . Le vendeur (Le commerçant)

Il vend ses biens et services à distance au consommateur

#### 3-3.2.4.3 . La banque du vendeur

La banque du commerçant entretient des liens avec la banque du client à travers le réseau interbancaire. Elle saisit les informations de paiement et les envoie à la banque du client afin que cette dernière alimente le compte du vendeur, en contrepartie de la valeur du bien ou du service vendu.

#### 3-3.2.4.4 . La banque du client

La banque de l'acheteur fournit la technologie de paiement (Carte de paiement, etc.) Au consommateur et prends la responsabilité de remboursement de la totalité du montant de la transaction à la banque du vendeur.

#### 3-3.2.4.5 . L'autorité de certification

Cette dernière assure la sécurité du moyen de paiement, ainsi que la délivrance des certificats et la gestion des clés utilisées pour le chiffrement et la signature des données confidentielles échangées entre les acteurs de paiement.

### 3-3.2.5 . Mutation des moyens de paiement électronique

On désigne aujourd'hui plusieurs gammes de produits : la carte bancaire, le virement et le prélèvement. Si cette famille de produits a connu en apparence une grande stabilité depuis des décennies, elle est en réalité en perpétuelle évolution influencée par les innovations. Le développement des moyens de paiement constitue sans doute l'un des enjeux les plus

---

<sup>1</sup> D.AMOR, « E-business : vivre et travailler sur le net », édition Campus-Prss, Paris 2000, page 7

passionnants mais aussi les plus difficiles auxquels les agents économiques et les pouvoirs publics font face à une économie vivante et dynamique.

La digitalisation des échanges et des transactions va catalyser l'évolution des moyens de paiement et favoriser l'essor de nouveaux supports physiques de l'offre et de nouveaux procédés de paiement.<sup>1</sup>

#### 3-3.2.6 . Les composantes de sécurité d'une transaction électronique

Une transaction numérique sur internet doit être sûre. Une telle opération doit tenir compte de plusieurs paramètres pour garantir cette sûreté.<sup>2</sup>

##### 3-3.2.6.1 . Authentification de l'argent électronique

Les vendeurs et les acheteurs doivent être en mesure de vérifier la validité de la monnaie qu'ils reçoivent. De plus, il faut s'assurer que le même argent ne soit pas dépensé deux fois.

##### 3-3.2.6.2 . Authentification et intégrité des messages

Lorsque des messages sont échangés entre les intervenants impliqués dans une transaction, soit l'acheteur, le vendeur et la banque (parfois aussi un intermédiaire), chacun veut s'assurer que le message reçu provient bien de la bonne personne. Un message autorisant un prélèvement d'argent (compte bancaire ou carte de crédit) doit porter la signature du client. Il faut s'assurer que chaque autorisation de paiement est unique, et qu'aucune partie du message envoyé n'a été modifiée entre le moment d'envoi par l'émetteur et le moment de réception par le destinataire.

##### 3-3.2.6.3 . Confidentialité

Les informations concernant les consommateurs, les marchands et même les transactions doivent demeurer confidentielles, au même titre que lors de l'utilisation de l'argent de papier.

Bien entendu, l'utilisation de la carte de crédit laisse une trace chez la compagnie de crédit. Dans le cadre de l'utilisation de la carte de crédit sur Internet, c'est la seule trace qui doit subsister après la transaction.

##### 3-3.2.6.4 . Divisibilité

L'argent électronique doit être disponible en sous, ou même en fraction de sous pour permettre les micro-transactions associées au contenu électronique. Ainsi, une quantité donnée d'argent électronique doit pouvoir s'échanger contre de plus petits montants pouvant ensuite être recombinaisonnés.

##### 3-3.2.6.5 . Disponibilité

Les utilisateurs désirent pouvoir effectuer leurs opérations à tout moment de la journée, or les heures ne sont pas les mêmes à la grandeur de la planète. Puisque Internet est international, il faut qu'un système de paiement électronique sur Internet soit continuellement en opération. De plus, un utilisateur donné ne doit pas être dépendant d'une connexion à un réseau donné. Le système de paiement doit être fonctionnel en dépit d'un bris de réseau.

---

<sup>1</sup> Les moyens de paiements, quelle innovation ? ; Page 93 et page 104

<sup>2</sup> NSOULI Saleh. et Andrea Saechter. (2002), « Les enjeux de la banque électronique » Finances et développement octobre p 85

### 3-3.2.6.6 . Fiabilité

Le système doit être pourvu de mesures en cas de panne ou de mauvais fonctionnement du système permettant d'éliminer toute perte d'argent électronique en décollant.

### 3-3.2.6.7 . Non-répudiation

Le système doit assurer la non-répudiation des requêtes et des réponses entre les différents intervenants lors d'une transaction. Les messages doivent comporter une signature empêchant l'auteur de nier avoir émis le dit message. Après avoir vu qu'est-ce que le e-paiement, les acteurs intervenant dans une transaction numérique et les composantes de sécurité d'une opération de paiement.

## 3-4 Section 03 : Le E-paiement

### 3-4.1 . La concurrence au sein de secteur bancaire

L'existence d'un secteur bancaire sain et efficace est essentielle à toute économie. Les banques contribuent à la croissance économique, notamment en permettant la détention et l'échange d'actifs financiers et en accordant des nouveautés aux entreprises et aux consommateurs. La concurrence dans le secteur bancaire génère les mêmes bienfaits potentiels que dans tout autre secteur. La concurrence peut stimuler l'innovation, et faire baisser les prix et augmenter la qualité des produits et services produits, ce qui à son tour améliore le choix et le bien-être.

Elle permet aux banques soit de se spécialiser dans certains types de paiements, soit d'améliorer leurs capacités de sélection des manières de faire leurs opérations de paiement soit en manière traditionnelle ou moderne (électronique), ce qui leur permet de devenir plus rentables par rapport à leurs concurrents.

#### 3-4.1.1 . Les mesures de la concurrence bancaire. <sup>1</sup>

La mesure du degré de concurrence dans le secteur bancaire présente un intérêt certain en économie politique.

Premièrement, le degré de concurrence est un élément essentiel de la théorie du bien être. L'efficacité d'un équilibre repose étroitement sur l'hypothèse de la concurrence parfaite et la présence d'un équilibre de monopole implique en général des pertes de bien-être. Étant donné l'importance des banques dans la production nationale et leur rôle central dans le financement des investissements, le degré de concurrence prévalant dans ce secteur peut affecter notablement l'efficacité de l'économie.

En second lieu, le niveau de concurrence a des implications, quoiqu'ambiguës, sur la stabilité du système bancaire. D'une part, la collusion entre banques permet d'éviter une guerre des prix et l'instabilité qui en résulte. D'autre part, l'absence de concurrence favorise le maintien d'établissements inefficaces et conduit à terme à une fragilisation du système bancaire.

---

<sup>1</sup> <https://www.banque.ca/WP-content/uploads/2012/01/rsf-0604-northcott.pdf>

Troisièmement, les banques exerçant une fonction essentielle dans le processus de création de la monnaie, leur comportement en matière de concurrence peut affecter l'efficacité de la politique monétaire.

Dans ce contexte de mesure de la concurrence bancaire : <sup>1</sup>

#### 3-4.1.1.1 La concentration

L'approche suivie traditionnellement pour évaluer le degré de concurrence sur un marché consiste à mettre en équation le nombre d'entreprises et l'ampleur de la concurrence par les prix : plus il y aurait d'entreprises, plus la concurrence serait vive, et inversement. Cette approche dérive d'un argument classique des théoriciens de l'organisation industrielle, qui suppose l'existence d'une relation de cause à effet entre, d'une part, la structure du marché (par ex., la concentration des entreprises) et, d'autre part, le comportement des entreprises en matière de fixation des prix, les profits réalisés et le pouvoir de marché. Autrement dit, la présence d'un grand nombre d'entreprises pousserait celles-ci à pratiquer des prix concurrentiels (tarification au coût marginal), ce qui diminuerait le pouvoir de marché de chacune.

#### 3-4.1.1.2 . La contestabilité

Pour remédier à certaines de ces insuffisances, de nouvelles approches centrées sur le comportement de l'entreprise et indépendantes de la structure du marché ont vu le jour. Ces approches visent à évaluer le pouvoir de marché de l'entreprise en se fondant sur son comportement, c'est-à-dire qu'elles cherchent à mesurer la « concurrence effective » ou « contestabilité » du marché.

La contestabilité est associée à divers facteurs : présence plus forte de banques étrangères, libre entrée et libre sortie, faible niveau des restrictions d'activité et stade de développement avancé des systèmes juridique et financier.

#### 3-4.1.1.3 La Concurrence hors prix

Certes, la théorie de la contestabilité évite certains des écueils liés à l'approche traditionnelle de la concentration (puisque l'on évalue le pouvoir de marché directement, sans faire appel aux données comptables, et qu'elle n'exige pas une définition rigoureuse du marché), mais elle laisse subsister un problème de taille. Les deux approches présupposent l'homogénéité des produits offerts sur le marché.

Or, les entreprises peuvent aussi se faire concurrence en différenciant leurs produits. S'il est vrai que la différenciation est généralement perçue comme un moyen pour les entreprises d'asseoir leur emprise sur le marché, elle peut aussi procurer certains avantages sur le plan social.

Les banques diffèrent les unes des autres par la réputation, la gamme de leurs produits ou encore l'étendue et la configuration géographique de leur réseau de succursales, entre autres caractéristiques. Les réseaux de succursales constituent un aspect particulièrement important de la concurrence entre les banques.

---

<sup>1</sup> Revue du système financier, Carol ANN NORTHCOOT, « la concurrence dans le secteur bancaire »

### **III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire**

---

Des chercheurs exploitent cette particularité du secteur bancaire pour démontrer comment deux grandes banques disposant d'un réseau de succursales peuvent offrir un environnement plus concurrentiel qu'un nombre élevé de petites banques sans succursales (système de banques à établissement unique). D'autres études montrent comment les réseaux de succursales peuvent avoir pour effet d'augmenter la taille réelle du marché en élargissant le champ géographique de la concurrence. De ce point de vue, les succursales peuvent contribuer à limiter le pouvoir de marché exercé dans les localités éloignées, par comparaison avec le système de banques à établissement unique.

En effet, la présence d'un réseau de succursales peut favoriser l'uniformisation des tarifs entre les zones urbaines et les régions éloignées. Certaines théories font valoir que la concurrence entre les banques peut également passer par l'innovation : la perspective d'accroître temporairement son emprise sur le marché en lançant de nouveaux produits constitue une incitation à innover.

#### **3-4.1.1.4 . L'analyse**

Les produits bancaires n'étant pas homogènes, il est peut-être impossible d'éliminer complètement le pouvoir de marché des banques. Toutefois, comme on l'a vu plus haut, un pouvoir de marché relatif n'est pas incompatible avec certains avantages d'ordre social. Par exemple, l'existence d'un vaste réseau de succursales peut atténuer le pouvoir de marché dans les régions éloignées.

En outre, certaines théories portent à croire que là où les banques ont une emprise sur le marché, elles s'engagent dans des relations de long terme avec leurs clients <sup>7</sup>, ce qui est bénéfique pour les petits emprunteurs et les emprunteurs à risque plus élevé. D'autres théories font valoir qu'un certain pouvoir de marché peut réduire les incitations qu'a une banque à se lancer dans des opérations risquées en augmentant le coût d'opportunité d'une faillite.

Par conséquent, la politique relative au secteur bancaire devrait peut-être avoir pour objectif général de promouvoir un environnement qui favorise la concurrence tout en reconnaissant qu'un certain pouvoir de marché résiduel peut être assorti de certains avantages sur le plan social.

La concurrence dans le secteur bancaire est loin d'être aussi simple qu'elle le paraît au premier abord.

#### **3-4.2 . Rôle d'e-paiement**

Aujourd'hui, l'internet permet d'effectuer ses courses, payer ses factures, faire des virements et acheter tout ce dont a besoin sans avoir à se déplacer.

Le paiement électronique permet une simplification considérable de l'administration et de la comptabilité en diminuant de façon considérable le risque d'erreur.

Permet également :

- D'éviter la manipulation de l'argent liquide

### **III- Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire**

---

- Faciliter la gestion grâce à l'automatisation
- Fidéliser la clientèle
- Mettre un client en relation avec sa banque partout où il se retrouve dans le monde
- Réduire les risques liés à la manipulation de perte d'argent ou de vole

Ainsi, il est considéré comme un marché très important, et qui a permis le développement de nouvelles entreprises dans ce domaine. Pour cela peut être désigné comme étant la réalisation d'opération bancaire par le biais d'outils combinant les techniques d'automatisme, d'informatique et de télécommunication.

#### **3-5 Conclusion**

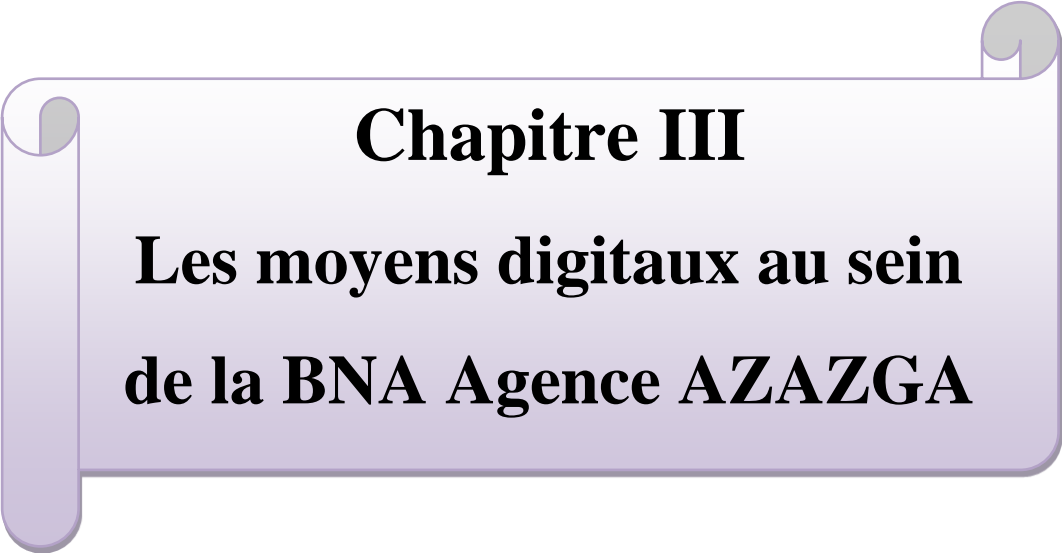
Le monde bancaire a connu de profonds changements impactant la gamme des services proposés ; ces derniers sont de plus en plus sécurisés et fiables. La continuation et le développement d'une banque est gagé par la satisfaction de la clientèle par ses services, pour cela les banques ont introduit les services numériques dans leur programme.

