



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



Mémoire de fin d'étude

En vue de l'obtention du diplôme de master en Sciences de Gestion

Spécialité : Management Bancaire

Thème

*La digitalisation dans les banques publiques :
Entre avantages Et inconvénients, Cas de la BNA
direction régional de Tizi-Ouzou.*

Présenté par :

HEDJAR Syphax

Rapporteur : Mr BOUABBACHE Aissa

Devant le jury composé de

Président : HADJ MOHAND Moussa, Maître-assistant classe A, UMMTO

Examineur : ARHAB Samir, Maître-assistant classe A, UMMTO

Rapporteur : BOUABBACHE Aissa, Maître-assistant classe A, UMMTO

Promotion : 2020-2021



Remerciements

Je tiens tous d'abord à remercier dieu le tout puissant pour nous avoir donné la santé, la force, la patience et le pouvoir nécessaire d'achever ce modeste travail.

Mes plus vifs remerciements à tous ceux qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail mais qui ne sont pas cités ici, sans oublier ma famille pour leurs soutiens moraux et matériels et leurs amitiés pendant la réalisation de mon travail.

Je tiens à exprimer toute ma gratitude à mon encadreur Mr BOUABBACHE Aissa de l'université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou qui m'a beaucoup aidé dans nos recherches et d'avoir fourni les outils méthodologiques nécessaires et de ses efforts et ses conseils afin de réaliser mon travail de fin d'étude.

Mes plus vifs remerciements à ma promotrice Mme REZGUI Roza chef de secteur Animation Commerciale de la DRE de la Banque National d'Algérie de la wilaya de Tizi-Ouzou pour son accueil, le partage des informations et de son expertise au quotidien.

Et enfin je tiens à remercier les membres des jurys qui ont acceptés de lire et d'évaluer mon mémoire.

SYPHAX

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

A mes chers parents à qui je dois tout. Qui m'ont Soutenus et encouragé pour que je puisse mener à bien mes études.

A mes frères : Mouloud, Samir, Idir et mon beau-frère Younes.

A mes sœurs : Djaouida et Kahina.

A mes petits neveux : Mohammed et Anis

A tous ceux qui ont collaborés de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

SYPHAX

Sommaire

SOMMAIRE

Introduction générale.....	1
CHAPITRE 1 : CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL DE LA DIGITALISATION BANCAIRE.....	4
Introduction	4
Section 1 : généralités sur la digitalisation bancaire	4
Section 2 : les raisons de la digitalisation des banques	14
Section 3 : Les atouts et les enjeux de la digitalisation bancaire	24
Conclusion.....	29
CHAPITRE 2 : L'EVOLUTION DU SYSTEME BANCAIRE ALGERIEN.....	30
Introduction	30
Section 1 : L'évolution du système bancaire algérien.....	30
Section 2 : L'organisation du système bancaire Algérien.....	39
Section 3 : l'E-banking en Algérie	44
Conclusion.....	54
CHAPITRE 3 : LES MOYENS DE PAIEMENTS DIGITAUX AU SEIN DE LA BANQUE NATIONAL D'ALGERIE.....	56
Introduction	56
Section 1 : présentation de la Banque National d'Algérie	56
Section 2 : les moyens de paiements digitaux au sein de la BNA	62
Section 3 : étude et analyse des moyens de paiements digitaux de la BNA	76
Conclusion.....	80
Conclusion Générale	82
Références Bibliographiques	
Liste des figures et tableaux	
Annexes	

Liste des abréviations

LISTE DES ABREVIATIONS

ALC: Arab Leasing Corporation

ARTS: Algerian Real Time Settlement

ATM: Automate Teller Machine

BADR: Banque Algérienne de Développement Rurale

BDL: Banque de Développement Local

BEA: Banque Extérieur d'Algérie

BNA: Banque Nationale d'Algérie

BNP: Banque national de Paris

CAD: Caisse Algérienne de Développement

CB: Commission Bancaire

CIB: Carte Inter Bancaire

CMC: Commission de la Monnaie et du Crédit

CNEP: Caisse nationale d'épargne et de prévoyance

CNMA: Caisse Nationale de Mutualité Agricole

CPA: Crédit Populaire Algérien

CRM: Customer Relation Manager

DAB: Distributeur Automatique de Billets

EPE: Entreprise Publique Economique

GAB: Guichet Automatique de Banque

GPS: Global Positioning System

IA: Intelligence artificielle

MLA: Maghreb Leasing Algérie

NTIC: Nouvelles technologies de l'information et de Communication

SATIM: Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique

LISTE DES ABREVIATIONS

SMS: Short Message Service

SVI: service Vocal Interactif

TIC: technologies de l'information et de Communication

TPE: Terminaux de Paiement Electronique

TV: Télévision

WEB: World Wide Web

Introduction générale

INTRODUCTION GENERALE

Depuis les années 2000, nous assistons à un bouleversement mondial lié au digital qui entraîne des grands changements dans le paysage économique (Mairesse, Cette, & Kocoglu, 2000). Outre le développement rapide et à grande échelle d'Internet et des progrès technologiques, nous constatons également la popularité des ordinateurs et des téléphones intelligents, qui deviennent de plus en plus puissants, compacts et riches en fonctionnalités. Cela a apporté d'énormes changements à l'économie, et cette dernière a été complètement transformée

Aujourd'hui, le numérique occupe une place prépondérante dans notre quotidien, voire indispensable. La révolution numérique et le développement des technologies de l'information et de la communication ont modifié nos modes de vie et de consommation. L'évolution des comportements et des attentes du consommateur fait que ce dernier se familiarise davantage avec les nouvelles technologies. Il consulte et commande des comptes bancaires en ligne via son ordinateur personnel, mais il l'est aussi de plus en plus depuis son smartphone. Il est devenu plus averti et exigeant.

Tous les secteurs économiques sont touchés par ce phénomène de grande ampleur. Le secteur très ancien des agences bancaires a connu de nombreuses mutations et il est sans doute plus sensible que tout autre secteur. L'évènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication ont ouvert de nouvelles possibilités d'interaction entre les banques et les clients. Pour s'adapter à cette nouvelle ère, les banques traditionnelles doivent investir dans le développement numérique pour protéger leurs propres intérêts économiques et en même temps fidéliser leurs clients. Par exemple, ils ont mis en place un système d'accès Internet pour les clients car c'est le moyen le moins coûteux que la banque a récemment développée pour communiquer avec ses clients

En plus de l'accès à Internet, la banque a également choisi un nouveau logiciel de gestion pour simplifier son utilisation direct depuis l'ordinateur ou le smartphone du client, ou d'effectuer les opérations quotidiennes à distance. Dans l'ensemble, les banques offrent désormais aux clients un accès instantané à leurs comptes bancaires avec une flexibilité 24h/24.

Pour ce qui est de l'Algérie, qui est un pays en voie de développement, nous remarquons un développement en matière de digital ces dernières années, en effet le secteur bancaire algérien est à l'épicentre de ces profonds changements. Concernant la numérisation des services, bien que celle-ci soit encore timide, nous observons cependant une évolution sur

l'intégration de la digitalisation dans le domaine de la finance. Les Algériens, ont en effet adoptés les supports de connexion et le numérique dans leur vie quotidienne. Que ce soient les plus jeunes ou les plus âgés. Les banques algériennes sont donc dans l'obligation de répondre aux nouvelles tendances du marché, en se lançant dans une transformation digitale, bien qu'elle soit moins impressionnante par rapport aux pays avancés et aussi retardée par le lancement tardif de la connexion 4G en Algérie, mais cette transformation digitale est notamment bien présente.

Objet de la recherche

La digitalisation est de plus en plus considérée comme une nécessité au développement du secteur bancaire. Elle est de nature à influencer le mode de fonctionnement des banques et leurs restructurations. En effet, avec la dématérialisation des services internes, des procédures et des données, le digital est devenu l'outil de production, d'innovation, de communication et de commercialisation, ce qui lui confère une place privilégiée dans l'activité bancaire.

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

- Quels sont les effets de la digitalisation sur les banques ? et quel est son apport pour la relation banque et sa clientèle ?

De cette problématique découlent les questions suivantes :

- Que signifie la digitalisation ?
- Pourquoi les banques doivent elles se mettre au digital ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients de la digitalisation dans les banques ?

