

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES SCIENCES
DE GESTION.



DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION.



MEMOIRE DE FIN D'ETUDE

En vue de l'obtention du diplôme de master en
sciences de gestions.

Spécialité : Management Bancaire.

Thème

L'évaluation de l'E-Banking par le secteur bancaire Algérien.

Cas : Banque CNEP (Direction générale Tizi-Ouzou).

Présenté par :

- ❖ GALLOUZE MASSINISSA
- ❖ IDRES LYLIA

Encadré par :

Mr SAMIR KEHRI

❖ Devant le jury :

- **Président : Mr. OUALIKANE Selim. Professeur à l'UMMTO.**
- **Examineur: Mr. ABIDI Mohamed. MCB. UMMTO.**
- **Rapporteur : Mr. KEHRI Samir. MAA. UMMTO.**

Année Universitaire : 2020/2021



REMERCIEMENT

En préambule à ce mémoire, nous tenons tout d'abord à remercier dieu qui nous a donné la force et la patience d'accomplir ce modeste travail.

Ensuite, on tient à remercier notre encadreur monsieur SAMIR KEHRI pour sa grande disponibilité et ses précieux conseils, ainsi ses encouragements tout au long de la rédaction de ce mémoire.

Puis, on remercie la CNEP de Tizi ouzou de nous avoir pris en charge tout au long de notre période de stage, pour leur accueil et plus particulièrement madame BESSISSI LYNDA

Enfin, on adresse nos plus sincères remerciements à nos familles qui ont été toujours à nos coté.



Dédicaces

On dédie ce modeste travail de fin d'étude :

*A nos parents, pour leurs sacrifices, leur amour, leur
tendresse,*

Leur soutien et leurs prières tout au long de nos études.

*A nos chers frères et sœurs pour leurs encouragements
permanents et leur soutien moral.*



Liste des abréviations

Liste des abréviations

Liste des abréviations

TPC = Technologie d'information et de la commercialisation

BCA = Banque central d'Algérie

CAD = caisse algérienne de développement

CNEP = caisse national d'épargne et de prévoyance

CPA = crédit populaire d'Algérie

BNA = Banque national d'Algérie

BEA = Banque d'extérieur d'Algérie

BADR = banque d'agriculture et du développement rural

BDL = Banque du développement local

TBA = Trust Bank Algérie

AGB = Gulf Bank Algeria

HBTF = the housing Bank for Trade and Finance Algeria

CPC = Credit Industrial ET commercial

BACB = British ARAB Commercial Bank

UBAF = Union des Arabes et Franchises

SATIM = Société Autonome des Transactions Inter Bancaire et de Monétique

RTGS = Real Times Gross System

TPE = Terminaux de paiement électronique

CIB = Carte Inter Bancaire

DAB = Distributeur Automatique des Billets

CCP = Compte chèque postal

NTIC = Nouvelles Technologie d'information de la communication

PME = Petite et Moyenne électronique

ABEF = Association des Banques et d'établissement financière

SMT = Société Monétique en Tunisie

ONU = Organisation des Nations Unies

Liste des abréviations

OCDE = Organisation des coopérations et de développement économique

GAFI = Groupe d'Action financière

CTIF = Cellule de Traitement D'Information Financière

BNB = Banque National de Belgique

RIB = Relevé D'identité Bancaire

HSBC = Hong Kong and Shanghai Banking Corporation

Liste des Lois

Liste des Lois

Liste des Lois:

Loi N° 620-144 : portant création et fixant les statuts de la BCA

Loi N° 80-05 : modifié et complété, relatives à l'exercice de la fonction de contrôle par la cour des comptes

Loi N° 90-10 : du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit

Loi de 1990 : Aménagement apportés en 2001 à la loi relative à la monnaie et au crédit

L'ordonnance n° 03-11

L'ordonnance n° 10-04 : du 26 août 2010 relative à la monnaie et au crédit



Sommaire

Sommaire

Introduction générale : 01

Chapitre I : les technologies de l'information et de la communication

Introduction 04

Section1 : les technologies de l'information et de la communication 05

Section2 : fondement théorique de l'e-banking 13

Section3 : atouts et points faible du e-banking 18

Conclusion..... 27

Chapitre II : e-banking en Algérie

Introduction 28

Section 1 : présentation du secteur bancaire algérien..... 29

Section 2 : modernisation du système bancaire algérien 40

Section 3 : perspectives de la banque électronique en Algérie 44

Conclusion..... 51

Chapitre III : l'étude pratique sur l'e-banking au sein de la banque CNEP Tizi-Ouzou

Introduction 52

Section 1 : présentation de l'e-banking au niveau de la banque cnep 53

Section 2 : les modalités et fonctionnement des services e-banking 58

Section 3 : discussion du résultat de l'entretien 77

Conclusion 80

Conclusion générale 81



Introduction générale

Introduction générale

La révolution technologique dans le domaine de l'information et de la communication qui a accompagné le processus de mondialisation des années 80 a entraîné le décloisonnement de marchés financiers, une circulation plus fluide des flux financiers grâce à la déréglementation, ainsi que l'interconnexion des différents réseaux d'information et de la communication. Les structures du marché et les formes de concurrence ont ainsi connu un changement radical.

Le secteur bancaire est le plus lourdement touché par ce phénomène, en effet, grâce à ces nouvelles technologies de l'information et de la communication, les banques ont profondément modifié la nature des produits et services qu'elles offrent. Le recours à de nouveaux canaux d'accès à la banque à distance. Cette nouvelle donne attire aujourd'hui l'attention, tous des établissements bancaires et financières que des clients, qu'ils s'agissent des individus ou des entreprises.

Les banques proposent de plus en plus de produits et services exclusivement en ligne, grâce à l'internet, aux téléphones équipés de plus en plus d'application dédiée aux différents services bancaire et à l'apparition d'une clientèle plus ouverte et plus adaptée à ces nouvelles technologies. De la simple ouverture et la consultation d'un compte, à la souscription d'un crédit, tout en passant par les virements électroniques, la télétransmission e-banking, le coffre-fort numérique,.....etc, cette nouvelle vague d'innovations a complètement bouleversé la relation banque/client. Ce dernier dispose désormais d'une banque à distance, et ainsi la contrainte de temps et de proximité géographique ne se pose plus.

Ces nouvelles technologies ont permis d'un cote, aux établissements bancaires et financiers, de réaliser des économies d'échelles importantes et de réduire leurs couts d'infrastructures et de transaction. Elles ont d'un autre coté généré de nouveaux types de risques juridiques, financiers et opérationnels.

Les banques algériennes, conscientes de l'importance de capitale accordée aux technologies modernes, se sont lancées dans l'intégration de ces nouveaux moyens d'information et de communication dans leur pratique et règles de fonctionnement.

On parle d'ors et déjà de « E-Banking »ou dite aussi banque électronique adopter le e-banking devient une nécessité pour les banques algériennes afin de fidéliser leur clients, d'en attirer de nouveaux, répondre aux exigences de leur nouvel environnement et créer de la

valeur, elles sont aussi tenues de garantir un niveau élevé de sécurité et de qualité aux services offerts, qui sont les préoccupations majeure des clients.

L'Algérie dispose des infrastructures adéquates, à savoir humaines et technologiques pour permettre de déployer et gérer l'aventure de E-Banking.

L'exploitation d'E-Banking moderne qui permettra en plus la possibilité offerte au banquier, aujourd'hui d'effectuer des transactions électroniques entre elles, d'offrir à leurs clients, en particulier les entreprises, des services en ligne, tout cela nous conduit à poser les problématiques suivantes :

Quels sont les stratégies de l'évolution de l'E-banking dans le secteur bancaire Algérien ?

De cette problématique découle les questions suivantes :

- Que sont les technologies de l'information et de la communication TIC ?
- Quel est la situation actuelle d'E-Banking dans le secteur bancaire Algérien ?
- Quel est l'avenir de E-Banking en Algérie ?
- Quel est la réaction des banques face aux nouvelles technologies de la banque électronique ?

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

Il contiendra trois chapitres, les deux premiers seront consacrés aux aspects théoriques et le dernier résume un cas pratique. Le première chapitre intitulé les technologies de l'information et de la communication et E-Banking, le deuxième chapitre décrira l'E-Banking en Algérie, enfin le dernier chapitre est réservé à une étude pratique sue E-Banking au sien de la banque CNEP Tizi-Ouzou dans le but d'évaluer le degré d'avancement de E-Banking sur le secteur bancaire algérien.

Plant de travail

Le plan de travail de ce mémoire s'articule et autour de trois chapitres ou les deux premiers sont théoriques alors que le troisième chapitre est consacré à la pratique. Pour notre travail, et dans les trois chapitres (théorique et empirique), nous avons utilisé la méthode descriptive et analytique qui nous a permis de collecter et interpréter les informations pour pouvoir tester nos questions.

Ainsi, le premier chapitre est destiné à les technologies de l'information et de la communication et ebanking; Ensuite, dans le deuxième chapitre nous l'avons consacré au E-Banking en Algérie l'étude ;

Enfin, dans le troisième chapitre nous avons centré notre travail sur l'étude pratique sur E-banking au sein de la CNEP Tizi-Ouzou, en se basant sur une enquête de terrain via un questionnaire avec le responsable d'électronique-banque au niveau de la banque.

Chapitre I :

*Les technologies de L'information
et de la Communication et e-
banking*

Introduction :

L'économie progresse, la banque change et les technologies de l'information et de la communication sont partout, le développement de l'internet, avec la généralisation du haut débit et des réseaux interactifs à modifier les relations entre la banque ses clients et les autres acteurs du marché.

L'émergence des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) ouvre de nouvelles possibilités d'interaction entre les clients et les banques, en s'affranchissant des barrières du temps, de l'espace et parfois même de la réalité concrète.

Les technologies de l'information et de la communication ont bouleversé le mode bancaire. Il entraîné l'apparition de la banque à distance et a poussé les banques à la multi-canalisation de la distribution de leurs services.

Le concept englobe l'e-banking qui consiste en la possibilité de consulter ses comptes et procéder à des transactions via le net. Dans ces conditions l'adoption de l'E banking est devenue une nécessité pour la banque d'une part, et la clientèle organisationnelle d'autre part.

Section 1 : les technologies de l'information et de la communication

Les technologies de l'information et de la communication ont bouleversé notre vie quotidienne .des téléphones fixes ou mobiles, les ordinateurs et leurs périphériques (imprimante, scanner, etc), les logiciels, les appareils photos, les téléviseurs et les e-book etc, font tous partie des TIC qui permettent de produire, de transformer ou échanger de l'information en quantité importante et en temps réel ou dans des délais très courts. Le mariage de l'informatique et de communication ont bénéficié de la miniaturisation des composants, le meilleur exemple l'internet qui est devenue accessible sur le téléphone portable.

L'importance des TIC n'est pas la technologie en soi, leur capacité à donner accès à la connaissance, à l'information et aux communications, qui sont autant d'éléments qui comptent chaque jour davantage dans les interactions économique et sociales d'aujourd'hui.

1 Définition des TIC

Le concept de TIC (technologies de l'information et de la communication) a fait l'objet de différentes définitions selon le point de vue de la source utilisée ou selon l'époque de la définition.

Selon Michel Paquin(1990), les TIC sont les moyens utilisés pour produire, traiter, stocker, récupérer et transmettre l'information, que ce soit sous la forme de la parole, de l'écrit ou de l'image¹.

Selon Lipsey² les technologies de l'information et de la communication se définissent comme une technologie qui, initialement, a beaucoup de marge d'amélioration et, en fin de compte , est utilisée dans une grande proportion, des activités productrices, car ses usages sont multiples et présentent de fortes et nombreuses complémentarités avec d'autres technologies existantes ou à venir »³.

¹ Michel Paquin « Gestion des Technologies de l'Information »ed Agence l'Arc, Paris 1990, P17

² Lipsey R.G. « What requirer explanation? In Helpman E(1998), General Purpose Technologies and Economique Growth. MIT Press, Combrige, Massachussets, repris dans Boulenouar Nassima Ouarda op.cit.p1

³ p.cit.p11

³ Boulenouar Nassima Ouarda « les nouveaux supports de communications TIC facteurs de différenciation dans l'activité bancaire ».Memoire de magister en science de gestion, Universite d'oran 2014.p11-13

⁴ Chapron,B (2006). Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des

Selon Chaperon⁴ donne la définition suivante des TIC : « technologie de l'information et de la communication : expression aux contours assez flous, apparue avec le développement des réseaux de communication, désignant tous ce qui tourne autour d'internet et des multimédia. Elle recouvre également la notion de convivialité accrue des produits et services destinés à un large public de non-spécialistes. Au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audiovisuel, les TIC s'adressent au plus grand nombre ».

Les TIC sont un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger des informations, plus spécifiquement des données numérisées. La naissance des TIC est due notamment à la convergence de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel. Cette convergence génère une multitude de nouvelles possibilités, les technologies de l'information et de la communication abolissent à leur tour de nouvelles frontières.

1.1. Evolution de la terminologie

Après l'invention de l'écriture puis l'avènement de l'imprimerie, les premiers pas vers une société de l'information ont été marqués par le télégraphe électrique, puis le téléphone et la radiotéléphonie, alors que la télévision et l'Internet puis la télécommunication mobile et le GPS ont associé l'image au texte et à la parole "sans fil", l'internet et la télévision devenant accessibles sur le téléphone portable qui est aussi appareil photo. Le rapprochement de l'informatique et des télécommunications, dans la dernière décennie du

XXe siècle ont bénéficié de la miniaturisation des composants, permettant de produire des appareils « multifonctions » à des prix accessibles, dès les années 2000. L'influence des NTIC, et des réseaux en particulier, sur le secteur bancaire a commencé dans les années 70. Les NTIC ont déjà provoqué deux évolutions au sein des banques. Dans le premier temps, elles ont été le support logistique au traitement interne des informations et aux relations au sein de la profession (développement des réseaux interbancaire). Dans le deuxième temps, elles sont devenues le moyen le plus rapide pour accéder aux marchés de capitaux, et ont permis la création de marché électronique global, ainsi que la modernisation des bourses de valeurs⁵.

forces de vente : glossaire, repris dans Boulenouar Nassima Ouarda op.cit.p12

⁴ Jean-Michel SAHUT, *L'impacte des NTIC sur le secteur bancaire, publié dans le cahier du numérique, n3, Hermès sciences, septembre 2000.*

Dans les années 1970, la banque subit une première révolution informatique, celle des grands systèmes capable de traiter des millions d'opérations autrefois exécutées par* des gros bataillons de collaborateurs. Dix ans plus tard, l'informatique répartie a touché chaque agence et a permis d'effectuer, à partir de terminaux décentralisés, des opérations affectant la compatibilité client tenu par les ordinateurs centraux.

Aujourd'hui, la généralisation de l'informatique et l'ensemble des NTIC (messagerie électronique, téléphones portables...), bouleversent l'activité du secteur.⁶

Ce phénomène circule dans tous les secteurs de l'économie, notamment dans le secteur bancaire, qui d'ailleurs fait partie d'un des domaines fondateurs en matière d'utilisation des NTIC.

1.2. Les NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

Le terme NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) est un terme francophone utilisé dans les années 1990. C'était pour distinguer les technologies basées sur l'Internet des moyens de télécommunications traditionnelles.

Les NTIC ont déjà provoqué deux évolutions au sein des banques. Dans un premier temps, elles ont été le support logistique au traitement interne des informations et aux relations au sein de la profession (développement des réseaux interbancaires). Dans un deuxième temps, elles sont devenues le moyen le plus rapide pour accéder aux marchés de* capitaux, et ont permis la création de marchés électroniques globaux, ainsi que la modernisation des bourses de valeurs. Aujourd'hui, les NTIC servent de support à l'action commerciale en agence et au développement de nouveaux circuits de vente à distance, surtout grâce à l'utilisation de l'internet. Mais l'internet n'est pas uniquement un nouveau canal de distribution qui vient se greffer sur les canaux existants ; il modifie l'environnement concurrentiel de ce secteur, en réduisant notamment les barrières à l'entrée.

⁶ K. BOUCHENOUA et L.BELAIDENE, « l'impacte des TIC sur la performance bancaire », université abderrahmane mira-Bejaia, 2015-2016, page 10.

Tableau n°1 : Nouvelles définitions des TIC

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

Source : <https://halshs.archivistes.fr/halshs-0019>

2. les outils des TIC :

Les TIC regroupent l'ensemble de ressources nécessaires pour manipuler l'information et plus particulièrement les ordinateurs, programmes et réseaux nécessaires pour la convertir, le stocker, la transmettre et la retrouver. États-Unis (1987) Les industries des technologies de l'information comprennent les offreurs comprenant d'une part, les offreurs (grossistes et détaillants) d'ordinateurs et d'équipements informatiques ainsi que d'instruments électroniques de mesure et, d'autre part, les logiciels et les industries de services incluant les industries qui fournissent des logiciels « prêts à l'usage » et des services associés aux ordinateurs ; les industries d'équipement de communication et de service recensant les offreurs qui fournissent des infrastructures matérielles et immatérielles permettant la connexion entre ordinateurs et serveurs. Union européenne et

France (1998) Le secteur TIC apparaît sous la forme d'une liste d'activités recouvrant trois filières : l'informatique avec la fabrication des ordinateurs et des logiciels, les télécommunications qui comprennent les réseaux et donc Internet et enfin l'électronique.

2.1. Les ordinateurs :

L'ordinateur est une machine électronique programmable à traiter les données, capable d'effectuer toute sorte d'opérations et de traitement tel que des calculs, maniement des textes et d'image par exemple. Il contient principalement un processeur, une mémoire et des mécanismes. Il est composé d'un écran, d'une unité centrale, d'un clavier, d'une souris et d'une carte vidéo. On peut lui ajouter plusieurs périphériques comme l'imprimante, le scanner,... ct.

2.1.1. L'historique du développement de l'ordinateur :

L'historique de l'informatique remonte à très long temps elle est marquée par le règne incontesté des gros ordinateurs en 1961, on en compte 6000 dans le monde.

La naissance de l'abaque, un support en bois tenant deux fils horizontaux avec des perles enfilées sur eux. Lorsque ces billes sont déplacées autour, selon des règles de programmation mémorisées par l'utilisateur, tous les problèmes arithmétiques réguliers peuvent être effectués. Les applications se développent dès les années 50-60.

Contrairement à ce que pense la majorité les ordinateurs sont des outils qui ne font preuve d'aucune créativité et se contentent de copier les structures établies mais qui sont d'une très grande utilité ils ont axées à la réduction de la main d'œuvre. Les applications informatisées font exactement la même chose que les applications « manuelles » mais plus vite et en plus grand volume.⁷

L'évolution de l'ordinateur est en effet un sujet intéressant qui a été expliqué dans les différentes manières au fil des années, par de nombreux auteurs.

2.2 Les réseaux informatiques :

De nos jours les réseaux d'ordinateurs (ou réseaux internet) c'est élargi sur un vaste espace forment une gigantesque toile d'araignée qui couvre toute la planète.

2.2.1. Définition de réseau :

Un réseau est un ensemble d'ordinateurs et de terminaux reliés entre eux par un système de télécommunication il existe plusieurs catégories de réseaux, les plus essentielles sont les suivantes :

⁷ ALAOU, 2004-2005, « NTIC : outils et applications », livre, SUPMANAGEMENT.

Le réseau internet : l'internet est le réseau informatique mondial qui rend accessible au public, des services comme le courrier électronique et le Web.

Le réseau intranet : l'intranet est un réseau informatique, mis en place au sein d'une entreprise qui permet aux collaborateurs de cette entreprise d'accéder à un échange d'information sécurisé, l'objectif général de l'Intranet est de permettre aux utilisateurs d'avoir accès à des contenus et services qui répondent à ces besoins spécifiques.

Le réseau extranet : C'est une extension de l'Internet fondée sur des protocoles et services Internet standard. L'Extranet permet d'accéder aux personnes situées en dehors de l'entreprise par l'intermédiaire d'Internet. C'est un service étendu aux clients, fournisseurs, partenaires.

2.3. Les puces intelligentes :

Afin de protéger les données, les entreprises et les consommateurs utilisent à présent des cartes à puces intelligentes dans plusieurs applications, à titre d'exemple les opérations bancaires, accès aux messageries électroniques, démarrage de l'ordinateur, consultation des messages téléphoniques. Si le niveau de sécurité requis est plus élevé, une carte à puce intelligente est probablement un meilleur choix. Une empreinte digitale peut facilement être sauvegardée dans la mémoire de la puce ce qui permettra une validation plus élaborée grâce à un lecteur avec biométrie. Lorsque l'employé présente sa carte au lecteur, il est aussi invité à présenter sa référence biométrique (empreinte digitale). Cette façon de faire permet de s'assurer que la personne qui présente la carte est bien la personne pour qui la carte a été émise. Selon le cas, l'accès sera approuvé ou refusé.

2.4. Les logiciels :

En informatique un ordinateur sans programme n'est pas utilisable, il est nécessaire de lui donner des informations pour qu'il collabore, il faut d'abord lui expliquer ce qu'on attend de lui et ensuite lui donner les instructions pour agir. L'ensemble de ces instructions s'appelle programme, et l'ensemble des programmes dont on dispose sur un ordinateur s'appelle logiciel qui est en lui-même un ensemble de séquence d'instruction interprétable par une machine et d'un jeu de données nécessaires à ces opérations.

Le logiciel détermine donc les tâches qui peuvent être effectuées par la machine, ordonne son fonctionnement et lui procure ainsi son utilité fonctionnelle.⁸

3. les avantages et les limites des TIC :

3.1 Les avantages d'une meilleure intégration des TIC, on note ce qui suit :

a. l'investissement dans les TIC serait l'un des principaux moteurs de compétitivité des entreprises et selon des études de l'OCDE, les TIC seraient un facteur important de croissance économique aux Etats-Unis. D'un point de vue global, les avantages des TIC peuvent être définis à trois niveaux point de vue du système d'information :

- ✓ une meilleure connaissance de l'environnement ; réactivité plus forte face à cet environnement ;
- ✓ hausse de la productivité du travail pour la saisie et réutilisation de l'information, donc baisse de coûts ;
- ✓ amélioration l'efficacité de la prise de décision permise par une stratégie plus performante.
- **Point de vue organisationnel et professionnel :**
 - ✓ Fonctionnement et organisation moins hiérarchisée et partage d'information de l'entreprise
 - ✓ Meilleure gestion des ressources humaines comme le recrutement et gestion des carrières plus facile ;
 - ✓ Création de nouveaux emplois.
- **Point de vue commerciale :**
 - ✓ meilleure connaissance de la clientèle ;
 - ✓ développement des innovations en matière de services et répondre aux besoins des consommateurs ;
 - ✓ nouveau circuit de production grâce à l'extension potentielle du marché dont le commerce électronique ;

b. des systèmes de paiement plus efficaces et rentables à l'échelle internationale.

⁸ <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/logiciel>

c. une meilleure capacité pour lutter contre le cyber insécurité émanant des pirates informatique et des cybercriminels. A lui seul, le vol d'identité coute à l'économie canadienne **2.5 milliard pas ans.**

d. la capacité de répondre a la croissance de la demande par désintermédiation en offrant aux consommateurs un plus grand accès en ligne aux produits et prestation de service.

Selon une récente enquête OCM (Organisation Commune de Marché), les cadres dans divers industrie augmentent d'avantage de leur clients et permet de les servir plus efficacement.

3.2. Les limite de l'investissement dans les TIC

A la lumière de ces différentes lectures, on constate que les TIC ne procurent pas seulement des avantages, mais elles impliquent également les limites ou bien des risques qui l'entravent. L'objectif ici n'est pas de faire la critique de ces technologies mais plutôt d'essayer de déterminer à priori, et appréhender ce que pourraient être les conséquences de leur utilisation ; Parmi ses limites on a :

✓ L'apparition des blogs⁹ et le partage du contenu avec les internautes ; toute modification sur un domaine donné pousse l'entreprise à faire des efforts financières lourds et une modification de l'offre produit/service plus marqué dans le but de garder une longue d'avance sur les concurrents, c'est l' « exposition a la concurrence ».

✓ un risque qu'on peut dire qu'il n'est pas important mais reste tout de même notable à mentionner et qui concerne la confidentialité e la sécurité des données de l'entreprise, autrement dit le risque de pillage et piratage des données ;

✓ d'un côté, ses outil (technologie de l'information et de communication) font augment la réactivité de l'entreprise mais de l'autre côté, il y'a un risque d'une baisse de la productivité et de son rendement par la rédaction excessive de courriers et de message électronique et l'alimentation de différent outils de l'entreprise.

⁹ Blog :(internet) site Web, ou parti de site Web, personnel dans lequel l'auteur note, au fur et a mesure de sa réflexion sur un sujet qui lui importe des avis.

Section 2 : Fondements théoriques de l'e-banking

Nombre de choses ont changé depuis les dernières décennies les nouvelles technologies et les progrès dans les domaines scientifiques culturels et sociaux ont considérablement changé le monde.

La banque change depuis toujours .Le développements de l'internet, avec la généralisation du haut débit et des réseaux interactifs, a modifié les relations entre la banque, ses clients et les autres acteurs du marché .S'ajoute cela, l'émergence de nouveaux avancées remarquables et l'apparition de nouvelles opportunités dans de nombreux secteurs d'activités .Le secteur bancaire semble le plus impacté par l'apparition du e-banking

1. Définition de l'e-banking :

Plusieurs termes sont utilisés pour désigner des fois la même chose, quelque fois des aspects bien distincts, ou encore se rapprochent partiellement. "L'e-banking", "home banking", "banque à distance" ou encore "banque en ligne", les termes se multiplient et les définitions varient selon les auteurs.

COPULSKY ET WOLF en 2007, ont défini l'e-banking comme suit : « Les opérations bancaires par Internet est un terme qui implique l'utilisation des ordinateurs, donc une livraison automatique par voie électronique comme "Internet banking", et tient compte également d'autres dispositifs possibles comme le mobile " Mobile-banking ", les téléphones, les télévisions numériques "TV-banking"... etc. ».¹⁰

STAMOULIS en 1999 définit l'e-banking comme « un canal de distribution et de livraison des services financiers par voie de communication multimédia, d'une façon globale et moins coûteuse ».

DINIZ en 1997 qualifie l'e-banking de « service fourni par plusieurs institutions financières, permettant aux clients de mener des transactions bancaires via Internet, et ce, en utilisant un moyen comme le PC, le téléphone, Minitel, ou autres ».¹¹

La banque à distance est défini comme suit : « Une banque à distance est une banque qui offre un ensemble de services bancaires par voie électronique, et donc essentiellement, par

¹⁰ Copulsky, J.R. et Wolf, M.J. 1997. « Relationship Marketing: Positioning for the future». *Journal of Business Strategy*

¹¹

¹¹ DINIZ, E. (1998), « Web Banking in USA », *Journal of Internet Banking and Commerce*, vol.3, n°2

Internet. Une banque à distance permet ainsi, à ses clients, d'assurer la gestion d'un compte bancaire avec des possibilités de consultation de comptes, de virements, d'obtention de crédit ou encore d'investissement dans différents produits financiers ».¹²

La banque électronique peut également être définie comme variété de plates-formes suivantes¹³ :

- a) Service bancaire par internet (ou la banque en ligne).
- b) Service bancaire par téléphone.
- c) La banque par ma télévisions.
- d) Pc banking (hors banque).
- e) (l'automated teller machine) canal ATM.