L'adoption du numérique continue d'ouvrir de nouveaux horizons aux banques, ce qui peut les aider à innover en matière de produits et de services pour répondre aux exigences et aux conditions du développement durable et d'une relation banque-client solide.

Par conséquent, les banques doivent surmonter de nombreux défis techniques afin de maintenir une forte compétitivité face aux concurrents nationaux et internationaux, bancaires et non bancaires. L'introduction des technologies numériques à l'intérieur de la banque (changements de processus) et à l'extérieur (face aux clients) est une nécessité absolue : c'est ce que nous appelons habituellement une stratégie numérique.

Les fonctions de la monnaie s'appuient sur des instruments de paiement qui se dématérialisent face aux innovations technologiques. Ce développement des moyens de paiement a abouti à la création de la monnaie électronique qui connaît de plus en plus un essor considérable, ce qui assure le bon fonctionnement et l'amélioration de la qualité des services.

En effet, la digitalisation et la révolution numérique se concentrent sur la façon dont les banques évoluent dans un environnement de plus en plus concurrentiel avec des bouleversements liés au digital et des niveaux toujours plus élevés de demandes des clients.



**Chapitre III**  
**Les moyens digitaux au sein**  
**de la BNA Agence AZAZGA**

#### 4-1 Introduction

Avant la monnaie, il existait un autre fonctionnement pour les échanges, lorsque on souhaitait échanger un bien, il fallait échanger contre un autre bien ou un autre service c'est ce qu'on appelle le troc, avec le temps la multiplication des échanges cette pratique est devenue de plus en plus complexe et difficile à utiliser ; donc-il fallu trouver une solution, c'est ainsi que l'idée d'une valeur de référence commune est née : « la monnaie ».

La monnaie est définie comme un instrument de paiement accepté par tous les membres d'un groupe social ou d'une société, qui joue d'un rôle d'intermédiaire dans les échanges. Elle contient plusieurs formes anciennes et actuelles qui sont les suivants :

La monnaie de marchandises : (bétail, coquillage, barres de sel...), et la monnaie métallique qui utilise des métaux précieux (or, argent, bronze) comme monnaie, c'est dernier sont des formes anciennes de la monnaie.

Et pour les formes actuelles, on trouve la monnaie divisionnaire : qui est constituée par des pièces ou monnaie métallique. Elle est appelée « divisionnaire » car les pièces sont fabriquées par le trésor public et mises en circulation par banque centrale.

Ensuite, la monnaie fiduciaire qu'il s'agit simplement de billets de banque.

Puis, la monnaie scripturale, dans cette forme il s'agit de simple écriture effectuée par les banques dans les comptes des agents économiques. Parmi ces instruments, les chèques, les virements et les carte bancaires.

Enfin, la monnaie électronique qui est l'utilisation des techniques informatiques magnétique et télématiques. Cette monnaie est immatérielle, elle est matérialisée à travers l'utilisation du portemonnaie électronique (des cartes de paiement) et de l'internet et dans ce cas on parle de la monnaie virtuelle comme exemple des paiements en lignes.

Aujourd'hui, les banques disposent une variété de réseau monétique interbancaire mise à la disposition de leur client, en outre l'émergence de l'informatique a permis d'introduire de nouveau moyen de paiement dématérialiser notamment la carte bancaire qui est un produit très utilisé.

Par ailleurs, la BNA s'est engagé pour s'investir progressivement dans la monétique qui offre la possibilité de régler les factures et services sur les sites qui acceptent ce type de moyens de paiement, en effet l'adoption de ces nouveaux supports repend à l'exigence de la clientèle utilisatrices de ces utiles.

Dans cette première section, nous commençons tout d'abord par la présentation de la banque national d'Algérie et ensuite nous passons en revue de l'historique de la (BNA), par la suite nous citerons les activités et objectifs pris en compte par celle-ci, ainsi l'organigramme de l'organisme d'accueille. En seconde section on traitera la gestion de la carte interbancaire, les canaux d'acceptation de la carte et les différents types de carte

au sein de la BNA, et enfin la troisième section nous ferons une analyse dont lequel nous aborderons les services de paiement digitaux de la BNA.

### **4-2 Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil (BNA)**

La Banque Nationale d'Algérie est la première banque commerciale qui exerce toute activité d'une banque de dépôts et assure notamment le service financier des groupements professionnels et des entreprises. En outre, elle a capitalisé une forte expérience à travers son rôle d'intermédiation et le développement des produits et services à l'endroit de la clientèle.

Cependant, la concurrence de plus en plus accrue remet l'activité commerciale au centre des préoccupations de la banque qui doit s'engager sur le chemin de la modernisation pour améliorer sa compétitivité et consolider sa notoriété et son image de marque ; et tout cela afin d'attirer de nouveaux segments grâce à ses nouveaux produits et services adaptés.

### **4-3 Présentation de l'agence 462 à AZAZGA**

L'établissement financier BNA code 462 est une agence de catégorie « C », dirigée par un directeur général qui est assisté par un directeur adjoint. Elle se situe au boulevard Ahmed ZAIDAT 15001 AZAZGA Wilaya TIZI OUZOU.

Elle fait partie intégrante du réseau d'exploitation de la banque dont elle assure la représentation au niveau local. Elle est rattachée hiérarchiquement à une Direction de Réseau d'Exploitation « DRE », et entretient des relations avec l'ensemble des structures de la banque, selon les attributions qui lui sont conférées.

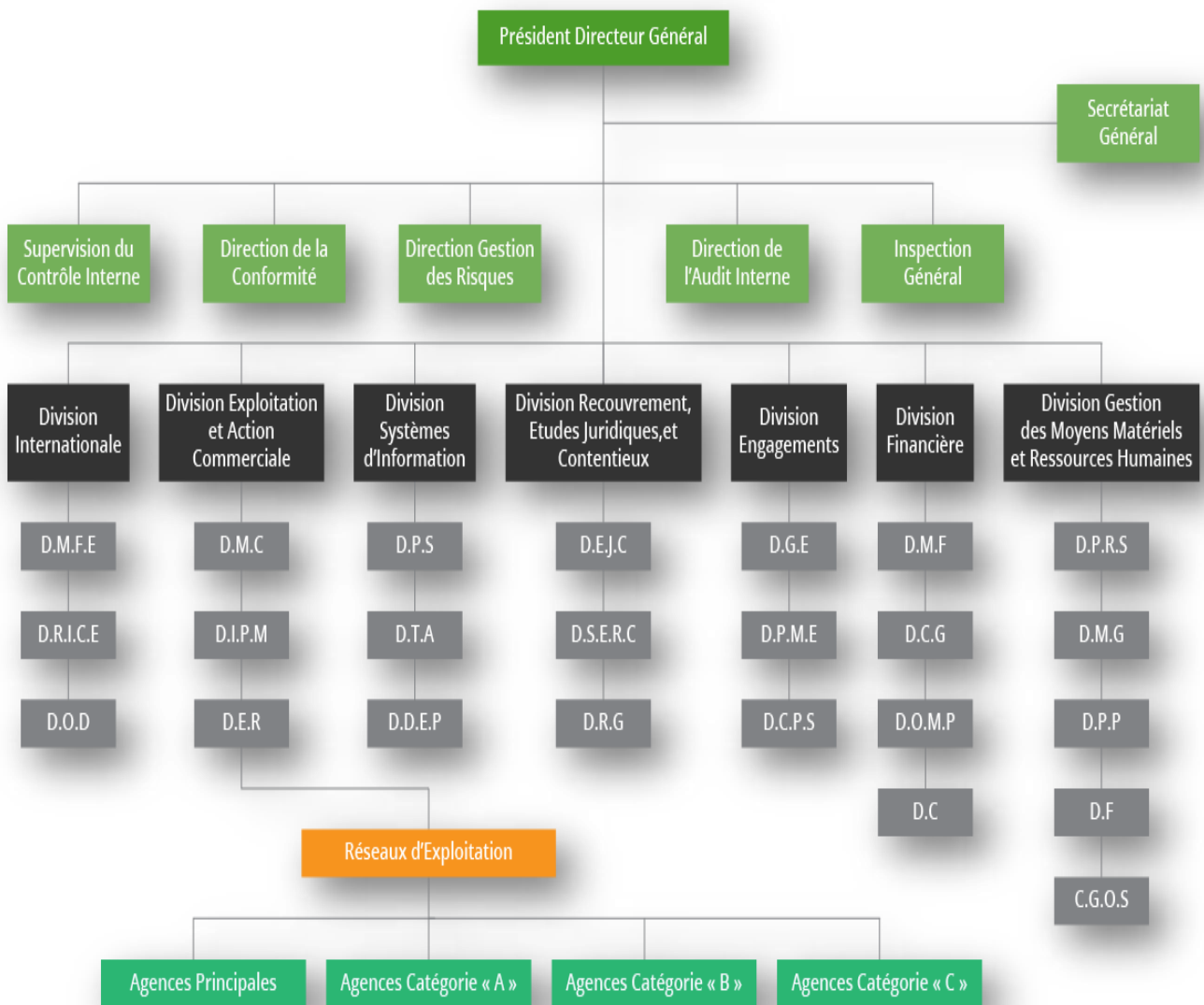
En effet, l'agence « 462 » par le biais des moyens de traitement qu'elle dispose est en mesure de traiter toutes les opérations et transactions financières en toute légalité et transparence, afin de satisfaire sa clientèle et d'assurer sa continuité.

#### **4.3.1. Organisation de la BNA**

L'organisation de la BNA s'articule autour des structures centrales et du réseau de succursale et agences. La structure générale de la BNA se fait comme suit :

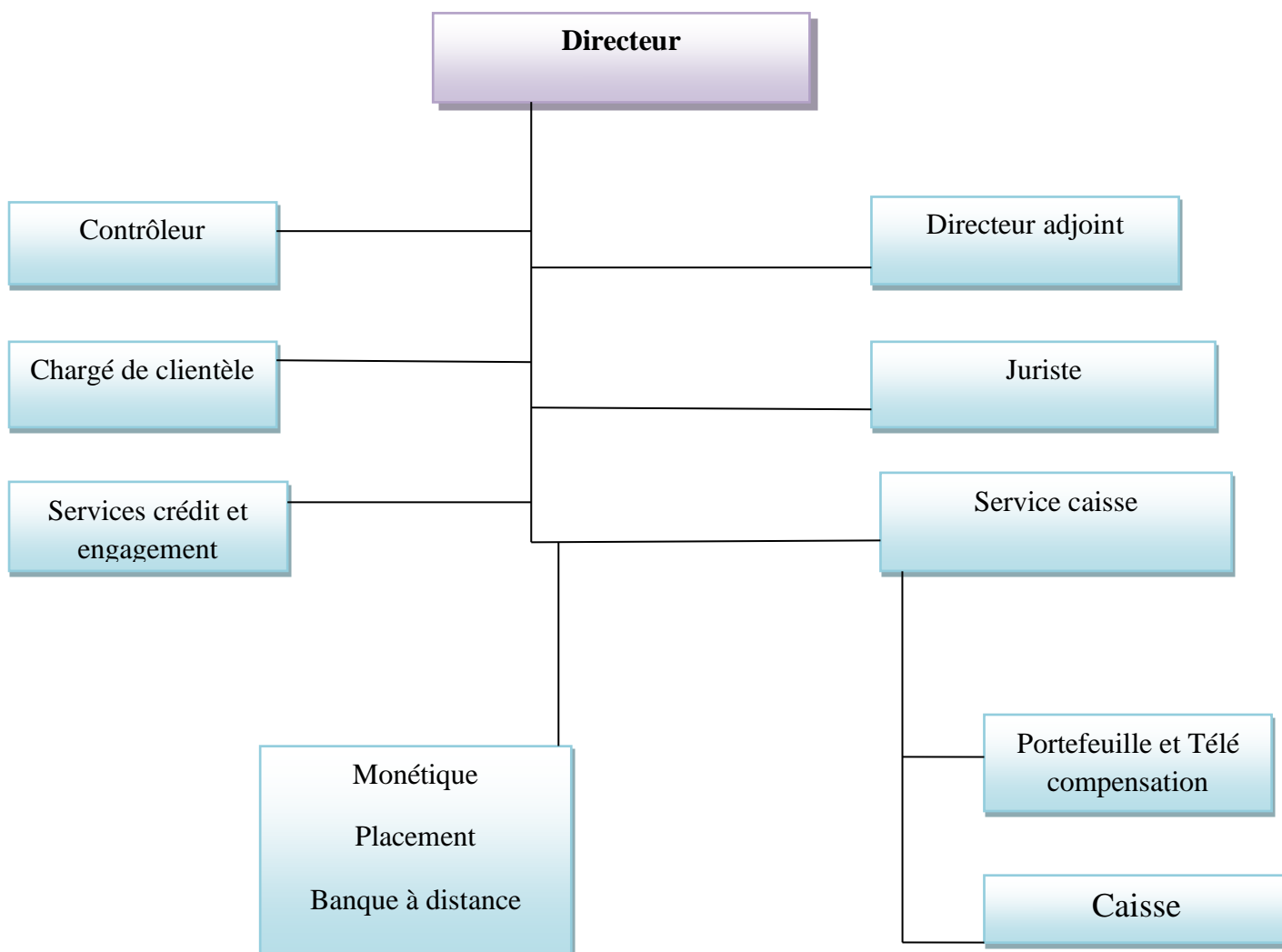
- La direction générale : cette direction a pour tâche la conception, l'organisation. Elles coordonnent les efforts des différentes directions et prend des décisions ; en d'autres terme la direction générale est responsable de l'exécution des directives du ministère des finances et l'application des règles et des procédures.
- La succursale : c'est l'organe intermédiaire entre les agences et les services centraux, elle a pour fonction principale de contrôler, de superviser et de coordonner le fonctionnement des agences qui lui sont rattachés.
- L'agence : c'est la cellule de base de l'exploitation de la banque. Elle doit être en mesure de satisfaire efficacement la clientèle grâce à ses structures d'accueils et de traitements

IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)



Source : <https://www.png.com> Organisationnel Bank Management Banque Nationale D'Algérie.