A la lumière de ce qui précède, une première réponse à toutes ces interrogations peut se trouver dans les hypothèses suivantes :

- **H1** : le client préfère avoir recours aux services digitaux pour les opérations les moins engageantes, ce qui résulte son manque de déplacement dans les agences bancaires.
- **H2** : la digitalisation des banques a un impact plutôt positif sur la productivité et la rentabilité des banques.
- **H3** : Les nouveaux supports de communication via le digital attirent et fidélisent les clients.

Motivation du choix du thème

Le choix de ce thème de recherche se justifie par un sujet d'actualité vue l'importance de la digitalisation comme facteur principal et nécessaire pour l'évolution du secteur bancaire.

Méthodologie de recherche

Afin de répondre aux questions posées précédemment et vérifier la validité des hypothèses, nous avons adopté une double approche : une approche théorique, où nous avons consulté la documentation nécessaire (ouvrage, revue, mémoire, sites internet) ayant un rapport avec notre thème de recherche puis une approche empirique qui consiste en une étude sur les moyens de paiements digitaux en utilisant les informations et les données collectées au sein de la banque BNA afin d'en tirer des conclusions.

Structure du mémoire

Pour mener à bien notre travail et afin de répondre à la problématique précédente, nous avons organisé notre mémoire en deux chapitres théoriques et un chapitre pratique.

Le premier chapitre intitulé "cadre théorique et conceptuel de la digitalisation" aborde les généralités sur la digitalisation ainsi que ces atouts et limites.

Le deuxième chapitre intitulé "l'évolution du système bancaire algérien" traite sur l'évolution du système bancaire algérien et de l'E-banking.

Le troisième chapitre intitulé " Les moyens de paiements digitaux au sein de la Banque National d'Algérie" représente un cas pratique, une étude des moyens de paiements digitaux mis en service au sein de la Banque National d'Algérie

Chapitre 1 :

**Cadre théorique et
conceptuel de la
digitalisation bancaire.**

Introduction

Aujourd'hui, le numérique occupe une place importante voire indispensable dans notre quotidien. La révolution numérique et le développement des technologies de l'information et de la communication ont modifié nos modes de vie et de consommation, c'est pourquoi la relation entre l'entreprise et ses clients est dématérialisée. Le secteur bancaire est l'un des domaines les plus touchés et transformés par le numérique. Les banques dites traditionnelles sont même appelées anciennes banques. Elles abandonnent l'ancien nom et le remplacent par un nouveau plus moderne et elles sont plus flexible et plus proche des clients. Du fait d'Internet et du développement d'applications dédiées aux différents produits et services bancaires, ces banques proposent de plus en plus de services en ligne.

Ce chapitre est consacré à la digitalisation bancaire, et pour mieux comprendre cela on l'a divisé en trois sections. La première section intitulée "généralité sur la digitalisation bancaire" dans laquelle plusieurs concepts de la digitalisation bancaires qui ont été défini et présenter ses différents outils. La deuxième section nommée " les raison de la digitalisation des banques " qui expliquera pourquoi les banques doivent se digitaliser. La troisième section intitulée "Les atouts et les enjeux de la digitalisation dans la banque" présentera les apports et les limites de la digitalisation sur les banques.

Section 1 : généralités sur la digitalisation bancaire

Dans cette section on va aborder, dans un premier temps l'aspect conceptuel de quelques éléments clés de notre étude tels que la digitalisation, la transformation digitale, le digitale, la banque à distance...etc. dans un deuxième temps, on va présenter les différents outils de la digitalisation bancaire.

1.1 Définition des concepts

La digitalisation bancaire englobe plusieurs concepts tels que le digital, la transformation digitale, la digitalisation, la banque à distance ... ces concepts seront défini dans ce qui vas suivre pour mieux comprendre leurs signification.

1.1.1 Le digital

Le digital est un univers très vaste qui s'appuie sur les dernières vagues technologiques (internet, social technologies, mobile computing), irrigue toutes les disciplines (technologie, stratégie, marketing et communication...) affecte tous les secteurs et introduit une nouvelle culture. Les TIC en constituent le cœur, mais elles interagissent avec les autres technologies exponentielles (IA,

robotique, impression 3D, Cloud...). Le phénomène le plus massif, noté ces dernières années est l'accélération digitale. Les outils deviennent de moins en moins chers et de plus en plus performants, avec les quatre vagues technologiques (PC, Internet, social networks et mobile computing) enregistré durant ces dernières années.

1.1.2 La transformation digitale

Selon Ettien & Peron (2018) « *la transformation implique un cheminement qui sert à identifier, mobiliser, et organiser les ressources pour partir d'un point pour aller à un autre* ».

Elle est également considérée comme « *l'adoption des compétences technologiques facilement accessible qui transforme la réactivité de l'organisation face aux changements du marché* » selon Bos (2018).

Pour Fayon (2018) « *les transformations liées au numériques sont en première approche de trois ordres, l'automatisation pour la reproduction mécanique d'une séquence d'action à l'aide d'un programme, la dématérialisation pour le remplacement de supports matériels par des fichiers informatiques et la désintermédiation pour la suppression des intermédiaires rendue possible avec le numérique* ».

D'après ces définitions en dessus nous pouvons dire que la transformation digitale peut être définie comme une révolution des pratiques, de l'automatisation et de la simplification des processus ; afin d'accélérer et d'optimiser les flux commerciaux internes, ainsi que les flux commerciaux entre les banques et leurs clients ou partenaires, la digitalisation est vecteur de création de valeur et d'opportunités commerciales.

1.1.3 La digitalisation

La digitalisation est le procédé qui vise à **transformer un objet**, un outil, un processus ou un métier en un code informatique afin de le remplacer et le **rendre plus performant**. Il s'agit aussi d'un procédé visant à transformer des processus traditionnels, des objets, des outils ou encore des professions par le biais de technologies digitales afin de les rendre plus performants.

1.1.4 La banque à distance

La banque à distance « est une banque qui offre un ensemble de services bancaires par voie électronique, et donc essentiellement, par internet. Une banque à distance permet ainsi, à ses clients,

d'assurer la gestion d'un compte bancaire avec des possibilités de consultation de compte de virement, d'obtention de crédit ou encore d'investissement dans différents produits financiers »¹.

Copulsky ET Wolf (1990) Ont défini l'E-banking comme « *les Operations bancaires par interne est un terme qui implique l'utilisation des ordinateurs, donc une livraison automatique par voie électronique comme "Internet Banking" et tien compte également d'autres dispositifs possible comme le mobile "Mobile-banking", les téléphones, les télévisions numériques "TV-banking" ...etc.* » .

Stamoulis (1994) 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 couteuse* ».

DINIZ (1998) Qualifie quant à lui 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.* ».

On peut définir alors le E-banking comme l'ensemble des services qu'une banque traditionnelle offre, bien que cette prestation est effectué par voie électronique principalement internet, par exemple, les consultation de comptes, virements, achat de produit financiers et ce, en utilisant les moyens suivant : PC, téléphone ou autre.

1.2 Différence entre le digital et le numérique

En plein cœur d'un processus de développement de la digitalisation, les termes « digital » et « numérique » sont employés indistinctement. Toutefois, ces deux mots n'ont pas exactement le même sens.

1.2.1 Le Numérique

Le numérique, souvent opposé à l'analogique, consiste à traiter une information sous une forme codée. Il tire directement ses racines des nombres, ou plutôt des chiffres, qui sont la base de la programmation informatique. Si le mot numérique fut d'abord utilisé pour se référer aux systèmes informatiques, il a peu à peu désigné tous les systèmes de communication, qu'ils aient un rapport avec un écran ou non.

Dans la catégorie des systèmes numériques, on peut évoquer les téléphones, la télévision, mais aussi depuis l'apparition d'Internet ; les réseaux de communication. Le mot numérique s'emploie

¹ <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/banque-a-distance> consulté le 27/06/2021

pour évoquer une technique fondée sur les chiffres comme base de programmation. Ce terme renvoie plus à la notion d'évolution du matériel utilisé en entreprise qu'à l'usage qui en est fait.

1.2.1.1 La transition numérique

La transition numérique est le processus d'intégration de la technologie numérique dans tous les aspects de l'entreprise, nécessitant des changements fondamentaux en termes de technologie, de culture, d'opérations et de création de valeur. Pour profiter au mieux des technologies émergentes et de leur rapide expansion dans les activités humaines, une entreprise doit se réinventer en transformant radicalement tous ses processus et modèles. La transformation numérique requiert un changement d'orientation vers la périphérie de l'entreprise et davantage de Datacenter agiles pour prendre en charge cette périphérie. Elle implique également que l'entreprise se déleste de la technologie héritée dont la maintenance peut être coûteuse et qu'elle repense sa culture afin de prendre en charge l'accélération qui accompagne la transformation numérique².