On remarque qu'avec l'avènement de l'e-banking, un nouveau genre de banque a pris naissance. la banque virtuelle ou banque par internet .il s'agit-là aussi d'une banque sans succursales toute fois, qui offre les même produits et services financiers qu'une banque traditionnelle, bien que cette offre ou prestation ne se fasse que par internet ou toute autre voie électronique.

La banque électronique facilite les comparaisons entre service et produit bancaire, peut accroître la concurrence interbancaire et permet aux banques de pénétrer de nouveaux marchés et d'accroître ainsi leur rayon d'action .certain y voient même un moyen de bruler les étapes pour les pays dont le système financier est moins développé, ou grâce aux systèmes de communication sans fil qui se développent plus vite que les réseaux.

2. L'évolution d'E-Banking :

Le développement de la banque suit l'évolution des usages de la clientèle et les besoins non couverts par les banques traditionnelles. En particulier, l'accès distant n'importe où, n'importe quand sous toutes ses formes .Les banques traditionnelles proposent des horaires d'ouverture et des types de relation clientèle et de service qui génèrent de l'insatisfaction comme le montrent chaque année les enquêtes de recommandation NPS au contraire des services proposés par les banques en ligne.

¹² "Revue-Banque.fr"

¹³ 3Mahdi,S et Mehrdad,A(2010) "E-Banking in Emerging Economy :Empirical Evidance of Iran "

L'expérience client, nouveau credo du marketing bancaire est ainsi significativement meilleure dans ce type de relation car elle repose sur une plus grande autonomie et donc une plus grande liberté du client, plus de simplicité et de clarté des services et enfin des tarifs extrêmement compétitifs voire gratuits pour certains services. Bousculent les pratiques de la banque traditionnelle de réseau, instaurant un nouveau type relation et de service à la clientèle les banques en ligne ont introduit une rupture profonde dans la façon de pratiquer le métier de la banque, répond aux besoins insatisfaits jusqu'alors et génère de nouvelles attentes. Il s'agit là du levier principal de transformation, mu par des solutions techniques foisonnement des usages, notamment la généralisation de l'utilisation du Smartphone. Le développement de la banque en ligne prend deux formes différentes, la première par la création et le développement d'opérateurs entièrement en ligne et la seconde par le développement de services en ligne proposés progressivement à la clientèle par les banques traditionnelles dans une approche multi canal ou omni canal. Les opérateurs développent une série d'avantage compétitif pour conquérir des parts de marché significatives dans les ouvertures de compte et plus progressivement dans les services bancaires de base et plus récemment dans le crédit immobilier. Le potentiel de croissance de la banque en ligne est très important car tous les possibles techniques et juridiques sont disponibles pour développer une offre de produits et de services complète en ligne, y compris le conseil. Le E-banking est le produit de différentes générations de transaction électronique l'e-banking est la dernière de plusieurs génération des systèmes : guichet automatiques (GAB) ,phone banking .PC banking

Les guichets automatiques bancaires GAB étaient les premières machines bien connues pour fournir l'accès électronique aux clients ,alors que dans le téléphone bancaire, les utilisateurs sont en contact avec l'ordinateur de leur banque à travers leur téléphone .Pc banking a remplacé les services bancaires par téléphone et permet aux utilisateurs d'interagir avec leur banque au moyen d'un ordinateur avec une connexion par modem d'accès à distance au réseau de téléphone et PC banking procédures d'installation complexes prohibitif.

3. Les différentes formes d'E-Banking :

3.1. Le téléphone et les tablettes numériques :

Il y a quelques années, le téléphone servait juste de moyen pour les banques de prospecter ou prendre rendez-vous avec leurs clients, ou bien pour ces derniers d'avoir des informations sur les produits et services bancaires ou de passer des ordres de bourse.

Le téléphone demeure donc un canal indispensable pour la distribution des produits et services bancaires en France. Pour cela, les établissements bancaires ont fortement investis au cours de ces vingt dernières années afin de développer leurs plateformes téléphoniques et leurs centres de relation client (centres d'appels). Ils offrent désormais de nombreux services pour lesquels les clients préfèrent appeler que de se déplacer en agence (réaliser des opérations simples telles que connaître le solde, effectuer des virements, changement de coordonnées, ou encore résoudre un problème, un litige ou se renseigner sur des produits ou des placements financiers...etc.).

Néanmoins, au cours de ces dix dernières années, la téléphonie mobile s'est diffusée dans le monde à une vitesse impressionnante, tout en proposant des modèles avec des fonctions et applications de plus en plus sophistiquées. Aujourd'hui, l'émergence des Smartphones et Tablettes numériques a complètement bouleversé le paysage bancaire et contribué massivement à l'essor de la banque à distance. Ces nouvelles technologies constituent un canal d'information, de gestion et de transactions dans les services bancaires.

3.2. Pc Banking :

La prise de conscience croissante de l'importance de l'automatisation à l'informatique a conduit à une utilisation accrue des ordinateurs personnels à travers le monde entier.

Le terme « PC-banking » est utilisé pour des activités bancaires traitées à partir du PC d'un client. Vers milieu des années 1980, Les banques ont commencé à offrir ce genre de service, les clients pouvaient utiliser leur ordinateurs personnels pour accéder à leur comptes en s'abonnant à l'internet des banques à l'aide d'un mot de passe¹⁴.

3.3. GAB (Guichet Automatique Bancaire) :

Les guichets automatiques fonctionnent 24 heures par jour, et sont situés à différents endroits, en particulier dans les endroits les plus peuplés, ce qui les rend faciles à trouver. L'utilisation d'un GAB nécessite une carte de guichet automatique et un code PIN personnel permettant aux clients l'accès à des services bancaire comme les versements, retraits virements, demande de renseignements sur les soldes de compte, les demandes de chèquiers, relevés de compte..... Etc.

¹⁴ Tahir Masood ;khaqan zafar and bashir khan and.(2008), "customer acceptance of oline developing Economies", journal of internet banking and commerce ,April vol 13 no.1

3.4. Internet Banking :

L'Internet constitue un facteur clé de l'apparition et de l'évolution de la banque à distance. En effet, c'est grâce à ce canal que les banques à réseau sans guichet ont fait apparition, ce qui a poussé les banques traditionnelles à remettre en question leur compétitivité face à ces nouveaux entrants, en développant leurs sites web pour commercialiser leurs services à distance. L'accès à Internet et son utilisation sont* largement répandus au sein de la communauté européenne. Les ménages utilisent de plus en plus le Web et pour des fins diverses. Certains pour des services bancaires à distance, pour achat et vente des biens, pour la messagerie électronique ou effectuer des recherches, et d'autres pour communiquer via les réseaux sociaux ou encore lire la presse ou accéder aux programmes de la radio et de la télévision... etc.

3.4.1 Canal d'information :

Il s'agit des sites Web qui fait véhiculer l'information et les banques travaillent fréquemment en tant que fournisseurs d'information, c'est le niveau de base de la banque d'internet .Le risque est relativement faible.

3.4.2 Canal de communication :

Il permet d'améliorer la relation avec le client .Ce type de système par internet permet une interaction limitée entre les systèmes de la banque et le client.

3.4.3 Canal de transaction :

Ce service bancaire par internet permet aux clients d'exécuter des transactions depuis un chemin d'accès existant généralement entre le serveur et le réseau interne des banques, cette architecture de risque le plus élevé dont elle nécessite des contrôles rigoureux.

Section 3 : Atouts et points faibles de l'E-Banking

L'E-Banking s'est développé de manière nettement accélérée, et cela afin de pouvoir suivre le courant rénovateur des utilisateurs des nouvelles technologies de l'information et de la communication, l'E-Banking apporte des avantages et des risques aussi bien pour la banque que pour le client.

1. Atouts de l'E-Banking

Lors de l'analyse des atouts, nous devons donc aborder les deux points de vue différents, d'une part celui du client, et d'autre part celui de client.

1.1 Avantages du point de vue de la banque

L'E-Banking permet à la banque de bénéficier des avantages suivants :

1.1.1 Gain du temps :

Le fait que les clients réalisent la majorité de leurs opérations par voie électronique conduit à un gain de temps considérable conséquent pour les employés de la banque. En effet, le client réalise le plus souvent le travail en lui-même ses opérations. Cette automatisation a pour résultat une accélération du temps de traitement des opérations.

1.1.2 Réduction du cout d'intermédiation et de transaction

Les différent forme du l'e-banking ne désigne pas la même chose, elles convergent vers une réduction radicale de cout de services bancaire et financier e particulier du cout de gestion des informations. La distribution des services bancaire et financier sur internet offrent à la fois un nouveau canal de distribution t une baisse radicale du cout des services bancaire. Dans un premier temps, on peut signaler que le cout d'ouverture d'une agence est largement supérieur à celui de l'ouverture d'un site internet. L'internet a fortement réduit le cout de livraison de la plus part des services financier.

De plus, le développement rapide d'innovation technologique dans le secteur bancaire a permis aux banque une diminution très marquée des couts d'acquisitions, de traitement, et de transmission de l'information, dans son sens général, tout en augmentant leur productivité et leur valeur ajouté. En particulier, l'internet offre des transactions directes sans intervention humaine, avec des couts très faible.

1.1.3 Une extension géographique :

Grace à la mise en œuvre des technologies d'information et de communication, les banques disposent aujourd'hui d'une meilleure couverture internationale par des réseaux étrangers.

En effet, les agents économiques peuvent intervenir sur le marché financier, à travers, des sites Web, effectuer des transactions financières sur internet, consulter le solde : gérer leurs compte passer des ordres en bourse.....et cela 24h/24. Ainsi, ils peuvent intervenir n'importe quel marché financier, grâce à l'interconnexion des réseaux et une meilleur disposition de l'information.de plus, l'internet procure beaucoup d'avantages concurrentielle dans le domaine de la finance. En effet l'internet banking présente une opportunité à saisir pour garantir un pat de marché assez importante à travers le monde entier.

En résumé, le présentateur des services financiers, en particulier la banque n'est plus contrainte d'offrir ses services sur une base régionale. Son accessibilité aux différant canaux électronique lui permet d'offrir des services partout dans le monde.

1.1.4 Différentiation des produits :

Au niveau des services offert par le banques ou assiste de nos jours, et grâce au développement des TIC, a une large différenciation des produits ce qui apporte aux banques des nouveaux avantage comparatifs.

En effet, grâce à l'implantation de réseaux internet au sein du secteur bancaire, le choix de produit qui convient le mieux au client deviens de plus en plus facile à deviner puisque les services offrent sur le site internet sont caractérisé par la nouveauté, la diversité, la différenciation personnalisation et la qualité.

Le réseau internet perme a la banque de cerner les exigences client d'une manière à être prêt à répondre à tous ces besoins facilement¹⁵.

1.1.5 Gestion de la relation client-banque :

Sans aucun doute, l'évolution technologique qu'a connue le secteur bancaire a largement avantaagé la relation entre la banque et ses clients. Cette relation a été de plus en

¹⁵ 5 R.BOUCHELIT (2013) « les perspectives d'e-banking dans la stratégie e-Algérie 2013 », thèse de doctorat, université abou bekr belkaid-Tlemcen.

plus renforcée et cela, grâce à un simple contact personnalisé et rendu facile par les nouvelles technologies d'information et de communication. Avec l'émergence de ces technologies.

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

1.1.6 La simplicité d'utilisation :

La banque électronique donne la possibilité à leur client d'effectuer leurs opérations par le moyen de communication qui leur convient. Vu de disposition des informations claires et compréhensible, la facilité et la rapidité d'exécution des opérations sont garanti. E-commerce :c'est le moyen de paiement électronique qui est la vente en ligne ou bien à distance, des bien et service à partir des sites web marchands et qui se fait a travers d'un réseau internet.

1.2. Avantages du point de vue du client

L'E-Banking permet aux clients de bénéficier des avantages suivant :

1.2.1 Disponibilité 24h sur 24¹⁶ :

Une disponibilité 24h sur 24 et une disparition des contraintes liées aux heures et aux jours d'ouverture des agences bancaires, permet au client de réaliser ses opérations à n'importe quel moment. Aussi, il n'est plus contraint de gérer ses comptes professionnels aux heures de bureaux. Pour faciliter la tâche, les banques ont mis en place des outils de communication permettant d'accéder à ses comptes, faire des virements et prélèvements, commander des chéquiers, passer des ordres de vente ou d'achat de titres, prendre rendez-vous avec un conseiller et s'informer sur des nouveaux produits bancaires sans avoir à aucun moment à se rendre dans une agence. Grâce à la banque en ligne, le client échappe donc aux files d'attente interminables.

1.2.2 Offre transfrontalière :

Au-delà de la dépersonnalisation et de l'automatisation, l'Internet a pour caractéristique essentielle la distance dans les rapports client-fournisseur. Deyong¹⁷ (2003)

¹⁶ Denoel Cédric, *op.cit.* p39.

souligne d'ailleurs que l'Internet réduit l'importance du facteur géographique dans la production de services financiers et l'entretien de relations financières. Cet éloignement n'importune pas l'internaute puisqu'il peut dialoguer avec sa banque (c'est-à-dire obtenir les informations qu'il recherche et passer des ordres). Chacune des parties opère ainsi sur le réseau via un ordinateur, dont l'éloignement géographique et l'implantation sont sans importance (Trichet, 2000)¹⁸.

Le client a donc la possibilité d'effectuer rapidement et aisément des opérations bancaires depuis son domicile, et de partout dans le monde pour peu qu'il dispose d'une connexion Internet.

1.2.3. Plus en plus de Fonctionnalités proposées :

Les fonctionnalités et les possibilités proposées aux clients sont de plus en plus nombreuses. Les applications se sont enrichies au fil des années et proposent maintenant tout un panel d'informations et de fonctions permettant une gestion de plus en plus complète, le client peut consulter le solde de son compte, obtenir un relevé de son compte, demander des prêts, vérifier la progression de ses investissements, revoir les taux d'intérêt et de recueillir d'autres informations importantes.

2. Points sensibles de E-Banking :

Parmi les points sensibles de l'E-banking on peut citer :

2.1. Commodité :

Bien que les banques virtuelles puissent fournir une large gamme de services financiers de toutes sortes. Prenons simplement l'exemple d'un client qui souhaite faire un dépôt ou encore retirer de l'argent liquide. Dans cette perspective, ce client ne pourra s'affranchir totalement des agences de proximité et dépendra toujours de celles-ci. Dans l'hypothèse où ce consommateur est client d'une banque 100% en ligne, il devra même nécessairement passer par une banque concurrente (néanmoins l'ouverture des self banks à tous les consommateurs qu'ils soient ou non clients de la banque a facilité les choses en ce qui concerne les retraits). Cela illustre bien la problématique de la commodité ou du manque de

¹⁷ Deyong.R, "Deregulation, the Internet an the compititives viability of large banks and community banks"(2003),

the furure baning, Quorum Books, Londre. Article de revue scientifique, repris dans Denoel Cédric,

¹⁸ Trichet. J.C, « Internet, quelles conséquences prudentielles? ». Livre blanc. Banque de France, repris dans

commodité des banques virtuelles. Dès lors, on peut comprendre que le consommateur préfère une combinaison d'outils basés sur Internet sans pour autant négliger une relation proche avec un employé de la banque. Dans la même logique, la Bank of America rapporte que ses clients Internet les plus sophistiqués, utilisent toutes les voies de la banque mises à leur disposition et visitent une agence au moins une fois par mois.

2.2 Problématique d'accessibilité¹⁹

L'accessibilité est la disponibilité et le caractère utilisable d'une ressource pour des groupes spécifiques. L'objectif est de permettre aux utilisateurs déficients d'accéder ou de consommer une ressource qui répond à leur contrainte. Nous pouvons envisager les catégories de personnes suivantes :

2.2.1. Les personnes âgées :

Les personnes plus âgées subissent souvent des changements au niveau de leur vue, de leur audition, de leur dextérité et de leur mémoire. Les dispositions prises dans le but d'améliorer l'accessibilité, et notamment celles visant à rendre les pages Web des banques « accessibles », sont bénéfiques. Par exemple, beaucoup de personnes affectées par une dépréciation de la vue liée à l'âge, doivent bénéficier de la possibilité d'agrandir la taille du texte. Cette problématique n'est pas négligeable car la fenêtre Web dans laquelle s'ouvre l'application e-banking n'affiche pas toujours les barres d'outils du navigateur (dont la barre de menus qui permet d'accéder à la taille de la police des caractères affichés) ou encore les fonctions de zoom proposées par certains navigateurs.

Dans un autre domaine, certains peuvent rencontrer des difficultés au niveau du maniement de la souris.

2.2.2 Aveugle et malvoyant :

Lorsque l'on utilise des services de banques en ligne, la manière dont est conçu le site web déterminera le niveau d'accessibilité pour les personnes avec handicaps. Plus particulièrement, les personnes aveugles utilisent des navigateurs avec sortie vocale en braille.

Ces systèmes étant basés exclusivement sur le texte, le site doit être navigable indépendamment de son contenu graphique. En effet, un problème rencontré par les personnes aveugles ou malvoyantes est que beaucoup de sites web utilisent des éléments graphiques. Si

¹⁹ 9 Denoel Cédric, *op.cit.* p41.

une image a pour but de transmettre une information, une alternative à cette image doit être prévue.

2.2.3. Malentendant :

Les personnes malentendantes ont besoin d'une représentation visuelle des informations auditives que le site Web fournit. Avec l'utilisation de plus en plus importante d'éléments multimédia sur ces sites (podcasts, vidéos en streaming, etc.), il est important de s'assurer que l'information peut être comprise par ceux possédants un handicap auditif.

2.2.4. Handicap physique :

Les personnes avec un handicap physique peuvent rencontrer des difficultés dans le contrôle de leurs mains et de leurs bras. Par conséquent, le maniement efficace de la souris pour utiliser le site Web bancaire devient un problème. D'autres encore peuvent trouver une utilisation prolongée de leurs bras ou de leurs mains fatigantes. Pour atténuer cette problématique, toutes les informations et opérations proposées par le site doivent être accessibles en un minimum de clics de souris.

2.2.5. Handicap cognitif :

Des sites Web bancaires complexes, avec trop d'étapes pour réaliser une opération, ou encore des messages inutiles qui ne procurent pas d'aide, peuvent s'avérer difficiles pour les personnes victimes d'un handicap cognitif (dyslexie, etc.). Ce groupe de personnes peut avoir des problèmes de lecture ou être perdu dans des mises en page ou des structures de navigation complexes. Des textes qui se déplacent ou clignotent peuvent aussi être distrayants et gênent la compréhension.

2.3. Confiance et risques :

Le développement de la banque et de la finance sur Internet suppose que la clientèle adhère à ce nouveau mode de relation. Or cela ne pourra pas se faire sur la base seule, d'un confort d'utilisation accrue pour le client (Trichet, 2000). La notion de confiance intervient.

Elle concerne assurance qu'ont les parties dans la transaction réalisée (Gup, 2003). De plus la confiance inclut aussi la problématique de la vie privée.

Un défi à relever reste encore pour les prestataires de services financiers en ligne :

Celui de la gestion des risques nouveaux dus à l'apparition de cette forme de distribution

(Mathieu, 2005). Dans un rapport sur la gestion du risque au niveau de l'e-banking, le

Comité Bâle soulève notamment :

2.3.1. Les risques et l'insécurité des opérations :

Les risques opérationnelles et de sécurité sont liés a des insuffisances dans la fiabilité ou l'intégrité du système. Les considérations de sécurité jouent un rôle prépondérant car les systèmes d'informations peuvent faire l'objet d'attaques autant internes qu'externes.

Afin de prévenir, de détecter et de contenir les fraudes, le comité bale a proposé plusieurs mesures en vue de réduire ce type de risques. Parmi ces mesures, nous retrouvons l'utilisation de pare-feu de mots de passe et des techniques de cryptage.

2.3.2. Les risques juridiques²⁰ :

Ces risques surviennent au moment de la violation des lois et des règles. Dans le monde du commerce électronique où la technologie et les affaires évoluent dans un environnement en changement perpétuel, l'ambiguïté et l'incertitude des droits juridiques sont largement ressenties.

L'électronique Banking est aussi l'Object de plusieurs problèmes juridiques entraînant des risques, comme le blanchiment d'argent, les révélations d'informations confidentielles de clients ou tout simplement le vol de l'argent d'autrui. Cela inquiète, de plus en plus, les banquiers qui se trouvent devant une lourde responsabilité de protection des fonds déposés par leurs clients.

2.3.3. Les risques de réputation :

Tout problème qu'il soit sécuritaire ou juridique, aura un impact majeur et néfaste sur l'image et la réputation de la banque. Cela est très délicat, d'autant plus que dans le secteur bancaire, le secret et la confidentialité sont des éléments majeurs et indissociables au professionnalisme de la banque.

²⁰

Saleh M. Nsouli et Andrea Schaechter « les enjeux de la banque électronique ». *Revue Finance et Développement* septembre 2002, p50.

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

2.3.4. Le blanchiment d'argent :

Enfin, le caractère dématérialisé des relations « banquier - client » est de nature à faciliter le blanchiment d'argent. En effet, cette particularité rend plus complexe la vérification de l'identité des clients, ainsi que leur capacité financière. Le Groupe d'Action Financière (GAFI) recommande d'ailleurs que « les institutions financières devraient apporter une attention particulière aux menaces de blanchiment de capitaux inhérentes aux technologies nouvelles ou en développement qui risquent de favoriser l'anonymat²¹ ».

En matière de lutte contre le blanchiment d'argent d'origine criminelle, il existe en Belgique une autorité administrative indépendante : la Cellule de Traitement des

Informations Financières (CTIF). Elle est chargée d'analyser les transactions financières suspectes qui lui sont transmises par les institutions et les personnes visées par la loi²² (entre autres la BNB, les établissements de crédits, les entreprises d'investissements et de conseil en placements, etc.).

Plus spécifiquement aux opérations à distance, une directive européenne aborde cette problématique : « à ce que les établissements et les personnes prennent les dispositions spécifiques et adéquates nécessaires pour faire face au risque accru de blanchiment de capitaux qui existe lorsqu'elles effectuent une transaction avec un client qui n'est pas physiquement présent aux fins de l'identification²³ ».

2.3.5. Risque de crédit :

Généralement, le risque de crédit dans une banque en ligne surgit du fait qu'un dossier de crédit est initié à travers le canal électronique Banking. Toutefois, la banque doit prévoir de plus en plus de précautions dans le cas où le crédit est traité électroniquement. En d'autres termes, elle doit s'assurer de l'efficacité de son système d'information qui doit permettre :

²¹ <http://tranb300.ulb.ac.be/p.54>

²² Loi du 11 janvier 1993 relative à la prévention de l'utilisation du système financier aux fins du blanchiment de capitaux et du financement du terrorisme

²³ 3 Directive 2001/97/CE, Journal officiel L 344 du 28.12.2001

- ✓ La vérification automatique de l'identité du client lors d'une demande de crédit online;
- ✓ L'évaluation et l'appréciation automatique du dossier du crédit et de la situation financière du client ;
- ✓ Le contrôle et la supervision des plafonds

2.3.6. Autres risques²⁴

Les risques bancaires traditionnels tels que le risque de liquidité et le risque de marché, peuvent aussi survenir avec plus ou moins de conséquences selon le type d'activité de la banque. C'est le cas notamment des banques qui se spécialisent dans le E-Banking et plus particulièrement dans des activités d'argent électronique. Le terme se réfère aux valeurs stockées, ou tout mécanisme de prépaiement qui permet d'exécuter des paiements à travers un réseau tel qu'internet.

²⁴ 4 Saleh M. Nsouli et Andrea Schaechter. *Op.cit*, p52.

Conclusion

Le développement de l'Internet, avec la généralisation du haut débit et des réseaux interactifs, a modifié les relations entre la banque, ses clients et les autres auteurs du marché.

La technologie en matière d'information et de communication, a entraînée l'apparition de la banque à distance et a poussé les banques à la multi canalisation de la distribution de leurs services.

Ces nouvelles technologies se sont répandues dans tous les secteurs d'activités et les entreprises, qu'elles soient grandes ou petites.

La banque électronique présente des avantages énormes pour les consommateurs en offrant des opérations simplifiées et moins chères, mais elle pose aussi de nouveaux problèmes aux autorités nationales pour la réglementation et la surveillance du système financier, ainsi que pour la formulation et l'application de la politique macroéconomique.



Chapitre II :
E-Banking en Algérie

Introduction

L'économie mondiale a connu de profonds changements ces deux dernières décennies. En effet, depuis quelques années, l'ouverture du marché, l'allégement du contexte réglementaire et la rapidité des changements technologiques ont fait que les entreprises se trouvent à un niveau de concurrence, de complexité et d'incertitude plus élevé qu'avant.

L'Algérie quant à elle, se trouve actuellement dans une situation de transition. Pour ce faire, le pays a engagé des réformes favorisant l'ouverture vers une économie de Marché connue moyen de régulation et de substitution aux mécanismes de la régulation par le plan Cette transition s'effectue dans un contexte de globalisation de l'économie mondiale.

Dans ce nouveau contexte, l'on assiste à une forte expansion des nouvelles technologies, notamment dans le secteur des services (Informatique, Télécommunications, Internet...).

Le développement de la technologie dans tous les secteurs économiques a amené les banques algériennes à investir progressivement dans les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). Ces dernières, sont devenues des moyens incontournables au développement de l'activité bancaire. Elles sont de nature à influencer le mode de fonctionnement des banques algériennes et leur restructuration.

Depuis les années 1990, l'Algérie s'est lancée dans des réformes visant la mise en place d'un système bancaire moderne, libéral, et fiable.

Dans ce chapitre, la première section portera sur la présentation du secteur bancaire algérien, la deuxième section traitera la modernisation de système bancaire et la troisième et la dernière section décrira les perspectives de la banque électronique en Algérie.

Section 1 : présentation du secteur bancaire algérien

La politique financière d'un pays est une partie intégrante de sa politique économique, le système bancaire algérien est le produit d'un processus qui s'est réalisé en plusieurs étapes suivant deux systèmes de gestion différents, le système de gestion administrative de l'économie et la réforme du système bancaire algérien et transaction vers l'économie de marché.

1.1. Historique du système bancaire et financier algérien

L'Algérie a mis en place depuis l'indépendance diverses réglementations en matière bancaire, permettant ainsi de financer le vaste programme des investissements planifiés.

1.1.1. Point de départ : Une économie planifiée 1962-1985

1.1.1.1. De l'indépendance à 1966

Ayant choisi un système d'économie à gestion administrée, après l'indépendance l'Algérie avait pour le premier souci la récupération de la souveraineté monétaire et cela par la création du dinar algérien, la mise en place dès le 29 août 1962, d'un Trésor public qui prend en charge les activités traditionnelles du Trésor, ainsi qu'une fonction exceptionnelle du « crédit à l'économie ».

Nous tenons à signaler, que cette dernière fonction s'est développée dans le temps et cela, malgré la nationalisation des banques (1966-1967). De plus la Banque Centrale d'Algérie (BCA) qui a été créée le 13/12/1962, afin d'établir les conditions favorables à un développement ordonné de l'économie nationale.

Les premières actions vont dans ce sens, plus qu'il y'a en la mise en place de nouveaux instruments, l'un chargé du financement du développement, la Caisse Algérienne de développement (CAD) et l'autre, de la mobilisation de l'épargne, Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance « CNEP »

Néanmoins, la banque centrale et la caisse de développement ne pouvaient pas à elles seules mener un développement économique global, c'est ainsi qu'il faut créer, le 10 août 1964, la CNEP, sous forme d'établissement public jouissant de la personnalité juridique et de l'autonomie financière ; dont la mission consiste essentiellement à collecter l'épargne dégagée par les revenus moyens, afin de les utiliser pour la construction des logements. Son activité sera orientée par la suite vers le financement des programmes planifiés d'habitat collectif.