Schéma N° 04 : Structure général de l'agence 462



Source : document interne

### 4.3.2. Objectif et mission de la BNA

#### 4.3.2.1. Objectifs de la BNA

La création des fonctions bancaires ainsi que le mode de fonctionnement des entreprises jouent un très grand rôle dans l'évolution de l'économie du pays, en rapport avec cette évolution la banque nationale d'Algérie a pour objectifs principaux de financer l'économie.

Ses objectifs visent à :

- L'amélioration de l'efficacité de la gestion et l'élargissement de la gamme de produits
- La gestion performante de ses ressources humaines
- Le redéploiement du réseau pour se rapprocher de la clientèle
- Une meilleure maîtrise des risques en matière d'octroi et gestion de crédits
- L'amélioration du système d'information
- La préservation de son équilibre.

#### 4.3.2.2. Les missions de la BNA

- Comme on l'a déjà cité, la BNA exerce toutes les activités d'une banque de dépôts. Elle assure notamment le service financier des groupements professionnels et des entreprises.
- Elle traite toutes les opérations de banque, de change et de crédit dans le cadre de la législation et de la réglementation des banques.

Et peut notamment :

- Recevoir du public des dépôts de fonds, en compte ou autrement, remboursable à vue, à terme ou à échéance fixe, émettre des bons et des obligations : emprunts pour les besoins de son activité
- Effectuer et recevoir tout paiement en espèce, par chèque, virements, domiciliation, lettre de crédits et autres activités de banques
- Consentir sous toute forme de crédits, prêts ou avances avec ou sans garanties
- Exécuter, en y attachant ou non sa garantie, toute opération de crédit pour le compte d'autres institutions financières ou pour le compte de l'État, répartir toutes les subventions sur fonds publics et en surveiller l'utilisation
- Payer en lieu et place du débiteur toutes créances avec subrogation dans les droits et rang du créancier
- Souscrire, escompter, prendre en pension ou acheter tout effet de commerce : bons, annuités et valeurs émis par le trésor public ou par les collectivités publiques ou semi publiques et en général tout engagement à échéance fixe transmissible à ordre résultant d'opération faite par tout établissement et administration publique
- Financer par tous modes les opérations de commerce extérieur
- Recevoir en dépôts tous titres et valeurs
- Recevoir ou effectuer tous paiements et tous recouvrements des lettres de change, billets à ordre, chèques, warrants, coupons d'intérêts ou de dividendes, titres remboursables ou amortis, factures et autres documents commerciaux ou financiers.
- Louer tous les coffres et compartiments de coffres
- Servir d'intermédiaire pour l'achat, la souscription ou la vente de tous effets publics, actions, obligations, plus généralement, de toutes les valeurs mobilières, ainsi que des métaux précieux.

**Tableau N° 03 : Réalisation de la BNA entre ( 2019-2023)**

**Par unité**

	2019	2020	2021	2022	2023

#### IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462

Agences réparties sur tout le territoire national	216	218	222	228	236
Directions de Réseau d'Exploitations	19	20	20	21	21
Distributeurs Automatiques de Billets (DAB)	130	151	100	169	171
Guichets Automatiques de Banque (GAB).	98	100	160	100	100
Cartes Interbancaires.	248 832	278 315	258 411	346 190	473 427
Comptes Clientèle	2 888 826	2 483 757	2 435 221	2 557 780	2 719 000
Clients Abonnés en E-Banking.	58 758	65 952	105 044	120 967	106 231
TPE installés	4 096	5 221	6 385	7 046	7 853
Contrats d'assurance	83 187	18 957	22 483	33 257	45 250
Guichets Bancassurance	216	218	221	250	262
Agences digitales	1	12	19	27	31

**Source : Le site officiel de la BNA [www.BNA.dz](http://www.BNA.dz)**

2019 - 2023

Ce tableau nous indique l'évolution du nombre d'agences de 216 jusqu'à 236 sur le territoire national et de 19 direction de réseau d'exploitation en 2019 jusqu'à 21 en 2023. constatons aussi le nombre de DAB et GAB et TPE sont évolué au fil des années de 130 DAB à 171 et 98 GAB en 2019 jusqu'à 100 en 2023 et TPE de 4 096 jusqu'a 7 853 en 2023 . En effet cette évolution a touché le nombre de guichets bancassurance, agences digitale, et le nombre de cartes interbancaire de 248 832 carte vue en 2019 jusqu'à 473 427 carte en 2023.

#### 4.3.3. L'opportunité de la BNA

Depuis sa création la BNA accompagne toute personne physique et morale afin de mettre à leur disposition une multitude d'offres et cela grâce à une panoplie d'opportunités.

### 4.3.3.1. Offre diversifiée

La BNA propose une panoplie de produits et services bancaires ainsi que des produits d'assurance, destinés à satisfaire toute sa clientèle. Les produits et services BNA sont simples, conformes aux réglementations en vigueur avec des tarifs compétitifs.

### 4.3.3.2. Partenaire bancaire de référence

La BNA soutient tous les acteurs locaux dans la réalisation de leurs projets ; et ce par des offres de financement adaptées et un accompagnement de qualité, ce qui contribue activement à l'épanouissement économique national.

### 4.3.3.3. Réseau puissant

La BNA a élargi son réseau et a mis à la disposition de sa clientèle un certain nombre d'agence chapeautées par plusieurs directions régionales (DRE).

Pour le développement de la monétique, la BNA délivre gratuitement à sa clientèle des cartes CIB, leurs facilitant ainsi au quotidien la réalisation de leurs opérations diverses à travers l'implantation de plusieurs guichets automatiques de banque (GAB) et distributeurs automatiques de billets (DAB).

### 4.3.3.4. École de formation continue

La BNA offre à ses employés des formations qualifiantes et diplômantes, elles peuvent être techniques pour acquérir et affiner des connaissances sur le métier, comme elles peuvent être liées au développement personnel. Dans le but d'assurer une large amélioration dans le secteur bancaire.

### 4.3.3.5. Relationnelle et citoyenne

Choisir la BNA, c'est rejoindre un établissement financier fort de sa culture, de son histoire et de ses valeurs notamment la proximité, la disponibilité, la confidentialité et la compétence de ses collaborateurs. La BNA construit avec ses clients des relations durables fondées sur la transparence et la confiance.

### 4.3.3.6 Innovante

L'innovation au sein de la BNA est devenue une composante essentielle ; les investissements en veille technologique et en recherche-développement s'inscrivent dans le cadre de la mise en œuvre de stratégie à moyen et long terme destinées à assurer la pérennité de la banque.

### 4.3.3.7. Une banque à l'écoute

La BNA adopte une approche d'écoute multi canal : site Web, centre d'appel, cellule d'écoute prise en charge par les chargés de clientèle afin d'orienter et assister les clients dans leurs démarches, ainsi apporter tout conseil et accompagnement utiles pour rendre le service bancaire accessible à tous.

#### 4-4 Section 2 : La gestion de la carte interbancaire au sein de la BNA

Après avoir présenté l'organisme d'accueil d'une manière générale, nous précéderons cette section à définir et expliquer les modalités de gestion des cartes interbancaire au sein de la BNA en se référant aux guides monétiques adressés par la direction générale.

##### 4.4.1 Présentation de la carte CIB<sup>1</sup>

La carte CIB est une carte interbancaire, elle est reconnaissable par le logo « CIB » de l'interbancaire qui est imprimé sur la carte, on y retrouve le logo de la banque émettrice de la carte. Elle est adossée à un compte, sa validité est limitée dans le temps (trois ans).

Elle est attribuée gratuitement à la clientèle de la banque, son renouvellement est automatique ; sauf en cas d'annulation par la banque ou par le porteur.

Elle permet aux clients d'effectuer plusieurs opérations à savoir :

- Sur les DAB de la BNA : retrait et consultation du solde
- Sur les DAB des autres banques : retrait
- Sur les GAB de la BNA : retraits, virements, versement d'espèces, consultation du solde et du relevé d'identité bancaire (RIB), historique des opérations, remise de chèque pour l'encaissement (uniquement dans les GAB de l'agence domiciliaire)
- Paiement sur Internet
- Paiement sur TPE

Figure N° 02 : Schéma descriptif d'une carte interbancaire

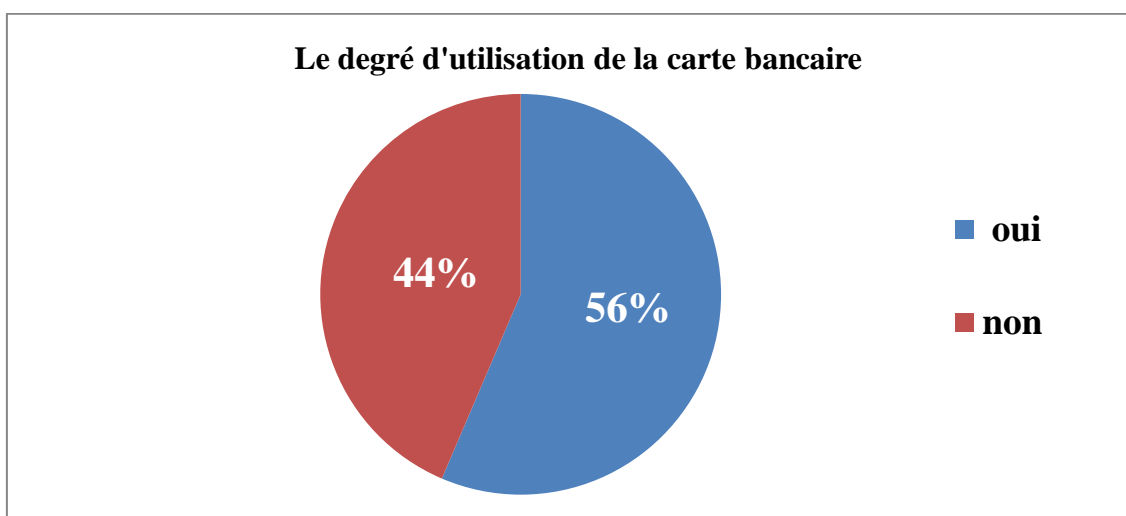


Source : SATIM<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Circulaire n° 2294 ; « Guide Monétique ». Banque National d'Algérie, 04octobre 2020, p 06

<sup>2</sup> <https://www.satim.dz/fr/services-cib/carte-cib>. Consulté le 20/07/24

**Graphique N° 03** : Le graphique ci-dessous indique le degré d'utilisation de la carte bancaire pour effectuer des transactions électroniques.



**Source** : Site officiel de la BNA <https://www.BNA.dz>

Le résultat du graphique ci-dessus nous indique que le taux d'utilisation de la carte bancaire pour effectuer des transactions électroniques auprès des personnes sondés a atteint le taux de 56% tandis que les 44% restants l'utilisent comme moyen de retrait auprès des automates.

De ce fait, nous déduisons que le paiement électronique par carte bancaire est de plus en plus répandu, surtout dans la période de pandémie (Covid-19), avec le confinement qui a été imposé les gens se sont retrouvé contraints de recourir aux achats en ligne pour éviter tout déplacement.

#### **4.4.2 Les différents types de carte au sein de la BNA**



- Carte classique : offrant des services de retrait /paiement interbancaire, elle est proposée à la clientèle selon des critères définis par la banque.

- Carte Gold : réservée à une clientèle de haute gamme, proposés également à la clientèle selon des certaine arrêtes, ses plafonds sont plus important

##### **4.4.2.1 . La carte « particulier »**

Il s'agit de la carte de retrait / paiement interbancaire dont les bénéficiaires doivent avoir un solde permanent en compte ou une autorisation sur le compte afin de l'utiliser. En outre, elles leur permettent d'effectuer sur tout le territoire national le paiement des achats de biens et de services auprès des commerçants et d'opérer des retraits d'espèces sur l'ensemble des DAB.

**Tableau N° 04 : Les plafonds de la carte particulier (CIB)**

Type de carte	Plafonds journaliers de retrait	Plafonds journaliers de paiement	Plafond par montant de transaction de paiement
CIB Classique 	100 000 DA	100.000 DA	100.000 DA
CIB Gold 	150 000 DA	150.000 DA	150.000 DA

Source : Site officiel de la BNA <https://www.bna.dz/fr>

- L'octroi de la carte donne lieu à :
  - La signature par le client du formulaire de demande de carte interbancaire CIB
  - La signature d'un contrat en double exemplaire pour les personnes physiques. L'original est à remettre au client et la copie à conserver au niveau de l'agence. Le contrat définit les conditions générales et particulières d'utilisation de la carte par le porteur et/ou le titulaire du compte ainsi que les responsabilités de chaque partie
  - Certaines opérations peuvent être majorées par des commissions.