La notion de transition numérique ou de numérisation est présente dans les banques depuis les débuts de l'informatique. Elle vise à rendre les procédés existants dans une banque plus efficaces, grâce à l'emploi du matériel informatique ou automatisé dans le monde du travail. La transformation numérique est donc une modification des techniques utilisées, sans modification majeure du modèle économique de la banque.³

Dans ce cas, les objets numériques servent à accélérer ou à optimiser les méthodes de travail, à limiter l'erreur humaine ou à effectuer certaines tâches que les opérateurs humains ont du mal à accomplir.

Les principales applications de la transition numérique sont les suivantes⁴ :

- utilisation d'automates dans les chaînes de fabrication ;
- emploi de logiciels de gestion, de comptabilité ;
- remplacement des documents imprimés par les documents numériques ;
- création d'applications d'automatisation.

² <https://www.hpe.com/be/fr/what-is/digital-transformation.html> consulté le 30/06/2021

³ <https://www.votre-it-facile.fr/quelle-est-la-difference-entre-digital-et-numerique/> consulté le 30/06/2021

⁴ Idem

1.2.2 Le Digital

Bien qu'utilisé il y a quelques années, le mot « digital » s'employait autrefois comme anglicisme et pouvait donc renvoyer indistinctement au « numérique ». Ce n'est aujourd'hui plus le cas. En effet, le mot digital a aujourd'hui un sens qui se rapproche davantage de son étymologie. Le mot digital, du latin « digitus » qui veut dire doigt, fait ainsi directement référence aux appareils tactiles dont la manipulation se fait par le biais des doigts.

C'est donc l'apparition du smartphone et des applications mobiles qui a permis de restituer la véritable acception du mot « digital ». Le développement des interfaces tactiles a conduit à une modification du sens du terme. Aujourd'hui, le mot est donc employé lorsqu'on parle des procédés qui améliorent l'expérience de l'utilisateur en proposant des solutions pratiques, souvent tactiles, qui lui permettent de s'adapter à son environnement. Le principal enjeu du digital est donc de créer une relation entre l'objet électronique et son utilisateur.

1.2.2.1 La transformation digitale

La transformation digitale possède un sens très large. Elle consiste à permettre aux banques de s'adapter et de se développer en mettant en place de nouveaux processus qui reposent sur des techniques de pointe. Toutefois, cette transformation digitale est d'avantage liée à l'usage de l'électronique qu'au matériel en soi. Bien que les appareils électroniques et les ordinateurs aient une place importante dans la transition digitale, ils ne sont qu'un moyen utilisé pour mettre en place des procédés performants.

Pour réussir sa transformation digitale, la banque doit augmenter sa connaissance des procédés numériques et leur faire une place dans son activité et dans le quotidien des collaborateurs. La transformation digitale s'apparente donc à une version plus poussée de la transition numérique. En effet, la numérisation est un phénomène qui existe depuis des dizaines d'années. Elle a permis de remplacer les dispositifs de communication et de traitement de l'information par des écrans, des réseaux et des ordinateurs plus performants. La transformation digitale va plus loin, elle modifie en profondeur le modèle économique de la banque et les relations entre les équipes en intégrant la technologie au cœur de la stratégie commerciale.

Les principales applications de la transformation digitale sont les suivantes⁵ :

- Stockage en ligne (CLOUD) ;
- Bigdata et Intelligence artificielle ;

⁵ <https://www.1min30.com/transformation-digitale/outils-transformation-digitale-1287523882> consulté le 01/07/2021

- les applications mobiles ;
- la messagerie instantanée ;
- utilisation du marketing digitale.

1.3 Les outils de la digitalisation bancaire

L'utilisation des outils digitaux favorise l'amélioration des services bancaires pour mieux répondre aux attentes du client.

1.3.1 Les outils de gestion de l'information

Parmi les outils de la digitalisation bancaire on trouve ceux de la gestion de l'information qui sont la blockchain, le BIG DATA, le Cloud. Qui offrent d'innombrables avantages sur le stockage et la gestion des données massive pour la banque.

1.3.1.1 La Blockchain

La blockchain est une technologie qui a émergé avec l'avènement du Bitcoin⁶ en 2008. C'est une technologie qui permet le stockage et la transmission d'informations. La blockchain est une base de données qui permet de retracer l'historique de toutes les transactions et échanges qui ont été effectués depuis sa création. Il est sûr et peut être distribué sans intermédiaire.

Le fonctionnement de la blockchain nécessite une crypto-monnaie (monnaie programmable). Les transactions entre les utilisateurs du réseau sont regroupées en blocs. Chaque bloc est vérifié par des nœuds du réseau appelés « mineurs ». Une fois le blocage vérifié, la transaction est visible par le destinataire et l'ensemble du réseau.

Le champ d'intervention est large, et la technologie blockchain de la banque permet aux utilisateurs du réseau d'obtenir et d'accéder facilement aux informations, et permet le développement d'applications dans le domaine monétaire.

On peut classer l'utilisation de la blockchain en trois catégories⁷ :

- les applications pour le transfert d'actifs (utilisation monétaire, titres, votes, actions, obligations...);

⁶ Unité monétaire d'un système de paiement virtuel permettant à une communauté d'utilisateurs d'échanger entre eux des biens et des services sur Internet ; ce système de paiement. (Dépourvu de cours légal, le bitcoin, créé en 2009, ne peut toutefois servir à payer des impôts. Par ailleurs, un commerçant a le droit de le refuser.)

⁷ <https://www.cmconseil.com/blockchain-tout-ce-qu'il-faut-savoir/> consulté le 25/06/2021

- les applications de la blockchain en tant que registre : elle assure ainsi une meilleure traçabilité des produits et des actifs ;
- les smart contrats sont des programmes autonomes qui exécutent automatiquement les conditions et termes d'un contrat, sans nécessiter d'intervention humaine une fois démarrés.

1.3.1.2 Le Big data

Le big data signifie grosse donnée ou donnée massive, il désigne un ensemble très volumineux de données qu'aucun outils classique de gestion de base de données ou de gestion de l'information ne peut travailler.

Cette technologie est une véritables révolution dans les offres bancaires, grâce à cet outil les offres deviennent automatisées et personnalisées ce qui permet une nouvelle relation à distance, centrée sur l'automatisation intelligente, cette dernière bouleverse ainsi les standards du marché en bousculant les modèles de la finances traditionnelles grâce à l'exploitation et au traitement d'une grande quantité variée des donnés clients en temps réels.

Le Big data possède les caractéristiques 5V suivante⁸ :

- **VOLUME** : Le Volume du principe des 5V fait référence aux énormes quantités de data générées à chaque instant. Ces volumes sont devenus tellement massifs que nous ne parlons plus en Téraoctets mais en Zettaoctets pour les quantifier. D'ailleurs le volume annuel de data numériques créé à l'échelle mondiale a été multiplié par plus de vingt durant les dix dernières années et s'approche de 50 zettaoctets en 2020 selon Statista⁹.
- **VARIETE** : La Variété désigne la multiplicité des types de données disponibles. Auparavant, les data étaient majoritairement des données structurées, faciles à classer et organiser. Aujourd'hui, de nombreuses data non-structurée comme les données textuelles sont générées à chaque seconde.
- **VITESSE** : La Vitesse, également appelée Vélocité, correspond à la rapidité à laquelle les data sont générées et circulent. Le Big Data permet l'analyse d'informations en temps réel et leur transmission à un rythme effréné. Ainsi, les banques peuvent faire preuve d'une réactivité et d'une agilité incomparables.

⁸ <https://www.talend.com/fr/resources/5v-big-data/> consulté le 27/06/2021

⁹ <https://fr.statista.com/infographie/17800/big-data-evolution-quantite-donnees-numeriques-creees-dans-le-monde/> consulté le 27/06/2021

- **VERACITE** : La Véracité est un élément indispensable des 5 V du Big Data. Elle désigne à la fiabilité de la data qui est essentielle pour pouvoir en tirer profit et la transformer en information utilisable dans l'entreprise.
- **VALEUR** : La Valeur est le dernier élément des 5 V du Big Data et il désigne le fait que chaque donnée doit apporter une valeur ajoutée à la banque. Il est donc crucial que les banques, avant de lancer leur projet Big Data, sachent pourquoi et comment elles vont le mener afin d'évaluer la future rentabilité.