L'organisation bancaire nationale était jusqu'en 1966, marquée par sa dualité due au double comportement au sein même du système. D'un côté, la banque centrale, la caisse algérienne de développement et la caisse nationale d'épargne et de prévoyance à comportement national et de l'autre côté, les banques étrangères cherchaient la rentabilité et le profit. En effet, les premières années d'indépendance, étaient caractérisées par l'existence de banques étrangères (deux banques d'autres, treize banques de dépôts et une maison de réescompte), dont le comportement se distinguait par l'absence de «cohérence dans les interventions et les « réticences » voire le « refus » du secteur étranger à participer au financement de l'activité économique¹. Ces banques étrangères disposaient de liquidités très importantes puisqu'elles ont pratiqué une politique d'attentisme qui leur a coûté les places sur le marché algérien.

1.1.1.2. Période 1966-1970

La période de 1966 à 1970 représentait une voie tracée vers « l'algérianisation », pour que les mines, des banques et des assurances deviennent la propriété pour l'Etat algérien. L'existence des banques en Algérie, a encouragé les autorités monétaires à achever la nationalisation du circuit bancaire, qui est composé d'un ensemble de banques secondaires. Ce système bancaire classique sera achevé par la création du Crédit Populaire d'Algérie « CPA », la Banque Nationale d'Algérie « BNA » et la transformation des banques privées étrangères en banques nationales.

Le 13 juin 1966, la BNA a été créée afin de répondre aux besoins financiers du secteur public. Et avait été utilisée comme instrument de planification financière, puisqu'elle est chargée d'exécuter la politique du gouvernement en matière de crédit à court terme. Le 29 décembre de la même année, fut créé le Crédit Populaire d'Algérie (CPA), pour le financement de l'artisanat, de l'hôtellerie, des professions libérales ainsi que les PME.

Le 01 Octobre 1967, l'Algérie venait de parachever le système bancaire algérien, en créant la Banque Extérieure d'Algérie (BEA), une banque de dépôt au même titre que la BNA et le CPA. Cette dernière a une mission particulière de développer les relations financières

¹ Stitou Malika, (2001), « Mécanisme bancaire, Essai d'analyse: cas de l'Algérie, Mémoire de Magister, Université Abou Bekr Belkaid, Tlemceur, p.47.

avec l'extérieur, ainsi qu'intervenir pour toutes les opérations bancaires classiques, là où le secteur public occupe me place prépondérance.

Enfin, en créant les différentes banques secondaires, l'Etat algérien a voulu spécialiser le système bancaire et effectuer ainsi, un partage des responsabilités. C'est ainsi que la banque nationale d'Algérie a obtenu le monopole du financement de l'agriculture et de opérations de crédit d'exploitation et d'équipement, par contre la que extérieure d'Algérie s'est dotée du monopole des opérations de banque avec l'étranger, le crédit populaire d'Algérie a pour mission de financer les activités traditionnelles.

1.1.1.3. Période 1970-1978

Devant le blocage des circuits monétaires et une insuffisance de la transformation financière des banques, l'Etat a réformé le système bancaire de manière à ce qu'il passe collectiviser les moyens de crédit Pour cela, il covenant de passer d'un système bancaire purement administratif et comptable à un système bancaire monétaire. Et réactiver le circuit public de transformation monétaire des revenus en biens et capital²

Afin d'établit les conditions pour appliquer un système de planification financière approprié avec les nouveaux chou politiques de l'Algérie et pour une surveillance des écoulements monétaire, les autorités politiques algériennes et décidé de remettre, et cela partir de 1970, aux banque la gestion et le contrôle des opérations des entreprises publiques. D'après la loi de finance 1970, les entreprises publiques, que ce sont industrielles ou commerciales de tout obligatoirement confier l'ouverture de les comptes bancaires ainsi que la gestion de leurs opérations bancaire d'exploitation Au niveau de seule banque

Dans ce cadre, la Caisse Algérienne de Développement (CAD), lasse place, en Mai1972, à la Banque Algérienne de Développement (BAD). Qui sera charge du financement des investissements productifs nécessaires à la réalisation des objectifs de développement économique de l'Algérie.

1.1.1.4. Période 1978-1982

En 1978, le financement des investissements dits stratégiques s'est attribué au Trésor public, sous forme de concours remboursables à long terme Le crédit bancaire à moyen terme est supprimé du système de financement des investissements planifiés, à l'exception de certaines activités (transport et services).

² Stitou malas, op cit, p. 54-55.

De plus, la loi de finance de 1982 fait introduire une nouvelle doctrine. Puisque l'intervention des banques primaires dans le financement des investissements publics devait désormais obéir aux critères de rentabilité financière.

En ce qui concerne le secteur privé, le secteur bancaire intervient rarement comme pourvoyeurs de crédits d'investissement. Ce secteur avait tendance à s'autofinancer.

1.1.1.5. Période 1982-1985

Cette période a été marquée par la restructuration du système bancaire et la préparation des textes. La réorganisation du système bancaire avait pour principal objectif de renforcer la spécialisation des banques et visait également à diminuer le pouvoir de certaines qui, à la faveur du monopole se sont retrouvées avec un poids financier considérable.

C'est alors, après un fonctionnement qui a duré presque deux décennies du système bancaire, de nouvelles banques ont été créées par les autorités publiques issues respectivement du démembrement de la (BNA) et du (CPA). La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), fut créée en 1982. Cette dernière avait pour mission de contribuer au développement rural, en assurant le financement des activités agricoles, agro-industrielles et artisanales. De plus, le gouvernement a créé la (BDL) en 1985 pour doter les wilayas des moyens financiers à la mesure de leur souci de développement, cette banque de dépôts, participe au financement à court, moyen et long terme et sera à l'écoute des difficultés que rencontrent les entreprises des wilayas et communes ainsi qu'un conseiller financier efficace.

1.1.2. Accélération du processus de réformes 1986 - 1990

La nécessité de se tourner vers un système décentralisé fondé sur des critères financiers s'imposait comme point de départ à un long parcours de réformes afin de mettre fin au monopole de l'Etat, et de réhabiliter le secteur privé. Le but est d'instaurer des instruments de régulation macroéconomique. Les objectifs d'investissement devraient désormais être indicatifs (sauf dans le cas des secteurs prioritaires directement financés par le Trésor). Toutefois chaque entreprise continuera d'avoir un plan annuel agréé fixant des objectifs généraux et un plafonnement des emprunts externes.

Tous les indicateurs accéléraient la mise en place de réformes de structure dans le mode d'organisation et de fonctionnement du système bancaire algérien. On regroupera les réformes comme suit :

1.1.2.1. Loi n° 86-12 du 19 août 1986 relative au Régime des banques et du crédit

Jusqu'à la loi ci-dessus référencée, le secteur bancaire est régi par des textes épars³ :

- La loi n° 620-144 portant création et fixant les statuts de la banque centrale d'Algérie
- Les lois de finance pour 1970 et pour 1971
- La loi n°80-05, modifiée et complétée, relative à l'exercice de la fonction de contrôle par la cour des comptes

Au sein d'une économie algérienne fortement centralisée, le système bancaire a jusqu'en 1986 été réduit au simple rôle d'argentier de l'Etat. Les banques avaient pour principales mission d'assurer le relais entre le Trésor et les entreprises publiques.

La loi relative au régime des banques et de crédit est le premier texte qui a pour objet d'encadrer l'activité bancaire et financière. Cependant cette première réglementation n'apporte que peu d'innovations.

En effet, cette loi reconduit le principe selon lequel le système bancaire constitue un instrument de mise en œuvre de la politique arrêtée par le gouvernement en matière de financement de l'économie nationale⁴

Néanmoins, la loi 86-12 a essayé d'effectuer dans un cadre de planification, l'opération de distribution des crédits, et qui a pour objectif la réalisation adéquate entre les objectifs du plan national de crédit et les objectifs des plans nationaux de développements. En terme d'innovations, la réglementation définit les établissements de crédits comme des personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle, des opérations de banque, il existe deux types d'établissements de crédit , établissements de crédit a vocation général dénommés « banque » et établissements de crédits « spécialisés ». Spécialisé, puisqu'ils ne peuvent agir qu'en fonction de leurs statuts, c'est à dire ne collectent que les catégories de ressources et n'octroient que les catégories de crédit relevant leurs objet

1.1.3. Politique monétaire et du crédit (1990-1999)

³ Bouchelet Rym « Les perspectives d'E-Banking dans la stratégie E-Algérie 2013 thèse de doctorat,. Université Abou Bekr Belkaid-Telmeceu. p. 142-143-144

66

⁴ IDM

1.1.3.1. Loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit

Cette loi va constituer la clef de voûte du nouveau système bancaire algérien. Les mesures les plus déterminantes sont, sans aucun doute, l'ouverture de l'activité bancaire au capital privé national, mais aussi étranger, et la libre détermination des taux d'intérêt bancaire par les banques sans intervention de l'État. La réforme porte sur l'organisation même du système. Le législateur pose le principe de l'agrément des banques en mettant en avant la qualité des actionnaires, la relation entre les différents actionnaires et la notion d'actionnaire de référence. Les principes posés par la loi sont applicables à tous les organismes bancaires, qu'ils soient la propriété de l'état ou du privé.

La loi réhabilite la banque centrale dans ses missions, réorganise les relations Entre cette dernière et le Trésor, redéfinit le rôle des banques et introduit des standards internationaux dans la gestion de la monnaie et du crédit. La loi crée des organes nouveaux autonomes et érige le principe de commercialité comme mode de gouvernance des banques, La loi de 1990 consacre les principes suivants⁵

- L'autonomie de la banque centrale qui devient la Banque d'Algérie :
- la régulation du système bancaire par des autorités administratives indépendantes.
- La séparation entre l'autorité de réglementation et d'agrément des banques et l'autorité de supervision;
- Le monopole des banques sur les opérations de banque.

La loi dispose également des missions et rôles de la banque centrale et de ses organes (Conseil de la monnaie et du crédit, organe de supervision bancaire), ainsi que des règles de gestion des banques primaires mais aussi des opérations de banque (octroi de crédits, moyens de paiement et réception des fonds du public), des catégories juridiques des entités bancaires ou encore des infractions spécifiques l'activité bancaire. La loi pose le principe d'égalité de traitement des banques et des établissements financiers, et leur accorde des privilèges en matière de garantie de recouvrement des créances qui leur permet de bénéficier d'un régime dérogatoire au droit commun.

Pour faire suite aux nouvelles règles de gestion introduites par la nouvelle Loi, il a été procédé à l'assainissement patrimonial par le rachat des créances non

⁵ *Guide des banques et des établissements financiers en Algérie, op.cit p.9.*

Performantes sur les entreprises publiques économiques restructurées, dissoutes ou les entreprises publiques déstructurées, mais encore en activité. L'assainissement s'effectue également par le rachat des autres créances des banques sur l'Etat (comme la perte de change et les différentiels d'intérêt sur les emprunts extérieurs mobilisés pour le soutien de la balance des paiements).

1.1.4. Aménagements apportés en 2001 à la loi relative à la monnaie et au crédit

Ces aménagements ont été introduits sans pour autant toucher à l'autonomie de la Banque d'Algérie, dans le but de rehausser l'influence de l'exécutif dans la prise de décision sur la politique monétaire du pays. Afin de concrétiser cet objectif, l'ordonnance n°01-01 modifiant et complétant la loi 90-10 a été créée, scindant le conseil de la monnaie et du crédit en deux organes.⁶

- ✓ Le premier est constitué du conseil d'administration, chargé de l'administration et de l'organisation de la banque d'Algérie
- ✓ Le second est constitué par le conseil de la monnaie et du crédit, qui joue le rôle de l'autorité monétaire. Il est composé de sept membres, dont trois sont nommés par décret présidentiel, alors qu'ils étaient au nombre de quatre dans la loi 90-10

1.1.5. Adoption de l'ordonnance n°03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit

L'ordonnance n° 03-11 a pour objet de consolider le système et abroge la loi sur la monnaie et le crédit de 1990. Le nouveau texte en reprend cependant, dans une large mesure, ses dispositions. La volonté du législateur est alors de porter plus loin la libéralisation établie par la loi de 1990. La nouvelle banque centrale perd, quoiqu'un peu, de son autonomie vis-à-vis du pouvoir politique : les membres du Conseil de la monnaie et du crédit et du conseil d'administration de la Banque d'Algérie sont tous nommés par le président de la république

L'ordonnance consolide le régime déjà établi par la loi de 1990 en introduisant de nouveaux principes et/ou en les définissant plus précisément le secret professionnel, les changes et les mouvements de capitaux, la protection des déposants. L'objectif de l'ordonnance est de « renforcer la sécurité financière, améliorer nettement le système de paiement et la qualité du marché.

⁶ Ordonnance 01-01 du 27 février 2001 modifiant et complétant la loi 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit

1.1.6. Ordonnance n°10-04 du 26 août 2010 relative à la monnaie et au crédit

Les principales mesures prise dans cette ordonnance sont:

- ✓ Les participations étrangères dans les banques ne peuvent être autorisées que dans le cadre d'un partenariat dont l'actionnariat national resident représente 51% au moins du capital. Par actionnariat national, il peut être entendu un ou plusieurs partenaires
 - ✓ L'Etat détiendra une action spécifique dans le capital des banques et des établissements financiers à capitaux privés et en vertu de laquelle il est représenté, sans droit de vote, au sein des organes sociaux
 - ✓ L'Etat dispose d'un droit de préemption sur toute cession d'actions ou de titres assimilés d'une banque ou d'un établissement financier³
 - ✓ Les cessions d'actions ou de titres assimilés réalisées à l'étranger par des sociétés détenant des actions ou titres assimilés dans des sociétés de droit algérien qui ne se seraient pas réalisées conformément aux dispositions de l'ordonnance n° 01-03 relative au développement de l'investissement sont nulles et de nul effet
 - ✓ La Banque d'Algérie a pour mission (supplémentaire) de veiller à la stabilité des prix et doit établir la balance des paiements et présenter la position financière extérieure de l'Algérie
 - ✓ Les banques ont l'obligation de mettre en place un dispositif de contrôle interne et de contrôle de conformité. Dans ce dernier cas, il s'agit d'une conformité aux lois et règlements et du respect des procédures
 - ✓ La Banque d'Algérie organise et gère une centrale des risques des entreprises, une centrale des risques des ménages et une centrale des impayés.

D'autres tenures ont été introduites visant au renforcement du cadre institutionnel, au renforcement du contrôle des banques et des établissements financiers, à la protection de la clientèle et à la qualité des prestations bancaires, notamment en renforçant les obligations des banques primaires vis-à-vis de leurs Clients ou encore en affirmant le principe du droit au compte⁷

⁷ *Toute personne qui s'est vue refuser l'ouverture d'un compte de dépôt par les banques de la place et qui, de ce fait, ne dispose d'aucun compte peut demander à la Banque d'Algérie de lui désigner une banque auprès de laquelle elle pour ouvrir un tel compte et ceci nonobstant les cas d'interdiction de chéquier et d'interdiction de banque. Ce compte pourra être limité aux seules opérations de caisse».*

1.2. Acteurs du système bancaire algérien⁸

En termes de structure du secteur bancaire, les banques publiques prédominent par l'importance des réseaux d'agences réparties sur tout le territoire national, même si le rythme d'implantation d'agences des banques privées s'accélère ces dernières années.

La progression soutenue de l'activité de ces dernières contribue au développement de la concurrence, aussi bien au niveau de la collecte des ressources qu'au niveau de la distribution de crédits et de l'offre de services bancaires de base à la clientèle.

En effet, à la fin du mois de décembre 2014, le réseau des banques publiques comprend 1113 agences, celui des banques privées 325 agences alors que le nombre d'agences des établissements financiers s'élève à 87 contre respectivement 1099, 313 et 87 à fin 2013.

Les banques publiques sont établies dans l'ensemble des wilayas, alors que les banques privées ont développé leur réseau principalement au nord du pays. Le total des guichets d'agences des banques et établissements financiers s'établit à 1 525 contre 1 499 en 2013, soit un guichet pour 25 600 habitants contre 25 500 habitants en 2013.

En revanche, le ratio population active/guichets bancaires s'est amélioré passant de 8 000 personnes en âge de travailler par guichet bancaire en 2013 à 7 500 personnes en 2014. Quant au centre de chèques postaux, son réseau d'agences est plus dense que celui des banques avec 3 533 guichets reliés électroniquement en 2014, répartis sur l'ensemble du territoire national, soit un guichet pour 3 240 personnes en âge de travailler.

En tenant compte du total des guichets du secteur bancaire et du centre des chèques postaux en 2014 (5054), il ressort une population active de 2 260 personnes par guichet contre 2 430 personnes en 2013.

Par ailleurs, le niveau de bancarisation, en termes de nombre de comptes ouverts par les banques à la clientèle des déposants (comptes actifs en dinars et devises) et par les centres de chèques postaux, se situe en 2014 à environ 2,98 comptes par personne en âge de travailler contre 2,71 en 2013. Par rapport à la population de plus de 15 ans, les crédits à l'économie des banques et établissements financiers (crédits aux résidents), y compris les créances non performantes rachetées par le Trésor par émission de titres (titres non échus).

Ces indicateurs globaux montrent que le niveau de l'intermédiation bancaire s'améliore progressivement sous l'angle du développement du réseau, du nombre de comptes et du niveau des dépôts collectés. Cette performance relativement insuffisante concerne notamment

⁸ Rapport annuel de la banque d'Algérie (2016).

les volets des services bancaires de base fournis à la clientèle de ménages et les services de distribution de crédits aux petites et moyennes entreprises.

Cela révèle le potentiel en matière d'inclusion financière et sa portée pour le développement de l'intermédiation financière en Algérie. Si l'année 2014 a enregistré une forte amélioration des bilans des banques de 16,3 % contre 6,8 % en 2013, les banques publiques restent prédominantes avec une part relative de 86,7 % du total des actifs contre 85,9 % en 2013

An sein des banques publiques, la première banque représente 25,6 % du total de l'actif du secteur et la deuxième 25,5% contre respectivement 25,3 % et 24,7% à fin 2013 En ce qui concerne les banques privées, leur part est de 13,3 %, les trois premières banques privées représentant 5,8 % chi total des actifs des banques et 43,7 % du total de l'actif des banques privées contre respectivement 6,2 % et 44,0 %, a fin 2013.

La progression de l'activité des banques privées est lente, bien que plus soutenue ces dernières années aussi bien, sous l'angle de la mobilisation des ressources que de la distribution des crédits. Les banques privées maintiennent leur part de marché

Selon la dernière liste élaborée par la Banque d'Algérie et définissant les banques et établissements financiers agréés par la banque centrale jusqu'au 4 janvier 2016 répartissent⁹

1.2.1. Banques Commerciales

- Banque Extérieure d'Algérie «BEA».
- Banque Nationale d'Algérie «BNA».
- Banque de l'Agriculture et du Développement Rural «BADR».
- Banque de Développement Local «BDL».
- Crédit Populaire d'Algérie «CPA
- Caisse d'Épargne et de Prévoyance CNEP banque
- Banque El Barnka d'Algérie
- Arab Banking Corporation Algérie (Bank ABC)
- Natixis Algérie
- Société Générale Algérie
- Citibank NA Alegria Succursale de banque)

⁹ Rapport annuel de la Banque d'Algérie (2016)

- Arab Bank PLC Alegria(Sucursale de banque)
- BNP Paribas El Djazair
- Trust Bank Algérie(TBA)
- Gulf Bank Algérie(AGB)
- The Housing Bank For Trade & Finance Algérie (HBTF-Algérie).
- Fransa Bank El-Djazair
- Crédit Agricole-Corporate & Investissement Bank Algérie(CA-CIB ALGERIE)
- El Salam Bank-Algérie (ASBA).
- H.S.B.C Algérie (Succusale de banque)

1.2.2. Etablissements Financiers¹⁰

On distingue deux types d'établissements financiers à savoir

1.2.2.1. Etablissements financiers a vocation générale

- Caisse Nationale de Mutualité Agricole(CNMA),
- Société Financière D'Investissement, De Participation et De Placement -SPA-
- (SOFINANCE SPA):
- Société De Refinancement Hypothécaire (SRH)
- Arab Leasing Corporation (Société de Crédit-Bail)
- Cetelem Algérie
- Maghreb Leasing Algérie (MLA):
- Société nationale de Leasing (SNL)
- Ijar Leasing Algérie (ILA),
- El djzaur Idjar (EDD).

1.2.2.2. Etablissements financiers a vocation spécifique

- **Fonds National D'investissement**

1.2.3. Bureaux de Représentation

¹⁰ Rapport annuel de la Banque d'Algérie (2016)

- Buitisha Arab Commercial Bank (BACB).
- Union des Arabes et Françaises (UBAF).
- Crédit Industriel et Commercial (CIC).
- Banco sabadell
- Monte Dei Paschi Di Siena.

Section 2 : Modernisation de système bancaire algérien

Dans le cadre de programme de la modernisation du secteur bancaire, plusieurs actions s'articulent autour de la volonté d'implanter et de renforcer l'usage des TIC par les banques algériennes. Ceci s'est manifesté à travers la prise de différentes mesures afin de mieux renforcer l'implantation des TIC dans le secteur bancaire algérien

2.1. Naissance de la Société d'automatisation des transactions inter bancaires et de monétique (SATIM)

La SATIM est l'opérateur monétique interbancaire en Algérie pour les cartes domestiques et internationales

Actuellement, la monétique se constitue d'un réseau national composé CCP. CNEP-banque, BNA, BDL, CNMA, BEA, BADR, CPA, EL BARAKA, Société Générale, BNP, AGB NATIXIS, Gulf Bank, ARAB Bank, ABC Bank, Housingbank, Franta banque

2.1.1. Missions de SATIM

Les principales missions de la SATIM sont :

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

En phase d'obtenir le statut de membre auprès des systèmes internationaux de paiement et de retrait par cartes en qualité de centre de personnalisation des cartes Internationales

2.2. Développement du système de paiement et de la monétique

Qui ont pu être considérés comme le maillon faible du secteur financier algérien offre des perspectives favorables pour la bancarisation de masse.

2.3. RTGS

RTGS est « opérationnel depuis le début février 2006 et sert aux paiements électroniques interbancaires portant sur les grandes sommes dont le seuil minimum peut être inférieur à un million de DZD ¹¹

2.4. Système de paiement de masse

Le système de paiement de masse sera bientôt opérationnel, et permettra à la fois la dématérialisation des titres de créance et la compensation de créances réciproques. Il permettra une amélioration considérable des délais de paiement des chèques et un allègement de la charge de travail grâce à la dématérialisation des opérations. La sûreté du cheque comme moyen de paiement en sortira renforcé.

2.5. Développement de la monétique¹²

Le développement de la monétique s'accélère sous l'impulsion notamment d'Algérie Poste. Selon les dernières statistique émanant de la société d'automatisation des transactions interbancaire et de monétique, 2120 terminaux de paiement électronique (TPE) et 624 distributeurs automatiques de billets sur exploités sur l'ensemble du territoire national et ce, grâce a l'adhésion de 17 institutions financières aux réseaux monétique interbancaire.

Les dernières prévisions de la satin s'établissent à la mise en circulation de quelque 850 000 cartes CIB à fin 2009, la mise en œuvre de 720 DAB et l'installation de 4300 TPE

2.6. Cas particulier d'Algérie poste

¹¹ Le RTGS (Real Time Gross Settlements) est un système conçu pour les transferts interbancaires de gros montants et dans lequel chaque transaction est réglée sur une base brute et en temps réel, le règlement ayant lieu en même temps ou avant que l'instruction ne soit transmise au destinataire

¹² Le magazine promotionnel de l'Algérie El-Djazair » N°101-novembre 2016.

Algérie Poste doit être considéré comme le seul établissement de bancarisation populaire de masse existant en Algérie de par l'ampleur et la densité de son réseau et la performance de son système d'information, les enjeux auxquels fait face Algérie Poste sont d'ordre financier et technique :

- Système d'information et de gestion, avec la poursuite de l'informatisation et traitement informatisé de la comptabilité
- Renforcement des systèmes d'audit et de contrôle interne
- Amélioration de la rentabilité financière pour arriver à l'équilibre hors subventions publiques, et générer sa propre capacité d'autofinancement
- Apprentissage des activités de crédit par le biais de partenariats techniques avec des institutions financières (renforcement du partenariat CNEP Banque, partenariat avec d'autres institutions financières) en vue de devenir dans quelques années une banque postale universelle
- Gérer l'engorgement de certaines agences urbaines dans l'attente du développement de la monétique qui permettrait d'alléger les services de caisse
- Diminuer le risque sur ses produits dans l'hypothèse où le Trésor baisserait la rémunération des CCP, d'où une nécessité pour Algérie Poste de diversifier les revenus de ses services financiers
- Optimiser son portefeuille de clients alors que près de la moitié des CCP sont inactifs.

2.7. NTIC, E-banking et bancarisation de masse

Cette voie permettrait de se dispenser de la création d'une lourde infrastructure d'agences impliquant des investissements importants. Elle est rendue possible par l'existence de réseaux de téléphonie mobile très largement diffusés dans la population (environ 14 millions d'abonnements) et sur le territoire algérien.

L'idée générale est d'utiliser l'architecture existante de téléphones mobiles

En tant qu'outil de

- Comme supports de communication avec la banque, communication,

- Comme moyens de paiement direct entre clients, à la électronique (PME) et terminal de paiement électronique (TPE).

Cette solution pose un certain nombre de problèmes techniques et surtout juridiques à régler, il s'agit donc d'une solution de moyen terme dont on recommande l'exploration par les autorités monétaires et réglementaires.

2.8. Agences bancaires

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

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

Il convient de signaler que ce sont les centres de chèques postaux qui ont un réseau d'agences très dense avec 3357 guichets, soit un guichet pour 3140 personnes en âge de travailler

2.8.1. Accélération des ouvertures des agences de banques privées

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

Les banques arabes se déploient également à grande allure avec notamment AGB, (Alegria Gulf Bank), qui 55 agences sur le territoire nationale¹³

Dans le haut de gamme, HSBC, s'est implantée en Algérie en août 2008 en ouvrant une agence et un siège social à Alger (Pins Maritimes).

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

A la source de l'accélération du déploiement des banques privées, la nécessité pour elles d'élever leur chiffre d'affaires après que la loi leur ait imposé de faire passer leur capital social de 3 à 10 milliards de dinars à la fin 2009. Les 15 banques privées étrangères agréées se

¹³ <https://www.agb.dz/article-view-html>.

sont conformées à cette exigence et ont dans le même temps mis en route un plan de croissance de leurs engagements et de leur capacité à capter l'épargne domestique.

2.9. Utilisation des cartes bancaires

Les détenteurs des cartes bancaires sont essentiellement composés d'hommes d'affaires, de chefs d'entreprises, de cadres de sociétés et de salariés dont le salaire dépasse un certain montant

Selon la Banque d'Algérie, moins de 10% des paiements s'effectuent en cartes bancaires et 80% des algériens privilégient les espèces pour les dépenses courantes (petits achats quotidiens) Le taux de bancarisation en Algérie reste relativement faible, et ce à client de la CIB considérée seulement comme carte de retrait et non de paiement à la fois.