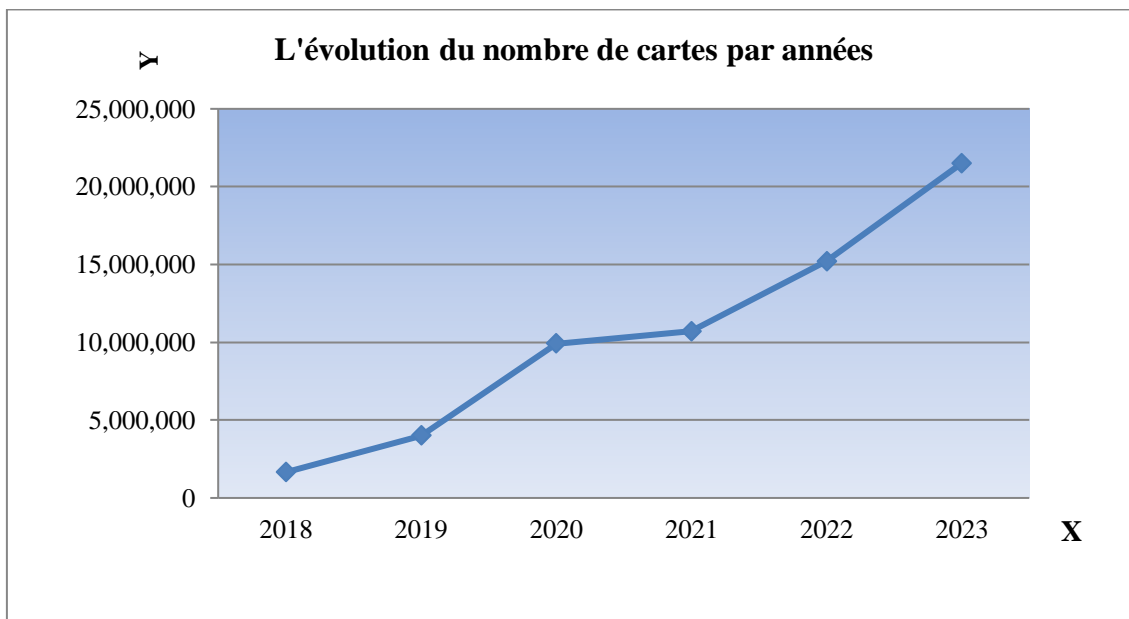
**Tableau N° 05 : Nombre de cartes CIB en circulation en Algérie**

Libelle	Année					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Nombre de cartes CIB en circulation	1.650.800	4.000.000	9.909.794	10.712.133	15.200.000	21.500.000

Source : Réalisé par nos soins <sup>1</sup>

<sup>1</sup> [https://www.satim.dz/services de CIB/carte CIB.html](https://www.satim.dz/services%20de%20CIB/carte%20CIB.html) consulté le 20/07/2024

**Graphique N° 04 : L'évolution du nombre de cartes CIB en Algérie**



Le graphique n°04, nous montre que le nombre des cartes interbancaires CIB ne cesse d'augmenter au fur des années, passant de 1 650 800 cartes en 2018 à 21.500. 000 cartes en 2023

#### **4.4.2.2 . La carte « Épargne »**

Les bénéficiaires de la carte épargne interbancaire sont les personnes physiques titulaires d'un compte épargne.

La dite carte peut être attribuée au client déjà bénéficiaire du livret épargne électronique.

Les opérations effectuées par le biais de cette carte sont transcrites sur le livret électronique à la présentation du client au guichet de l'agence. Elle permet d'effectuer des retraits d'espèces sur l'ensemble des DAB connectés au réseau monétique interbancaire.

On reconnaît quatre sous types de carte Épargne :

- Carte Épargne avec intérêt
- Carte Épargne sans intérêt
- Carte Épargne junior « Moustakbaly » avec intérêt
- Carte Épargne junior « Moustakbaly » sans intérêts

- Modalités d'octroi de la carte

La demande de cette carte se fait par :

- La signature par le client du formulaire de demande de carte interbancaire CIB
- La signature d'un contrat en double exemplaire

- L'original est à remettre au client et la copie à conserver au niveau de l'agence. Le contrat définit les conditions générales et particulières d'utilisation de la carte par le porteur et/ou le titulaire du compte ainsi que les responsabilités de chaque partie.
- Les opérations de retrait en espèces sur DAB ou GAB valorisent des commissions, conformément aux conditions générales de banque.

#### **4.4.2.3 . Carte « affaire »**

L'émission de ce nouveau type de carte interbancaire CIB permet de diversifier et de moderniser les produits et les services monétiques de la banque. Dont l'objectif est de répondre aux attentes de certain segment de clientèle notamment les entreprises. Qui sont les suivant :

- Le Ministères ;
- Les administrations publiques ;
- Les entreprises publiques ;
- Les sociétés commerciales ;
- Les différentes activités professionnelles ;
- Les affaires personnelles (commerçant personne physique).

La carte Affaire est une carte interbancaire de retrait et de paiement destinée aux professionnels et aux entreprises pour couvrir les différentes dépenses relatives aux impôts, factures, frais et autres ; afin d'alléger leurs gestions.

**Tableau N° 06 : Les plafonds de la Carte Affaire**

Type de carte	Plafond journalier de retrait	Plafond mensuels de paiement	Plafond par montant de transaction de paiement
<p>Professionnelle</p>  <p>Carte affaire « classique »</p> <p>Entreprise</p> 	50.000 DA	300.000 DA	80.000 DA
<p>Professionnelle</p>  <p>Carte affaire « Gold »</p> <p>Entreprise</p> 	50.000 DA	15.000.000 DA	350.000 DA

Source : <https://www.bna.dz/fr>

- Modalités d'octroi de la carte

L'obtention de cette carte se fait par :

- La signature par le client du formulaire de demande de carte interbancaire CIB
- La signature d'un contrat en double pour les professionnels et entreprises. L'original est à remettre au client et la copie à conserver au niveau de l'agence Le contrat définit les conditions générales et particulières.
- D'utilisation de la carte par le porteur et/ou le titulaire du compte ainsi que les responsabilités de chaque partie.

#### 4.4.2.4 . Carte « prépayée »<sup>1</sup>

La carte CIB « prépayée » est une carte interbancaire de retrait et de paiement rechargeable. Elle est préalablement alimentée par le client, titulaire d'un compte de chèque ou d'un compte d'épargne et détenteur de carte CIB.

**Tableau N° 07: Les plafonds de la carte « prépayée »**

Plafond journalier de retrait	Plafond journalier de paiement	Plafond montant de transaction de paiement
100.000. DA	80.000. DA	80.000 DA



**Source : Site internet [www.BNA.dz](http://www.BNA.dz)**

- Modalités d'octroi de la carte

Conditions d'avoir cette carte sont les suivants :

- L'ouverture d'un compte bancaire dédié à l'utilisation de la carte prépayée et rattaché au compte du client ;

---

<sup>1</sup> Circulaire n° 2363 ; « Guide Monétique ». Banque National d'Algérie, 08 mars 2022, p 01-04

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)




---

Le titulaire du compte peut alimenter ce compte bancaire pour le rechargement de cette carte soit :

- Par une opération de guichet (retrait, versement)
  - Par un virement de son compte de chèque effectuer au niveau de guichet des DAP et de GAB de la banque via E-banking, bn@tic et wimpay.
- Signature d'un contrat avec le titulaire de compte et à la signature des annexes de contrat CIB prépayée avec le titulaire du compte et le porteur de la carte en 3 exemplaires ;
- Le titulaire de compte peut octroyer plusieurs carte CIB prépayée a des différents porteurs, mais il ne peut octroyer plus de ses cartes pour le même porteur. Elle est limitée à 10 carte ;
- Le titulaire du compte doit s'assurer de la disponibilité d'un solde minimum de 1000DA en compte « prepaid » permettant la création de la carte.

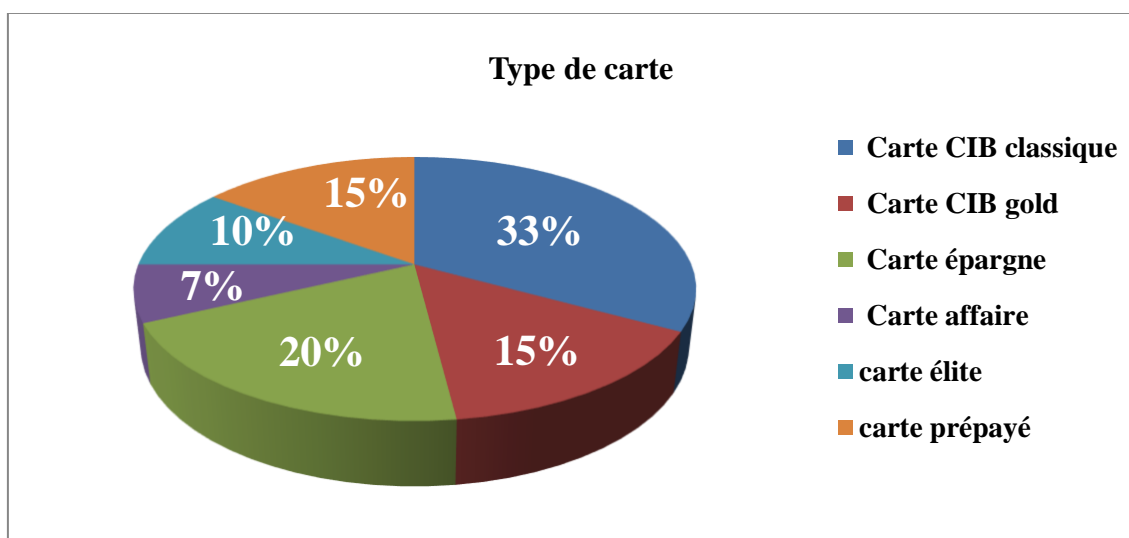
### **4.4.2.5 La carte « ÉLITE »**

La carte «ÉLITE » est une carte interbancaire haut de gamme de retrait et de paiement destinée aux clients de la banque, offrant des services d'assistance médicale, de prévoyance et de conciergerie.

Type de cartes	Plafond journalier de retrait	Plafond journalier de paiement	Plafond par montant de transaction de paiement
Carte «ÉLITE » Particulier 	200.000 DA	500.000 DA	500.000 DA
Carte «ÉLITE » Affaires Professionnelle 	50.000 DA	300.000 DA	80.000 DA
Entreprise 	50.000 DA	300.000 DA	80.000 DA

Source : <https://www.bna.dz/fr/entreprises carte CIB>

Graphique N° 05 : Répartition de l'échantillon selon le type de carte possédé



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

Le graphique n°05 nous fait savoir que la majorité des porteurs de cartes sont des particuliers détenteurs de cartes CIB classiques et de carte gold avec les taux respectifs de 33% et 15%, suivi des porteurs de cartes épargne avec un taux de 20% et les porteurs de carte affaire représentés par 7% et enfin la carte élite et la carte prépayé sont de 10% et 15%.

### 4.4.3 Gestion de la carte CIB

Dans la gestion de la carte CIB, on trouvera :

#### 4.4.3.1 Conservation et remise des cartes aux clients

Les cartes interbancaires et leurs codes confidentiels doivent être conservés dans des conditions de sécurité garantissant leurs protections contre toute manipulation non autorisée. À cet effet, ils doivent être conservés dans des coffres forts séparés dont l'accès se fait sous la responsabilité du directeur d'agence.

Par ailleurs la banque doit adresser au département contrôle de la DRE un accusé de réception, et ne doit ni en aucun cas conserver les cartes et les codes plus de 90 jours à compter de la date de réception, ni les envoyer par pli postal ou les remettre par procuration. La banque doit procéder aux contrôles et vérification nécessaire en confrontation avec les données relatives aux créations des cartes.

Une fois le client est invité à prendre possession de sa carte et de son code confidentiel, le chargé du service procède à :

- La vérification de l'identité du client en l'invitant à présenter une pièce d'identité
- La vérification de l'état de son compte
- Faire signer le client sur les registres tenus à cet effet en mentionnant ses coordonnées
- Informer le client de la procédure de l'utilisation de sa carte.

#### 4.4.3.2 Renouvellement de la carte

La carte CIB est renouvelée automatiquement à échéance ; le non renouvellement de la carte se fait à la demande du client. Dans le cas où l'agence souhaite modifier les paramètres de la carte (exemple : modification des plafonds, comptes...) lors du renouvellement un nouveau contrat doit être établie, la modification devra être portée sur le système d'information de la banque.

L'agence a le droit de ne pas renouveler la carte CIB pour des motifs objectifs (mauvaise foi du client, incidents relatif à la provision...)

#### 4.4.3.3 La mise en exception de la carte

La mise en exception d'une carte consiste à la bloquer temporairement :

- **Le vol ou la perte de carte** : En cas de vol ou de perte, le porteur de carte doit immédiatement demander un blocage temporaire auprès du centre d'appel de la SATIM ou de sa banque émettrice.

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

---

La mise en exception de cette carte est limitée dans un intervalle de temps, et si elle demeure non trouvée une nouvelle carte pourra être confectionnée au porteur s'il en formule la demande et l'ancienne carte va être annulée.

- **Capture de carte** : En cas de capture de carte par les automates bancaires par arrêt ou impossibilité technique ou par erreur clientèle la mise en exception est déclenchée et sa levée consiste à transmettre par fax ou par e-mail un formulaire de contrôle de carte capturée à la DM.

- **Incident de paiement** : C'est le cas où le porteur effectue des opérations de paiement ou de retrait sans avoir au préalable une provision suffisante au compte ou ça pourrait être le cas d'un incident de paiement occasionnel ou non intentionné.

À ce stade, la carte doit immédiatement faire l'objet d'un blocage temporaire, le client est ensuite invité par l'agence afin de régulariser sa situation.

### 4.4.3.4 Annulation de la carte

La banque peut opter à l'opération d'annulation de la carte dans les cas suivants :

#### - Résiliation du contrat

Dans le cas où le client met fin à son contrat avec la banque ou vice versa que ça soit lors de la restitution de la carte, utilisation abusive ou décès la banque procède à l'annulation définitive de la carte.