1.3.1.3 Le Cloud computing

En français, le Cloud computing veut dire l'informatique dans les nuages, il correspond à l'accès des services informatiques via internet à partir d'un fournisseur, son objectif est de lier les outils informatiques et de les faire connectés à distance. Cette technologie permet aux entreprises d'acheter des ressources informatiques sous la forme de service, de la même manière que l'on consomme de l'électricité, au lieu d'avoir à construire et entretenir des infrastructures informatiques en interne¹⁰.

Malgré les avantages innombrables que peuvent offrir ces outils technologiques, soit les outils Big data, Blockchain et le CLOUD qui permet le traitement et le stockage de données massives avec une grande rapidité, la peur des mutations digitales demeurent présente à cause des contraintes de sécurité et la confidentialité des données financières.

1.3.2 Les outils de distribution multicanal

Les banques multiplient les points de contact avec leur clientèle à travers une stratégie multicanale, les canaux de contacts utilisés reposent sur une communication unidirectionnelle (qui mobilise les grand médias) ou une communication interactive (qui repose sur des canaux classique du marketing direct : Internet, service consommateur, mailing...) (Helfer & Michel, 2006).

1.3.2.1 Les automates bancaires

Un automate bancaire (ATM) est un appareil électronique situé à l'intérieur ou à l'extérieur d'une banque ou dans les lieux publics. Il permet de réaliser des opérations bancaires de base telles que les dépôts et les retraits d'espèce, les transferts de fond, l'impression des relevés de compte ou encore d'imprimer des factures¹¹, on distingue (BOUMEDIENE & RENAUD, 2021):

¹⁰ <https://www.lebigdata.fr/cloud-computing> consulté le 30/06/2021

¹¹ <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/automate-bancaire> consulté le 30/06/2021

- **Les distributeurs automatiques de billets (DAB)** : les **DAB** sont des appareils automatiques permettant à la clientèle d'effectuer des retraits d'espèces. ils sont installés par les établissements de crédit, les centres de chèques postaux (CCP) ou par les grands émetteurs de cartes (grande boutique...) qui permettent aux clients de retirer des sommes d'argent de leurs comptes à l'aide d'une carte bancaire et d'un code confidentiel.
- **Les guichets automatiques bancaires (GAB)** : les **GAB** sont des appareils automatiques, autrement dit le GAB est un automate permettant au détenteur d'une carte bancaire d'effectuer de nombreuses opérations sans intervention du personnel de sa banque et ce 24H/24H. ils sont aménagés à l'intérieur des agences et ils permettent aux clients d'effectuer eux même leurs opérations bancaire (consultation de compte, commande de chéquier, consultation de solde, demande de RIB, virement de compte à compte au sein de la banque, remise de chèques, versement d'espèces, retrait d'espèces).

Pour l'utilisation du GAB, une carte de guichet automatique et un code PIN personnel sont nécessaires.

1.3.2.2 Le PC banking

La reconnaissance de l'importance de la commercialisation des outils informatiques a conduit à une augmentation de l'utilisation des ordinateurs personnels dans le monde. La banque par internet, Home banking ou PC banking, sont autant de dénominations pour désigner la gestion de comptes bancaires depuis un ordinateur ou une tablette connecté(e) à internet. En souscrivant à un service de banque internet vous avez accès à vos comptes 24h/24h et 7 jours sur 7. Ce service vous permet entre autres de réaliser des virements à tout moment, de vérifier vos extraits de compte, de souscrire à des produits de placement ou de contracter un prêt¹².

1.3.2.3 Internet banking

Internet est l'élément de base pour l'émergence ou l'apparition de la banque à distance. En effet, c'est précisément grâce à Internet que les banques ont réussi à mettre en place un réseau bancaire sans guichets ni banques directes, qui proposent une gamme de produits et de services à des prix compétitifs 7 jours sur 7. Ce type de banque offre à ses clients la possibilité de régler à distance ou d'accéder à des informations financières via Internet. Aujourd'hui L'accès à internet et l'utilisation

¹²<https://www.wikifin.be/fr/budget-payer-emprunter-et-assurer/paiements-en-ligne/comment-payer-en-ligne/pc-banking-et-mobile> consulté le 08/10/2021

du web facilite le quotidien des ménages soit pour des transactions bancaire à distance soit pour des services de vente ou s'informer sur les réseaux sociaux....

Les services par internet sont accessible par le PC en ligne, le téléphone mobile ; Les bornes multimédia, les laptop « PC de poche », qui offrent d'avantage de fonctionnalités que les téléphones mobiles.

1.3.2.4 les smartphones et tablettes numériques

Le canal téléphonique était, et sera un moyen de contact privilégié entre la banque et ses clients. C'est pourquoi les banques ont fortement investi dans ces plateformes téléphoniques, leur objectif étant de développer et d'assurer une relation client fiable et de qualité par le biais du téléphone. En s'appuyant sur des services vocaux interactifs (centres d'appels), ces organisations à faible coût peuvent gérer plus facilement les appels avec les clients.

Service interactif vocale (SVI) : Un serveur vocal interactif peut être physique, prenant alors la forme d'un serveur installé sur le site d'une entreprise. Les banques mettent en place SVI dans le but d'automatiser la gestion d'une partie ou l'intégralité des appels qu'elles reçoivent. Un serveur vocal interactif, interagit avec les appelants pour obtenir des informations sur les personnes ou le motif de leur appel¹³.

Cependant, ces dernières années, les smartphones et tablettes numériques se sont répandus dans le monde à un rythme alarmant, accompagné par la croissance explosive des applications mobiles.

1.3.2.5 L'Email canal

Le courrier électronique est devenu indispensable, car il permet d'augmenter la rentabilité et améliorer les performances. Les logiciels élaborés sont puissants ils aident à la personnalisation de la relation banque client et le suivi des emails. Le courrier électronique est à la fois l'outil économique et l'application la plus productive avec la technologie internet. En réalité, une étude anglaise a démontré que les clients sont plus réceptifs et favorisent l'interaction par les emails que par les spots TV.

Pour les professionnels l'email leur procure plus d'avantages comme l'interaction personnalisée avec le client ; Cibler les messages en fonctions des publics précis et la Gestion des contacts.

¹³ <https://blog.dexem.com/quest-ce-quun-serveur-vocal-interactif/> consulté le 08/10/2021

1.3.2.6 Carte bancaire

Les cartes à puce contiennent généralement un microprocesseur 8 bits intégré (une puce informatique) pour lire, protéger et modifier les informations, une mémoire morte et une mémoire vive pour le stockage des données, ainsi qu'une interface entre la carte et l'ordinateur. Capable de lire les données personnelles de l'utilisateur. Le microprocesseur de la carte à puce représente une sorte de sécurité.

Les cartes bancaires sont fournies aux clients par leurs banques, et cette carte peut résoudre de nombreux types de transactions. Par exemple : une personne peut faire ses achats directement dans un magasin ou en ligne et aussi lui permettre retirer de l'argent au distributeur et au guichet automatique.

1.3.2.7 L'E-chèque

L'E-chèque est la version électronique ou la représentation électronique du chèque papier. Ce dernier contient les mêmes informations et cadre juridique d'un chèque traditionnel. Il peut désormais être utilisé à la place du chèque papier pour effectuer toutes les transactions à distance grâce à une signature électronique¹⁴.

Section 2 : les raisons de la digitalisation des banques

La transformation numérique du secteur bancaire n'est pas accidentelle. Des facteurs et des éléments ont favorisé l'intégration de la technologie numérique dans les activités quotidiennes de la banque. Ces facteurs sont sociaux, économiques et techniques. Social prend en compte le nouveau code de la consommation à l'ère digitale. Économique pour l'adaptation à la concurrence féroce induite par la digitalisation. Technologique pour les progrès technologiques de plus en plus complexes dans le secteur financier en général, en se référant à la technologie financière la Fintech¹⁵.

2.1 Les Banques en ligne

Vers les années 2000, un nouvel acteur bancaire fait son entrée sur le marché avec la révolution numérique, « imaginez une vraie banque virtuelle, pure Player. Pas le classique un peu simplet, service en ligne d'une banque ordinaire, mais une indescriptible légèreté, une banque sans agence,

¹⁴ Signature électronique : est un mécanisme permettant de garantir l'intégrité d'un document électronique et d'en authentifier l'auteur par analogie avec la signature manuscrite d'un document papier.