2.10. Généralisation des services bancaires en ligne

Il ne s'agit pas de la simple consultation des avoirs via internet mais de véritables services d'E-banking proposés par des banques privées et publiques aux clients business et particuliers moyennant des abonnements mensuels de 1000 DA par mois.

Il est possible de gérer l'ensemble de ses comptes depuis son ordinateur personnel et ceci 77 et 24/24 et aussi souvent que souhaité. On peut aussi suivre les opérations sur un historique de 30 jours. Il est question aussi d'effectuer des recherches ciblées ou encore de télécharger des relevés de compte aux formats Excel et PDF.

Section 3: Perspectives de la banque électronique en Algérie

Les banques algériennes sont de plus en plus confrontées à des perspectives de libéralisation financière et par voie de conséquences à une concurrence de plus en plus accrue. Afin qu'elles puissent affronter la concurrence étrangère et être compétitif, il est apparu nécessaire d'éliminer les inefficacités qui caractérisent le secteur bancaire algérien et de le doter de services rapides et à moindre coût.

La première banque ayant opté pour cet outil en Algérie est la BEA en 1976, ensuite la BNA en 1976 et enfin de CPA, la BDL. En 1985, les tiers des banques affament avoir intégré le processus d'information d'une façon graduelle et avec une vitesse moyenne.

3.1. Internet et les banques algériennes

L'Internet Banking désigne la présence d'une banque sur internet pour proposer soit des informations d'ordre général, c'est-à-dire sans relation avec le client, soit des prestations bancaires et financières initiées par la clientèle à partir de leurs micro-ordinateurs personnels.

Aujourd'hui, la multitude des points d'accès aux réseaux internet joue en faveur de l'Internet Banking

Il importe de relever a ce niveau que tous les pays développés et émergents dont l'Algérie, sont en train de se doter des directives, de réglementations et de normes en matière d'internet de commerce et de transactions électroniques sur le Web.

Le canal Internet n'est pas encore suffisamment exploité par les banques algériennes. La gestion de la fourniture d'accès à Internet relève d'un monopole qu'exerce l'Etat sur le développement d'applications relatives à la généralisation de ce nouveau canal. Les banques se connectent sur internet avec une ligne téléphonique simple en utilisant un modem, cela s'explique notamment par le sous-développement des assises sur lesquelles transiterait l'information

Après la BADR (Banque de l'Agriculture et du Développement Rural) en 2004, le CPA (Crédit Populaire d'Algérie) s'est lancé le 17 juin 2008 dans l'E-Banking proposant un service qui permet d'avoir des informations sur les mouvements des comptes bancaires mais à distance puis vient le tour de la Banque Nationale d'Algérie (BNA) en 2011, la Banque de Développement Local (BDL) avait ouvert la voie pour offrir ce service, permettant à ses clients, personnes physiques et morales de gérer leurs opérations sur un mois et de leurs soldes. Prenant conscience des enjeux et des opportunités de la banque en ligne, d'autres banques ont suivi, quoique avec retard.

Désormais, les clients peuvent consulter leurs comptes sans se rendre à leur agence bancaire. Selon la formule adoptée, l'usage de l'e-banking peut se matérialiser via quatre canaux il s'agit de l'internet, SMS, le fax et enfin le téléphone.

C'est ainsi que la majorité des banques algériennes disposent aujourd'hui d'un site Web. Ces sites Web sont d'une conception très simple comparés à certaines références internationales et semblent être aux premiers stades de leur développement. Cette faible exploitation des technologies Web, pourtant accessibles et disponibles pour la banque, explique la faible interactivité des sites, la pauvreté de leur contenu et leur aspect peu dynamique, qui renforce bien le constat d'un manque d'engagement des banques sur internet.

Les banques commerciales algériennes privilégient dans leur site les moyens de contacter la banque (par email, en agence ou par téléphone) mais ces services ne se présentent pas sous la même forme. Aussi, les graphismes interactifs, les forums de discussion, le chat en ligne et l'ouverture d'un compte en ligne sont des services totalement absents. De ce point de vue, les sites Web bancaires présentent une interactivité faible.

Dans une première phase, le service E-Banking commence par la consultation du solde du compte, la formulation de demande de chéquier, rendez-vous via net et le suivi des opérations comme les virements et les retraits.

Cependant, il faut mentionner qu'il y a des banques dont les sites web offrent une gamme de renseignements sur elles-mêmes, le site web de la banque est utilisé comme un panneau publicitaire pour véhiculer la signature institutionnelle de la banque et la plupart d'entre eux l'ont pas été mis à jour depuis longtemps la date de la dernière mise à jour des sites est absente dans 50% des cas. L'ensemble de ces éléments montre un manque d'intérêt de la part des banques pour ce média et laisse supposer un sentiment de suffisance par rapport à ce qui a déjà été réalisé (malgré leur faible niveau global d'interactivité).

Aussi, la Banque d'Algérie a un site sur Internet qui expose des données sur politique monétaire, financière et des statistiques variées, qui sont antérieures à savoir le dernier rapport annuel qui existe sur le site date de 2005, il ne fournit aucun service électronique la différence des sites des banques centrales dans le monde et dont certains supervisent les systèmes de paiements électronique des banques commerciales à travers leur site Web.

Ainsi, la supériorité de la présence de la langue française par rapport à la langue Anglaise et arabe, ainsi que l'absence totale d'autres langues étrangères montrent une orientation « très locale » de ces sites.

D'autres banques comme BNP Paribas d'Algérie et Gulf Alegria (AGB) disposent d'un site web transactionnel au lieu d'un site vitrine, à travers lequel elles offrent à leurs clients la possibilité d'effectuer des opérations bancaires en ligne. Le directeur général adjoint de

la banque (AGB), Andre-Guy Beyrouthi a révélé que parmi les services e-banking proposés par AGB il y a le SMS Push¹⁴, le Mail Swift¹⁵ et le Mail Notifié¹⁶

En s'appuyant sur les nouvelles technologies, ces banques mettent à la disposition de leurs clients une panoplie de services bancaires à travers l'internet banking. Les services sont de trois types:

¹⁴ notifications et informations sur toutes les opérations bancaires.

¹⁵ informations et avis de débit, crédit sur opérations.

¹⁶ "informations et avis de débit, crédit sur opérations.

- Des opérations de consultation (consulter le solde de son compte, consultation du cours des devises etc)
- Des opérations de simulation d'uu crédit, d'édition et de téléchargement (éditer extrait du compte, télécharge relever bancaire, formulaire de demande de prêt, etc) Des opérations transactionnelle ordonner un virement, effectuer une demande carnet de chèque, demande des cartes bancaire, etc)

Le bénéficiaire de ce service devra disposer également d'un deuxième code confidentiel ou code d'authentification pour pouvoir effectuer ce type d'opération.

3.2. Accès au service E-Banking

Pour accéder a ce service, l'agence bancaire communique généralement a son client, dans une première étape, un identifiant et un mot de passe. Une fois l'accès au service effective avec succès la banque demande au client via sa page Web de définir sa propre « signature électronique >> qu'il gardera évidemment secrète, une mesure qui vise une sécurisation maximale de l'opération mais certains spécialistes pointent du doigt la défaillance de l'aspect réglementaire régissant l'utilisation de la signature électronique en Algérie. En s'appuyant sur le fait que l'ARPT (Agence de Régulation de la Poste et Télécommunication) n'a pas sélectionné à ce jour un bureau de certification de cette signature électronique à améliorer, selon le délégué général de l'Association des banques et établissements financiers (ABEF) Mr. Abderrezak Trabelsi, le « développement timide du E- Banking », en Algérie n'a rien à voir avec la signature électronique, mais constitue tout simplement « le résultat du manque de fiabilité des services de télécommunications chez les banques »¹⁷ Tant qu'il y a pas de transactions commerciales réelles via internet en Algérie on ne peut pas parler d'un texte réglementaire qui régit cette signature.

L'abonnement à ce service est gratuit ou symbolique. En effet l'abonnement au E. Banking du CPA coute 100 DA par mois et par compte pour les clients particuliers et a 800 DA pour les clients professionnels avec les même conditions. Quant aux SMS et FAX il est proposé de les recevoir par mois à la date souhaitée par le particulier concerné. Ce service est facture au même tarif pour les entreprises mais à raison d'une fois par semaine la tarification est de 50 DA par mois et par compte pour SMS et 200 DA par mois et par compte pour FAX.

¹⁷ *Crédit Populaire d'Algérie a l'ère du e-banking (mars 2013)*
<http://www.djazairiess.com/letemp/89797>

En conclusion, dans un contexte d'ouverture de marche et de développement de la Concurrence et de la compétitive, le recours à l'Internet Banking et linux multiples services qu'elle offre est inévitable. Toute hésitation ne ferait qu'alourdir l'écart de compétitivité déjà important entre les banques algériennes et les banques étrangères.

3.3. Usages de téléphone dans le service bancaire

Le mobile banking pourrait être une nouvelle source de revenu pour la banque surtout que la majorité des gens utilisent le mobile. Pour eux l'avantage principal de ce service est : le gain de temps ainsi que l'accessibilité rapide aux moyens de paiement bancaire.

De ce fait, les banques algériennes doivent profiter du grand nombre d'abonnements au service téléphonique dans la fourniture de service pour attirer un plus grand nombre de clients.

L'idée générale est d'utilisé l'architecture existante de téléphone mobile

- Comme support de communication avec la banque en tant qu'outil de communication
- Voire comme moyens de paiement direct entre client, à la fois portemonnaie électronique (PME) et terminal de paiement électronique (TPE)

3.4. Réalité de la monétique en Algérie

L'Algérie est à la traine derrière ses voisins maghrébins en matière de généralisation de la monétique. Les quelques expériences négatives au démarrage et qui malheureusement persistent ont freiné ce développement notamment¹⁸

- Les problèmes de télécommunication:
- Pannes récurrentes des DAB
- Le blocage de la carte,
- L'imputation de sommes d'argent au compte sans retrait effectif:
- Mauvaise qualité des billets de banque en circulation

¹⁸ Rabmowi Kamel (2011), a la mouétique a la recherche de crédit sa'tic magazine, Nd0,7

Ces facteurs ont amené les porteurs à être réticents à l'utilisation de la carte. De ce fait, plus de la moitié des cartes distribuées ont expiré sans jamais avoir été utilisées faute d'adhésion du citoyen et 1,3 million de cartes envoyées aux clients n'ont jamais été retirées des bureaux de poste, même lorsqu'elles sont en services, la grande majorité de leurs porteurs retire la totalité de leur salaire en une seule fois et les utilisateurs réguliers des cartes bancaires sont essentiellement des hommes d'affaires, des chefs d'entreprise, des cadres de sociétés et des salariés dont le salaire dépasse un certain montant (environ 50 000 DA et plus)¹⁹

Aussi certains spécialistes estiment en outre que sur le plan marketing, la carte de paiement n'a guère bénéficié d'une promotion particulière, pas de campagnes de communication à la télévision, d'affiches dans les principales artères. On se contente de discussions, de salons ou de séminaires dans les grands hôtels d'Alger pour en parler²⁰

Dans la monétique, le Maroc et la Tunisie, sont parfaitement aux normes internationales. Les systèmes financiers tunisien et marocain sont caractérisés par des avancées importantes en matière de monétique et de télépaiement par rapport à l'Algérie. Le niveau qu'ont pu atteindre le Maroc et la Tunisie en matière de la monétique n'est pas l'effet du hasard mais le résultat des différentes réformes qu'ont connues leurs systèmes financiers,

Le niveau de la monétique en Tunisie et au Maroc est plus développé par rapport à celui de l'Algérie. Ce décalage en matière de temps et de volume peut être justifié par l'importance accordée à cette activité par chaque pays. L'envergure des réformes entreprises par la Tunisie et le Maroc au profit de leurs systèmes financiers sont établies comme suit :

- ✓ La volonté politique est manifestée à travers l'intérêt qu'accordent les plus hautes instances des deux pays (le Maroc et la Tunisie) qui considèrent que la monétique comme un axe stratégique du développement économique et social.

- ✓ Présence accrue des sociétés internationales telles que MasterCard, Visa international et Américain Express.

- ✓ Les sociétés monétiques (SMT en Tunisie et CMI au Maroc), jouent un rôle fédérateur pour toutes les banques, l'équivalent de la SATIM en Algérie

- ✓ Les banques centrales ont promulgué des lois et règlements en parfaite harmonie avec le paysage monétique dans chaque pays. Cette réglementation favorise le développement et la promotion de la monétique tout en veillant sur les aspects du risque et de la sécurité.

¹⁹ Mahrez Hadi Seyed, (2013) *a carte bancaire et monétique, aux origines du retard were perspective n°8*

²⁰ Rahamowni Kamel. (2011), *la mouétique a la recherche de crédit, Op. cit, p8*

Le Maroc et la Tunisie sont engagés depuis 1984 et 1987 dans la voie des réformes axées principalement sur l'amélioration de l'environnement pour assurer l'émergence d'un secteur financier concurrentiel et l'intégrer au niveau international

En effet le Maroc et la Tunisie ont entrepris plusieurs démarches rigoureuses pour le développement de ce dernier, qui sont :

Promouvoir le développement et l'utilisation de la carte de retrait et de paiement par les nations tunisien et marocains :

- ✓ Promouvoir l'acceptation des cartes en Tunisie et au Maroc, en paiement des dépenses effectuées par les touristes, les hommes d'affaires, émises par les grands Organismes internationaux
- ✓ Mise en centre de l'ensemble des actions régissant le fonctionnement des systèmes monétique et ces divers composantes : Marketing maîtrise des technologies, automatisation des procédures bancaires, rapidité des transactions, économies des flux financière ...etc
- ✓ Mise en œuvre de l'ensemble des moyens destinés à traiter ou assurer sur le territoire national et au niveau international les transferts et la maîtrise des technologies nécessaires pour les rapatriements et transferts électroniques des fonds.
- ✓ La mise à la disposition des banques d'un très haut niveau de sécurité par l'utilisation de techniques nouvelles.
- ✓ La formation aussi bien des cadres bancaires que des usagers à la Monétique.

Conclusion

Les banques algériennes souffrent encore de difficultés, plus profondes et qui sont essentiellement liées à des incompatibilités technologiques des processus existants avec les technologies de base de l'internet et à la complexité des changements organisationnels.

D'autre part, on peut conclure que les banques algériennes ont un important retard technologique du à l'existence de vieux système et d'infrastructures informatiques et organisationnelles.

Du cote de la clientèle, le consommateur algérien semble être peu informé par des services bancaires en ligne à cause de l'inexistence de campagnes de sensibilisation, de communication ciblées et ne cherche pas à s'abonner et même dans le cas contraire un nombre important de clients soucieux de la sécurisation de leurs transactions bancaires préfèrent la méthode traditionnelle à savoir : s'orienter directement à l'agence et avoir in contact avec des personnes physiques.

CHAPITRE III :

*L'étude pratique sur l'e-
banking aux seins de la
banque CNEP TIZI-OUZOU*

Introduction

Les TIC sont devenues un puissant levier de développement économique et social, Elles sont à la source d'innovation continues au cœur de la croissance économique et créant des opportunités nouvelles de développement.

La révolution technologique en matière d'information et de communication a permis de nouvelles formes de distribution de service bancaire telle la banque à distance ou l'E Banking appliqué par les grandes banques pour fournir des services financier a sa clientèle .

Cette banque en ligne attire plusieurs clients, nettement ceux ayant peu de temps pour se rendre au guichet bancaire.

Section 1 : présentation de l'e-banking au niveau de la CNEP banque.

Les nouvelles technologies sont au centre de débat dans les pays en développement qui désirent eux aussi profiter des avantages qui en découlent.

Parmi ces technologies on trouve l'internet, il est sans doute la technologie la plus répandue et la plus évoluée. D'une manière ou d'une autre, il est maintenant irréfutable qu'internet changeait le modèle économique des banques algériennes et ceci pour le plus grand bénéfice de client, il a permis l'émergence d'e banking.

Dans ce qui suit, nous allons présenter l'e banking au sein de la cnep

1. Historique de la CNEP banque :

La caisse Nationale d'épargne et de prévoyance Banque, par abréviation « CNEP Banque », est un établissement public doté de la personnalité civile et d'une autonomie financière. Elle a été créée par la loi N°64-227 du 10/08/1964 sur la base du réseau de la Caisse de solidarité des départements et des Communes d'Algérie (CSDCA). Son siège social est à Alger.

Selon les termes de la loi N°64-227 du 10/08/1964, les missions dévolues à la CNEP Banque sont :

- La collecte de l'épargne ;
- Le financement de l'habitat social.

La première agence de la CNEP Banque a officiellement ouvert ses portes le 1er Mars 1967 à Tlemcen.

La CNEP Banque a connu plusieurs mutations dans un souci de redressement et d'élargissement de son champ d'action, les principaux changements sont repris ci-après.

- Première période (1964-1970) : collecte de l'épargne

Cette période était celle de la et de la mise en place du livret d'épargne. Les deux attributions principales assignées à la Caisse d'épargne de l'époque étaient :

- La collecte de l'épargne ;
- L'octroi du crédit pour l'achat de logement (prêts sociaux).

- Seconde période (1971-1979): encouragement du financement de l'habitat

Durant cette période, l'effort était surtout consacré à l'encouragement du financement de l'habitat et au développement de la présence de la caisse sur le marché d'épargne.

Au mois d'avril 1971, une instruction a chargé la CNEP de financer les programmes de réalisation de logements en utilisant les fonds du trésor public. Dès lors, l'épargne des ménages va connaître un essor prodigieux. A la fin de l'année 1975 furent vendus les premiers logements au profit des titulaires de livrets d'épargne.

- La décennie 1980 : La CNEP au service de la promotion immobilière

De nouvelles tâches sont assignées à la CNEP. Il s'agit des crédits aux particuliers pour la construction de logements et le financement de l'habitat promotionnel au profit exclusif des épargnants. La CNEP entreprit une politique de diversification des crédits accordés notamment en faveur des professions libérales, des travailleurs de la santé, des coopératives de service et des transporteurs

- LA CNEP après 1997 :

A partir de 1997, la CNEP est passée du statut de caisse à celui de banque, sa nouvelle dénomination est désormais la « CNEP Banque ». Cette dernière s'est vue élargir son champs d'action aux produits autrefois l'apanage des banques primaires et ce par décision N°01/97 du 09/06/1997 émanant du ministère des finances.

Suite à cette décision ministérielle, la CNEP est érigée sous la forme d'une société par Actions (SPA). Le capital social de la CNEP Banque est fixé à 14 milliards de dinar divisé en 14 000 actions de 1000DA chacune. La CNEP Banque a été immatriculée au registre de commerce en date du 24/12/2000 sous le numéro 00138291300, aussi tous les dirigeants ont été agréés par le gouverneur de la banque d'Algérie.

Outre ses 209 Agences d'exploitation, la CNEP Banque a signé depuis longtemps une convention avec les PTT (actuellement Algérie Poste) pour la distribution de ses produits via le réseau postal.

- Le 31 Mai 2005 : financement des investissements dans l'immobilier

L'assemblée Générale extraordinaire a décidé, le 31/05/2005, de donner la possibilité à la CNEP Banque de s'impliquer davantage dans le financement des infrastructures et activités liées à la construction, notamment pour la réalisation de biens immobiliers à usage

professionnel, administratif, industriel ainsi que les infrastructures hôtelières, de santé, éducatives et culturelles

1 •Le 17 juillet 2008 : Repositionnement stratégique de la CNEP Banque

L'assemblée générale ordinaire du 17 juillet 2008 relative au repositionnement stratégique de la banque décide d'autoriser au titre des crédits aux particuliers :

- Les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires en vigueur au sein de la banque à l'exclusion des prêts pour l'achat, la construction, l'extension et l'aménagement des locaux à usage commercial ou professionnel ;
- Pour le financement de la promotion immobilière, sont autorisés :
- Le financement des programmes immobiliers destinés à la vente ou à la location, y compris ceux intégrant des locaux commerciaux ou professionnels ;
- Le financement de l'acquisition ou de l'aménagement des terrains destinés à la réalisation de logements
- Le financement des entreprises

2. Organisation de la CNEP Banque :

La CNEP Banque est gérée par un conseil d'Administration qui comprend outre le Président Directeur Général nommé par décret et choisi en fonction de sa compétence en matière économique et financière, cinq administrateurs qui représentent les divers ministères intéressés à sa gestion, soit :

- Le ministère de l'intérieur ;
- Le Ministère de l'économie et des finances ;
- Le ministère des travaux publics ;
- Le ministère des affaires sociales ;
- Le ministère des postes et télécommunications

Le conseil d'administration est investi des pouvoirs les plus étendus pour la gestion de l'administration et de l'instruction dans le cadre des activités statutaires de cette dernière et des plans financiers nationaux :

- Il décide de son organisation générale et arrête les règlements intérieurs sur proposition du Président Directeur Général ;

- Il décide des actions judiciaires à introduire

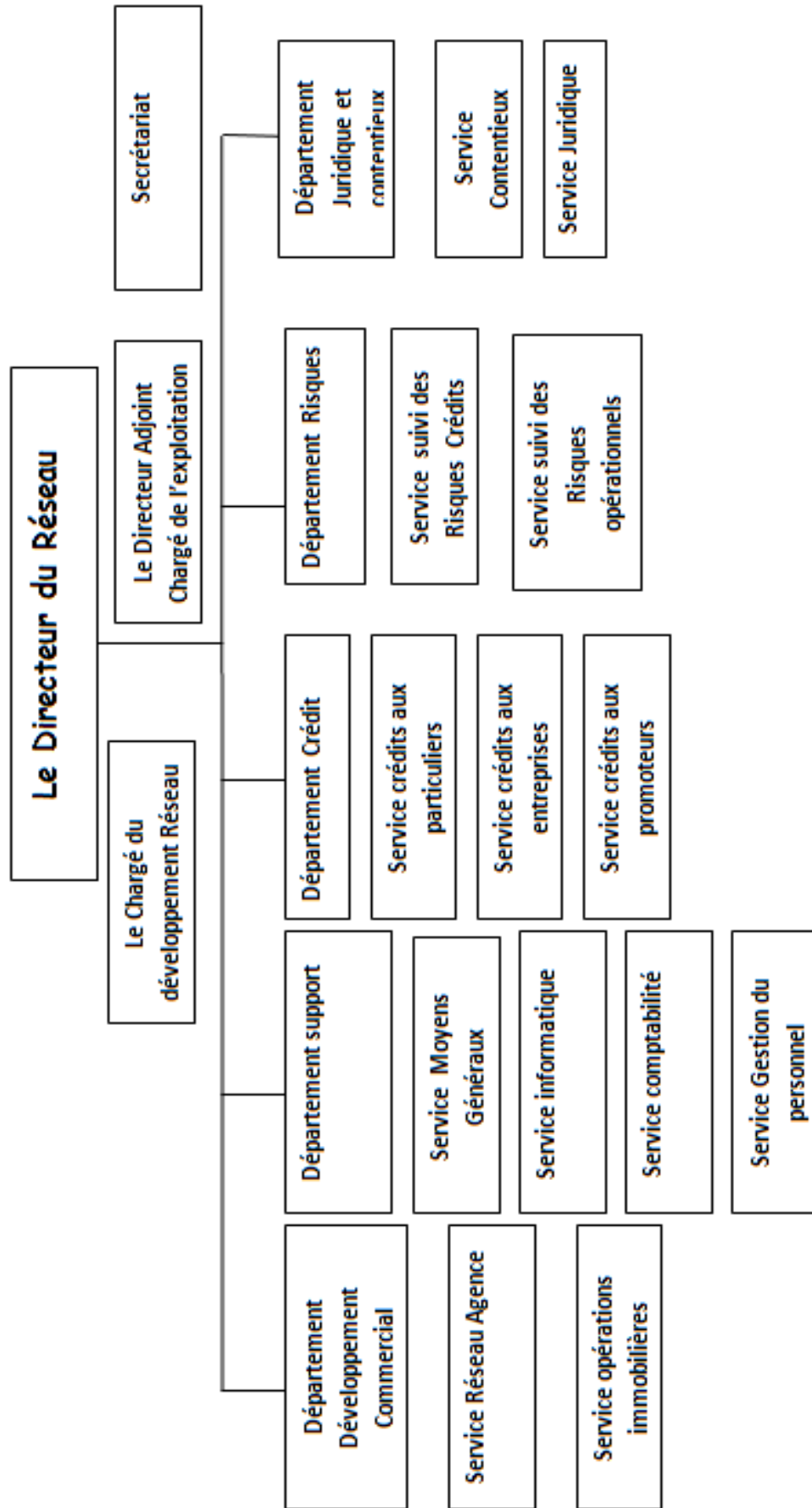
La gestion courante de la CNEP Banque et l'exécution des décisions du conseil d'administration sont confiées à un Président Directeur Général nommé par décret. Ce dernier assure le fonctionnement de la CNEP Banque comme il assure d'autres fonctions fixées au préalable. 979, le réseau de la CNEP comptait quarante (46) Agences et bureaux de collecte.

Le contrôle du fonctionnement de l'institution est assuré par un commissaire aux comptes agréé par le ministère de l'économie et des finances. Les activités commerciales et administratives de ses agences sont encadrées par quatorze Directions de Réseaux, à compétence géographique déterminée sur la base d'un découpage du territoire national et l'implantation des agences.

L'autorité de la Direction Générale s'exerce par l'intermédiaire de sept Directions Générales adjointes (Crédit, Administration, Recouvrement, système d'information, développement, finance et comptabilité, contrôle) auxquelles sont rattachées des directions centrales.

L'organigramme de la CNEP Banque peut être représenté par le schéma repris dans la page suivante.

Organigramme Général d'une Direction de Réseau



Section2 : les modalités et fonctionnement des services e-banking :

Article 1 : objet

La présente note de procédure a pour objet de définir les modalités de traitement, de gestion et d'abonnement des clients de la cnep-banque aux services e-banking

Article2 : définition

2.1. E-banking :

L'e-banking est un service mis par la cnep-banque, via un portail web sur internet, à la disposition de sa clientèle individuellement. Il leur permet d'accéder à distance à leurs comptes ainsi qu'à d'autres fonctionnalités en toute sécurité, 24h/24 et 7j/7

2.2. Abonné :

Le client de la banque adhérent au service e-banking, est dénommé (abonné)

2.3. Interlocuteur :

La personne autorisée par l'abonné à consulter ses comptes et/ou les mouvementer, est dénommé (interlocuteur)

2.4. Comptes autorisés :

Les comptes autorisés, sont les comptes de l'abonné désignés par celui-ci en vue d'être consultés et/ou mouvementés via le service e-banking

2.5. Login :

Le login est l'identifiant de l'abonné ou de l'interlocuteur qui leur permet l'accès au service e-banking

2.6. Mot de passe :

Le mot de passe est le code secret qui permet à l'abonné et/ou l'interlocuteur d'accéder à l'espace client au niveau du service e-banking

Article3 : bénéficiaires des services e-banking.

Les bénéficiaires du service e-banking sont exclusivement les clients de la banque à savoir :

- ✓ Les personnes physiques : clients particuliers

- ✓ Les personnes physiques commerçantes : entreprises individuelles, professions libérales et autres
- ✓ Les personnes morales : entreprises, sociétés, compagnies, établissements, associations et administrations

Article4: services offerts (via e-banking)

L'abonnement aux services e-banking permet à l'abonné de bénéficier des services suivants:

4.1. Consultation des soldes et de l'historique des soldes :

La page des soldes permet à l'abonné de visualiser dans une table les soldes de ses comptes avec les informations suivants :

- ✓ Le libellé et numéro de compte.
- ✓ Le titulaire du compte.
- ✓ la date du solde.
- ✓ la devise du compte.
- ✓ le solde du compte.