#### - Non-respect des obligations contractuelles

Sa correspond à enfreindre les engagements pris avec sa banque (exemple : fraude, irrégularités...) dans ce cas la banque doit traiter l'opération sur le système d'information ou bloquant la carte et s'adresser à la DRE.

- Le client ne pourra bénéficier d'une autre carte qu'après validation de la DRE.

#### - Oblitération de la carte

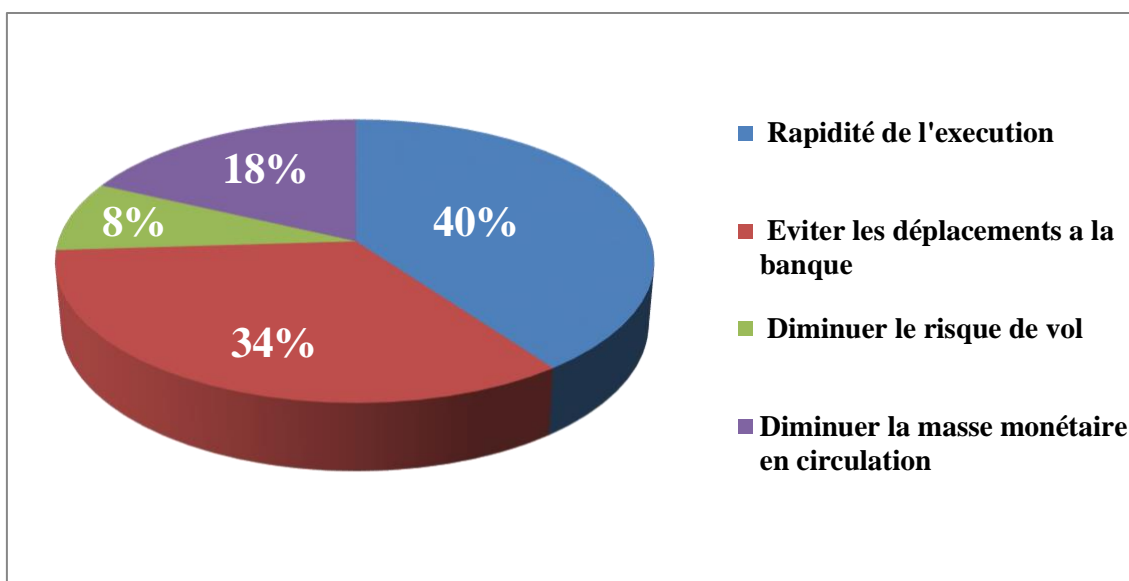
Toutes les cartes annulées ou perdues doivent impérativement faire l'objet d'oblitération. Cette opération exige les actions suivantes :

- Couper la carte à l'aide d'un ciseau au niveau de la puce, en prenant soin de garder intactes les parties où sont mentionnées le nom du client et le numéro de carte
- Établir un procès-verbal d'oblitération des cartes signé par le préposé à l'opération et le directeur de l'agence
- Transmettre le P.V dûment renseigné et signé ainsi que les cartes oblitérées au Département Promotion et Action Commerciale de la DRE.

L'oblitération des cartes entraîne systématiquement l'annulation du contrat porteur. Ce dernier portera la mention « contrat annulé pour cause d'oblitération de carte en date du... ». Les clients dont les cartes interbancaires ont été oblitérées et désireux d'en obtenir une autre, devront reformuler une demande qui sera traitée dans les mêmes conditions.

**Graphique N° 06 : Le meilleur avantage de l'utilisation de la carte CIB selon la clientèle**

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)



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

D'après ce graphique, nous remarquons que 40% estiment que le meilleur avantage de l'utilisation de CIB reste sa rapidité d'exécution, suivi de 34% qui pensent qu'elle leur évite les déplacements à la banque et 18% qui trouvent qu'elle permet de diminuer la masse monétaire en circulation et une petite partie constituée de 8% pense que la CIB diminue le risque de vol.

L'avantage majeur de l'utilisation de la carte bancaire est bien la rapidité de l'exécution et le fait qu'elle évite les déplacements à la banque

### 4.4.4 Canaux d'acceptation de la carte bancaire

Les canaux d'acceptation des cartes peuvent être variés selon la fonction allouée à ces cartes : retrait d'espèces, commerce de proximité, vente à distance

#### 4.4.4.1 Les distributeurs automatiques de billets de banque (DAB)

Le distributeur automatique des billets « DAB » est un automate qui permet aux détenteurs de la carte « CIB » d'effectuer les opérations de retrait d'espèces ainsi que la consultation du solde de compte.

##### 4.4.4.1.1 . Gestion de DAB

La banque est tenue de maintenir des automates en état de marché permanent et régulier afin de permettre aux porteurs de cartes « CIB » d'effectuer des retraits d'espèces et la consultation de solde de compte à tout moment.

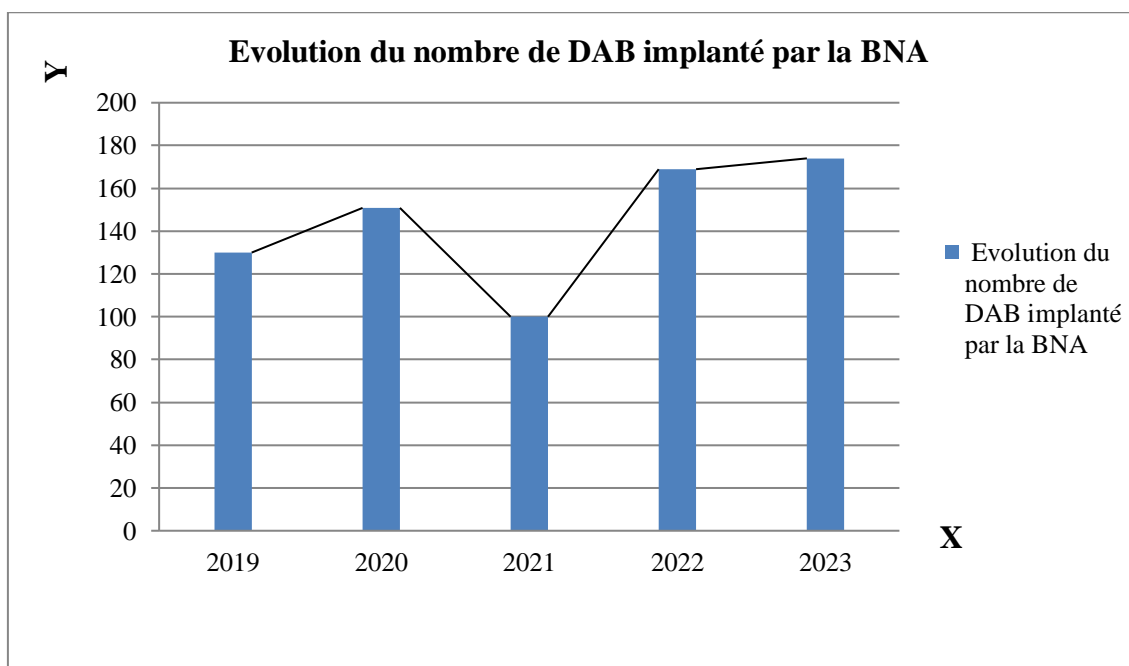
L'exploitant du chargé de DAB doit :

- Vérifier l'état de la ligne TCP/IP, et contacter les services de télécommunication en cas de dérangement - Charger le consommables
- Charger les caisses en billets d banque en cas de nécessiter
- Aviser la D.M en cas de panne pour demander l'intervention des services de maintenances

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

- Arrêter les caisses chaque fin de journée.
- Signaler les cartes capturées par les DAB en renseignant le formulaire de contrôle de carte capturé en annexe
- Par ailleurs, il est tenu de vérifier la caisse de rejet et signaler éventuellement l'existence de billets de banque.

**Graphique N° 07 : Evolution du nombre de DAB implanté par la BNA**



**Source : réalisé par nos soins depuis les rapports annuels de la BNA**

Nous remarquons à partir de ce graphique que le nombre des DAB implantés par la BNA connaît une évolution immense de 21 automates entre l'année 2019 et 2020, suivie par une baisse remarquable en 2021 où le nombre passe à 100 DAB, cette évolution connaît une augmentation notable avec l'implantation de 174 unités en 2023.

### **4.4.4.2 Guichet automatique de banque « GAB »**

Le guichet automatique de GAB est une automate qui permet aux détenteurs de carte CIB d'effectuer les opérations suivantes :

- Retrait d'espèces
- Consultation de solde de compte
- Consultation de 10 dernière opérations
- Consultation des relevés d'identité bancaire RIB
- Commande de chéquier
- Virement de compte a compte
- Versement d'espèces
- Remise de chèque
- Adhésion aux services Mobile GAB

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

---

- Adhésion les opérations sur le livet épargne électronique

### **4.4.4.2.1 Gestion du « GAB »**

Au même titre que DAB, la banque a également l'obligation de maintenir ses automates « GAB » en état de marché permanent et régulier, afin de permettre aux porteurs des cartes BNA d'effectuer les différentes opérations di front office a tout moment. L'exploitant chargé du GAB doit :

- Vérifier quotidiennement la machine
- Charger les cassettes en billets de banque à chaque fois que cela s'avère nécessaire
- Vérifier l'état de la connexion du GAB et aviser la direction de la monétique en cas de dérangement
- Changer les consommables
- Aviser la direction monétique en cas de panne pour demander l'intervention des services de maintenances
- Collecter les billets et les chèques déposer par les clients chaque fin de journée
- Arrêter la caisse de GAB chaque fin de journée
- Assurer l'alimentation des caisses de GAB en billets de banque à partir de la caisse dinars de l'Agence
- Procéder à l'évaluation des existences chaque fin de journée en vérifiant les données affichées sur l'écran de contrôle
- Récupérer les chèques et billets existant au niveau des back réserver à cet effet et procéder aux traitements d'usage.

Les billets de banque doivent être neufs et non agrafés.

### **4.4.4.2.2 . Gestion de carte capturée par les GAB**

La carte est capturée par le guichet automatique des banques pour les motifs suivants :

- Retard de saisie de code
- Utilisation des trois codes faux
- Oubli de la carte à la fin de la transaction
- Carte expirée
- Carte déclarer perdu
- Opposition sur la carte.

Dans ce cas, l'exploitant renseigne et transmet à la D.M, le formulaire de « contrôle de carte capturée », après la vérification au niveau de la D.M cette dernière instruit l'Agence soit de restituer la carte au titulaire, soit de l'oblitérer (cas en opposition/carte, volée...).

### **4.4.4.3 Le terminal de paiement électronique « TPE »**

Le TPE est un équipement spécifique, qui permet au détenteur de la carte CIB d'effectuer le paiement de ses achats ou prestations chez un commerçant, rapidement et en tout sécurité.

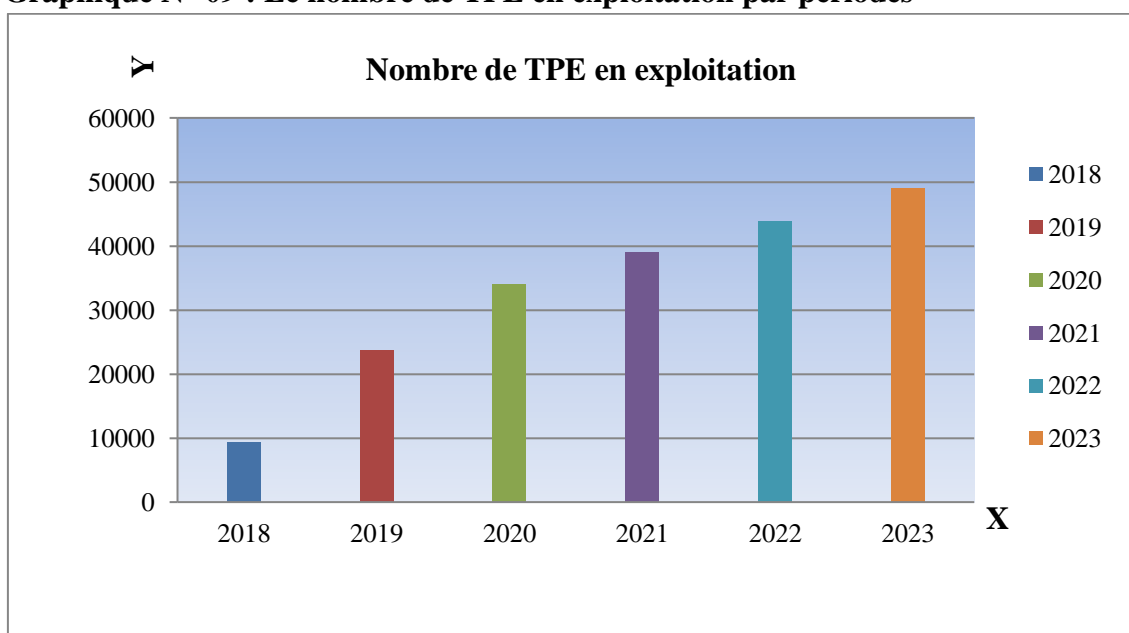
**Tableau N° 09 : Nombre de TPE en exploitation en Algérie**

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

Libelle	Année					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Nombre des TPE en exploitation	9 300	23 762	33 945	38 989	43 800	49 000

Source : Le GIE monétique<sup>1</sup> (Groupement d'intérêt économiques)

Graphique N° 09 : Le nombre de TPE en exploitation par périodes



Source : réalisé par nos soins depuis les données du tableau précédent

Les derniers chiffres communiqués par le GIE (Le groupement d'intérêt économiques) monétique indiquent qu'il y a de plus en plus de terminaux de paiement électroniques installés auprès des commerçants. En effet, le nombre des TPE installés atteint 49 000 en 2023, contre, 9300 TPE fin décembre 2018

### 4.4.4.3.1 . Installation de TPE chez le commerçant

- L'installation de TPE chez le commerçant est assurée par l'ingénieur de la DRE qui a l'obligation également de former le commerçant sur son utilisation.
- Le processus d'installation du TPE et de formation du commerçant est sanctionné par des procès-verbaux signés conjointement par l'ingénieur et le commerçant dont les copies sont transmises à la Direction de la monétique.