¹⁵ FinTech est une abréviation combinant les termes Financial et technologies ou technologies financières. Le domaine de la FinTech au sens large regroupe l'ensemble des sociétés mettant en œuvre des solutions innovantes visant à améliorer ou repenser le secteur financier.

sans comptoirs, sans guichets, sans conseillers, sans services clients. » (Sicard M, 2012). Banques en ligne, néo banques ou banques mobiles, basé sur une attractivité tarifaire et des conditions d'accessibilité simplifiées, leur modèle numérique s'est imposé comme une véritable avancée dans le monde bancaire¹⁶.

Le public ciblé de la banque en ligne est principalement les passionnés de technologie, les jeunes professionnels et les cadres (dynamiques). En effet, les utilisateurs de smartphones seront attirés par les applications mobiles et les innovations bancaires, les jeunes actifs pourront profiter des horaires de contact élargi pour contacter des consultants, et les clients pourront facilement optimiser leurs placements en ligne grâce à des devis simples et des arbitrages intuitifs. Ces banques proposent des solutions efficaces à leur clientèle pour faciliter la relation à distance. Ces pratiques accompagnent un changement des usages bancaires : Le client se rend moins souvent en agence et est indépendant dans la gestion quotidienne de ses comptes en banque¹⁷.

Par rapport aux banques traditionnelles, les frais de service sont très attractifs. Ces prix compétitifs sont le résultat d'une réduction des coûts par ces banques en ligne, Un autre avantage est qu'ils font gagner du temps aux clients. D'un simple clic, l'accès est possible à tout moment de la journée et de la semaine, procurant ainsi une sensation de détente dans la vie quotidienne des personnes qui l'utilisent.

Les banques traditionnelles doivent s'orienter vers la transformation digitale. Si elles parviennent à intégrer la digitalisation en interne et en externe, elles seront en mesure de réduire les coûts d'exploitation et d'atteindre avec succès un plus large éventail de clients. Ce sera également un moyen de maintenir leur compétitivité face à la banque en ligne (Derridj & Amiar, 2020).

2.2 Evolution des Attentes et des Comportements des clients

La généralisation d'internet et des appareils connectés qui sont de plus en plus sophistiqués, a fortement modifié les habitudes de consommation des individus d'aujourd'hui (Eray P, 2018). Ils sont connectés la majorité du temps et adoptent une préférence à ce qui est accessible directement via les sites web (Chamoux J.P, 2018). Le comportement du client et ses attentes ont évolué, créant des opportunités et challenges pour les acteurs bancaires.

Le client est plus difficile à satisfaire. Il veut tout faire rapidement en un temps plus court et ne pas perdre son temps (Mckinsey, 2014) . En effet, le client s'attend à pouvoir régler ses problèmes à

¹⁶https://www.xerfi.com/presentationetude/Les-strategies-des-banques-digitales-pour-concilier-attractivite-et-rentabilite_21ABF93 consulté le 08/10/2021

¹⁷ <https://www.culturebanque.com/banques/banques-en-ligne/la-grande-competition/> consulté le 08/10/2021

tout moment en ligne étant donné le nombre d'informations considérable auquel il a accès. Cela signifie qu'il espère aussi une réactivité plus importante et une disponibilité plus large de la part de sa banque. Au-delà de la réactivité, il a été démontré que les consommateurs sont désormais aussi à la recherche de simplicité, qu'ils sont impatients¹⁸, ils aiment avoir accès à des produits et services en un seul clic par le recours à internet grâce aux différentes évolutions du web, passé du web 1.0 au web 4.0, voici son évolution¹⁹ :

Le **web 1.0**, encore appelé **web traditionnel**, est avant tout un web statique, centré sur la distribution d'informations. Il se caractérise par des sites orientés produits, qui sollicitent peu l'intervention des utilisateurs. Les premiers sites d'e-commerce datent de cette époque. Le coût des programmes et logiciels propriétaires est énorme et l'explosion de la bulle dot.com, en 2000, remet en question cette approche de la toile.

Le **web 2.0**, ou **web social**, change totalement de perspective. Il privilégie la dimension de partage et d'échange d'informations et de contenus (textes, vidéos, images ou autres). Il voit l'émergence des réseaux sociaux, des smartphones et des blogs. Le web se démocratise et se dynamise. L'avis du consommateur est sollicité en permanence et il prend goût à cette socialisation virtuelle. Toutefois, la prolifération de contenus de qualité inégale engendre une infobésité difficile à contrôler.

Le **web 3.0**, aussi nommé **web sémantique**, vise à organiser la masse d'informations disponibles en fonction du contexte et des besoins de chaque utilisateur, en tenant compte de sa localisation, de ses préférences, etc. C'est un web qui tente de donner sens aux données. C'est aussi un web plus portable et qui fait de plus en plus le lien entre monde réel et monde virtuel. Il répond aux besoins d'utilisateurs mobiles, toujours connectés à travers une multitude de supports et d'applications malines ou ludiques.

Le **web 4.0**, évoqué par certains comme le **web intelligent**, effraie autant qu'il fascine, puisqu'il vise à immerger l'individu dans un environnement (web) de plus en plus prégnant. Il pousse à son paroxysme la voie de la personnalisation ouverte par le web 3.0 mais il pose par la même occasion de nombreuses questions quant à la protection de la vie privée, au contrôle des données... .

Le client est alors amené à effectuer lui-même des activités qui n'ont que très peu (voire aucune) valeur ajoutée pour la banque, telles que le retrait d'espèces, les virements ou la consultation du solde.

¹⁸ <https://www.mbdconsulting.ch/publications/montee-du-digital-necessaire-secteur-bancaire> consulté le 08/10/2021

¹⁹ <https://c-marketing.eu/du-web-1-0-au-web-4-0/> consulté le 06/08/2021

Les assistants numériques, autrement dit les applications mobiles, représentaient donc un deal parfait pour répondre à ce nouveau comportement des clients et soulager le travail de la banque.

Les clients ne recherchent plus les relations avec les banquiers comme ils le faisaient auparavant. Pouvant effectuer des opérations « simples », le client attend du banquier qu'il fournisse une véritable analyse d'expert pour apporter plus de valeur à son parcours client. Avec le développement du marketing one-to-one²⁰, les consommateurs se sont habitués à l'existence d'offres personnalisées, et les clients n'ont jamais eu un ressenti aussi unique. Il exige de ses banquiers de bien le connaître et le comprendre, tout en respectant l'éthique liée à sa vie privée. De ce fait, les banquiers 2.0 utilisent le big data, mais ils doivent l'utiliser en toute sécurité et ne pas trop porter atteinte à la vie privée de leurs clients. Si la digitalisation ne remplace pas la relation humaine entre les clients et leurs banquiers, elle peut néanmoins favoriser le développement des compétences des banquiers pour mieux répondre aux attentes des clients.²¹

2.3 La Fintech

La Fintech est née des révolutions d'Internet et mobile, et continue d'évoluer, notamment grâce au cloud computing, qui apporte aux gens une technologie de gestion de données très complexe et sophistiquée. Il s'agit d'un secteur en constante évolution, et avec les progrès de l'intelligence artificielle, elle continuera de croître à un rythme toujours plus rapide. « La Fintech, dans une perspective étymologique et générale représente le porte-monnaie de la technologie financière, elle désigne un secteur émergent des services financiers qui deviennent rapidement indispensables pour les institutions financières et impactent constamment la manière dont les technologies soutiennent les services bancaires et financiers. » (Freedman, 2006).

La fintech est essentiellement utilisée pour aider les entreprises et les consommateurs à mieux gérer leurs opérations financières, mais aussi leur vie au quotidien en utilisant des logiciels et algorithmes sur ordinateurs et smartphones. Les startups fintech développent l'inclusion financière et utilisent les innovations technologiques pour réduire les coûts opérationnels et être plus efficaces. De cette manière, elles peuvent réduire les coûts associés à chaque transaction, En plus d'une plus grande fluidité dans les services qui leurs sont proposées, les services ont un prix d'acquisition plus bas et

²⁰ Le marketing one to one est une pratique qui consiste à individualiser les actions de promotion et de communication marketing en fonction des attentes et du profil de chaque client ou prospect. A chaque individu doit correspondre une action ou une offre particulière, éventuellement unique.

²¹ <https://www.mbdconsulting.ch/publications/montee-du-digital-necessaire-secteur-bancaire/>

plus avantageux. Les banques et assurances traditionnelles sont certes menacées mais c'est aussi une émulation pour tout le secteur financier²².

2.3.1 Les différents types de fintech

Beaucoup de services sont offerts par les fintechs pour différentes utilisations²³ :

- Le crowdfunding qui consiste en un groupe de personnes mettant des fonds en commun via internet ;
- Des applications mobiles et des plateformes qui permettent de gérer ses activités bancaires ;
- Les monnaies virtuelles dont le célèbre système de Bitcoins ;
- Les paiements électroniques via son smartphone et sur internet, chez les commerçants ou sur des plateformes de e-commerce.