A partir de cette page, l'utilisateur peut accéder au relevé de compte en cliquant sur le lien du (libellé du compte) voir relevés de comptes ou d'opération.

Les historiques de solde permettent au client d'avoir un aperçu sur l'évolution de ses soldes sur une période donnée :

Ce service concerne à la fois :

- ✓ Le solde comptable
- ✓ Le solde en valeur

La période de consultation est configurée en nombre de jours. Ceci permet à l'utilisateur de visualiser l'évolution de son solde sur cette période à partir de la date de consultation de son solde

4.2. Consultation des derniers mouvements :

Ce service permet à l'abonné de visualiser le délai des opérations de chacun de ses comptes.

A partir de la page des soldes, le client peut accéder à la page des relevés d'opérations qui lui présente les informations sur le compte consulté ainsi que le détail de l'opération disponible dans l'historique de ce compte.

Pour chaque opération, les informations mises à la disposition du client, sont :

- ✓ Le code de l'opération
- ✓ La date de l'opération
- ✓ Le libellé de l'opération
- ✓ La banque
- ✓ Le montant de l'opération : ce montant apparait dans la partie (crédit) s'il s'agit d'une opération créditant le compte et dans la partie (débit) s'il s'agit d'une opération débitant le compte.
- ✓ Les libellés de ces colonnes contiennent des liens hypertextes permettant de trier le tableau en ordre croissant ou décroissant selon la colonne choisie. Ainsi, si l'utilisateur clique sur le libellé de la colonne (date d'opération) une première fois, le tableau est trié par ordre croissant selon la date, s'il clique une seconde fois, le tableau est trié par ordre d »croissant selon la date.

4.3. Téléchargement des relevés de compte :

Ce service permet au client de télécharger ses relevés d'opérations.

Les formes disponibles dans la plateforme, sont les formats (PDF) et (EXCEL).

Le format (PDF) permet de servir le client qui souhaite un format visualisable et imprimable, et le format (EXCEL) permet de servir le client qui souhaite disposer d'un format qu'il peut importer dans des outils de traitement pour des fins de rapprochement et autres.

4.4. Edition des relevés de compte :

Lors du téléchargement ou de la visualisation de son relevé de compte au format (PDF), le client peut, sur un simple clic, imprimer son relevé.

4.5. Edition des relevés d'identité bancaire (RIB) :

Ce service permet à l'utilisateur d'éditer et d'imprimer son relevé d'identité bancaire via le canal e-banking sans avoir à se déplacer à son agence. Il peut imprimer un RIB pour chacun de ses comptes donnant droits.

La page de ce service affiche un formulaire dans lequel l'utilisateur doit remplir l'information suivante :

- ✓ Le compte pour lequel le client désire un RIB
- ✓ Le nombre d'impressions souhaitées

Après la validation du formulaire, le RIB demandé est affiché sur l'écran de l'utilisateur et peut être imprimé par simple clic sur le bouton approprié.

4.6 commande de chéquier :

Ce service permet à l'utilisateur de commander des chèques via internet. Lors de la commande, l'utilisateur remplit un formulaire qui fournira à la banque les informations suivantes :

- ✓ *Compte* objet de la commande : choisi dans une liste de compte.
- ✓ Nombre de chèques : ce nombre est contrôlé après la saisie en fonction du nombre de chèques maximum configuré par la banque.
- ✓ Type de chéquier.

L'utilisateur confirme sa commande en saisissant son mot de passe (confirmation authentifiée)

Le suivi des commandes de chèques se fait à travers la fonction historique des commandes qui offre au client un aperçu sur les demandes de chèques effectuées grâce au service (commande de chéquier).

Le client peut trier l'historique de ses commandes selon le critère de son choix en cliquant sur le libellé correspondant.

L'historique affiche, pour chaque commande, les informations suivantes :

- ✓ Identification du compte.
- ✓ Date de la commande.
- ✓ Type de chéquier commandé.
- ✓ Quantité commandée.
- ✓ Référence de la demande attribuée automatiquement par le système après la commande.

4.7. Consultation des cartes bancaires :

Ce service permet de lister les cartes appartenant à l'abonné, ainsi que les détails de chaque carte.

En sélectionnant une de ses cartes, l'utilisateur accède aux données suivantes :

- ✓ Titulaire du compte
- ✓ Numéro de compte
- ✓ Type de carte : débit, crédit, prépayé
- ✓ Statut de la carte
- ✓ Détail des plafonds pour les retraits et les paiements

4.8. Opposition sur carte bancaire :

Ce service permet à l'abonné de faire opposition sur une carte bancaire perdue ou volée via internet

L'utilisateur remplit un formulaire qui fournit à la banque les informations suivantes :

- ✓ Motif de l'opposition : vol ou perte
- ✓ Date et heure de la perte ou du vol : informations facultatives

Un récapitulatif des informations saisies permet à l'utilisateur de vérifier le contenu de sa demande avant de la valider. Elle permet également à l'utilisateur de modifier ou d'annuler sa demande tant que l'opération n'a pas encore été confirmée.

L'utilisateur confirme sa demande en saisissant son mot de passe.

4.9. Consultation et Edition des opérations sur carte :

En cliquant sur un bouton, l'utilisateur accède aux opérations relatives à sa carte bancaire. Ces dernières qui sont éditables, sont triées par date d'opération et par ordre décroissant.

4.10. Consultation des crédits :

Ce service permet à l'abonné de de consulter les situations de ses crédits à savoir, la date et montant de la prochaine échéance, échéances impayées et le capitale restant du

4.11. Virement unitaire :

Ce service permet aux clients de la banque d'effectuer des virements unitaires. Nous distinguons deux types de virements unitaires :

- ✓ Virement de compte à compte : compte du même client
- ✓ Virement vers un compte bénéficiaire : compte détenu par un client tiers qu'il soit intra ou inter bancaire.

Afin d'effectuer des virements, les clients abonnés doivent remplir un formulaire sur lequel figurent les informations suivantes

- ✓ Le compte à débiter
- ✓ Le compte à créditer
- ✓ La date d'exécution du virement : date du jour où différée
- ✓ Le motif du virement
- ✓ Le montant du virement
- ✓ La devise du virement

L'interface saisie est le même dans les deux cas : virement de compte à compte et virement vers un compte bénéficiaire.

L'utilisateur confirme son ordre de virement en saisissant son mot de passe. Si l'utilisateur est signataire, la plateforme lui propose d'apposer sa signature électronique dans le même temps, ou de le faire plus tard.

✓ Les mécanismes de paramétrage des processus de signature sont les mêmes pour le virement de compte à compte et le virement vers un compte bénéficiaire. La plateforme prend en considération deux cas de figures dans le processus de signature d'un virement :

Quand la banque propose la signature (signature unique) : dans ce cas, l'ordre est considéré signé en attente de collecte d'export vers le site central

✓ Quand la banque propose la double signature (double signature) : dans ce cas, deux statuts sont possibles après la saisie du virement :

- « Signé » en attente de collecte et d'export vers le site central si l'utilisateur est autorisé à saisir et signer seul.
- « En attente de deuxième signature » si le profil de l'utilisateur nécessite une signature supplémentaire.

L'ordre de virement ne peut pas être collecté tant que toutes les signatures nécessaires n'ont pas été apposées.

Les virement saisis seront par la suite exportés sous le format de la norme de la banque d'Algérie et remontés vers le site central pour leur traitement.

Dans le cadre du virement vers un compte bénéficiaire, la plateforme met à la disposition de l'utilisateur un écran de « gestion des bénéficiaires » permettant de lister et de gérer les bénéficiaires de l'utilisateur, notamment, leur ajout, modification et/ou suppression.

Plusieurs contrôles sont effectués dans ce service :

- ✓ Contrôle du solde du compte
- ✓ Contrôle des plafonds et planches des comptes
- ✓ Contrôle des seuils minimums et maximums de virement pour les comptes
- ✓ Contrôle des plafonds en fonction des profils des utilisateurs chez le client
- ✓ Contrôle de la conformité du RIB du bénéficiaire du virement

Après la validation de la saisie, un récapitulatif des informations rentrées dans le formulaire permettra au client de contrôler son virement afin de le confirmer, de le modifier ou de l'annuler

L'utilisateur confirme son ordre de virement en saisissant son mot de passe ou signature électronique

Les virements saisi on-line seront par la suite collectés en respectant la norme de la banque d'Algérie et remontés vers le site central pour traitement

4.12. Virement de masse :

Ce service permet aux clients de la banque d'envoyer leurs remises d'ordres dans des fichiers respectant le format des virements par « EDI/ Echanges des données informatisées » de la norme de la banque d'Algérie (voir les annexes n°5)

Les utilisateurs peuvent, à titre d'exemple, envoyer leurs fichiers de virement qui peuvent être des virements de salaires ou d'autres virements, en vue de leur traitement sans passer par les formulaires de saisie

La référence du virement n'est, cette fois, attribuée automatiquement, elle est contenue dans le fichier de remise. Celle-ci doit être unique. Le fichier est rejeté si un virement disposant de la même référence a été précédemment chargé

Une fois les contrôles du workflow (fichier d'échange) choisi opérés avec succès, le virement rentre dans le processus de signature au même titre que les autres types de virements. Un tableau reprenant l'historique des remises chargées est disponible pour consultation. Sa profondeur dépend du paramétrage de purge des virements établi par la banque

A chaque consultation du délai d'une remise chargée, la plateforme décrypte la remise sauvegardée, affiche son délai puis la recrypte

4.13. Prélèvements :

Ce service permet aux clients de la banque de charger des remises de prélèvements dans le format des prélèvements par « EDI » de la norme de la banque d'Algérie (voir l'annexe n°6)

La plateforme permet à l'utilisateur de consulter la liste des prélèvements émis. Aussi, il lui est possible de charger un fichier de remise des prélèvements

Les mécanismes de paramétrage des processus de signature sont les mêmes que ceux proposés dans le cadre des différents services de virements

4.14. Notification par «SMS» :

Ce service permet à l'abonné de recevoir des notifications émises par la banque, pour des transactions effectuées sur son compte par carte, sur les situations de son compte, de son crédit, ainsi que d'autres informations

4.15. Cordonnées des agences de la banque :

Le service e-banking permet à l'abonné, au niveau de la page d'accueil, de consulter les coordonnées de l'ensemble des agences de la banque, notamment :

- ✓ Le nom de l'agence
- ✓ Le code agence
- ✓ Les adresses et les numéros de téléphone des agences

4.16. Conversion des devises :

Ce service permet à l'abonné de consulter le cours de change des devises et leur conversion en monnaie locale

4.17. Gestion des bénéficiaires :

Dans le cadre du virement vers un compte bénéficiaire, la plateforme met à la disposition de l'utilisateur un écran de « gestion des bénéficiaires » permettant de lister et gérer les bénéficiaires du client abonné, notamment, leur ajout, modification et/ou suppression

4.18. Service de messagerie :

La plateforme fournit à ses utilisateurs une messagerie bidirectionnelle sur le canal web, c'est-à-dire de la banque vers le client et du client vers la banque

L'abonné peut consulter la listes des messages reçus à travers une « boîte de réception » consulter la listes des messages envoyés à travers sa « boîte d'envoi » et enfin, consulter les messages supprimés dans sa « corbeille »

4.19. Modification du mot de passe :

La solution de l'e-banking permet de modifier le mot de passe d'accès de l'utilisateur en suivant le processus de modification du mot de passe repris ci-dessous :

- ✓ Saisie du mot de passe à modifier
- ✓ Saisie du nouveau mot de passe
- ✓ Confirmation de la saisie du nouveau mot de passe

Il est à noter que les saisies énumérées se font à travers un clavier virtuel alphanumérique

Le mot de passe doit être composé au minimum de huit (8) caractères comprenant des lettres majuscules et minuscules, des chiffres, et au moins, un caractère spécial

Dans le cas de perte et/ou d'oubli du mot de passe, l'abonné peut obtenir un nouveau mot de passe en adressant une demande écrite à son agence

La demande est traitée par le chargé de la clientèle qui la saisira sur le système d'information de l'agence. Un nouveau mot de passe qui sera remis selon les mêmes formes initiales à l'abonné est généré par le système d'information en agence

4.20. Autres informations :

Le service e-banking permet à l'abonné d'accéder aux autres informations transmises par la banque à l'exemple des publicités sur les nouveaux produits

L'e-banking permet à l'abonné de rentrer en relation avec son chargé de la clientèle ou le call center de la banque

Article 5 : les conditions d'accès aux services e-banking.

Peut bénéficier des services e-banking tous les clients remplissant les conditions suivantes :

- ✓ Etre titulaire d'un ou plusieurs comptes ouverts auprès de la banque
- ✓ Souscrire un contrat d'abonnement relatif aux prestations du service « e-banking » selon les modalités mises en place par la banque

Article 6 : les packs.

Le « pack » est un ensemble de service et/ou de fonctionnalités faisant partie du « pack global » des services e-banking. Proposé à un segment de la clientèle de la banque

Vu de la diversité du portefeuille client de la banque. la CNEP banque propose à ses clients sept (7) packs des services e-banking

Le choix du pack est fait par le client lors du renseignement de la demande d'abonnement aux services e-banking. Ce choix est enregistré au niveau du système d'information en agence au moment de la saisie de l'abonnement

6.1 Pack particulier

Ce pack permet à ses abonnés, soit les clients « particuliers » d'accéder a l'ensemble des services e-banking a l'exception des transactions financière et de la réception des SMS

6.2 Pack particulier +

Ce pack permet à ses abonnés qui sont également les clients « particulier » d'accéder a ensembles des services e-banking y compris les transactions financières et la réception des SMS

6.3 : pack entreprise

Ce pack permet aux abonnés figurant dans cette catégorie, soit les clients « entreprise » d'accéder à l'ensemble des services e-banking a l'exception des transactions financières et de la réception des SMS

6.4 : pack entreprise +

Ce pack permet aux abonnés figurant dans cette catégorie, soit les clients « entreprise » d'accéder à l'ensemble des services e-banking y compris la transaction financière et de la réception des SMS

6.5 : pack professionnels

Ce pack permet aux abonnés qui sont les clients « commerçants particuliers » et « profession libérales » d'accéder à l'ensemble des services e-banking a l'exception des transactions financières et de la réception des SMS

6.6 : pack professionnels +

Ce pack permet aux abonnés qui sont les clients « commerçants particuliers » et « profession libérales » d'accéder à l'ensemble des services e-banking y compris la transaction financière et de la réception des SMS

6.7 : pack personnel CNEP

Les abonnés à ce pack sont les « personnels CNEP-banque ». Ce pack permet à ses bénéficiaires d'accéder à l'ensemble des services e-banking y compris la transaction financière et la réception des SMS

Article 7 : étapes de l'abonnement.

L'abonnement aux services e-banking est souscrit au niveau de l'agence comme suit :

7.1 : renseignement de la demande d'abonnement.

Le client doit renseigner et signer la demande d'abonnement mise à sa disposition par le service clientèle de l'Agence jointe en « annexe n°1 » de la présente note de procédure.

7.2 : souscription de l'abonnement.

7.2.1 : saisie de l'abonnement :

Dès la réception, au niveau de l'agence de domiciliation du client, de la demande d'abonnement dûment renseignée et signé par ses soins, le chargé de clientèle doit procéder à l'enregistrement de ladite demande sur le système d'information en agence

7.2.2 : saisie des interlocuteurs :

Le chargé de clientèle doit procéder a la saisie des interlocuteurs tel qu'ils sont désigné dans la demande de désignation des interlocuteurs « voir l'annexe n°2 »

Pour les clients « personnes physiques » l'interlocuteur est l'abonné lui-même

Pour les clients « personnes morales » les interlocuteurs sont ceux désignés dans la demande d'abonnement pour les consultations et les transactions non financières

S'agissant des transactions financières classiques telles que les virements et les prélèvements, les interlocuteurs habilités à signer d'une manière électronique lesdites transactions, sont désignés et mandatés par l'entreprise sur la demande d'abonnement. Leurs signatures sont déposées au niveau de l'agence sur le spécimen de signature utilisé en agence

Les interlocuteurs recevront, contre un accusé de réception au niveau de l'agence, leurs »identifiants et mot de passe ». Le mot de passe est valable uniquement pour la première introduction. Il est obligatoirement et automatiquement modifié par l'interlocuteur lui-même pour l'accès suivants.

Le mot de passe peut être envoyé au client ou bien à son interlocuteur, si les deux sont différents. Par SMS à leurs numéros de téléphone.

Pour la transaction financière classique :

- ✓ Le mot de passe. C'est-à-dire la signature électronique, est remise à l'interlocuteur lui-même. Le mot de passe est modifié juste après la première introduction (voir l'annexe n°3)
- ✓ Un SMS « one time password : OTP » mot de passe à usage unique, est remis à l'interlocuteur pour chaque transaction.

7.2.3. Sélection des comptes autorisés :

Le chargé de la clientèle doit procéder a la sélection, sur le système d'information, des comptes autorisés par l'abonné à être consultés et(les mouvements via e-banking

Ces comptes sont les comptes rattachés à « l'identité client : ID client »

7.2.4 : les profils :

Le chargé de clientèle doit sélectionner, sur le système d'information, les habilitations de chaque interlocuteur a l'instar de la consultation, la saisie des opérations, la qualité de la signature : unique, premier et/ou deuxième signature et- ce, conformément à la demande du propriétaire du compte et du spécimen de signature déposé en agence

Le client peut avoir plusieurs interlocuteurs et profils selon son offre et ses besoins. Les divers profils peuvent être :

✓ Profil 0 : consultation uniquement : l'interlocuteur n'a le droit qu'à la consultation des comptes, il n'est pas autorisé à effectuer des opérations de virement

✓ Profil 1 : saisie et envoi de fichier uniquement : l'interlocuteur est autorisé uniquement à saisir des virements et/ou à uploader/envoyer le fichier des virements (cas du segment des clients – entreprise) sur la plateforme sans qu'il ait la possibilité de consulter le détail du fichier des virements, notamment, la liste des bénéficiaires, leurs comptes et leurs salaires. Il peut également consulter les comptes sur lesquels il détient une autorisation

✓ Profil 2 : envoi de fichiers et consultation : l'interlocuteur est autorisé à saisir ou à envoyer le fichier des virements/prélèvements (cas du segment des clients – entreprise) ainsi qu'à consulter le détail de son contenu sur e-banking. Il peut également consulter les comptes sur lesquels il dispose d'une autorisation

✓ Profil 3 : envoi et signature unique : l'interlocuteur est autorisé à envoyer le fichier et à le valider. Il peut acter l'envoi du virement vers la banque que ce soit avec l'insertion d'un identifiant et d'un mot de passe ou d'un autre moyen d'authentification. A noter que la validation de ce profil est définitive, elle permet la transmission du fichier des virements à la banque pour exécution. Il peut également consulter les comptes sur lesquels il détient une autorisation

✓ Profil 4 : 2eme signataire ou signataire unique si ce profil dispose la 1ere signature :

L'interlocuteur est autorisé a saisir des virements et/ou à envoyer le fichier des virements/prélèvements puis à apposer, soit une 1ere validation avec l'insertion d'un mot de passe ou d'un autre moyen d'authentification qui donne ordre pour l'exécution du virement ou alors, une 2eme validation via l'insertion d'un mot de passe ou d'un autre moyen d'authentification après que le fichier ait été signé une 1ere fois par un autre interlocuteur

Ce profil sera attribué à une personne mandatée qui peut engager, seule ou conjointement avec une autre personne, l'entreprise. Ce profil peut également consulter les comptes sur lesquels il dispose une autorisation

✓ Profil 5 : 1er signataire et 2eme signataire : l'interlocuteur est autorisé à apporter une 1ere validation avec l'insertion d'un mot de passe ou d'un autre moyen d'authentification qui requiert une seconde validation pour que le virement soit exécuté ou alors une 2eme validation dans le cas d'un fichier ayant déjà fait l'objet d'une 1ere validation. Ce profil sera attribué aux personnes mandatées ne pouvant, en aucun cas, engager seules l'entreprise

7.3. Autorisation de l'abonnement :

Dès l'accomplissement de la souscription de l'abonnement au niveau du système d'information en agence, l'abonnement est soumis à une autorisation par la personne habilitée à autoriser les opérations du chargé de clientèle et ce, après la vérification des documents y afférent

7.4. Signature de la convention :

La convention d'adhésion au service e-banking (annexes n°4 et 4 bis) imprimée en agence et signé conjointement, après lecture et approbation, par l'abonné ou la personne habilitée à cet effet par l'abonné et le directeur d'agence. La convention est établie en deux exemplaire, le premier exemplaire est remis au client alors que le deuxième exemplaire est classé dans le dossier du client.

7.5. Génération des fichiers :

Dès l'autorisation de l'abonnement, des fichiers client, comptes et autorisation sont générés automatiquement par le système d'information et transférés automatiquement vers la solution e-banking.

Article 8 : accès au service e-banking :

Dès l'autorisation de l'abonnement, l'abonné ou l'interlocuteur peuvent accéder à la solution e-banking en suivant les étapes suivantes :

✓ Accéder a la solution e-banking via un navigateur en saisissant l'adresse prévue à cette fin : <https://ebanking.cnepbanque.dz>

✓ Saisir le « login » de l'abonné qui est l'identifiant client « ID » pour les particuliers et le « login » généré aléatoirement pour les interlocuteurs des « entreprises ».

✓ Saisir le mot de passe fourni par l'agence sous format papier ou par SMS. le mot de passe fourni par l'agence n'est valable que pour la première utilisation. Il est modifié et personnalisé par l'abonné lui-même juste après la première utilisation

Après avoir franchi ses étapes, l'abonné disposera de l'ensemble des services proposés dans son pack.

Article 9 : durée de l'abonnement et résiliation :

L'abonnement au service e-banking est établi pour une durée d'une année renouvelable par tacite reconduction. Toutefois et à tout moment, chacune des deux parties peut la dénoncer à l'autre partie par le biais d'un préavis d'un mois, par lettre recommandée avec accusé de réception.

Après cette dénonciation. La résiliation de l'abonnement est saisie par le chargé de clientèle au niveau du système d'information en agence

Article 10 : obligations du client et de la banque :

10.1. Obligation mutuelles :

En cas de constatation d'un défaut quelconque de fonctionnement technique ou autre. La partie concernée doit relever les éléments, rechercher les causes et en aviser l'autre partie par tout moyen et dans les meilleurs délais

Les deux parties collaboreront le plus étroitement possible à l'effet d'y remédier et conviendront des procédures de substitution auxquelles elles recourront jusqu'à la liquidation dudit défaut

10.2. Obligations du client :

✓ le client convient de disposer d'un accès « internet » à même de lui permettre de communiquer avec la banque.

✓ le client décale faire son affaire personnelle de l'acquisition, de l'installation de la maintenance de son système informatique, de son raccordement au réseau « internet » et de sa protection aux moyens d'un pare-feu « firewall » ainsi que d'un antivirus à jour, et de la conformité et de la mise à jour aux normes de la banque d'Algérie, de la version dudit logiciel

✓ le client aura à communiquer à la banque les identités du ou des mandataires, leur signature électronique, la nature ainsi que l'étendue de leurs pouvoirs respectifs ou conjoints qui leurs sont applicables qui ne contreviennent a aucune disposition législative ou règlementaire

✓ le client est dans l'obligation de communiquer à la banque un numéro de téléphone mobile et une adresse internet si elle existe ainsi que toute modification de ces derniers. Le client autorise la banque de s'adresser à lui via le téléphone et le mail communiqués au sujet de l'ensemble des domaines de la banque, tels que la situation des comptes, la monétique, les crédits, les remboursements des crédits et la publicité.

En cas de révocation de l'un. De tous ses mandataires, le client informera la banque de manière raisonnable, avant toute modification des paramètres techniques, immédiatement par écrit, pour lui permettre de procéder à l'annulation des prestations objet de la conversation en vigueur

✓ le client signalera à la banque toute perte ou usage abusif des identifiants et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais, par tout moyen, et s'oblige à confirmer la perte ou l'usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception

✓ le client s'oblige, sous peine d'irrecevabilité, à adresser à la banque toute réclamations concernant la transmission, d'un fichier ou la communication d'information à partir de du serveur dans un délai d'un mois à compter de la date d'envoi du dit fichier ou de la communication desdites informations.

Afin de sécurisé son espace et ses comptes, le client doit :

✓ choisir un mot de passe complexe et unique et le modifier régulièrement

✓ ne divulguer a personne, c'est-à-dire ni à la banque, ni à la police, ni même à sa famille ses codes secret

✓ le mot de passe ne doit pas être enregistré sur un terminal

✓ éviter de se connecter à partir d'un lien trouvé dans un email, ou SMS, les liens en question sont surement du « phishing »

✓ en cas de doute, contacter sa banque

✓ consulter régulièrement son compte pour vérifier qu'il n'y a pas eu d'opérations irrégulières

✓ consulter régulièrement les consignes de sécurité de la banque

10.3. Obligations de la banque :

La banque accusera réception au client de tout fichier qui lui aura été transmis en son nom et pour son compte en précisant sa bonne ou mauvaise réception et le contrôle ainsi que la conformité des signatures électroniques dudit fichier

En cas de suspension des prestations et ce, qu'elle qu'en soit la raison ou le motif, la banque informera le client dès que possible par tout moyen écrit : fax, lettre simple avec accusé de réception, mail ou tout autre moyen de communication.

La banque s'oblige à maintenir, en bon état de fonctionnement, l'ensemble de ses moyens informatiques, humains et techniques nécessaires pour assurer la continuité du service et pour ce faire, à assurer toute la maintenance appropriée.

Article 11 : responsabilités.

11.1. Responsabilités du client :

Le client déclare avoir autorisé sous sa pleine et entière responsabilité la banque à exécuter toutes les instructions transmises via le canal e-banking et accepte à cet effet, d'en supporter toutes les conséquences qui pourraient en découler.

L'accès aux services e-banking par l'identifiant et le mot de passe permet au titulaire du compte ou à ses interlocuteurs/mandataires de bénéficier des services e-banking toutes l'opération financières et les autres opérations passées sous cette forme, sont juridiquement reconnues comme étant effectués par le titulaire du compte ou ses interlocuteurs/mandataires en fonction de l'identifiant.

De plus, le client décharge entièrement et totalement la banque de toute responsabilité quant à l'exécution de ces instructions ordonnées et transmises par lui ou ses interlocuteurs/mandataires, validées par la ressaisie du mot de passe, et réalisées selon ses procédures internes et dans le respect des dispositions légales et règlementaires en matière de preuve électronique.

Le client se déclare responsable des informations fournies à la banque, notamment ses coordonnées personnelles, de leur exactitude et leur conformité à sa situation réelle. En cas de changement, le client est tenu d'en informer sa& banque afin d'en garantir la mise à jour.

11.2. Responsabilité de la banque :

La banque s'oblige à maintenir en bonne état de fonctionnement l'ensemble de ses moyens informatique, humains et technique nécessaire et assuré toute maintenance approprié.

Dans le cas où la banque aurait recourt à un ou plusieurs sous-traitants pour exécuter tout ou partie de prestations au titre du contrat, elle demeure responsable de leur bonne exécution vis-à-vis du client.

La banque déclare qu'elle entreprendra ses meilleurs efforts pour exécuter les opérations de maintenance ou période où elle entrainera le moins de perturbations pour le client.