### 4.4.4.3.2 . Maintenance et suivi du fonctionnement du TPE

Le commerçant contact son agence pour la fourniture du consommable lorsque ce dernier est consommable.

Une assistance technique téléphonique disponible 07/07 et 24/24h via un centre d'appel SATIM pour la prise en charge des cas suivants :

<sup>1</sup> [https://giemonetique.dz/activite de paiement sur TPE/](https://giemonetique.dz/activite%20de%20paiement%20sur%20TPE/) consulté le 20/07/24

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

- Problème d'utilisation de terminal de paiement ou problème technique
- Assistance à l'utilisation du TPE en complément de la formation sur le site.

L'Agence doit effectuer des visites sur le site du commerçant doté du TPE et dont la connexion n'a pas été établie depuis 7 jours au minimum selon états transmis par la DM (direction monétique)

Dans le cas où le commerçant refuse de mettre le TPE en marche qui ne représente pas d'anomalie technique ou de manque de consommable, lors de la visite, le représentant de l'agence doit récupérer le TPE et résilier le contrat commerçant et réaffecter le TPE à un autre commerçant.

### 4.4.4.3.3 . Suspension du commerçant

La banque peut procéder pour des raisons techniques ou de sécurité, sans préavis et sous réserve du dénouement des opérations en cours à une suspension du commerçant.

Cette suspension doit être précédée par l'envoi d'une lettre d'avertissement au commerçant et la réduction de son seuil de demande d'autorisation.

La période de suspension est d'un mois au maximum à l'expiration de ce délai, le commerçant peut reprendre l'adhésion au système de paiement par carte.

Les motifs de suspension du commerçant sont :

- L'utilisation anormale de cartes perdues, volées ou contrefaites
- L'utilisation d'équipement non fourni par le système
- Le non-respect des mesures de sécurité.

**Tableau N° 10: Activité de paiement par TPE en Algérie**

Année	Nombre global des transactions paiement	Montant global des transactions de paiement
<b>2018</b>	190 898	1 335 334 130,76 DZD
<b>2019</b>	274 624	1 916 994 721,11 DZD
<b>2020</b>	711 777	9 950 825 490,80 DZD
<b>2021</b>	1 568 977	10 732 600 584,79 DZD
<b>2022</b>	2 350 120	19 850 700 230,15 DZD
<b>2023</b>	3 800 260	23 480 647 115,45 DZD

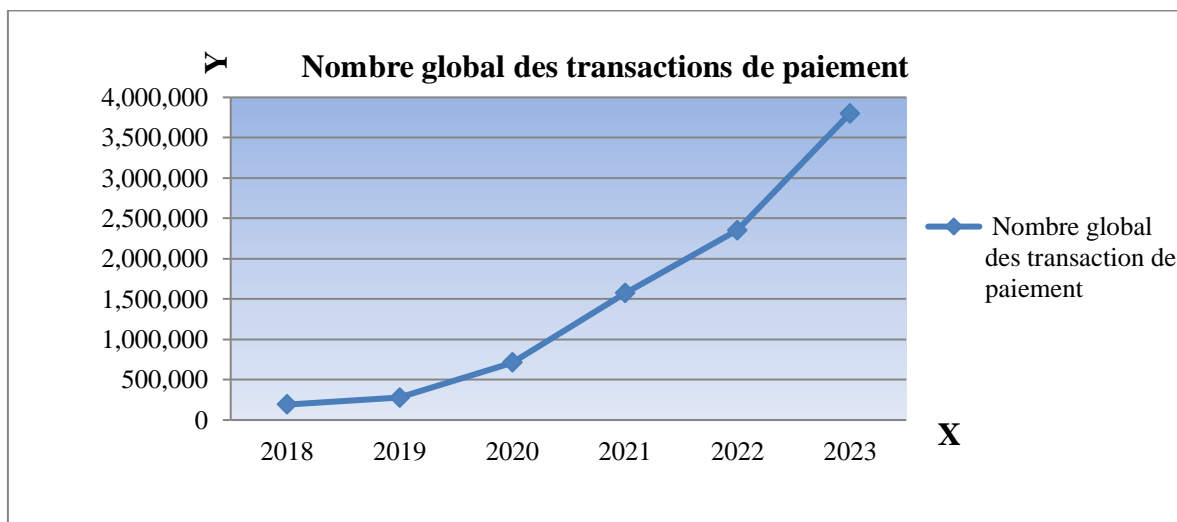
Source : Le GIE monétique<sup>1</sup>

Plus d'un million de transactions ont été effectués par les Terminaux de Paiement Electronique plus exactement le nombre global des transactions de paiement atteint 3 800 260 en fin 2023 pour un montant global de 23 480 647 115,45 DZD, contre, 190 898 transactions en 2018 pour un montant de 1 335 334 130,76 DZD.

<sup>1</sup> <https://giemonetique.dz/activite-de-paiement-sur-tpe/> consulté le 20/07/24

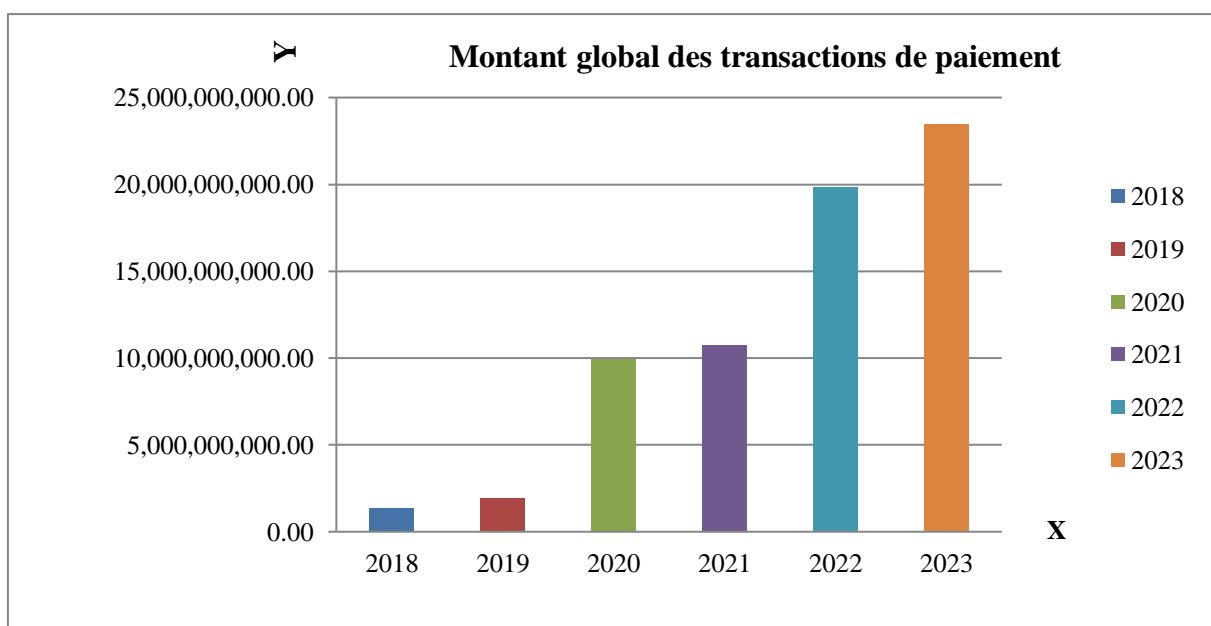
## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

**Graphique N° 10 : Nombre global des transactions de paiement par TPE en Algérie**



**Source : Réalisé par nos soins depuis les données du tableau précédent**

**Graphique N° 11 : Montant global des transactions de paiement par TPE en Algérie**



**Source : Réalisé par nos soins depuis les données du tableau précédent**

Nous pouvons constater depuis les graphiques n°10 et n°11 que l'utilisation des terminaux de paiement électronique (TPE) a été démocratisée depuis l'avènement de la pandémie du Covid-19 (soit durant les deux années 2020 et 2021).

D'ailleurs, le nombre des transactions via TPE a explosé, il est passé de 190 898 opérations en fin de 2018 à 1 335 334 130,76 DZD transactions en 2018 à 3.800.260 transactions 2023.

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

---

### 4.4.5 Les modalités d'utilisation de la carte au sein de la BNA

#### 4.4.5.1 Calcul du plafond autorisé

Le plafond mensuel est déterminé pour chaque client en fonction de son revenu mensuel, établi sur la foi d'un document probant (fiche de paie, document fiscale...) arrondi au chiffre rond et il peut aussi varier selon le type de carte.

Il existe deux types des plafonds de carte bancaire :

- Le plafond de retrait : il s'agit du seuil maximal d'argent que vous pouvez retirer sur une période donnée
- Le plafond d'achat : il s'agit du seuil maximal d'argent que vous pouvez dépenser sur une période donnée

#### 4.4.5.2 Le traitement des demandes de carte bancaire au niveau de l'agence

Lorsqu'un client se présente aux guichets de la banque pour solliciter l'octroi d'une carte interbancaire CIB, le banquier lui remet le formulaire de demande de carte CIB et veille à ce qu'il le renseigne correctement. La demande du client est transmise au directeur d'agence pour approbation ou non approbation (après vérification des comptes).

Enfin, le chargé de l'opération soumet la demande au système d'information de la banque et envoie les demandes aux directions supérieures.

### 4.5 Section 03 : Les services de paiement digitaux de la BNA

La Banque National d'Algérie a mis à disposition de ses clients plusieurs moyens de paiement digitaux, les aidant ainsi à régler leurs transactions, la consultation de leurs comptes et plein d'autres services à distance, sans avoir recours à se déplacer vers la banque.

Parmi ces moyens digitaux on trouve :

- Le E-Banking BNA.net sur le support web et l'application BN@tic sur le support mobile
- Le E-paiement BNA
- Le WIMPAY BNA qui est une solution de paiement sans contact.

#### 4.5.1 Service de banque à distance (E-Banking)

La BNA met à la disposition de sa clientèle une solution d'accès à la banque par voie électronique d'une manière simple et sécurisée valable à tout moment et à n'importe où grâce à la plateforme WEB via le site « ebanking.bna.dz », ou grâce à la plateforme mobile via l'application « BN@tic ». Ce service permet de :

- Consultation du solde de vos comptes et de vos historiques d'opérations couvrant une période de 23 mois
- Effectuer des virements vers bénéficiaires
- Commande de chéquier et de cartes bancaires
- Blocage de votre CIB
- Service de messagerie avec votre Banque.

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

---

### **4.5.1.1 L'accès à la plateforme E-Banking**

Pour accéder à la plateforme E-Banking, le client devra s'inscrire au préalable auprès de l'agence où sont domiciliés ses comptes. Ensuite, l'agence enverra un numéro d'abonnement (login) et un mot de passe au client afin qu'il puisse accéder au site E-Banking. Pour que le client se connecte au service de banque en ligne « E-Banking », il lui suffit d'accéder au navigateur internet, de s'assurer qu'il est bien connecté à Internet, puis de saisir l'adresse du site: <https://ebanking.bna.dz/customer/> Une fois connecté au site.

### **4.5.1.2 La plateforme E-Banking BNA**

Après avoir eu accès à la plateforme avec ses identifiants, à l'accueil de la plateforme on retrouve plusieurs onglets et menus :

- Les menus « reporting, transaction, commandes, messagerie » qui sont les menus principaux pour l'utilisation de la plateforme e-Banking ;
- Une carte des agences BNA disponible à proximité, Vous y trouverez les informations nécessaires « les adresses, numéros de téléphone/fax et adresses email », ainsi que l'itinéraire direct ; un conseiller BNA avec toutes ses coordonnées
- Vos cinq dernières opérations effectuées sur tous vos comptes ainsi que la répartition de vos avoirs.

Le E-Banking BNA.NET octroi aux clients de la banques BNA plusieurs avantages, parmi eux :

- Une disponibilité à tout moment 24H/24 et 7j/7
- La gestion des opérations à n'importe quel moment et lieux et depuis n'importe quel support relié à internet (tablette, ordinateur, Smartphone)
- Gain de temps
- Gestion des opérations en toute simplicité
- Le traitement des opérations bancaire en toute sécurité.

### **4.5.1.3 L'application E-Banking Bn@tic**

Bn@tic représente le support mobile du service E-Banking de la BNA, afin de pouvoir bénéficier du service Bn@tic, le client devra être déjà abonné au service E-Banking et de disposer d'un téléphone de type Smartphone équipé du système IOS ou Android relié à internet pour télécharger l'application sur son Smartphone.

#### **4.5.1.3.1 . L'accès à l'espace public**

Cet espace de l'application Bn@tic propose des fonctionnalités et des informations sur l'application mobile qui sont accessibles sans authentification, ces fonctionnalités permettent au client de se familiarisé avec l'application grâce à la visite guidée disponible à l'ouverture de l'application, d'avoir un coup d'œil sur les différentes offres des services E-Banking ainsi qu'une carte des agences disponible à proximité du client avec toute les coordonnées des agences.

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

---

Les onglets et les menus de l'application Bn@tic sont similaires au support web E-Banking BNA.NET, parmi eux on trouve dans le menu service :

- Mes comptes
- Mes cartes
- Effectuer un virement
- Mes bénéficiaires
- Historique des virements
- Signature des virements
- Coordonnées bancaires
- Contact
- Modification du mot de passe
- Convertisseur
- Changement de langue.

L'application Bn@tic offre aux clients de la Banque BNA abonnés au service E-Banking les services suivants :

- D'accéder aux soldes de comptes et à l'historique des soldes
- De consulter les opérations bancaires
- D'effectuer des virements de compte à compte au vers bénéficiaires
- De rechercher des opérations dans le relevé de compte
- De consulter le numéro d'identification bancaire (RIB)
- De suivre le cours de change
- D'être en contact permanent avec sa banque
- Voir toutes les agences sur une Map (Géo localisation des agences).