Paypal est l'un des systèmes fintech les plus connus, qui vous permet de régler des achats ou de recevoir des paiements en toute sécurité sans avoir à transmettre vos coordonnées bancaires.

Selon le cabinet Accenture, les investissements annuels dans les fintechs sont passés de 928 millions de dollars en 2008 à près de 3 milliards de dollars en 2013, soit plus du triple. Mais en 2020, c'est un total de 105 milliards de dollars d'investissements dans les fintechs.²⁴

En mai 2021, la fintech européenne a vu 49 de ses membres lever des fonds, pour un total cumulé de plus de 2 milliards d'euros levés. C'est quatre fois plus qu'en mai 2020 (509 M€ levés au travers de 32 deals), lorsque les pays européens sortaient doucement de la première vague de l'épidémie. C'est aussi plus qu'en mai 2019, où 47 fintechs avaient levé un total de 1,5 milliards €²⁵, **CB Insights** recense, quant à lui, plus de 10 000 fintechs dans le monde en 2021.

Le monde de la Fintech a renversé le monopole bancaire dans plusieurs de ses activités. En proposant des services qui répondent parfaitement aux clients de l'ère digitale, moins de barrière à l'entrée, une facilité financière à l'aide du capital risque, et une réglementation peu restrictive à leur égard (Capgemini, 2017). À l'instar des banques virtuelles, la technologie financière représente également une forme de concurrence de plus en plus féroce et croissante. Cette émulation pour le secteur bancaire les amène à se dépasser et à revoir leurs stratégies au fur et à mesure qu'ils traversent

²² <https://debitoor.fr/termes-comptables/fintech> consulté le 08/10/2021

²³ Idem

²⁴ <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-et-societe/nouvelles-economies/fintechs/> consulté le 06/08/2021

²⁵ <https://finance-mag.com/les-levees-de-fonds-fintech-du-mois-de-mai-2021/> consulté le 06/08/2021

la transformation digitale nécessaire pour examiner la relation avec les clients qui interagissent dans un écosystème technologique en constante évolution.

2.4 Les principales transformations digitales de la banque

La transformation digitale des banques signifie la transformation des activités de la banque à plusieurs niveaux. C'est l'intégration du digital dans son quotidien. Cette transformation permet à la banque de gérer et d'optimiser la relation avec tous les partenaires, clients, collaborateurs ou fournisseurs. La principale transformation digitale porte sur la refonte de l'expérience client, la transformation des processus opérationnels, et l'évolution des modes opératoires et des modèles économiques (business model de la banque). Cette transformation numérique a entraîné des changements dans l'environnement interne du système bancaire (impact de la numérisation sur les employés, les organisations et les processus opérationnels) et externe (présence et visibilité de la banque et interaction sur les réseaux sociaux).

2.4.1 Optimisation de l'expérience client

Quelle que soit l'industrie, la concurrence d'aujourd'hui devient de plus en plus féroce. Afin de sortir du lot, il est donc essentiel d'avoir quelque chose en plus. Parmi les indicateurs qui peuvent être utilisés, le service client est l'un des points les plus importants. En effet, offrir une expérience client innovante et de qualité peut se démarquer et attirer un plus large éventail de clients. Aujourd'hui, l'expérience client est un facteur important dans le choix d'une banque. Par conséquent, cette dernière doit comprendre les besoins actuels des clients et s'adapter à leur environnement en fournissant un service fluide et un soutien personnalisé.

Les clients de l'ère moderne ayant des attentes et des comportements qui ont évolué, la fonction marketing de la banque est là pour les comprendre et parvenir à leur proposer des services plus personnalisés, adapter au profil de chacun d'entre eux de manière à pouvoir répondre à leurs besoins et ainsi les satisfaire (McKinsey, 2014).

L'amélioration de l'expérience client passe par la mise en place d'outils adéquats. Ainsi, grâce à Internet, notamment aux téléphones portables, les banques ont facilité leur accès, et les téléphones mobile sont désormais devenus un service indispensable. Cette amélioration de l'expérience client passe également par une meilleure communication, notamment l'utilisation des différents canaux de communication actuels : téléphone, email, chat, SMS, réseau social, site internet, etc. Être capable de

répondre aux questions des clients avec précision et rapidité est une partie importante de l'expérience client²⁶.

La mise en place de ces différents outils de communication participe également à l'enrichissement de la connaissance client pour les banques. En effet, des logiciels de gestion client tels que les CRM²⁷ adaptés au service client, permettent au secteur bancaire de mieux gérer leur base client et de collecter différentes données afin d'améliorer leur connaissance client. Ces informations vont permettre de mieux anticiper les besoins et de proposer le service le plus adéquat en fonction des besoins et des attentes clients. Etre à l'écoute de la clientèle est donc un point essentiel pour les banques qui cherchent à améliorer l'expérience client²⁸.

Avec la digitalisation, le nouveau rôle des marketeurs²⁹ dans la banque, qui est de collecter toutes les données clients disponibles dans divers appareils numériques, sites Web bancaires..., afin d'établir une base de données cohérente. Conduit à une meilleure connaissance client. Ce terme principalement utilisé dans le domaine du marketing digital est appelé big data.

Le Big Data joue un rôle déterminant dans l'optimisation de la connaissance et donc de l'expérience client. Une compréhension plus fine des habitudes des clients permet d'adapter de manière plus pertinente les offres et ainsi de passer d'une offre « client type » à une expérience hyper personnalisée. On distingue trois typologies de données échangées³⁰ :

- entre personnes (communications par mail, les échanges sur les réseaux sociaux...),
- entre personnes et machines (historique de navigation, cookies, archives...),
- entre machines (GPS, caméra, ...)

La banque est dorénavant contrainte d'être toujours plus compétitive et comparative, non plus seulement en terme de performance financière ou d'image de marque, mais également en terme de relation client (Vanheems, 2013). L'expérience client sera un déterminant important de la satisfaction client et du taux de recommandation. De ce fait, pour rester compétitives, les banques traditionnelles doivent améliorer l'expérience client en fournissant des services personnalisés.

²⁶ <https://chapsvision.fr/crm/experience-client-service-secteur-bancaire/> consulté le 09/10/2021

²⁷ Le CRM ou gestion de la relation client (Customer Relationship Management) est une stratégie de gestion des relations et interactions d'une banque avec ses clients ou clients potentiels. Un système CRM aide les banques à interagir en permanence avec les clients, à rationaliser leurs processus et à améliorer leur rentabilité.

²⁸ <https://chapsvision.fr/crm/experience-client-service-secteur-bancaire/>

²⁹ Personne qui travaille ou qui est spécialiste du marketing, qui consiste à étudier les attitudes des consommateurs pour proposer des offres adaptées et favoriser leur commercialisation.

³⁰ <https://www.cmgconseil.com/digitalisation-du-monde-bancaire-une-evolution-plus-qu'une-revolution/> consulté le 09/10/2021

2.4.2 Modification des processus opérationnels

Le principal défi auquel les banques d'aujourd'hui sont confrontées (mais sans s'y limiter) est de répondre aux besoins des clients en matière d'immédiateté et de rapidité. Dès lors, la simplification des processus (inscription, traitement des demandes...) qui impliquent la plupart du temps des automatisations devient cruciale³¹.

Le développement de la relation client n'est pas le seul élément qui a été induit par la transformation digitale au sein du secteur bancaire. Les processus opérationnels ont eux aussi été impactés dernièrement. Les modifications observées au niveau opérationnel sont de deux ordres. Une automatisation des opérations récurrentes et une dématérialisation des dossiers de travail (Lemoine, 2014).

La transformation digitale d'une banque implique donc une évolution significative des processus internes. Deux axes peuvent être distingués³²:

- L'automatisation : elle permet une fluidité, une simplification et un gain de temps considérable pour la banque. Celle-ci entraîne un gain quantitatif et qualitatif dans le traitement des opérations. Cette automatisation des tâches simples permet de transférer de la charge de travail vers des tâches à plus forte valeur ajoutée.
- La dématérialisation : elle a pour but de renforcer la qualité de services. Plusieurs démarches s'offrent ici aux établissements bancaires telles que le tri et la distribution des courriers en version électronique, l'indexation automatique des documents ou encore la création d'archives électroniques via une GED (Gestion Electronique de Documents). Cette dématérialisation couplée à une automatisation des processus réduit les risques, accroît la sécurité et permet une meilleure traçabilité des opérations.