Article 12 : force majeure :

Le client et la banque concentrent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'inexécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou des diverses obligations contractuelles de la partie consternée dès lors que la défaillance de ladite partie et du à un cas de force majeure.

Article 13 : tarification :

Les faits d'abonnement et les différentes commissions des services e-banking sans fixés par les conditions de banque en vigueur.

Article 14 : comptabilisation :

Les frais d'abonnement et les différentes commissions sont générées et comptabilises par le système d'information de la banque automatiquement en tant que produit par le débit du compte client.

Dans le cas où le client possédé un compte chèque, les frais d'abonnement au service e-banking sont comptabilisés par le débit de ce compte.

Les opérations financières, notamment, les virements et les prélèvements, sont comptabilisés par le système d'information de la banque avec le même schéma comptable que celui des opérations de virement et prélèvement classique.

Article 15 : traitement des réclamations :

Toute réclamations du client concernant les services e-banking doit être adressé à l'agence ou au centre d'appel dénommé « centre de relations clientèle monétique : CRCM »

Dans le cas où la réclamation est adressée à l'agence, cette dernière doit transmettre sans délai ladite réclamation au CRCM par mail.

Afin de fidéliser le client, le CRCM doit procéder au traitement immédiat de la réclamation selon la procédure suivante :

- ✓ réception de la réclamation.
- ✓ Identification et classification de la réclamation.
- ✓ Transmission de la réclamation aux services concernés pour son traitement

Les services concernés peuvent être :

. CRCM : pour les aspects fonctionnels comme l'assistance du client ou la mauvaise manipulation de l'outil

. L'administration de la solution : pour les aspects techniques comme la gestion des habilitations, les blocages et la réinitialisation.

. Le département monétique : pour les réclamations type monétique.

. Département SPM : pour les réclamations liées aux virements et aux prélèvements.

Article 16 : application.

Les directeurs généraux adjoints, Les directeurs centraux, Les directeurs des réseaux commerciaux et Les directeurs d'agence sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'application de la présente note de procédure

Article 17 : entrée en vigueur.

La présente note de procédure entre en vigueur à la date de sa signature.

Section 3 : discussions du résultat de l'entretien

Après avoir présenté un cadre théorique sur notre sujet de recherche concernant les déterminants de l'adoption de l'E-Banking par le secteur bancaire algérien. Et afin d'avoir une vision plus claire sur ce dernier, nous avons optés pour la méthode qualitative que nous allons présenter dans cette section, à travers un guide d'entretien constitué de dix (10) questions posées au responsable de service E-Banking.

➤ **Les questions posées au responsable de la banque sont comme suit :**

1. Es-ce que l'évolution de l'internet en Algérie est la raison qui a poussé les banques à l'adoption d'E-Banking ?

D'abord l'évolution de l'internet est un facteur important, mais il ya aussi la modernisation de la banque de ses moyens de paiement ou l'accès aux comptes à distance. Dans ces conditions l'adoption de l'E-Banking devenue une nécessité pour la banque, car elle porte des opportunités, majors en termes d'avantages concurrentiels, et elle permet à la banque, d'autre part, de développer une relation commerciale plus forte et plus satisfaisante avec la clientèle.

2. Quel est le but d'intégration de ce service par votre banque ?

L'objectif d'adopté à ce service par la banque est de répondre au mieux aux attentes des clients, améliorer l'image de la banque auprès de sa clientèles, et réduit la charges des clients au niveau des guichets de l'agence.

3. Votre banque possède-t-Elle un site web ? si oui, par quel moyens faite-vous la promotion de votre site internet ?

Oui, avoir un site web est une nécessité et aucune n'échappe à la règle. la publicité par la banque elle-même au sein de ses structures reste le moyen de promotion dominant, suivi de la publicité par internet, à travers son propre site web ou sur d'autres sites internet.

4. Quel type d'opération peut-on effectuer service avec E-Banking ?

Les produits proposés sont classés ci-dessous par ordre d'apparition :

- ✓ Relève de compte
- ✓ Consultation des soldes
- ✓ Commande de chéquier et de carte CIB
- ✓ Edition RIB

- ✓ Paiement de factures en ligne
- ✓ Recharge mobile
- 5. Quels sont les canaux de l'utilisation d'E-Banking ? et quel niveau de satisfaction global avez-vous retiré ?

Les moyens les plus courants sont le site Internet et le téléphone. La prédominance de ses moyens revient à leur facilité et à leur grand taux d'utilisation chez les clients ; les tablettes et les Smartphone sont des moyens en expansion ; Les GAB, les DAB et les Smart TV sont proposés minoritairement. Les produits à développer à l'avenir.

La diversification des canaux de distribution est satisfaisante.

6. Quel sont les avantages de l'E-Banking pour les clients ?

L'accès à distance, reste l'avantage principal de l'E-Banking, permettant de réduire les déplacements des clients et d'accéder aux services n'importe où et à tout moment.

La facilité d'utilisation, la banque œuvre à offrir des plateformes d'utilisation intuitives pour leurs clients, mais en raison de la méconnaissance dans l'utilisation des nouvelles technologies par les clients, certain restent retissant.

7. Pourquoi la banque fait-elle la promotion d'E-Banking ?

La banque fait la promotion de l'E-Banking afin de développer l'utilisation de ses produits qui présentent divers avantages, les avantages sont repris ci-dessous :

- ✓ Rapidité et sécurisation des opérations
- ✓ Dématérialisation des opérations
- ✓ Avantage concurrentiel
- ✓ Economie de coûts

8. Quelles sont les entraves rencontrées par la banque pour l'E-Banking ?

Les entraves rencontrées pour l'E-Banking reviennent à la réglementation ; le développement de l'E-Banking se confronte à quelques problèmes réglementaires, notamment reconnaissance de la signature électronique, ainsi la sécurité ; pour se prémunir contre d'éventuels piratages.

9. Quelles sont les entraves pour les clients pour l'utilisation d'E-Banking ?

Les habitudes culturelles restent l'entrave la plus importante, en Algérie, l'utilisation de l'espèce est ancrée dans les habitudes, les opérateurs n'ayant pas encore confiance totalement aux nouvelles technologies

La maîtrise des outils est aussi une contrainte, principalement pour les générations les plus âgées.

10. Quel est l'impact de la pandémie du Covid 19 sur l'utilisation d'E-Banking ?

Durant la pandémie du Covid 19, la banque a connu un accroissement des inscriptions au service E-Banking ; et cela pour éviter de se déplacer à l'agence à chaque fois.

- Etat de commercialisation E-Banking durant la période du Covid 19 :

ANNEE	SOUSCRIPTIONS
2020 (de juin à décembre)	145
2021 (Au 31 Août)	1820

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons essayé de développer les notions principales qui ont permis de comprendre l'E-Banking en Algérie, cela à travers l'élaboration d'une petite enquête menée au sien de la CNEP Banque

La CNEP a lancé ce service depuis 2020, pour être à la hauteur des attentes de ses clients. Elle a également tenté de dématérialiser ses moyens de paiement afin de les modernises, et ainsi suivre le développement technologique auxquels s'exerce l'activité bancaire.

Et après l'entretien qu'on a fait avec le responsable de service e-banking de la CNEP banque , on peut dire que parmi les différentes raison pour lesquelles la CNEP a adopté l'e-banking on trouve l'amélioration de l'image concurrentielle de la banque, l'amélioration du service clientèle , répondre aux exigences de sa clientèle en termes de sécurité de service et de satisfaction des clients et de faire diminuer la charge des clients aux guichets surtout avec cette pandémie de Covid 19 qui a passé les opérateurs de souscrire à ce service pour éviter de se déplacé à l'agence.



Conclusion générale

Conclusion générale

Dans ces dernières années et avec les progrès enregistré dans le secteur des technologies de l'information et de la communication en Algérie, le secteur bancaire est en perpétuelle mutation, les banques s'adaptent en offrent des produits innovants et en phase avec l'évolution des canaux d'information. Dans cette optique, l'E-Banking se développe fortement et une nouvelle génération de banque apparait.

Plusieurs termes sont utilisés pour designer des fois la même chose, quelque fois des aspects bien distincts, ou encore se rapprochent partiellement, comme l'E-Banking, Home-Banking, Banque à Distance ou Banque en Ligne. La banque à distance constitue une réponse technique et stratégique à l'innovation technologique et aux nouvelles formes de concurrence dans l'offre bancaire.

Notre travail a porté sur l'évolution et le degré d'avancement de l'E-Banking en Algérie, dans un premier temps, nous avons eu à nous poser certain nombre de question pour mieux comprendre ce service. Il est ressorti dans notre étude que le service « E-Banking » a été une grande innovation dans le secteur bancaire.

Puis dans le cadre pratique, nous avons entretenu le responsable de service d'E-Banking de la CNEP de Tizi-Ouzou, en lui posant un certain nombre de question pour mieux comprendre ce service. Il est ressorti de notre étude que le service « E-Banking » a été une grande innovation dans le secteur bancaire. Il est venu faciliter le quotidien du client, qui ne ressent plus le besoin de se rendre physiquement à chaque fois chez sa banque dans le cadre de ses opérations.

A côté de cela, peu sont les clients qui utilisent l'e-banking .on peut expliquer cela par la complexité, le manque de confiance, l'absence de connexion d'internet, le manque de la technologie et la maitrise de l'outil informatique est aussi une contrainte pour les générations les plus âgées.

On peut dire que la banque électronique en Algérie gagne du terrain mais à un rythme assez lent par rapport aux pays développés ou la banque en ligne est devenue une réalité qui a engendrée une transformation profonde dans l'organisation des banques ainsi que dans le comportement de leurs clients. Certes la banque à distance ne semble pas très développée en Algérie à l'heure actuelle et les fonctionnalités offertes sont relativement limitées, mais le chemin est engagé puisque de nombreuses banques l'ont adopté et les clients se familiarisent

Conclusion générale

de plus en plus à ce service. De plus, les autorités publiques essayent de définir un cadre réglementaire qui permettrait de sécuriser l'usage de la banque en ligne ce qui pourrait, avec le temps, attirer plus de clients qui étaient jusqu'à présent réticents à l'utiliser.



Bibliographie

❖ **Ouvrage**

1. Michel Paquin « Gestion des Technologies de l'Information »ed Agence l'Arc, Paris 1990, P17
2. Lipsey R.G. « What requirer explanation? In Helpman E(1998), General Purpose Technologies and Economique Growth. MIT Press, Combrige, Massachussets, repris dans Boulenuar Nassima Ouarda op.cit.p1 p.cit.p11
3. Boulenuar Nassima Ouarda « les nouveaux supports de communications TIC facteurs de différentiation dans l'avtivité bancaire ».Memoire de magister en science de gestion, Universite d'oran 2014.p11-13
4. Chapron,B (2006). Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente : glossaire, repris dans Boulenuar Nassima Ouarda op.cit.p12
5. Jean-Michel SAHUT, l'impact des NTIC sur le secteur bancaire, publié dans le cahier du numérique, n3, Hermès sciences, septembre 2000.
6. K. BOUCHENOUA et L.BELAIDENE, « l'impact des TIC sur la performance bancaire », université abderrahmane mira-Bejaia, 2015-2016, page 10.
7. ALAOUI, 2004-2005, « NTIC : outils et applications », livre, SUPMANAGEMENT. Copulsky, J.R. et Wolf, M.J. 1997. « Relationship Marketing: Positioning for the future». Journal of Business Strategy
8. DINIZ, E. (1998), « Web Banking in USA », Journal of Internet Banking and Commerce, vol.3, n°2 "Revue-Banque.fr"
9. Mahdi,S et Mehrdad,A(2010) "E-Banking in Emerging Economy :Empirical Evidance of Iran " Tahir Masood ;khaqan zafar and bashir khan and.(2008), "customer acceptance of oline developing Economies" ,journal of internet banking and commerce ,April vol 13 no.1
10. R.BOUCHELIT (2013) « les perspectives d'e-banking dans la stratégie e-Algérie 2013 », thèse de doctorat, université abou bekr belkaid-Tlemcen.
11. Denoel Cédric, op.cit. p39.
12. Deyong.R,"Deregulation, the Internet an the compititives viability of large banks and community banks"(2003), the furure baning, Quorum Books, Londre. Article de revue scientifique, repris dans Denoel Cédric,

Bibliographie

13. Trichet. J.C, « Internet, quelles conséquences prudentielles? ». Livre blanc. Banque de France, repris dans 9 Denoel Cédric, op.cit. p41.
14. Saleh M. Nsouli et Andrea Schaechter « les enjeux de la banque électronique ». Revue Finance et Développement septembre 2002, p50.
15. Saleh M. Nsouli et Andrea Schaechter. Op.cit, p52.
16. Stitou Malika, (2001), «Mécanisme bancaire, Essai d'analyse: cas de l'Algérie, Mémoire de Magister, Université Abou Bekr Belknid, Tlemceu, p.47.
17. Bouchelet Rym « Les perspectives d'E-Banking dans la stratégie E-Algérie 2013 thèse de doctorat,. Université Abou Bekr Belkaid-Telmeceu. p. 142-143-144
18. Rahamowni Kamel. (2011), la monétique a la recherche de crédit, Op. cit, p8
19. Mahrez Hadi Seyed, (2013) a carte bancaire et monétique, aux origines du retard were perspective n°8
20. Le magazine promotionnel de l'Algérie El-Djazair » N°101-novembre 2016.
21. Crédit Populaire d'Algérie a l'ère du e-banking (mars 2013) Rabmowi Kamel (2011), a la monétique a la recherche de crédit sa'ic magazine, Nd0,7
22. Rapport annuel de la banque d'Algérie (2016).
23. Ordonnance 01-01 du 27 février 2001 modifiant et complétant la loi 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit
24. Guide des banques et des établissements financiers en Algérie, op.cit p.9.
25. Directive 2001/97/CE, Journal officiel L 344 du 28.12.2001
26. Stitou malas, op cit, p. 54-55.

❖ Site internet

<https://fr.m.wikipedia.org/wiki/logiciel>

<http://tranb300.ulb.ac.bep.54>

https://www.agb.dz/article_view-html. Notifications et informatious sur toutes les opérations bancaires. Informations et avis de debit, credit sur opératiious. "Informations et avis de débit, crédit sur opérations.

<http://www.djazairess.com/letemp/89797>.



Annexes

Annexes

Annexe 01

A la note de procédure n° 03 /2020 du 16 / 06 /2020 portant procédure de gestion et de traitement des services e-Banking

DEMANDE D'ABONNEMENT « CNEP B@nking » Client Particulier

Identifiant client (ID) :
Nom :
Prénoms :
Date et lieu de naissance : / / à
Pièce identité : n° Délivrée le / / à
Adresse :

Numéro de téléphone fixe :
Numéro de Téléphone Mobile :
E-mail :

Liste des comptes autorisés par l'abonnement :

Libellé du compte	N° Compte (RIB)	Remarque
		Compte autorisé aux prélèvement des frais d'abonnement et commissions

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack
Particulier	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Consultation des cartes et leurs opérations Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing)	

Annexes

Particulier +	Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client
	Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau de la CNEP-Banque et chez les confrères
	Commande de chéquier et de carte
	Opposition sur chèque et carte
	Service SMS

Fait à le

Reçu par la banque le

Signature du titulaire des comptes



Annexe 1 bis

A la note de procédure n° 03 /2020 du 16 / 06 /2020 portant procédure de gestion et de traitement des services e-Banking

DEMANDE D'ABONNEMENT « CNEP B@nking » Client Commerçant /Entreprise

Identifiant client (ID) :

Nom /Raison sociale:

Prenoms :

Date et lieu de naissance : / / à

Pièce identité : n° Délivrée le / / à

N° Registre de commerce : du / / à

Adresse :

Numéro de téléphone fixe :

Numéro de Téléphone Mobile (gérant) :

E-mail (gérant):

Liste des comptes autorisés par l'abonnement :

Libellé du compte	N° Compte (RIB)	Remarque
		Compte autorisé aux prélèvement des frais d'abonnement et commissions

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack
Entreprise/Professionnel	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Consultation des cartes et leurs opérations. Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing)	

Handwritten signature

Annexes

	Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client	
	Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau de la CNEP-Banque et chez les confrères	
	Virement de Masse	
	Prelevement	
	Commande de chéquier et de carte	
	Opposition sur chèque et carte	
Entreprise +/- Professionnel +	Service SMS	

Fait à le

Reçue par la banque le.....

Signature du titulaire des comptes



Annexe 03

A la note de procédure n° 03 /2020 du 16 /06/2020 portant procédure de gestion et de traitement des services e-Banking

Agence :

Code :

Date :

/ /

DECHARGE

Je soussigné (client/Interlocuteur) :

.....

M/Mme/Melle :

.....

ID Client :

.....

Avoir reçu aujourd'hui le LOGIN et Mot de passe e-Banking ci-après.

LOGIN :

MDP :

EI je m'engage à changer le MDP dès la première utilisation du e-Banking.

Signature du client /Interlocuteur



Annexe 4

A la note de procédure n° 03/2020 du 16/06/2020 portant procédure de gestion et de traitement des services e-Banking



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

Convention E-BANKING
Particuliers

La CNEP-Banque, Société Par Actions au capital de 46.000.000.000 DA, dont le siège social est situé au 61, Bd Souidani Boudjemaâ Chéraga- Alger, représentée par

(Indiquer sa qualité ou ses fonctions) :

Ci-dessous désignée « LA BANQUE »;

D'une part,

Et Mademoiselle, Madame, Monsieur :

ID client :

Adresse :

Adresse mail :

N° De téléphone Mobile :

ayant tous les pouvoirs aux fins de la présente convention, ci-dessous dénommée « L'ABONNE ».

D'autre part,

Désignés ci-après collectivement « LES PARTIES », déclarent avoir convenu et arrêté ce qui suit :

ARTICLE 1: OBJET DE LA CONVENTION

Sur abonnement, la CNEP-Banque met à la disposition de son client individuellement dénommé "Abonné" un service E-BANKING ayant pour objet de lui permettre l'accès aux fonctions suivantes :

- Consultation des soldes et historiques des comptes,
- Consultation Solde et situation des crédits,
- Consultation des cartes et leurs autorisations,
- Commande et gestion de chéquiers,
- Commande et gestion des cartes monétaire,
- Virements à distance,
- Autres informations,

Cliantèle concernée :

L'abonnement au service e-BANKING est réservé au bénéfice exclusif de la clientèle de la Banque.

ARTICLE 2: CONDITIONS ET FONCTIONNEMENT

2.1 Services disponibles :

La CNEP-Banque offre, au titre des services « CNEP B@nking » au titulaire du compte un ensemble de services sous forme de pack qui sont présentés en détail dans la demande d'abonnement.

2.2 Inscription au service « CNEP B@nking » :

Le titulaire du compte procède au renseignement des informations demandées dans la demande d'abonnement qui est une partie intégrante de la présente convention par la détermination du compte ou des comptes qu'il souhaite inscrire au service « CNEP

Banking ». Le titulaire du compte ne peut inscrire au service «CNEP Banking» que le(s) compte(s) ouvert(s) en son nom personnel.

2.3 Code secret :

Le titulaire du compte peut avoir accès au service «CNEP Banking» par l'introduction de numéro d'identification et mot de passe ou lui sont attribués à la signature de la convention d'abonnement au service «CNEP Banking».

Le mot de passe communiqué par la banque doit être modifié immédiatement et dès réception. Par mesure de sécurité, il est recommandé au titulaire du compte de le modifier fréquemment.

Les codes sont confidentiels. Il est donc de l'intérêt du Client de les tenir secrets et de ne les communiquer à quiconque il est demandé au Client de modifier le mot de passe qui lui a été transmis lors de la première connexion au service e-BANKING.

Toutes transactions faites sur e-BANKING au moyen des codes d'accès (login et mot de passe) valent identification du Client et dispensent la Banque de tout contrôle.

Le Client est entièrement responsable de la conservation et de l'utilisation de ses codes secrets et, le cas échéant, des conséquences de leurs divulgations ou de leurs utilisations par les tiers.

Dans le cas où le Client oublie ou perd son mot de passe, une demande de réinitialisation au code secret doit être effectuée à sa demande en agence, un autre code secret lui sera remis.

In cas de trois tentatives infructueuses pour faire entrer son mot de passe, la liaison e-BANKING est interrompue.

Le mot de passe est remis au Client par :

- Un document imprimé en présence du client, remis à ce dernier contre accusé de réception ;
- Ou par SMS envoyé au client au numéro de téléphone mobile communiqué lors de l'abonnement.

ARTICLE 3 : DUREE DE LA CONVENTION.

La présente convention est établie pour une durée d'une année renouvelable par tacite reconduction. Toutefois, à tout moment, chacune des deux parties peut la dénoncer à l'autre partie sous un préavis d'un mois par lettre recommandée avec accusé de réception.

ARTICLE 4 : DECLARATIONS DES PARTIES :

4.1 - DECLARATIONS CONJOINTES :

4.1.1 - Les parties conviennent que chacune d'elle n'est responsable de l'exécution ou de la mauvaise exécution d'une, de plusieurs ou de ses obligations contractuelles qu'autant que ladite inexécution ou la susdite mauvaise exécution est due à la faute de la partie concernée, à sa défaillance, à sa négligence, à sa carence ou à un quelconque autre manquement à l'une ou plusieurs de ses obligations contractuelles et qu'autant que l'autre partie en aurait apporté la preuve.

4.1.2 - Les deux parties déclarent que l'exécution de leurs obligations respectives ne contrevient à aucune disposition législative ou réglementaire.

4.1.3 - Les parties s'engagent à se concerter en toute bonne foi et de manière raisonnable avant toute modification des paramètres techniques.

4.1.4 - En cas de dénonciation ou de résiliation de la présente convention pour quelque cause et/ou motif que ce soit, les parties prendront toutes les dispositions utiles en vue du dénouement de toutes les opérations en cours dans les meilleurs délais.

ARTICLE 5 : OBLIGATIONS DES PARTIES.

5.1- OBLIGATIONS MUTUELLES :

5.1.1 - Les parties s'obligent à utiliser :

- Les moyens de communication conformes aux normes édictées par la Banque d'Algérie et permettant l'accès aux données informatiques de la Banque par le réseau « Internet Public ».
- Les formats des fichiers permettant le transfert des données informatiques.

5.1.2 - En cas de constatation d'un défaut quelconque de fonctionnement technique ou autre, la partie concernée en relèvera les éléments, en recherchera les causes, avisera l'autre partie par tout moyen et dans les meilleurs délais, collaborera le plus étroitement possible à l'effet d'y remédier et conviendront des procédures de substitution auxquelles elles recourront jusqu'à la liquidation du susdit défaut.

5.1.3 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

5.1.4 - Tout message électronique est susceptible d'altération, la Banque décline toute responsabilité s'il a été altéré, déformé ou falsifié.

5.2- OBLIGATIONS DU CLIENT :

5.2.1 - Le Client convient de disposer d'un accès « Internet » à même de lui permettre de communiquer avec la Banque.

5.2.2 - Le Client aura à communiquer à la Banque les identités de ou de ses mandataires, leur signature électronique, la nature ainsi que l'étendue de qui leur est applicable, leurs pouvoirs respectifs ou conjoints.

5.2.3 - Le client est dans l'obligation de communiquer à la banque un numéro de téléphone mobile et une adresse mail si elle existe ainsi toute modification de ces dernières. Le client autorise la banque de s'adresser à lui via le téléphone et le mail communiqués concernant l'ensemble des activités de la banque (exp : situation des comptes , monétique , crédits , remboursement des crédits , publicité...).

5.2.4 - En cas de révocation ou de tous les mandataires, le client informera la Banque immédiatement par écrit pour lui permettre de procéder à l'annulation des prestations abot de la présente convention et de leur habilitation.

4.2.5 - Le Client signalera à la Banque toute perte ou usage abusif des identifiants et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais par tout moyen et s'oblige à confirmer la perte ou son usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception.

5.2.6 - Le Client s'oblige, à peine d'irrecevabilité, à adresser à la Banque toute réclamation concernant la transmission d'un fichier ou la communication d'informations à partir du serveur dans le délai d'un mois à compter de la date d'envoi du dit fichier ou de la communication des sus-dites informations.

5.2.7 - Le client doit sécuriser son espace e-Banking et ses comptes par les pratiques ci-après :

- Choisir un mot de passe complexe et unique et le modifier régulièrement. Le mot de passe doit être composé au minimum de huit (8) caractères avec l'existence des lettres en majuscule et minuscule, des chiffres et caractère spécial.
- Ne divulguer à personne ses codes secrets (ni à la banque, la police ou même à sa famille).
- Le mot de passe ne doit pas être enregistré sur terminal.
- Ne pas se connecter à partir d'un lien trouvé dans un e-mail (ou SMS), c'est sûrement du phishing.
- En cas de doute, de contacter sa banque.
- Consulter régulièrement son compte pour vérifier qu'il n'y a pas eu d'opérations irrégulières.
- Consulter régulièrement des consignes de sécurité de la banque.

5.3 - OBLIGATIONS DE LA BANQUE :

5.3.1 - La Banque accusera réception au Client de tout fichier qui lui aura été transmis en son nom et pour son compte en précisant sa bonne ou mauvaise réception et le contrôle ainsi que la conformité des signatures électroniques du dit fichier.

5.3.2 - La Banque exécutera les fichiers conformes aux clauses de la présente convention selon les conditions et les modalités prévues par la convention de compte courant.

5.3.3 - En cas de suspension des prestations, objet de la présente convention, et ce, quelle qu'en soit la raison ou le motif, la Banque informera le Client dès que possible par tout moyen écrit (fax, mail, SMS, lettre simple avec accusé de réception, etc...).

5.3.4 - La Banque s'oblige à maintenir en bon état de fonctionnement l'ensemble de ses moyens informatiques, humains et techniques nécessaires à l'exécution de la présente convention et, pour ce faire, à assurer toute la maintenance appropriée.

ARTICLE 6 : RESPONSABILITE DES PARTIES.

6.1 - RESPONSABILITE DU CLIENT :

6.1.1 - Le Client est engagé par toute utilisation de la signature et du code d'activation tels que définis dans la présente convention.

6.1.2 - Le Client assume la responsabilité de la garde, de la conservation et de la confidentialité des identifiants ainsi que des mots de passe définis avec la Banque pour l'exécution des prestations.

6.1.3 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation par des tiers des identifiants et des mots de passe des suites de la divulgation de son fait personnel ou de ses préposés.

6.1.4 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation et l'envoi des informations via les canaux autorisés par le client (téléphone et mail) dont les changements et modifications n'ont pas été communiqués à la banque.

6.1.5 - Le Client déclare avoir utilisé tous les moyens de sécurité (code secret, effacement des messages...) pour préserver la confidentialité des messages reçus.

6.2 - RESPONSABILITE DE LA BANQUE :

6.2.1 - Dans le cas où la Banque aurait recours à un ou plusieurs sous-traitants pour exécuter tout ou partie des prestations au titre du Contrat, elle demeure responsable de leur bonne exécution, vis-à-vis du Client.

6.2.2 - La Banque déclare qu'elle entreprendra ses meilleurs efforts pour exécuter les opérations de maintenance aux périodes où elles entraîneront le moins de perturbations pour le client.

6.2.3 - La Banque atteste avoir mis en œuvre toutes les mesures de sécurité nécessaires à la protection et la confidentialité des données du Client.