L'application Bn@tic offre les mêmes avantages que le service E-Banking BNA.NET cités précédemment :

- Une disponibilité à tout moment 24H/24 et 7j/7
- La gestion des opérations à n'importe quel moment et lieux et depuis n'importe quel support relié à internet (tablette, ordinateur, Smartphone)
- Gain de temps
- Gestion des opérations en toute simplicité
- Le traitement des opérations bancaire en toute sécurité.

### **4.5.2 Services de paiement en ligne par CIB (E-pay)**

Ce service permettra aux porteurs de CIB de s'acquitter de leurs achats via des sites internet acceptant ce type de moyen de paiement en toute sécurité et commodité.

Il permet de :

- Accédez à plusieurs sites web marchands.
- Paiement des factures.
- Achats de biens et services.

## IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)

---

Le service E-paiement offre plusieurs avantages aux clients :

- Facilité d'utilisation
- Gain de temps
- Possibilité d'effectuer des paiements sur des sites internet en toute simplicité et sans avoir à se déplacer
- Sécurité du service
- Garantie des droits des « web acheteurs »
- Tarification concurrentielle et conforme aux conditions générales de la banque.

### 4.5.3 Service WIMPAY-BNA

Est une application mobile de paiement basée sur le scan du QR-code (solution à distance), destinée à toute catégories de clients utilisable via Smartphone uniquement et elle offre aux clients de la BNA de nombreuses fonctionnalités et avantages à savoir :

- Effectuez des opérations de paiement via des codes-barres intelligents (QR-code).
- Effectuez des opérations de virements pour les utilisateurs « WIMPAY-BNA ».
- Envoyez une demande d'argent à un autre utilisateur « WIMPAY-BNA ».
- Solution de gestion budgétaire.
- Consultez le solde et l'historique des transactions effectuées.
- Gérez les vendeurs et les points de ventes pour les clients « entreprises ».

Pour accéder à l'application WIMPAY-BNA, le client doit être abonné aux services E-Banking BNA.NET ou BNA.NET+, le client utilise son identifiant et mot de passe E-Banking pour souscrire à l'application WIMPAY-BNA et suivre les étapes d'inscription.

### 4.6 Conclusion

À travers notre stage effectué auprès de la BNA, nous avons pu déployer sur les différents moyens de paiement que la banque peut mettre à la disposition du client, ainsi que le système de paiement qu'elle utilise afin de parvenir à une meilleure utilisation de ces instruments de paiement adoptée par notre société contrairement aux autres moyens de paiements tels que les pièces et les billets.

Par ailleurs, nous avons constaté que la carte bancaire est une carte émise par un établissement bancaire, elle est délivrée dans des conditions fixées au préalable par le réseau bancaire auquel appartient l'établissement. Le titulaire, dit porteur, ayant notamment signé avec l'émetteur un contrat dont le contenu reprend pour l'essentiel un contrat type établi par le dit réseau.

La BNA est attentive à ces changements et elle est consciente de l'importance de la transformation digitale, en effet elle emploie une transformation profonde des deux axes principaux interne et externe, elle développe en permanence des produits et services innovants et met en œuvre de nouveaux parcours clients tout en garantissant un haut degré de sécurité de ses données et opérations, améliorant ainsi sa rentabilité, sa productivité, sa relation avec les clients et leur quotidien.



*Conclusion générale*

## V- Conclusion générale

---

Le secteur bancaire dans le monde constate une forte évolution de la digitalisation ces dernières années, ce phénomène joue un rôle de différenciation pour la banque dans lequel, elle constitue une nouvelle façon de faire dans la banque et qui donne aux clients l'accès à leur compte, effectuer des transactions (achats, vente) plus facilement, dans n'importe quel endroit et à n'importe quel moment. Ce qui constitue un avantage considérable pour les clients qui sont régulièrement connectés et qui donne de l'importance aux libres services, et qui sont de plus en plus attirés par la personnalisation de l'offre, à sa compétitivité et évidemment à son accessibilité à tout instant. Les banques ont bien compris la nécessité de la digitalisation de leur activité, qui est devenue sans aucun doute non pas une option mais une obligation, pour pérenniser et ne pas tomber dans le déclin, par ailleurs la transformation digitale a encore transformé le monde économique et le secteur bancaire ; avec la tourmente, les structures bancaires doivent se renouveler et évoluer pour survivre dans un environnement concurrentiel hostile et sans empathie. La digitalisation ne concerne pas seulement la performance des outils, mais elle affecte le comportement et les attentes des clients et l'organisation du travail.

En effet, Les banques intègrent sans cesse de nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs fonctions et dans leurs systèmes, qui s'intéresse à l'internet, l'extranet, ainsi que d'autres outils tels que l'e-banking et la monétique qui constituent une réponse technique et stratégique à la révolution technologique et aux nouvelles conditions économiques. Les nouvelles technologies se sont développées ces dernières années modifiant ainsi la nature des services financiers et bancaires. Elles deviennent progressivement des moyens incontournables au développement de l'activité bancaire

La modernisation des moyens et systèmes de paiement, ont abouti à l'instauration du développement de la monétique afin de satisfaire davantage les clients, tout en favorisant l'apparition du paiement électronique, ce dernier connaît une évolution spectaculaire et source inépuisable de profit grâce à son efficacité en matière de gain. Les stratégies de transformation digitale portent sur la refonte de l'expérience client, la transformation des processus opérationnels, l'évolution des modes opératoires et des modèles économiques avec l'introduction des technologies digitales et internet. Cette transformation numérique a entraîné des changements dans l'environnement interne du système bancaire (impact de la digitalisation sur les collaborateurs, les organisations et les processus opérationnels) et externe (présence et visibilité de la banque et interactions sur les réseaux sociaux). La digitalisation permet d'améliorer la relation banque-client, à l'aide des canaux de communication mis en place par les banques digitalisées, d'une communication continue avec les clients, et de l'utilisation du Big Data et du CRM (Customer Relationship Management : Gestion des relations clients) adapté au service client, cela permet aux banques de mieux gérer leur clientèle et de collecter des diverses données pour perfectionnée leur compréhension sur les clients. Ces informations permettent de mieux prévoir la demande et de fournir le service le plus adapté en fonction des besoins et des attentes des clients, ces derniers représentant les paramètres décisifs pour la banque.

## V- Conclusion générale

---

Grâce à cette recherche, nous pouvons confirmer que les cartes bancaires (CIB) reste le moyen digital le plus développé en Algérie vu sa simplicité d'utilisation pour réaliser les différents opérations tels que les retraits et les virements dans les GAB et DAB par rapport aux autres moyens digitaux proposés par les banques algériennes. Et d'après cette études, nous déduisons que les clients des banques algériennes adhèrent progressivement à la digitalisation de leurs banques, car la nouveauté apportée par la digitalisation se manifeste sous la forme de produits et services que les clients des banques algériennes ne connaissent pas, et la durée est nécessaire pour que les clients s'adaptent à ces nouvelles fonctionnalités afin qu'elles soient facilement accessibles et utilisables par tous les utilisateurs des services bancaires en Algérie à l'avenir.

# **Bibliographie**

## Ouvrage :

- LOUIS F. et NORBERT, « change –bourse », 8ème édition, Bruxelles ,1989
- GARSNAULT.P, PRIANIS.S, « la banque fonctionnent et stratégie », 2ème édition économique, paris, 1997, p.28
- SADEG Abdelkrim, « Le système bancaire Algérien : la règlementation relative aux banques et établissements financiers », les presses de l'imprimerie, Alger, 2005, p.93
- SYLVIE DE COUSSERGUES, « la banque structures marchés gestion »,2ème édition DALLOZ, paris, 1996. p.15.
- François et Henry, « traité des opérations de change, bourse, banque, théorie, pratique et comptabilité », 1err édition comptables, commerciales et financières, Bruxelles, p.60
- ROLLAND, LUC-BERMET, principes de techniques bancaires, 21ème édition DUNOD, Paris 2001, p42.
- PIEDELLEVRE Stephane, Instruments de crédit et de paiements DALLOZ, 8ème édition, 2014, (P81, 352)
- Régis B-ouyala, le mode de paiement, 1err édition revue banque 2005
- MONOD Didier-Pierre, Moyens et techniques de paiement internationaux, 4ème édition mise à jour, édition ESKA 2007
- FABRICE. L « L'évolution du modèle bancaire à l'ère du digital » 1èr édition Mars, 2017 P 14.
- SPERANDIO, J-C (2000), les NTIC. Impact ergonomique chez l'utilisateur, implication pour l'ergonomie, acte du XXVe congrée de la self-séances pléniers 2000 Toulouse, p17-25
- M. Döllinger, « Monétique et marketing », 1err édition librairie Vuibert, février 1989, p. 37- 39-41
- D.Rambure « Les systèmes de paiement », 1 err édition économique, Paris, 2005, p50

## Autres documents :

- YEVES Bernard et COLI Jean-Claude, « dictionnaire économique et financiers », seuil, paris, 1996, p .170.
- J-V Capa et O. Garnier, « dictionnaire d'économie et sciences sociale », hâtier, paris, 1994, p.20.
- Document de l'Européen Payments Council, « Caractéristiques de paiement de détail »
- AIT OUHAMMOU M., KHARI M., « Transformation digital : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines », Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier- Mars 2019, P200.
- BEITONE Alain, ANTOINE Cazorla, DOLLO Christine, Anne-Marie DRAI, Dictionnaire de sciences économiques, 3ème édition revue et augmentée, P49
- AIT OUHAMMOU, Meriem; AIT TALEB, Nezha ; KHARIF, Mohammed. Transformation digital : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines, Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier- Mars 2019, P200.
- Revue internationale du marketing et management stratégique, volume 01, N 01, Janvier-Mars 2019, P202.
- Le journal des professionnels : la révolution des NTIC. 15 juin 2011 page 2.
- DENOEL Cédric. Page 19
- F. ALLEN, A. Santomero “the theory of financial intermediation, journal of banking and finance”; 1997, vol 21 page 1464-148
- Les moyens de paiements, quelle innovation ? ; Page 93 et page 104

- Circulaire n° 2294 ; « Guide Monétique ». Banque National d'Algérie, 04octobre 2020, page 06
- Circulaire n° 2363 ; « Guide Monétique ». Banque National d'Algérie, 08 mars 2022, page 01-04
- Revue du système financier, Carol ANN NORTHCOT, « la concurrence dans le secteur bancaire »
- BEITONE Alain, CAZORLA Antoine, Christine DOLLO, Anne-Marie DRAI, Dictionnaire de sciences économiques, 3ème édition revue et augmentée, P30

### Sites internet

- [www.Capitaine-banque.com](http://www.Capitaine-banque.com), Banque traditionnelle : définition et comparaison des tarifs et services
- [www.Zebank.fr](http://www.Zebank.fr) ZEBANK, le guide de votre argent.
- <http://www.banxybank.com>
- Site officiel de la BNA, <http://bnatic.fr>.optoide.com
- Site officiel de la BEA
- <https://www.alphalives.com/digitalisation/> consulté le 10/07/24 à 22h30
- <https://www.scrive.com/fr/digital-transformation>
- [https://www.future-sciences.com/maison/définition/finance 19068/](https://www.future-sciences.com/maison/définition/finance-19068/) consulté 15/07/2024 à 16h20.
- [https://www.future-sciences.com/technologie/définitions/informatique 15028/](https://www.future-sciences.com/technologie/définitions/informatique-15028/) consulté 15/07/2024 à 16h45
- <https://www.future-sciences.com/technologie/définitions/informatique-intelligence-artificielle-555/> consulté le 18/07/2024 à 16h00.
- <https://www.uiphedeix-international.fr/processus-opérationnel/> consulté le 18/07/2024 à 11h45.
- [https://www.guide-métiers.com/charge de clientèle particulier de banque](https://www.guide-métiers.com/charge-de-clientèle-particulier-de-banque) consulté le 20/07/2024.
- <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2010-1-page-55.htm>
- <https://www.cairn.info/revue-des-sciences-de-gestion-2010-1-page-55.htm>
- <http://www.insee.fr/fr/metadonnees/définition>
- <http://www.lmin30.com/dictionnaire-du-web/intranet-définition>
- <http://www.noodo-wifi.com/fog/difference-entre-intranet-et-extranet>.
- [www.Lementoréco.com/qu'est-ce-que-le-réseau-interbancaire-Swift](http://www.Lementoréco.com/qu'est-ce-que-le-réseau-interbancaire-Swift)
- [www.Blog.kel.fr/Edi-bancaire-syndica](http://www.Blog.kel.fr/Edi-bancaire-syndica)
- [https://monétique.wordpress.com/le terminal de paiement électronique-TPE](https://monétique.wordpress.com/le-terminal-de-paiement-électronique-TPE)
- <https://www.banque-du-canada.ca/WP-content/uploads/2012/01/rsf-0604-northcott.pdf>
- [https://www.culture banque.com/Banque/banque-en-ligne/la-grande-compétition](https://www.culture-banque.com/Banque/banque-en-ligne/la-grande-compétition)
- <https://www.satim.dz/fr/services-cib/carte-cib>. Consulté le 20/07/24
- [https://www.satim.dz/services de CIB/carte CIB.html](https://www.satim.dz/services-de-CIB/carte-CIB.html) consulté le 20/07/2024
- [https://giemonétique.dz/activité de paiement sur TPE/](https://giemonétique.dz/activité-de-paiement-sur-TPE/) consulté le 20/07/24
- [https://giemonétique.dz/activité de paiement sur TPE/](https://giemonétique.dz/activité-de-paiement-sur-TPE/) consulté le 20/07/24