2.4.3 Le changement organisationnel

Qui dit transformation digitale, dit organisation de la banque. Pour cette raison, les banques mettent de plus en plus en place des systèmes de gouvernance numérique, dont l'objectif principal est l'adaptation culturelle et l'innovation des employés.

La digitalisation bouleverse fondamentalement les établissements qui l'adoptent, tant dans leurs organisations que dans leurs pratiques opérationnelles. Le partage de l'information est l'un des

³¹ <https://www.cmconseil.com/digitalisation-du-monde-bancaire-une-evolution-plus-qu'une-revolution/>

³² <https://www.audros.fr/automatisation-digitalisation-processus-metiers/> consulté le 09/10/2021

facteurs touché par cette transformation digitale. Le défi étant de parvenir à une habilité inégalable, les membres de l'équipe, et plus précisément les chargés de clientèle doivent être en mesure de disposer de l'information souhaitée dans les plus brefs délais (Beziade C & Assayag S, 2014).

Pour être plus agiles, les banques doivent diffuser l'information plus rapidement et d'une façon plus large. Ainsi, de nouveaux outils peuvent être utilisés : réseaux sociaux de banque, messagerie instantanée ou mise à jour des appareils mis à disposition des collaborateurs (ordinateurs portables, tablettes, applications tierces...). Cependant, la banque est soumise à des exigences réglementaires et de sécurité particulièrement contraignantes à l'égard de l'utilisation d'appareils personnels comme outil de travail, ce qui ralentit de fait le développement de ces nouveaux outils. Car ces appareils personnels sont connectés au réseau interne de la banque, transportent des fichiers, stockent des e-mails, et beaucoup plus. Autant de pratiques susceptibles de compromettre la sécurité informatique de la banque (Derridj & Amiar, 2020).

2.4.4 Évolution modèle économique de la banque

Le secteur bancaire revoit son modèle économique ou business model³³ pour être en mesure de s'intégrer dans l'écosystème actuel. Les perturbations de marché liées à l'arrivée de nouveaux acteurs (fintech...) et à la baisse de la rentabilité au cœur de leur marché ont contraint les banques à repenser leurs modèles pour faire face à cette concurrence. Ils se tournent désormais davantage vers les services liés à leurs produits³⁴.

Les banques sont contraintes de revoir leur approche de produits et leurs modèles de distribution. Ils doivent également être en mesure de fournir davantage de services adaptés aux spécificités de leurs clients, ce qui est un préalable nécessaire à une réforme en profondeur de leur modèle économique. Les banques doivent s'appuyer sur un réseau de partenaires externes pour envisager des services globaux, et pas seulement bancaires, afin d'enrichir leur catalogue de produits et services. Derrière l'open banking³⁵ se cache un changement de paradigme complet, et les banques deviennent des « assembleurs distributeurs ». Leur mission : fournir à leurs clients un contenu structuré de haute qualité³⁶. Autre axe de développement du secteur bancaire, la diversification des

³³ Business model fait référence à la logique adoptée par une banque, laquelle définit la façon dont elle exerce son activité et crée de la valeur afin de s'assurer des revenus et des bénéfices. Autrement dit, le business model définit les méthodes et l'approche adoptées par la banque pour faire du business ou des bénéfices.

³⁴ <https://www.digitall-conseil.fr/transformation-digitale-banques/> consulté le 09/10/2021

³⁵ Open banking : Cette technologie vise à permettre aux banques de partager leurs données avec d'autres acteurs du secteur financier, dont les fameuses fintech. Il peut s'agir de données telles que la localisation géographique des agences bancaires et des distributeurs de billets, des services bancaires proposés dans tels ou tels établissements, mais également de données clients.

³⁶ <https://www.julhiet-sterwen.com/quel-business-model-pour-les-banques-de-detail-de-demain/> consulté le 10/10/2021

activités en proposant davantage de produits et services digitaux. « Réinventer le service, c'est proposer un nouveau modèle économique intégrant pleinement la force des innovations et répondant aux nouvelles attentes des clients » (Denis N, 2019).

Les banques doivent utiliser plus activement les données qualitatives et transactionnelles des clients, avec leur accord, pour améliorer leurs recommandations. Cela suppose bien sûr de s'appuyer sur l'utilisation des données échangées avec son réseau de partenaires via l'API Open Bank, l'utilisation du big data, et l'utilisation de méthode marketing appelées **persona**³⁷. La méthode consiste à établir un profil type des objectifs de la banque, qui est une représentation fictive d'une personne appartenant à un groupe d'individus ayant des comportements, des motivations et des objectifs similaires. Ainsi, une fois qu'un client type est identifié, la banque peut être plus efficace dans la conception de produits et services (sites Web, applications...).

Revoir son business model, c'est avoir une vision stratégique pertinente, un plan d'action clair et des objectifs communs et partagés, qui se reflètent dans l'optimisation du réseau d'agences, modernisation du système d'information, la proposition de services et produits digitaux et l'amélioration de ces derniers au goût du client.

2.4.5 Evolution des métiers de la banque

La digitalisation, qui affecte le secteur bancaire, a réussi à réformer ces axes les plus profonds. Ses fonctions, son organisation, ses interactions et ses produits ont tous été modifiés. Mais cela ne s'arrête pas là, car le secteur bancaire est également en train de changer (Derridj & Amiar, 2020).

Deux grands types de métiers sont concernés par la numérisation ; les opérations de gestion administrative et les activités liées au service client. (Derridj & Amiar, 2020).

Selon l'observatoire des métiers de la banque, 8 grandes tendances vont considérablement impacter le secteur bancaire : le digital, la blockchain, l'intelligence artificielle, l'automatisation des processus, les changements réglementaires, les nouvelles attentes des collaborateurs, les transformations des modes de travail et de consommation³⁸.

Avec la digitalisation, Le travail en agence évolue. Le nombre de chargés d'accueil diminue, leurs missions évoluent, l'accueil partagé se développe, les conseillers clients doivent améliorer leurs

³⁷ Mise au point en 1979 par Alan Cooper, la méthode Persona a d'abord été principalement utilisée en marketing. Cette méthode est centrée sur les utilisateurs et permet d'en construire une représentation fictive. Cette représentation permet ensuite d'adapter un produit afin d'en faciliter l'adoption et l'utilisation.

³⁸ <https://www.boursedescredits.com/actualite-metiers-banque-demain-27457.php> consulté le 06/08/2021

compétences et leur savoir-faire, voire se spécialiser, et les rôles et positions des managers évoluent...³⁹.

Parmi les métiers qui sont voués à disparaître, trois principales activités. « Les métiers proches à la gestion administrative, le suivi et le contrôle des opérations courantes ainsi que le recueil et l'interprétation des activités simples »⁴⁰.

Le déclin de certains métiers bancaires est le résultat de l'utilisation et de l'intégration de multiples technologies numériques telles que l'automatisation et l'intelligence artificielle. Pour les responsables administratifs soit les fonctions back-office, l'universalisation de la digitalisation a pour effet de réduire et de simplifier le travail administratif.

Concernant le métier qui est voué à changer, notamment le travail du chargé de clientèle au cœur de la relation client doit évoluer avec l'avènement des nouvelles technologies, notamment en termes de compréhension des besoins des clients, étant donné que cette digitalisation sera sans aucun doute favorisée à travers l'utilisation d'un support interactif virtuel. Par conséquent, il est nécessaire de contacter les clients via de multiples canaux (réseaux sociaux, sites Web...).

Section 3 : Les atouts et les enjeux de la digitalisation bancaire

La digitalisation des banques à apporter beaucoup d'avantages et d'opportunités au secteur bancaire et aux clients or cette dernière n'est pas sans risques, dans cette section on va présenter les apports et les limites de la digitalisation sur les banques.

3.1 Les avantages du point de vue de la banque

Les bénéfices qu'offre les services de banque en ligne sont nombreux, en effet cette interface simple est efficace procure une puissance incontestable permettant de donner une meilleur image de marque et une meilleure réactivité de marché. L'objectif principale de toute entreprise est de maximiser ses profits, la banque ne fait pas exception, l'intégration des technologies contribuent à la création de produits à forte valeur ajoutée.

3.1.1 Des frais bancaires réduits ou presque inexistants

L'un des avantages les plus connus de la banque en ligne est que les frais bancaires sont inférieurs à ceux des banques traditionnelles. La distribution de services bancaires via Internet fournit non seulement un nouveau canal de distribution, mais réduit également le coût des services bancaires.