6.2.4 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

6.3 - EXONERATION DE RESPONSABILITE :

6.3.1 - EXONERATION POUR CAUSE DE SITUATION DE FORCE MAJEURE : Chacune des deux parties consent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'exécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou des diverses obligations contractuelles de la partie concernée dès lors que la défaillance de ladite partie est due à un cas de force majeure. Les deux parties conviennent que le cas de force majeure est tout acte ou événement imprévisible, insaisissable, insurmontable, indépendamment de leur volonté et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention, dont, notamment, le défaut de fourniture de courant électrique, toute intervention, décision et/ou fait de l'Etat, d'une autorité ou de toute institution publique, les contingences techniques, administratives ou autres ayant une influence directe sur les lignes et les réseaux de transmission informatiques, les guerres ou menaces de guerre, le terrorisme, le

sabotage, les situations d'émeutes, de grèves, les incendies, les inondations toute autre catastrophe naturelle, etc...

La partie, empêchée par le cas de force majeure, ne saurait être tenue à aucune réparation ni dédommagement à l'égard de l'autre partie et la durée de la présente convention sera alors prorogée d'une durée égale à celle de la force majeure.

La partie, qui invoque la force majeure, doit aviser la partie intéressée et/ou concernée au cas de force majeure dans les meilleurs délais et ce, par tout moyen (lettre recommandée avec accusé de réception, téléex, fax, etc...). En joignant tout justificatif y afférent.

Toutefois, si la situation de force majeure excède la durée de trente (30) jours à compter de la date de la survenance de la situation de force majeure, chacune des deux parties pourra résilier la présente convention en informant l'autre partie, par lettre recommandée avec accusé de réception ou tout autre moyen écrit sans que cette dernière puisse prétendre à de quelconques réparations civiles.

6.3.2 - EXONERATION DU FAIT D'UNE PARTIE TIERCE :

La responsabilité d'une partie ne peut en aucun cas être alléguée par l'autre partie dès lors que l'inexécution ou la mauvaise exécution de l'une ou de plusieurs ou des obligations contractuelles de ladite partie est due au fait d'une tierce partie.

ARTICLE 7 : SUSPENSION DES PRESTATIONS.

Pour préserver la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques ainsi que pour exécuter les tâches de maintenance nécessaires à la bonne marche de ses équipements, la Banque pourra suspendre l'exécution de tout ou partie des prestations, objet de la présente convention.

Pendant toute la durée de la suspension, la Banque usera des procédures de substitution qu'elle aura convenues avec le client.

ARTICLE 8 : REPARATION DES PREJUDICES.

Chacune des parties s'oblige à réparer les dommages subis par l'autre partie du fait de sa défaillance, de l'inexécution ou de la mauvaise exécution de l'une, de plusieurs ou de ses diverses obligations contractuelles.

ARTICLE 9 : MODIFICATIONS ET/OU COMPLEMENTS A LA CONVENTION.

Toute modification de la présente convention fera l'objet d'un avenant signé par les parties contractantes.

ARTICLE 10 : RESILIATION DE LA CONVENTION :

La présente convention pourra être résiliée sans délai de préavis par l'une ou l'autre des deux parties par lettre recommandée avec accusé de réception en cas :

- de la clôture de ses comptes par le client,
- de décès du client,
- de faillite ou de liquidation judiciaire du Client et après mise en demeure adressée au liquidateur par lettre recommandée avec accusé de réception restée sans suite plus d'un mois après sa date de réception par ledit liquidateur,
- de non adaptation par l'une des deux parties à toute nouvelle norme définie par la Banque d'Algérie et/ou la législation Algérienne.

ARTICLE 11 : REGLEMENT DES CONTESTATIONS ET LITIGES :

Toute contestation ou litige pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution des termes de la présente convention, qui n'aurait pas pu être réglée à l'amiable dans un délai d'un mois à compter de sa survenance, seront soumis aux juridictions territorialement compétentes.

ARTICLE 12 : CONDITIONS TARIFAIRES.

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « CNEP B@nking » de la CNEP-Banque sont prélevés périodiquement par la banque pour l'abonnement régi par la présente convention. Les

tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque en vigueur. Le titulaire du compte sera informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement.

Une commission à l'opération est appliquée, notamment aux opérations de virements et aux mises en oppositions sur cartes et chèques.

Par la présente convention, le titulaire du compte autorise la banque à débiter son compte des frais d'abonnement et commissions.

ARTICLE 13 : ELECTION DE DOMICILE

Pour l'exécution de la présente convention, la banque et le titulaire du compte font élection de domicile à leurs adresses respectives indiquées ci-dessus.

ARTICLE 14 : ENTREE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention entrera en vigueur à compter de la date de sa signature par les deux parties.

Fait en deux exemplaires originaux en langue française, un exemplaire étant remis à chacune des parties.

Fait à le : / / 20.....

P/LA BANQUE

Nom, prénom, qualité du représentant

Cachet humide de la Banque)

L'ABONNE

Nom & Prénom



Annexe 4 Bis

A la note de procédure n° 03 /2020 du 16 / 06 /2020 portant procédure de gestion et de traitement des services e-Banking



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

Convention E-BANKING
Entreprises/Professions libérales

La CNEP-Banque, Société Par Actions au capital de 46.000.000.000 DA, dont le siège social est situé au 61, Bd Soudani Boudjemaa Chéraga- Alger, représentée par

(Indiquer sa qualité ou ses fonctions) :

Ci-dessous désignée « LA BANQUE »,

D'une part,

Et Mademoiselle, Madame, Monsieur :

Ou Raison sociale (Indiquer sa forme juridique) :

au capital de DA, immatriculée au Registre du Commerce (wilaya) :

sous le n°

dont le siège social est situé à :

Représentée par M. (Indiquer ses nom et prénom) :

(Indiquer sa qualité ou sa fonction) :

Adresse mail :

N° De téléphone Mobile :

ayant tous les pouvoirs aux fins de la présente convention, ci-dessous dénommée « L'ABONNE ».

D'autre part,

Désignés ci-après collectivement « LES PARTIES », déclarent avoir convenu et arrêté ce qui suit :

ARTICLE 1. OBJET DE LA CONVENTION.

Sur abonnement, la CNEP-Banque met à la disposition de son client individuellement dénommé "Abonné" un service E-BANKING ayant pour objet de lui permettre accéder aux fonctions suivantes :

- Consultation de Comptes courants, de comptes d'épargne.

- Consultation Solde et situation des crédits.
- Consultation des cartes et leurs autorisations.
- Commande et gestion de chèques.
- Commande et gestion des cartes monétique.
- Virements unitaire.
- Virement de masse.
- Autres informations.

Clientèle concernée :

L'abonnement au service e-BANKING est réservé au bénéficiaire exclusif de la clientèle de la Banque.

ARTICLE 2 : CONDITIONS ET FONCTIONNEMENT

2.1 SERVICES DISPONIBLES

La CNEP-Banque offre, au titre des services « CNEP B@nking » au titulaire du compte un ensemble de services sous forme de pack qui sont présentés en détail dans la demande d'abonnement.

2.2 Inscription au service « CNEP B@nking » :

Le titulaire du compte procède au renseignement des informations demandées dans la demande d'abonnement qui est une partie intégrante de la présente convention par la détermination du compte ou des comptes qu'il souhaite inscrire au service « CNEP B@nking ». Le titulaire du compte ne peut inscrire au service « CNEP B@nking » que le(s) compte(s) ouvert(s) en son nom personnel.

2.3 Code secret :

Le titulaire du compte peut avoir accès au service « CNEP B@nking » par l'introduction d'un numéro d'identification et d'un mot de passe qui lui sont attribués à la signature de la convention d'abonnement au service « CNEP B@nking ».

Le mot de passe communiqué par la banque doit être modifié immédiatement et dès sa réception. Par mesure de sécurité, il est recommandé au titulaire du compte de le modifier fréquemment. Les codes sont confidentiels, il est donc de l'intérêt du Client de les tenir secrets et de ne les communiquer à quiconque. Il est demandé au Client de modifier le mot de passe qui lui a été transmis lors de la première connexion au service e-BANKING.

Toutes transactions faites sur e-BANKING au moyen des codes d'accès (login et mot de passe) valent identification du Client et dispensent la Banque de tout contrôle.

Le Client est entièrement responsable de la conservation et de l'utilisation de ses codes secrets et, le cas échéant, des conséquences de leurs divulgations ou de leurs utilisations par les tiers.

Dans le cas où le Client oublie ou perd son mot de passe, une demande de réinitialisation du code secret doit être effectuée à la demande en agence, un autre code secret lui sera remis. En cas de trois tentatives infructueuses pour faire entrer son mot de passe, la liaison e-BANKING est interrompue.

Le mot de passe est remis au client par :

- Un document imprimé en présence du client remis à ce dernier contre accusé de réception ;
- Ou par SMS envoyé au client au numéro de téléphone mobile communiqué.

2.4-Designation des interlocuteurs : le titulaire du compte désigne les interlocuteurs dans la demande d'abonnement avec les habilitations et les pouvoirs de chacun.

Tout ajout, modification ou suppression des interlocuteurs, le titulaire du compte informera la banque par écrit dûment signé par lui-même.

ARTICLE 2 : DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est établie pour une durée d'une année renouvelable par tacite reconduction. Toutefois, à tout moment, chacune des deux parties peut la dénoncer à l'autre partie sous un préavis d'un mois par lettre recommandée avec accusé de réception.

ARTICLE 3 : DECLARATIONS DES PARTIES

3.1 - DECLARATIONS CONJOINTES :

3.1.1 - Les parties conviennent que chacune d'elle n'est responsable de l'exécution ou de la mauvaise exécution d'une, de plusieurs ou de ses obligations contractuelles qu'autant que toute inexécution ou la susdite mauvaise exécution est due à la faute de la partie concernée, à sa défectuosité, à sa négligence, à sa carence ou à un quelconque autre manquement à l'une ou plusieurs de ses obligations contractuelles et qu'autant que l'autre partie en aurait apporté la preuve.

3.1.2 - Les deux parties déclarent que l'exécution de leurs obligations respectives ne contrevient à aucune disposition législative ou réglementaire.

3.1.3 - Les parties s'engagent à se concentrer en toute bonne foi et de manière raisonnable avant toute modification des paramètres techniques.

3.1.4 - En cas de dénonciation ou de résiliation de la présente convention pour quelque cause et/ou motif que ce soit, les parties prendront toutes les dispositions utiles en vue du dénouement de toutes les opérations en cours dans les meilleurs délais.

ARTICLE 4 : OBLIGATIONS DES PARTIES

4.1- OBLIGATIONS MUTUELLES :

4.1.1 - Les parties s'obligent à utiliser :

- Les moyens de communication conformes aux normes édictées par la Banque d'Algérie et permettant l'accès aux données informatiques de la Banque par le réseau « Internet Public ».
- Les formats des fichiers permettant le transfert des données informatiques.

4.1.2 - En cas de constatation d'un défaut quelconque de fonctionnement technique ou autre, la partie concernée en relèvera les éléments, en recherchera les causes, avisera l'autre partie par tout moyen et dans les meilleurs délais, collaborera le plus étroitement possible à l'effet d'y remédier et conviendront des procédures de substitution auxquelles elles recourront jusqu'à la liquidation du susdit défaut.

4.1.3 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

4.1.4 - Tout message électronique est susceptible d'altération, la Banque décline toute responsabilité s'il a été altéré, déformé ou falsifié.

4.2 - OBLIGATIONS DU CLIENT :

4.2.1 - Le Client convient de disposer d'un accès « Internet » à même de lui permettre de communiquer avec la Banque.

4.2.2 - Le Client déclare faire son affaire personnelle de :

- L'acquisition, de l'installation, de la maintenance et de la mise à jour de son système informatique, de son raccordement au réseau « Internet » et de la protection par des dispositifs de sécurité tel que le pare-feu, l'antivirus, ...
- Et de la conformité et de la mise à jour aux normes de la Banque d'Algérie de la version dudit logiciel.

4.2.3 - Le Client aura à communiquer à la Banque les identités du ou de ses mandataires, leur signature électronique, la nature ainsi que l'étendue de qui leur est applicable, leurs pouvoirs respectifs ou conjoints.

4.2.4 - Le client est dans l'obligation de communiquer à la banque, un numéro de téléphone mobile et une adresse mail si elle existe ainsi toute modification de ces dernières. Le client autorise la banque de s'adresser à lui via le téléphone et le mail communiqué concernant l'ensemble des activités de la banque (ex : situation des comptes, monétique, crédits, remboursement des crédits, publicité, ...).

4.2.5 - En cas de révocation du ou de tous ses mandataires, le client informera la Banque immédiatement par écrit pour lui permettre de procéder à l'annulation des prestations objet de la présente convention et de leur habilitation.

4.2.6 - Le Client signalera à la Banque toute perte ou usage abusif des identifiants et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais par tout moyen et s'oblige à confirmer la perte ou son usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception.

4.2.7 - Le Client s'oblige à remettre à son agence, l'ensemble des ordres de virement ou prélèvement en format papier dûment signés par les personnes habilitées. Cette remise doit se faire dans un délai n'excédant pas 10 jours à partir de la date de leur exécution sur CNEF Banking.

4.2.8 - Le Client s'oblige, à peine d'irrecevabilité, à adresser à la Banque toute réclamation concernant la transmission d'un fichier ou la communication d'informations à partir du serveur dans le délai d'un mois à compter de la date d'envoi du dit fichier ou de la communication des sus-dites informations.

4.2.9 - Le client doit sécuriser son espace e-Banking et ses comptes par les pratiques ci-après :

- Choisir un mot de passe complexe et unique et le modifier régulièrement.
- Ne divulguer à personne ses codes secrets (ni à la banque, la police ou même à sa famille).
- Le mot de passe ne doit pas être enregistré sur terminal.
- Ne pas se connecter à partir d'un lien trouvé dans un e-mail (ou SMS), c'est sûrement du phishing.
- En cas de doute, de contacter la banque.
- Consulter régulièrement son compte pour vérifier qu'il n'y a pas eu d'opérations irrégulières.
- Consulter régulièrement des consignes de sécurité de la banque.

4.3 - OBLIGATIONS DE LA BANQUE :

4.3.2 - La Banque accusera réception au Client de tout fichier qui lui aura été transmis en son nom et pour son compte en précisant sa peine ou mauvaise réception et le contrôle ainsi que la conformité des signatures électroniques du dit fichier.

4.3.3 - La Banque exécutera les fichiers conformes aux clauses de la présente convention selon les conditions et les modalités prévues par la convention de compte courant.

4.3.4 - En cas de suspension des prestations, objet de la présente convention et ce, qu'elle qu'en soit la raison ou le motif, la Banque informera le Client dès que possible par tout moyen écrit (fax, mail, SMS, lettre simple avec accusé de réception, etc...).

4.3.5 - La Banque s'oblige à maintenir en bon état de fonctionnement l'ensemble de ses moyens informatiques, humains et techniques nécessaires à l'exécution de la présente convention et, pour ce faire, à assurer toute la maintenance appropriée.

ARTICLE 5 : RESPONSABILITE DES PARTIES.

5.1 - RESPONSABILITE DU CLIENT :

5.1.1 - Le Client est engagé par toute utilisation de la signature et du code d'activation tels que définis dans la présente convention.

5.1.2 - Le Client assume la responsabilité de la garde, de la conservation et de la confidentialité des identifiants ainsi que des mots de passe définis avec la Banque pour l'exécution des prestations.

5.1.3 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation par des tiers des identifiants et des mots de passe des suites de la divulgation de son fait personnel ou de ses préparés.

5.1.4 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation et l'envoi des informations via les canaux autorisés par le client (téléphone et mail) dont les changements et modifications n'ont pas été communiqués à la Banque.

5.1.5 - Le Client déclare avoir utilisé tous les moyens de sécurité (code secret, effacement des messages...) pour préserver la confidentialité des messages reçus.

5.2 - RESPONSABILITE DE LA BANQUE :

5.2.1 - La Banque déclare assumer pleinement et totalement les conditions et les modalités d'accès à son serveur informatique.

5.2.2 - La Banque atteste avoir mis en œuvre toutes les mesures de sécurité nécessaires à la protection et la confidentialité des données du Client.

5.2.3 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

5.3 - EXONERATION DE RESPONSABILITE :

5.3.1 - EXONERATION POUR CAUSE DE SITUATION DE FORCE MAJEURE :

Chacune des deux parties consent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'inexécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou des diverses obligations contractuelles de la partie concernée dès lors que la défaillance de ladite partie est due à un cas de force majeure. Les deux parties conviennent que le cas de force majeure est tout acte ou événement imprévisible, irrésistible, insurmontable, indépendant de leur volonté et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention, dont, notamment, le défaut de fourniture de courant électrique, toute intervention, décision et/ou fait de l'Etat, d'une autorité ou de toute institution publique, les contingences techniques, administratives ou autres ayant une influence directe sur les lignes et les réseaux de transmission informatiques, les guerres ou menaces de guerre, le terrorisme, le sabotage, les situations d'émeutes, de grèves, les incendies, les inondations, toute autre catastrophe naturelle, etc...

La partie empêchée par le cas de force majeure, ne saurait être tenue à aucune réparation ni dédommagement à l'égard de l'autre partie et la durée de la présente convention sera alors prorogée d'une durée égale à celle de la force majeure.

La partie, qui invoque la force majeure, doit aviser la partie intéressée et/ou concernée du cas de force majeure dans les meilleurs délais et ce, par tout moyen (lettre recommandée avec accusé de réception, télex, fax, etc.). En joignant tout justificatif y afférent.

Toutefois, si la situation de force majeure excède la durée d'un mois de trente jours à compter de la date de la survenance de la situation de force majeure, chacune des deux parties pourra résilier la présente convention en informant l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception ou tout autre moyen écrit sans que cette dernière puisse prétendre à de quelconques réparations civiles.

5.3.2 - EXONERATION DU FAIT D'UNE PARTIE TIERCE :

La responsabilité d'une partie ne peut en aucun cas être alléguée par l'autre partie dès lors que l'inexécution ou la mauvaise exécution de l'une ou de plusieurs ou des obligations contractuelles de ladite partie est due au fait d'une tierce partie.

ARTICLE 6 : SUSPENSION DES PRESTATIONS.

Pour préserver la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques ainsi que pour exécuter les tâches de maintenance nécessaires à la bonne marche de ses équipements, la Banque pourra suspendre l'exécution de tout ou partie des prestations, objet de la présente convention. Pendant toute la durée de la suspension, la Banque usera des procédures de substitution qu'elle aura convenues avec le client.

ARTICLE 7 : REPARATION DES PREJUDICES.

Chacune des parties s'oblige à réparer les dommages subis par l'autre partie du fait de sa défaillance, de l'inexécution ou de la mauvaise exécution de l'une, de plusieurs ou de ses diverses obligations contractuelles.

ARTICLE 8 : MODIFICATIONS ET/OU COMPLEMENTES A LA CONVENTION.

Toute modification de la présente convention fera l'objet d'un avenant signé par les parties contractantes.

ARTICLE 9 : RESILIATION DE LA PRESENTE CONVENTION.

La présente convention pourra être résiliée sans délai de préavis par l'une ou l'autre des deux parties par lettre recommandée avec accusé de réception en cas :

- De la clôture de ses comptes par le client;
- De décès du client (cas client est une personne physique);
- De faillite ou de liquidation judiciaire du Client et après mise en demeure adressée au liquidateur par lettre recommandée avec accusé de réception restée sans suite plus d'un mois après sa date de réception par ledit liquidateur;
- De non adaptation par l'une des deux parties à toute nouvelle norme définie par la Banque d'Algérie et/ou la législation Algérienne.

ARTICLE 10 : REGLEMENT DES CONTESTATIONS ET LITIGES.

Toute contestation pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution des termes de la présente convention, qui n'aurait pu être réglée à l'amiable dans un délai d'un mois à compter de sa survenance, seront soumis aux juridictions territorialement compétentes.

ARTICLE 11 : CONDITIONS TARIFAIRES.

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « CNEP Banking » de la CNEP Banque sont prélevés périodiquement par la banque pour l'abonnement régi par la présente convention. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque en

vigueur. Le titulaire du compte sera informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement.

Une commission à l'opération est appliquée, notamment aux opérations de virements et aux mises en opposition sur cartes, ainsi que pour le service SMS Banking.

Par la présente convention, le titulaire du compte autorise la banque à débite son compte des frais d'abonnement et commissions.

ARTICLE 12 : ELECTION DE DOMICILE.

Pour l'exécution de la présente convention, la banque et le titulaire du compte font élection de domicile à leurs adresses respectives indiquées ci-dessus.

ARTICLE 13 : ENTREE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION.

La présente convention entrera en vigueur à compter de la date de sa signature par les deux parties.

Fait en deux exemplaires originaux en langue française, un exemplaire étant remis à chacune des parties.

Fait à le : / 20.....

P/LA BANQUE

Nom, prénom, qualité du représentant

Cachet humide de la Banque

L'ABONNE

Nom, Prénom/Raison sociale

(Cachet humide du client si entreprise)

Annexes

<u>Corps de la remise</u>				
Numéro de l'opération de prélèvement	10 N		O	Numéro séquentiel : 6 positions Mois : 2 positions Année : 2 positions Ex. : 0000010207
<u>Informations sur le débiteur</u>				
Indicateur de présence RIB/IBAN	1N		O	1 : Utilisation RIB. 2 : Utilisation IBAN
RIB du débiteur	20N		O	RIB du client débiteur : Code banque sur 3 positions ; Code agence sur 5 positions ; Numéro de compte sur 10 positions ; Clé de contrôle sur 2 positions
Préfixe IBAN	4AN		F	Code pays ISO 2 positions ; Clé 2 positions. Sinon blancs
Nom et prénoms ou raison sociale du débiteur	50AN		O	
Adresse du débiteur	70AN		O	
Montant de l'opération de prélèvement	15N		O	Structure du montant en décimales Ex. : 000000000500000
Date d'exécution du prélèvement	8N		O	AAAAMMJJ
Date d'émission de la facture	8N		O	AAAAMMJJ
Libellé	70AN		O	Zone utilisée par le donneur d'ordre (créancier) pour préciser l'objet de l'opération de prélèvement
Filler	108			
<u>Fin de la remise</u>				
Fin de la remise	4A		O	FPRV
Filler	100			

Stuy

Annexes

Annexe 05

A la note de procédure n° 03/2020 du 16/10/2020 portant procédure de gestion et de traitement des services e-Banking

Ordre de virement par EDI

Données	Format	O/F	Commentaires
Entête de la remise			
Informations sur le donneur d'ordre			
Entête de la remise	4A	O	VIRM
Identifiant de la Banque du donneur d'ordre	3N	O	Code banque
Nature et type d'opération	3N	O	010 : Virement domestique clientèle
Nature des fonds	1N	O	0 : Dinars 1 : Dinars convertibles
Indicateur de présence RIB/IBAN	1N	O	1 : Utilisation RIB. 2 : Utilisation IBAN
RIB	20N	O	RIB du Donneur d'ordre ; Code banque sur 3 positions ; Code agence sur 5 positions ; Numéro de compte sur 10 positions ; Clé de contrôle sur 2 positions
Préfixe IBAN	4AN	F	Code pays ISO 2 positions ; Clé 2 positions, Sinon blancs
Nom et prénoms ou raison sociale du donneur d'ordre	50AN	O	
Adresse du donneur d'ordre	70AN	O	
Date de remise de l'ordre	8N	O	Structure conforme au format AAAAMMJJ
Référence de la remise	3N	O	Numéro séquentiel de la remise
Nombre d'opérations dans la remise	6N	O	Nombre d'opérations dans la remise
Montant total	16N	O	Montant total des opérations contenues dans la remise
Filler	31		

Annexes

Corps de la remise			
Numéro d'ordre de l'opération de virement	10 N	O	Numéro séquentiel : 6 positions Mois : 2 positions Année : 2 positions Ex. : 0000010207
Informations sur le bénéficiaire			
Indicateur de présence RIB/IBAN	1N	O	1 : Utilisation RIB. 2 : Utilisation IBAN
RIB	20N	O	<i>RIB du Bénéficiaire : Code banque sur 3 positions ; Code agence sur 5 positions ; Numéro de compte sur 10 positions ; Clé de contrôle sur 2 positions</i>
Préfixe IBAN	4AN	F	<i>Code pays ISO 2 positions ; Clé 2 positions. Sinon blancs</i>
Nom et prénoms ou raison sociale du client bénéficiaire	50AN	O	
Adresse du client bénéficiaire	70AN	O	
Montant de l'opération de virement	15N	O	Structure du montant en décimales Ex. : 000000000500000
Libellé	70AN	O	Zone utilisée par le donneur d'ordre pour préciser l'objet de l'opération
Filler	80		
Fin de la remise			
Fin de la remise	4A	O	FVIR
Filler	96		

xy

Annexes

Annexe 06

A la note de procédure n° 03 /2020 du 16 / 06 /2020 portant procédure de gestion et de traitement des services e-Banking.

Ordre de prélèvement par EDI

Données	Format	O/F	Commentaires
<u>Entête de la remise</u>			
<u>Informations sur le donneur d'ordre (créancier)</u>			
Entête de la remise	4A	O	PRLM
Identifiant de la banque du donneur d'ordre	3N	O	Code banque
Nature et type d'opération	3N	O	020 : Ordre de prélèvement
Numéro National d'Émetteur du donneur d'ordre	7N	O	Code banque sur 3 positions, Numéro séquentiel d'enregistrement sur 4 positions
Indicateur de présence RIB/IBAN	1N	O	1 : Utilisation RIB 2 : Utilisation IBAN
RIB	20N	O	RIB du Donneur d'ordre : Code banque sur 3 positions ; Code agence sur 5 positions ; Numéro de compte sur 10 positions ; Clé de contrôle sur 2 positions
Préfixe IBAN	4AN	F	Code pays ISO 2 positions ; Clé 2 positions. Sinon blancs
Nom et prénoms ou raison sociale du donneur d'ordre	50AN	O	
Adresse du donneur d'ordre	70AN	O	
Données du donneur d'ordre	17 AN	F	
Date de remise de l'opération de prélèvement	8N	O	Structure conforme au format AAAAMMJJ
Référence de la remise	3N	O	Numéro séquentiel de la remise
Nombre d'opérations	6N	O	Nombre d'opérations dans la remise
Montant total	16N	O	Montant total des opérations contenues dans la remise
Filler	103		

Annexes



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
XoIKSH+ XoY%HoLIX I %OIoX%II V %O%XH%O
Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance-Banque

DEMANDE D'ABONNEMENT « CNEP B@nking » Client Particulier

Identifiant client (ID) :
Nom :
Prénoms :
Date et lieu de naissance : / / à
Pièce identité : n° Délivrée le / / à
Adresse :
Numéro de téléphone fixe :
Numéro de Téléphone Mobile :
E-mail :

Liste des comptes autorisés par l'abonnement :

Libellé du compte	N° Compte (RIB)	Remarque
		Compte autorisé aux prélèvement des frais d'abonnement et commissions

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack
Particulier	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Consultation des cartes et leurs opérations Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing)	
Particulier +	Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau de la CNEP-Banque et chez les confrères Commande de chéquier et de carte Opposition sur chèque et carte Service SMS	

Fait àle

Reçue par la banque le.....