*Annexes*

## **Liste des tableaux**

Tableau N°	Intitulé	Page
01	Les avantages et inconvénients du virement	18
02	les opportunités et les menaces des nouvelles technologies pour les banques	41
03	Réalisation de la BNA entre ( 2019-2023) Par unité	71
04	Les plafonds de la carte particulier (CIB)	75
05	Nombre de cartes CIB en circulation en Algérie	75
06	Les plafonds de la Carte Affaire	78
07	Les plafonds de la carte « prépayée »	79
08	Les plafonds de la carte « ELITE »	81
09	Nombre de TPE en exploitation en Algérie	87
10	Activité de paiement par TPE en Algérie	88

## **La Liste des schémas**

Schéma N°	Intitulé	Page
01	Circuit simplifié de l'avis de prélèvement	19
02	Le nouveau modèle bancaire a l'ère du digital	38
03	Les caractéristiques des TIC	49
04	Structure général d'agence 462	69

## **La liste des graphiques**

Graphique N°	Intitulé	Page
01	Les objectifs de la digitalisation	35
02	le degré de maîtrise des nouvelles technologies	48
03	Schéma descriptif d'une carte interbancaire	73
04	Le degré d'utilisation de la carte bancaire pour effectuer des transactions électroniques.	74
05	L'évolution du nombre de cartes CIB en Algérie	76
06	Répartition de l'échantillon selon le type de carte possédé	81
07	Le meilleur avantage de l'utilisation de la carte CIB selon la clientèle interrogée	84
08	Evolution du nombre de DAB implanté par la banque BNA	85
09	Le nombre de TPE en exploitation par périodes	87
10	Nombre global des transactions de paiement par TPE en Algérie	89

11	Montant global des transactions de paiement par TPE en Algérie	89
----	--	----



*Table des matières*

<b>I-</b>	<b>Introduction générale.....</b>	<b>01</b>
<b>II-</b>	<b>Chapitre I : La transformation digitale de la banque.....</b>	<b>05</b>
2.1	Introduction.....	06
2.2	Section 01 : Evolution et typologies des banques.....	06
2.2.1	L'évolution historique de banque .....	06
2.2.1.1	La banque dans l'Antiquité.....	06
2.2.1.2	Du Moyen-âge à la Renaissance .....	06
2.2.1.3	. De la Renaissance au 20ème siècle.....	07
2.2.1.4	. Le 20ème siècle : vers un nouvel essor.....	07
2.2.2	. Typologies des banques.....	08
2.2.2.1	Définition de la banque.....	08
2.2.2.1.1	. Définition juridique .....	08
2.2.2.1.2	. Définition économique.....	08
2.2.2.2	. Les types de banque.....	08
2.2.2.2.1	. La banque centrale .....	08
2.2.2.2.2	. Les banques ordinaires.....	09
2.3	Section 02 : Banque traditionnelle et moyens de paiements traditionnels.....	10
2.3.1	La banque traditionnelle .....	10
2.3.1.1	Les avantages .....	11
2.3.1.2	Les inconvénients.....	11
2.3.1.3	Les conséquences .....	11
2.3.2	Moyens de paiements traditionnels .....	12
2.3.2.1	Le chèque .....	12
2.3.2.2	Effet de commerce .....	14
2.3.2.2.1	La lettre de change .....	14
2.3.2.2.2	Le billet à ordre .....	15
2.3.2.3	Le virement .....	17
2.3.2.3.1	-Les virements bancaires internes (directs).....	17
2.3.2.3.2	-Les virements bancaires externes (indirects) .....	17
2.3.2.4	Le versement.....	18
2.3.2.5	Le prélèvement.....	18
2.4	Section 03 : Banque à l'ère du digital et les nouveaux moyens de paiement ..	19
2.4.1	La révolution digitale en banque .....	20
2.4.2	Le développement des banques en ligne .....	20
2.4.3	Les différents services digitaux proposés par les banques.....	21

2.4.3.1	- Les sites bancaires .....	21
2.4.3.2	- Les SMS Banking.....	21
2.4.3.3	- Les e-mails.....	21
2.4.3.4	- Les guichets automatiques bancaires (GAB).....	21
2.4.3.5	Les cartes bancaires .....	21
2.4.3.6	Le call center.....	22
2.4.3.7	L'agence digitale.....	23
2.4.3.8	Les applications bancaires .....	23
2.4.3.8.1	Banxy de Natixis. ....	23
2.4.3.8.2	-BN@TIC de la BNA .....	24
2.4.3.8.3	-BEA Mobile de la BEA .....	26
2.4.4	- Atouts et points sensibles de la digitalisation bancaire .....	26
2.4.4.1	Atouts de la digitalisation bancaire.....	26
2.4.4.1.1	-Avantages du point de vue des banques .....	26
2.4.4.1.2	-Avantages du point de vue du client .....	28
2.4.4.2	- Les points sensibles des services bancaires en ligne .....	28
2.4.5	- L'apport du digital au secteur bancaire .....	29
2.4.5.1	Acquérir et fidéliser la clientèle via les canaux digitaux .....	29
2.4.5.2	La rentabilité .....	30
2.5	Conclusion .....	31
<b>III-</b>	<b>Chapitre II : L'impact du digital sur le secteur bancaire .....</b>	<b>32</b>
3.1	Introduction.....	33
3.2	Section 01 : La digitalisation de l'activité bancaire.....	33
3.2.1	. La digitalisation .....	33
3.2.2	. Définition de la digitalisation .....	34
3.2.3	. L'objectif de la digitalisation.....	34
3.2.4	. Les avantages et les inconvénients de la digitalisation.....	35
3.2.4.1	. Les avantages de la digitalisation .....	35
3.2.4.2	. Les inconvénients de la digitalisation .....	35
3.2.5	La digitalisation de l'activité bancaire .....	36
3.2.5.1	La transition d'une banque traditionnelle à une banque moderne.....	36
3.2.6	. Un nouveau modèle bancaire à l'ère du digital .....	37
3.2.6.1	. Une banque connectée .....	37
3.2.6.2	. Une banque intelligente .....	37
3.2.6.3	. Une banque agile.....	37

3.2.6.4	. Une banque sociale .....	37
3.2.7	. Les opportunités et les menaces des nouvelles technologies pour les banques	38
3.2.7.1	Les Fin Tech .....	39
3.2.7.2	Big Data .....	39
3.2.7.3	La Block Chain .....	40
3.2.7.4	L'intelligence artificielle.....	40
3.2.8	. Les leviers de la transformation digitale des banques .....	41
3.2.8.1	Optimisation de l'expérience client .....	42
3.2.8.2	Transformation des processus opérationnels .....	42
3.2.8.3	Transformation des business model.....	42
3.2.9	. La transformation digitale et les métiers bancaires .....	43
3.2.9.1	Evolution du métier de Gestionnaire de Back Office .....	43
3.2.9.2	Evolution du métier de chargé de clientèle particulière.....	44
3.2.9.3	Evolution du métier de directeur d'agence .....	44
3.2.10	La transformation digitale et la relation client.....	45
3.2.10.1	La gestion de la relation client .....	45
3.2.10.2	La digitalisation de la relation client .....	46
3.3	Section 02 : Technologie d'information et de communication, et e-paiement. ....	47
3.3.1	. Présentation des Technologies de l'information et de la communication (TIC)	47
3.3.1.1	. Définition des TIC .....	47
3.3.1.1.1	. L'information .....	47
3.3.1.1.2	La communication.....	47
3.3.1.1.3	. La technologie .....	47
3.3.1.2	Les caractéristiques des TIC .....	48
3.3.1.3	Les TIC dans les banques .....	50
3.3.1.3.1	. L'intégration des TIC dans les banques .....	50
3.3.1.3.2	. Les raisons de l'adoption des TIC par les banques .....	56
3.3.1.3.3	Les nouvelles technologies d'information et de communication....	57
3.3.2	. E-paiement.....	58
3.3.2.1	. Paiement électronique.....	58
3.3.2.2	. Définition de l'e-paiement .....	58
3.3.2.3	Les critères de paiement électroniques .....	58

3.3.2.4	Les acteurs intervenants dans une opération de paiement électronique ...	59
3.3.2.4.1	. Le client (l'acheteur) .....	59
3.3.2.4.2	. Le vendeur (Le commerçant) .....	59
3.3.2.4.3	. La banque du vendeur .....	59
3.3.2.4.4	. La banque du client .....	59
3.3.2.4.5	. L'autorité de certification .....	59
3.3.2.5	. Mutation des moyens de paiement électronique .....	59
3.3.2.6	. Les composantes de sécurité d'une transaction électronique .....	60
3.3.2.6.1	. Authentification de l'argent électronique .....	60
3.3.2.6.2	. Authentification et intégrité des messages .....	60
3.3.2.6.3	. Confidentialité .....	60
3.3.2.6.4	. Divisibilité .....	60
3.3.2.6.5	. Disponibilité .....	60
3.3.2.6.6	. Fiabilité .....	61
3.3.2.6.7	. Non-répudiation .....	61
3.4	Section 03 : la concurrence bancaire et le rôle d'e-paiement .....	61
3.4.1	La concurrence au sein de secteur bancaire .....	61
3.4.1.1	Les mesures de la concurrence bancaire. ....	61
3.4.1.1.1	La concentration .....	62
3.4.1.1.2	La contestabilité .....	62
3.4.1.1.3	La Concurrence hors prix .....	62
3.4.1.1.4	L'analyse .....	63
3.4.2	. Rôle d'e-paiement .....	63
3.5	Conclusion .....	64
<b>IV- Chapitre III : Les moyens digitaux au sein de la BNA (agence AZAZGA 462)</b>		
<b>65</b>		
4.1	Introduction .....	66
4.2	Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil (BNA) .....	67
4.3	Présentation de l'agence d'accueil 462 AZAZGA .....	67
4.3.1	. Organisation de la BNA .....	67
4.3.2	. Objectif et mission de la BNA .....	69
4.3.2.1	. Objectifs de la BNA .....	69
4.3.2.2	. Les missions de la BNA .....	70
4.3.3	. L'opportunité de la BNA .....	72

4.3.3.1	. Offre diversifiée .....	72
4.3.3.2	. Partenaire bancaire de référence .....	72
4.3.3.3	. Réseau puissant .....	72
4.3.3.4	. École de formation continue .....	72
4.3.3.5	. Relationnelle et citoyenne .....	72
4.3.3.6	Innovante.....	72
4.3.3.7	Une banque à l'écoute.....	72
4.4	Section 2 : La gestion de la carte interbancaire au sein de la BNA .....	73
4.4.1	Présentation de la carte CIB .....	73
4.4.2	Les différents types de carte au sein de la BNA .....	74
4.4.2.1	. La carte « particulier » .....	74
4.4.2.2	. La carte « Épargne » .....	76
4.4.2.3	. Carte « affaire » .....	77
4.4.2.4	. Carte « prépayée » .....	79
4.4.2.5	La carte « ELITE » .....	80
4.4.3	Gestion de la carte CIB.....	82
4.4.3.1	Conservation et remise des cartes aux clients .....	82
4.4.3.2	Renouvellement de la carte .....	82
4.4.3.3	La mise en exception de la carte .....	82
4.4.3.4	Annulation de la carte .....	83
4.4.4	Canaux d'acceptation de la carte bancaire .....	84
4.4.4.1	Les distributeurs automatiques de billets de banque.....	84
4.4.4.1.1	. Gestion de DAB .....	84
4.4.4.2	Guichet automatique de banque « GAB » .....	85
4.4.4.2.1	Gestion du « GAB » .....	86
4.4.4.2.2	. Gestion de carte capturée par les GAB .....	86
4.4.4.3	Le terminal de paiement électronique « TPE » .....	87
4.4.4.3.1	. Installation de TPE chez le commerçant .....	87
4.4.4.3.2	. Maintenance et suivi du fonctionnement du TPE .....	88
4.4.4.3.3	. Suspension du commerçant .....	88
4.4.5	Les modalités d'utilisation de la carte au sein de la BNA.....	90
4.4.5.1	Calcul du plafond autorisé .....	90
4.4.5.2	Le traitement des demandes de carte bancaire au niveau de l'agence .	90
4.5	Section 03 : Les services de paiement digitaux de la BNA .....	90

4.5.1	Service de banque à distance (E-Banking) .....	90
4.5.1.1	L'accès à la plateforme E-Banking.....	91
4.5.1.2	La plateforme E-Banking BNA .....	91
4.5.1.3	L'application E-Banking Bn@tic .....	91
4.5.1.3.1	. L'accès à l'espace public.....	91
4.5.2	Services de paiement en ligne par CIB (E-pay) .....	92
4.5.3	Service WIMPAY-BNA.....	93
4.6	Conclusion .....	93
<b>V-</b>	<b>Conclusion générale .....</b>	<b>96</b>

## **Résumé :**

**Le secteur bancaire est considéré comme l'un des secteurs les plus transformés numériquement. Pour les banques, la digitalisation est apparue comme une nécessité pour leurs survies. Une véritable banque digitale est celle qui améliore l'expérience client, crée de nouveau écosystème, met en place des business modèles modernes dynamiques et non classiques.**

**La digitalisation est aujourd'hui le stade ultime de l'évolution des NTIC, elle offre aux banques une multitude d'opportunités pour offrir une gamme de produits et de services de plus en plus performants.**

**L'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication ont contribué à la modernisation et au développement de nouveaux systèmes et moyens de paiement électroniques tels que la carte bancaire.**

**Les mots clé : Banque, La Transformation digitale, les moyens de paiements, Les TIC, le paiement électronique, la carte interbancaire CIB,.**

## **Abstract :**

**The banking sector is considered one of the most digitally transformed sectors. For banks, digitalization has emerged as a necessity for their survival. A true digital bank is one that improves the customer experience, creates a new ecosystem, and sets up dynamic and unconventional modern business models.**

**Digitalization is now the ultimate stage in the evolution of ICTs, it offers banks a multitude of opportunities to offer a range of increasingly efficient products and services.**

**The advent of new information and communication technologies has contributed to the modernization and development of new electronic payment systems and means such as bank cards.**