Signature du titulaire des comptes

Annexes



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
 XoIK8M+ XoY%HoLIX I %OoX%# V %O%XH%O
 Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance-Banque

DEMANDE D'ABONNEMENT « CNEP B@nking » Client Commerçant /Entreprise

Identifiant client (ID) :
 Nom :
 Prénoms :
 Date et lieu de naissance : / / à
 Pièce identité : n° Délivrée le / / à
 Adresse :
 Numéro de téléphone fixe :
 Numéro de Téléphone Mobile (gérant) :
 E-mail (gérant):

Liste des comptes autorisés par l'abonnement :

Libellé du compte	N° Compte (RIB)	Remarque
		Compte autorisé aux prélèvements des frais d'abonnement et commissions

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack
Entreprise/Professionnel	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Consultation des cartes et leurs opérations Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing)	
Entreprise +/Professionnel +	Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau de la CNEP-Banque et chez les confrères Virement de Masse Prelevement Commande de chèque et de carte Opposition sur chèque et carte Service SMS	

Fait à le

Reçue par la banque le.....

Signature du titulaire des comptes

des prestations objet de la présente convention et de leur habilitation.

4.2.6 - Le Client signalera à la Banque toute perte ou usage abusif des identifiants et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais par tout moyen et s'oblige à confirmer la perte ou son usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception.

4.2.7 - Le client s'oblige à remettre à son agence, l'ensemble des ordres de virement ou prélèvement en format papier dûment signés par les personnes habilitées. Cette remise doit se faire dans un délai n'excédant pas 10 jours à partir de la date de leur exécution sur CNEP B@nking.

4.2.8 - Le Client s'oblige, à peine d'irrecevabilité, à adresser à la Banque toute réclamation concernant la transmission d'un fichier ou la communication d'informations à partir du serveur dans le délai d'un mois à compter de la date d'envoi du dit fichier ou de la communication des sus-dites informations.

4.2.9 - Le client doit sécuriser son espace e-Banking et ses comptes par les pratiques ci-après :

- Choisir un mot de passe complexe et unique et le modifier régulièrement,
- Ne divulguer à personne ses codes secrets (ni à la banque, la police ou même à sa famille),
- Le mot de passe ne doit pas être enregistré sur terminal,
- Ne pas se connecter à partir d'un lien trouvé dans un e-mail (ou SMS), c'est sûrement du phishing,
- En cas de doute, de contacter sa banque,
- Consulter régulièrement son compte pour vérifier qu'il n'y a pas eu d'opérations irrégulières
- Consulter régulièrement des consignes de sécurité de la banque,

4.3 - OBLIGATIONS DE LA BANQUE :

4.3.2 - La Banque accusera réception au Client de tout fichier qui lui aura été transmis en son nom et pour son compte en précisant sa bonne ou mauvaise réception et le contrôle ainsi que la conformité des signatures électroniques du dit fichier.

4.3.3 - La Banque exécutera les fichiers conformes aux clauses de la présente convention selon les conditions et les modalités prévues par la convention de compte courant.

4.3.4 - En cas de suspension des prestations, objet de la présente convention, et ce, qu'elle qu'en soit la raison ou le motif, la Banque informera le Client dès que possible par tout moyen écrit (fax, mail, SMS, lettre simple avec accusé de réception, etc...)

4.3.5 - La Banque s'oblige à maintenir en bon état de fonctionnement l'ensemble de ses moyens informatiques, humains et techniques nécessaires à l'exécution de la présente convention et, pour ce faire, à assurer toute la maintenance appropriée.

ARTICLE 5 : RESPONSABILITE DES PARTIES :

5.1 - RESPONSABILITE DU CLIENT :

5.1.1 - Le Client est engagé par toute utilisation de la signature et du code d'activation tels que définis dans la présente convention.

5.1.2 - Le Client assume la responsabilité de la garde, de la conservation et de la confidentialité des identifiants ainsi que des mots de passe définis avec la Banque pour l'exécution des prestations.

5.1.3 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation par des tiers des identifiants et des mots de passe des suites de la divulgation de son fait personnel ou de ses préposés.

5.1.4 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation et l'envoi des informations via les canaux autorisés par le client (téléphone et mail) dont les changements et modifications n'ont pas été communiqués à la banque.

5.1.5 - Le Client déclare avoir utilisé tous les moyens de sécurité (code secret, effacement des messages...) pour préserver la confidentialité des messages reçus.

5.2 - RESPONSABILITE DE LA BANQUE :

5.2.1 - La Banque déclare assumer pleinement et totalement les conditions et les modalités d'accès à son serveur informatique.

5.2.2 - La Banque atteste avoir mis en œuvre toutes les mesures de sécurité nécessaires à la protection et la confidentialité des données du Client.

5.2.3 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

5.3 - EXONERATION DE RESPONSABILITE :

5.3.1 - EXONERATION POUR CAUSE DE SITUATION DE FORCE MAJEURE :

Chacune des deux parties consent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'inexécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou des diverses obligations contractuelles de la partie concernée dès lors que la défaillance de ladite partie est due à un cas de force majeure. Les deux parties conviennent que le cas de force majeure est tout acte ou événement, imprévisible, irrésistible, insurmontable, indépendant de leur volonté et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention, dont, notamment, le défaut de fourniture de courant électrique, toute interven-

tion, décision et/ou fait de l'Etat, d'une autorité ou de toute institution publique, les contingences techniques, administratives ou autres ayant une influence directe sur les lignes et les réseaux de transmission informatiques, les guerres ou menaces de guerre, le terrorisme, le sabotage, les situations d'émeutes, de grèves, les incendies, les inondations, toute autre catastrophe naturelle, etc...

La partie, empêchée par le cas de force majeure, ne saurait être tenue à aucune réparation ni dédommagement à l'égard de l'autre partie et la durée de la présente convention sera alors prorogée d'une durée égale à celle de la force majeure.

La partie, qui invoque la force majeure, doit aviser la partie intéressée et/ou concernée du cas de force majeure dans les meilleurs délais et ce, par tout moyen (lettre recommandée avec accusé de réception, télex, fax, etc.). En joignant tout justificatif y afférent.

Toutefois, si la situation de force majeure excède la durée d'un mois de trente jours à compter de la date de la survenance de la situation de force majeure, chacune des deux parties pourra résilier la présente convention en informant l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception ou tout autre moyen écrit sans que cette dernière puisse prétendre à de quelconques réparations civiles.

5.3.2 - EXONERATION DU FAIT D'UNE PARTIE TIERCE :

La responsabilité d'une partie ne peut en aucun cas être alléguée par l'autre partie dès lors que l'inexécution ou la mauvaise exécution de l'une ou, de plusieurs ou des obligations contractuelles de ladite partie est due au fait d'une tierce partie.

ARTICLE 6 : SUSPENSION DES PRESTATIONS :

Pour préserver la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques ainsi que pour exécuter les tâches de maintenance nécessaires à la bonne marche de ses équipements, la Banque pourra suspendre l'exécution de tout ou partie des prestations, objet de la présente convention.

Pendant toute la durée de la suspension, la Banque usera des procédures de substitution qu'elle aura convenues avec le client.

ARTICLE 7 : REPARATION DES PREJUDICES :

Chacune des parties s'oblige à réparer les dommages subis par l'autre partie du fait de sa défaillance, de l'inexécution ou de la mauvaise exécution de l'une, de plusieurs ou de ses diverses obligations contractuelles.

ARTICLE 8 : MODIFICATIONS ET/OU COMPLEMENTS A LA CONVENTION :

Toute modification de la présente convention fera l'objet d'un avenant signé par les parties contractantes.

ARTICLE 9 : RESILIATION DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention pourra être résiliée sans délai de préavis par l'une ou l'autre des deux parties par lettre recommandée avec accusé de réception en cas :

- De la clôture de ses comptes par le client,
- De décès du client (cas client est une personne physique),
- De faillite ou de liquidation judiciaire du Client et après mise en demeure adressée au liquidateur par lettre recommandée avec accusé de réception restée sans suite plus d'un mois après sa date de réception par ledit liquidateur,
- De non adaptation par l'une des deux parties à toute nouvelle norme définie par la Banque d'Algérie et/ou la législation Algérienne.

ARTICLE 10 : REGLEMENT DES CONTESTATIONS ET LITIGES :

Toute contestation pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution des termes de la présente convention, qui n'aurait pas pu être réglée à l'amiable dans un délai d'un mois à compter de sa survenance, seront soumis aux juridictions territorialement compétentes.

ARTICLE 11 : Conditions tarifaires

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « CNEP B@nking » de la CNEP-Banque sont prélevés périodiquement par la banque pour l'abonnement régi par la présente convention. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque en vigueur. Le titulaire du compte sera informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement.

Une commission à l'opération est appliquée, notamment aux opérations de virements et aux mises en oppositions sur cartes, ainsi que pour le service SMS Banking.

Par la présente convention, le titulaire du compte autorise la banque à débiter son compte des frais d'abonnement et commissions.

ARTICLE 12 : Election de domicile

Pour l'exécution de la présente convention, la banque et le titulaire du compte font élection de domicile à leurs adresses respectives indiquées ci-dessus.

ARTICLE 13 : ENTREE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention entrera en vigueur à compter de la date de sa signature par les deux parties.

Fait en deux exemplaires originaux en langue française, un exemplaire étant remis à chacune des parties.

Fait à le / / 20.....

P/LA BANQUE,

Nom, prénom, qualité du représentant

(Cachet humide de la Banque)

L'ABONNE

Nom, Prénom, Raison sociale

(Cachet humide du client si entreprise)

Annexes

5.2.6 - Le Client s'oblige, à peine d'irrecevabilité, à adresser à la Banque toute réclamation concernant la transmission d'un fichier ou la communication d'informations à partir du serveur dans le délai d'un mois à compter de la date d'envoi du dit fichier ou de la communication des sus-dites informations.

5.2.7 - Le client doit sécuriser son espace e-Banking et ses comptes par les pratiques ci-après :

- Choisir un mot de passe complexe et unique et le modifier régulièrement. Le mot de passe doit être composé au minimum de huit (8) caractères avec l'existence des lettres en majuscule et minuscule, des chiffres et caractère spécial.
- Ne divulguer à personne ses codes secrets (ni à la banque, la police ou même à sa famille).
- Le mot de passe ne doit pas être enregistré sur terminal,
- Ne pas se connecter à partir d'un lien trouvé dans un e-mail (ou SMS), c'est sûrement du phishing.
- En cas de doute, de contacter sa banque.
- Consulter régulièrement son compte pour vérifier qu'il n'y a pas eu d'opérations irrégulières.
- Consulter régulièrement des consignes de sécurité de la banque.

5.3 - OBLIGATIONS DE LA BANQUE :

5.3.1 - La Banque accusera réception au Client de tout fichier qui lui aura été transmis en son nom et pour son compte en précisant sa bonne ou mauvaise réception et le contrôle ainsi que la conformité des signatures électroniques du dit fichier.

5.3.2 - La Banque exécutera les fichiers conformes aux clauses de la présente convention selon les conditions et les modalités prévues par la convention de compte courant.

5.3.3 - En cas de suspension des prestations, objet de la présente convention, et ce, qu'elle qu'en soit la raison ou le motif, la Banque informera le Client dès que possible par tout moyen écrit (fax, mail, SMS, lettre simple avec accusé de réception, etc....).

5.3.4 - La Banque s'oblige à maintenir en bon état de fonctionnement l'ensemble de ses moyens informatiques, humains et techniques nécessaires à l'exécution de la présente convention et, pour ce faire, à assurer toute la maintenance appropriée.

ARTICLE 6 : RESPONSABILITE DES PARTIES :

6.1 - RESPONSABILITE DU CLIENT :

6.1.1 - Le Client est engagé par toute utilisation de la signature et du code d'activation tels que définis dans la présente convention.

6.1.2 - Le Client assume la responsabilité de la garde, de la conservation et de la confidentialité des identifiants ainsi que des mots de passe définis avec la Banque pour l'exécution des prestations.

6.1.3 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation par des tiers des identifiants et des mots de passe des suites de la divulgation de son fait personnel ou de ses préposés.

6.1.4 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation et l'envoi des informations via les canaux autorisés par le client (téléphone et mail) dont les changements et modifications n'ont pas été communiqués à la banque.

6.1.5 - Le Client déclare avoir utilisé tous les moyens de sécurité (code secret, effacement des messages...) pour préserver la confidentialité des messages reçus.

6.2 - RESPONSABILITE DE LA BANQUE :

6.2.1 - Dans le cas où la Banque aurait recours à un ou plusieurs sous-traitants pour exécuter tout ou partie des prestations au titre du Contrat, elle demeure responsable de leur bonne exécution vis-à-vis du Client.

6.2.2 - La Banque déclare qu'elle entreprendra ses meilleurs efforts pour exécuter les opérations de maintenance aux périodes où elles entraîneront le moins de perturbations pour le client.

6.2.3 - La Banque atteste avoir mis en œuvre toutes les mesures de sécurité nécessaires à la protection et la confidentialité des données du Client.

6.2.4 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

6.3 - EXONERATION DE RESPONSABILITE :

6.3.1 - EXONERATION POUR CAUSE DE SITUATION DE FORCE MAJEURE : Chacune des deux parties consent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'inexécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou des diverses obligations contractuelles de la partie concernée dès lors que la défaillance de ladite partie est due à un cas de force majeure. Les deux parties conviennent que le cas de force majeure est tout acte ou événement, imprévisible, irrésistible, insurmontable, indépendant de leur volonté et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention, dont, notamment, le défaut de fourniture de courant électrique, toute intervention, décision et/ou fait de l'Etat, d'une autorité ou de toute institution publique, les contingences techniques, administratives ou autres ayant une influence

directe sur les lignes et les réseaux de transmission informatiques, les guerres ou menaces de guerre, le terrorisme, le sabotage, les situations d'émeutes, de grèves, les incendies, les inondations, toute autre catastrophe naturelle, etc.... La partie, empêchée par le cas de force majeure, ne saurait être tenue à aucune réparation ni dédommagement à l'égard de l'autre partie et la durée de la présente convention sera alors prorogée d'une durée égale à celle de la force majeure.

La partie, qui invoque la force majeure, doit avisier la partie intéressée et/ou concernée du cas de force majeure dans les meilleurs délais et ce, par tout moyen (lettre recommandée avec accusé de réception, téléx, fax, etc.). En joignant tout justificatif y afférent.

Toutefois, si la situation de force majeure excède la durée de trente (30) jours à compter de la date de la survenance de la situation de force majeure, chacune des deux parties pourra résilier la présente convention en informant l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception ou tout autre moyen écrit sans que cette dernière puisse prétendre à de quelconques réparations civiles.

6.3.2 - EXONERATION DU FAIT D'UNE PARTIE TIERCE :

La responsabilité d'une partie ne peut en aucun cas être alléguée par l'autre partie dès lors que l'inexécution ou la mauvaise exécution de l'une ou, de plusieurs ou des obligations contractuelles de ladite partie est due au fait d'une tierce partie.

ARTICLE 7 : SUSPENSION DES PRESTATIONS :

Pour préserver la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques ainsi que pour exécuter les tâches de maintenance nécessaires à la bonne marche de ses équipements, la Banque pourra suspendre l'exécution de tout ou partie des prestations, objet de la présente convention.

Pendant toute la durée de la suspension, la Banque usera des procédures de substitution qu'elle aura convenues avec le client.

ARTICLE 8 : REPARATION DES PREJUDICES :

Chacune des parties s'oblige à réparer les dommages subis par l'autre partie du fait de sa défaillance, de l'inexécution ou de la mauvaise exécution de l'une, de plusieurs ou de ses diverses obligations contractuelles.

ARTICLE 9 : MODIFICATIONS ET/OU COMPLEMENTS A LA CONVENTION :

Toute modification de la présente convention fera l'objet d'un avenant signé par les parties contractantes.

ARTICLE 10 : RESILIATION DE LA CONVENTION :

La présente convention pourra être résiliée sans délai de préavis par l'une ou l'autre des deux parties par lettre recommandée avec accusé de réception en cas :

- de la clôture de ses comptes par le client,
- de décès du client
- de faillite ou de liquidation judiciaire du Client et après mise en demeure adressée au liquidateur par lettre recommandée avec accusé de réception restée sans suite plus d'un mois après sa date de réception par ledit liquidateur,
- de non adaptation par l'une des deux parties à toute nouvelle norme définie par la Banque d'Algérie et/ou la législation Algérienne.

ARTICLE 11 : REGLEMENT DES CONTESTATIONS ET LITIGES :

Toute contestation ou litige pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution des termes de la présente convention, qui n'aurait pas pu être réglée à l'amiable dans un délai d'un mois à compter de sa survenance, seront soumis aux juridictions territorialement compétentes.

ARTICLE 12 : Conditions tarifaires

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « CNEP B@nking » de la CNEP-Banque sont prélevés périodiquement par la banque pour l'abonnement régi par la présente convention. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque en vigueur. Le titulaire du compte sera informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement.

Une commission à l'opération est appliquée, notamment aux opérations de virements et aux mises en oppositions sur cartes et chèques.

Par la présente convention, le titulaire du compte autorise la banque à débiter son compte des frais d'abonnement et commissions.

ARTICLE 13 : Election de domicile

Pour l'exécution de la présente convention, la banque et le titulaire du compte font l'élection de domicile à leurs adresses respectives indiquées ci-dessus.

ARTICLE 14 : ENTREE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention entrera en vigueur à compter de la date de sa signature par les deux parties.

Fait en deux exemplaires originaux en langue française, un exemplaire étant remis à chacune des parties.

Fait à le : / 20.....

P/LA BANQUE,

Nom, prénom, qualité du représentant

(Cachet humide de la Banque)

L'ABONNE

Nom&Prénom



الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

البنك الإلكتروني

البنك الإلكتروني يسمح لك بتتبع وإدارة حساباتك
من منزلك مجاناً ، في أي وقت وبأمان.
على <http://e.b@nking.dz> يمكنككم;



عرض أرصدة حسابك
وتاريخ المعاملات.



طلب دفتر الشيكات
و البطاقة البنكية



تحميل
البيانات المصرفية

بنقرة واحدة
7 أيام/ 7 و 24 ساء



www.cnepbanque.dz

CNEP Banque cnep_banque
CNEP-Banque



الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

E-Banking

Vous permet de suivre et gérer vos comptes
à partir de chez vous **GRATUITEMENT**,
à tout moment et en toute sécurité.
Avec <http://e.banking.dz> vous pouvez :



Consulter le solde de vos comptes
et l'historique de vos opérations.



Commander votre chéquier
et votre carte bancaire



Télécharger vos
relevés bancaires

D'un simple clic,
7j/7 et 24h/24



www.cnepbanque.dz

CNEP Banque

cnep_banque

CNEP-Banque



Table des matières

Table des matières

Remerciement I

Dédicaces II

Liste des abréviations III

Liste des tableaux et lois IV

Sommaire V

Introduction générale 01

Chapitre I: les technologies de l'information et de la communication

Introduction 04

Section 1 : les technologies de l'information et de la communication 05

1 Définition des TIC 05

1.1. Evolution de la terminologie 06

1.2. Les NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication..... 07

2. les outils des TIC 08

2.1. Les ordinateurs 09

2.1.1. L'historique du développement de l'ordinateur 09

2.2 Les réseaux informatiques 09

2.3. Les puces intelligentes 10

2.4. Les logiciels 10

3. les avantages et les limites des TIC 11

3.1 Les avantages d'une meilleure intégration des TIC, on note ce qui suit : 11

3.2. Les limite de l'investissement dans les TIC 12

Section 2 : Fondements théoriques de l'e-banking.....	13
1. Définition de l'E-banking :	13
2. L'évolution d'E-Banking :	14
3. Les différentes formes d'E-Banking :	15
3.1. Le téléphone et les tablettes numériques :	15
3.2. Pc Banking :	16
3.3. GAB (Guichet Automatique Bancaire) :	16
3.4. Internet Banking :	17
3.4.1 Canal d'information :	17
3.4.2 Canal de communication	17
3.4.3 Canal de transaction	17
Section 3 : Atouts et points faibles de l'E-Banking.....	18
1. Atouts de l'E-Banking.....	18
1.1 Avantages du point de vue de la banque	18
1.1.1 Gain du temps	18
1.1.2 Réduction du cout d'intermédiation et de transaction.....	18
1.1.3 Une extension géographique	19
1.1.4 Différentiation des produits	19
1.1.5 Gestion de la relation client-banque	19
1.1.6 La simplicité d'utilisation	20
1.2. Avantages du point de vue du client	20
1.2.1 Disponibilité 24h sur 24	20
1.2.2 Offre transfrontalière	20

Table des matières

1.2.3. Plus en plus de Fonctionnalités proposées	21
2. Points sensibles de E-Banking	21
2.1. Commodité	21
2.2 Problématique d'accessibilité.....	22
2.2.1. Les personnes âgées	22
2.2.2 Aveugle et malvoyant	22
2.2.3. Malentendant	23
2.2.4. Handicap physique	23
2.2.5. Handicap cognitif	23
2.3. Confiance et risques	23
2.3.1. Les risques et l'insécurité des opérations	24
2.3.2. Les risques juridiques	24
2.3.3. Les risques de réputation	24
2.3.4. Le blanchiment d'argent	25
2.3.5. Risque de crédit	25
2.3.6. Autres risques	26
Conclusion.....	27

Chapitre II : e-banking en Algérie

Introduction	28
Section 1 : présentation du secteur bancaire algérien.....	29
1.1. Historique du système bancaire et financier algérien.....	29
1.1.1. Point de départ : Une économie planifiée 1962-1985.....	29
1.1.1.1. De l'indépendance à 1966.....	29

Table des matières

1.1.1.2. Période 1966-1970.....	30
1.1.1.3. Période 1970-1978.....	31
1.1.1.4. Période 1978-1982.....	31
1.1.1.5. Période 1982-1985.....	32
1.1.2. Accélération du processus de réformes 1986 - 1990	32
1.1.2.1. Loi n° 86-12 du 19 août 1986 relative au Régime des banques et du crédit.....	33
1.1.3. Politique monétaire et du crédit (1990-1999)	34
1.1.3.1. Loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et an crédit	34
1.1.4. Aménagements apportés en 2001 à la loi relative à la monnaie et au crédit.....	35
1.1.5. Adoption de l'ordonnance n°03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit	35
1.1.6. Ordonnance n°10-04 du 26 août 2010 relative à la monnaie et au crédit	36
1.2. Acteurs du système bancaire algérien	37
1.2.1. Banques Commerciales	38
1.2.2. Etablissements Financiers	39
1.2.2.1. Etablissements financiers à vocation générale	39
1.2.2.2. Etablissements financiers a vocation spécifique	39
1.2.3. Bureaux de Représentation.....	40
Section 2 : Modernisation de système bancaire algérien.....	40
2.1. Naissance de la Société d'automatisation des transactions inter bancaires et de monétique	40
2.1.1. Missions de SATIM	40
2.2. Développement du système de paiement et de la monétique	41
2.3. RTGS.....	41

Table des matières

2.4. Système de paiement de masse	41
2.5. Développement de la monétique	41
2.6. Cas particulier d'Algérie poste	42
2.7. NTIC, E-banking et bancarisation de masse	42
2.8. Agences bancaires	43
2.8.1. Accélération des ouvertures des agences de banques privées.....	43
2.9. Utilisation des cartes bancaires	43
2.10. Généralisation des services bancaires online.....	43
Section 3: Perspectives de la banque électronique en Algérie	43
3.1. Internet et les banques algériennes.....	45
3.2. Accès au service E-Banking.....	47
3.3. Usages de téléphone dans le service bancaire	48
3.4. Réalité de la monétique en Algérie	48
Conclusion.....	51
 <i>Chapitre III : l'étude pratique sur l'e-banking au sein de la banque CNEP Tizi-Ouzou</i>	
Introduction	52
Section 1 : présentation de l'e-banking au niveau de la CNEP banque.	53
1. Historique de la CNEP banque	53
2. Organisation de la CNEP Banque :	55
Section2 : les modalités et fonctionnement des services e-banking	58
2.1. E-banking	58
2.2. Abonné	58

Table des matières

2.3. Interlocuteur	58
2.4. Comptes autorisés	58
2.5. Login	58
2.6. Mot de passe	58
Article3 : bénéficiaires des services e-banking	58
Article4: services offerts (via e-banking)	59
4.1. Consultation des soldes et de l'historique des soldes	59
4.2. Consultation des derniers mouvements	59
4.3. Téléchargement des relevés de compte	60
4.4. Edition des relevés de compte	60
4.5. Edition des relevés d'identité bancaire (RIB)	60
4.6 commande de chéquier	61
4.7. Consultation des cartes bancaires	62
4.8. Opposition sur carte bancaire	62
4.9. Consultation et Edition des opérations sur carte	62
4.10. Consultation des crédits	62
4.11. Virement unitaire	63
4.12. Virement de masse	64
4.13. Prélèvements	65
4.14. Notification par «SMS »	65
4.15. Cordonnées des agences de la banque	65
4.16. Conversion des devises	66
4.17. Gestion des bénéficiaires	66

Table des matières

4.18. Service de messagerie	66
4.19. Modification du mot de passe	66
4.20. Autres informations	67
Article 5 : les conditions d'accès aux services e-banking.	67
Article 6 : les packs.....	67
6.1 Pack particulier.....	67
6.2 Pack particulier	67
6.3 : pack entreprise.....	68
6.4 : pack entreprise	68
6.5 : pack professionnels	68
6.6 : pack professionnels +	68
6.7 : pack personnel CNEP	68
Article 7 : étapes de l'abonnement.	68
7.1 : renseignement de la demande d'abonnement.	68
7.2 : souscription de l'abonnement.	69
7.2.1 : saisie de l'abonnement	69
7.2.2 : saisie des interlocuteurs	69
7.2.3. Sélection des comptes autorisés	69
7.2.4 : les profils	70
7.3. Autorisation de l'abonnement	71
7.4. Signature de la convention	71
7.5. Génération des fichiers	71
Article 8 : accès au service e-banking	71

Table des matières

Article 9 : durée de l'abonnement et résiliation	72
Article 10 : obligations du client et de la banque	72
10.1. Obligation mutuelles	72
10.2. Obligations du client	72
10.3. Obligations de la banque	74
Article 11 : responsabilités.	74
11.1. Responsabilités du client	74
11.2. Responsabilité de la banque	75
Article 12 : force majeure	75
Article 13 : tarification	75
Article 14 : comptabilisation	75
Article 15 : traitement des réclamations	75
Article 16 : application.....	76
Article 17 : entrée en vigueur.....	76
Section 3 : discussions du résultat de l'entretien.....	77
1. Les questions posées au responsables de la banque.....	77
Conclusion	80
Conclusion générale	81
Bibliographie.	
Annexes.	
Table des matières.	

Résumé

Vu l'importance capitale des technologies d'information et de communication et de l'E-Banking et sa propagation, la banque CNEP opte pour l'amélioration et la modernisation de ce secteur en terme d'avantage concurrentielle et de facilité d'utilisation qu'elles procurent à sa clientèle. On peut dire que le travail des banques à la promotion du service E-Banking porte ses fruits.

La banque à distance constitue une réponse technique et stratégique à l'innovation technologique et aux nouvelles formes de concurrence dans l'offre bancaire.

Malgré les efforts fournis par les banques, le développement de l'E-Banking reste faible et se confronte à quelques problèmes réglementaires, les habitudes culturelles restent l'entrave la plus importante.

Abstract

Given the capital importance of information and communication technologies and E-Banking and its spread, the CNEP bank opts for the improvement and modernization of this sector in terms of competitive advantage and ease of use. that they provide to its customers. We can say that the work of banks to promote the E-Banking service is bearing fruit.

Remote banking constitutes a technical and strategic response to technological innovation and to new forms of competition in the banking offer.

Despite the efforts made by the banks, the development of e-banking remains weak and faces some regulatory problems, cultural habits remain the most important obstacle.