³⁹ <http://www.revue-banque.fr/banque-detail-assurance/dossier/metiers-bancaires-les-evolutions-accelarent> consulté le 10/10/2021

⁴⁰ <https://www.boursedescredits.com/actualite-metiers-banque-demain-27457.php>

En outre, le développement rapide de la technologie bancaire a permis aux banques de réduire considérablement les coûts d'acquisition, de traitement et de transmission des informations, réduisant ainsi les contraintes administratives et réduisant ainsi les dépenses et les frais bancaires⁴¹.

3.1.2 Une extension géographique

La banque numérique repose essentiellement sur l'intégration de la technologie. Ces banques ont pour objectif d'élargir le périmètre géographique. Parce qu'Internet a une meilleure couverture nationale. Selon (Habets, 2014) La proximité géographique d'une agence reste pour le client le critère déterminant de choix d'un nouvel établissement. Les banques en ligne ont pourtant pris le parti de renoncer aux agences physiques, pour privilégier la tarification de leurs produits et services à distance. Ce positionnement différencié leur a permis de pénétrer le marché de la banque de détail grâce à leur business model innovant.

3.1.3 Le gain de temps

Comme nous le savons tous, grâce à Internet, les clients peuvent désormais effectuer leurs propres opérations bancaires n'importe quand et n'importe où, ce qui fait gagner beaucoup de temps pour la banque et les clients (DENOEL, 2013).

3.1.4 Différenciation des produits

En termes d'innovation, les banques en ligne développent leur propre offre de services. Aujourd'hui, en raison du développement des technologies de l'information et de la communication, nous avons assisté à un large éventail de différenciation et de diversification des produits, ce qui a apporté de nouveaux avantages comparatifs aux banques.

Grâce à la mise en place du réseau bancaire Internet, les produits et services financiers fournis par les banques aux clients sont de plus en plus abondants, avec des caractéristiques de nouveauté, de diversité, de différenciation, d'individualisation et de qualité. Internet permet aux banques d'identifier les besoins des clients d'une manière qui est prête à répondre facilement à tous les besoins des clients à tout moment⁴².

3.1.5 La gestion de la relation client-banque

Les évolutions technologiques vécues par le secteur bancaire ont grandement profité à la relation entre les banques et les clients ; la relation de plus en plus renforcée, grâce aux NTIC, a

⁴¹ <https://www.capitaine-banque.com/actualite-banque/avantages-banque-en-ligne/> consulté le 06/08/2021

⁴² <https://www.culturebanque.com/banques/banques-en-ligne/strategie-commerciale/> consulté le 02/08/2021

facilité des connexions simples et personnalisées. Avec l'émergence de ces nouveaux services en ligne, les banques ont montré leur importance à la satisfaction client. Selon (Julien & Gautier, 2018) Le parcours d'achat client est une notion indispensable pour améliorer la distribution et le service dans le secteur financier. Dans ses décisions et ses actions, l'entreprise prend en compte l'ensemble des étapes suivies par les consommateurs pour acheter un produit ou un service. Le fournisseur se met à la place du client dans le but de mieux le comprendre.

3.2 Les avantages du point de vue du client

Non seulement les banques bénéficient des avantages de la digitalisation, mais les clients en bénéficient également. Les services numériques permettent aux clients de bénéficier des avantages suivants⁴³ :

- La disponibilité 24h/24 et les restrictions liées aux horaires et jours d'ouverture des agences bancaires ont disparu : les clients peuvent désormais effectuer des transactions n'importe quand, n'importe où via une simple connexion Internet et des appareils mobiles ;
- Obtenir des informations rapidement et en continu
- Les services en ligne réduisent l'importance des facteurs géographiques : les clients peuvent effectuer rapidement et facilement des transactions chez eux et partout dans le monde.
- Élimine le temps de file d'attente pour entrer dans la billetterie;
- Utilisation des canaux diversifiés et simples d'utilisation : la banque par Internet offre à ses clients la possibilité d'effectuer des transactions par des moyens de communication adaptés à leurs besoins, tout en garantissant la simplicité, la clarté et la rapidité des opérations
- Diversification et personnalisation des produits et services ;
- Enfin, du point de vue du client, le principal avantage est le gain de temps.

3.3 Les limites de la digitalisation sur les banques

Avec l'augmentation de l'utilisation des services bancaires en ligne, la menace de secteur bancaire augmente à un rythme effrayant. Ce business est exposé à une forte agression, menaçant ainsi la protection et la sécurité des données du client.

⁴³ La présentation des avantages ont été inspiré du site <https://www.bforbank.com/mag/tendances/le-digital-banking-cest-quoi.html> consulté le 10/10/2021

3.3.1 Risque opérationnel

Ce type de risque est largement le plus associé aux banques et le plus reconnue. Le risque opérationnel pour la banque est le risque de pertes financières résultant d'une inadéquation ou d'une défaillance des procédures (non-respect, contrôle absent ou incomplet), de son personnel (erreur, malveillance et fraude), des systèmes internes (panne informatique...) ou d'évènements exogènes, par exemple, Dysfonctionnement de l'activité et des systèmes, pannes de matériel et de logiciel informatique, problèmes de télécommunications et pannes d'électricité (Chelly & Sébéroué, 2014).

3.3.2 Risque de réputation

Ce danger consiste à avoir des attitudes négatives de la plupart des clients vis-à-vis de leurs banques ce qui entraîne une perte critique de financement ou des clients. De tels dangers surviennent d'activités qui entraînent une réelle perte de confiance générale des clients.

Le risque de réputation lié à des expérimentations non encadrées sur des sujets hautement sensibles, et qui le seront de plus en plus, et à fort impact sur la confiance des clients (Metge, 2015). Les principales raisons de ce danger, peuvent être le système ou un élément qui ne tente pas de répondre aux attentes des clients, d'énormes lacunes du système comme le Big Data, la violation de sécurité, informations insuffisantes sur les produits financiers, ce qui conduit les clients concernés à arrêter d'utiliser certains articles et services financier ou carrément quitter leur banque et mettre en cause la déontologie et le professionnalisme de la banque⁴⁴.

3.3.3 Risque juridique

Le danger juridique provient de la violation ou le non-respect des lois, des réglementations ou des pratiques prescrites, ou lorsque les droits et les engagements légaux des différentes transactions ne sont pas bien établis. D'autres raisons de ces dangers juridiques sont l'incertitude ou le doute sur la légitimité de certains accords conclus à travers les médias électroniques ou les divulgations des données concernant la sécurité du client. Un client, qui n'est pas suffisamment informé de ses droits et engagements, ne peut prendre les mesures de précautions nécessaires dans l'utilisation des articles ou services bancaires sur internet, cela peut provoquer des échanges non désirés et des poursuites non souhaitées contre la banque ou d'autres approbations réglementaires⁴⁵.

⁴⁴ <https://www.giovanellapolidoro.com/les-principaux-risques-bancaires/> consulté le 06/08/2021

⁴⁵ <https://www.giovanellapolidoro.com/les-principaux-risques-bancaires/>

3.3.4 Danger de confidentialité

Lorsqu'il s'agit de protéger les données des clients, la banque est l'un des domaines les plus risqués et les plus indignes de confiance. En fait, il existe de nombreuses technologies et méthodes qui violent la protection des données personnelles (PENGAME, 2015).

Les banques subissent des attaques et les logiciels malveillants internes menacent la sécurité des données bancaires. Par exemple, avec l'usage de Big Data, sans le consentement du client, les informations personnelles du client sont communiquées à des titres inconnus, les informations sont collectées plus que nécessaire, ou données du client mal enregistrées. Pour (VISNOVSKY, 2016) l'usage du Big Data est un point d'attention particulier car une attention est portée au risque de confidentialité, notamment avec les solutions de type Cloud, stockage et l'accès aux données des clients.

3.3.5 Les fraudes électroniques

Aujourd'hui, la question de la protection des consommateurs contre la fraude est cruciale, d'autant plus que l'on sait que le génie et l'imagination des fraudeurs sont sans limites. Alors que les banques cherchent à développer leur stratégie numérique, la sécurité apparaît comme une priorité importante pour gagner le soutien et la confiance des utilisateurs.

On distingue quatre types de fraudes : les fraudes électroniques (hameçonnage, spyware...) ; l'usurpation d'identité (fraude au président) et la fraude portant sur les chèques, ainsi que la plus connue et répandue, est les fraudes des cartes bancaires (PENGAME, 2015).

La plupart des applications bancaires et financières sont les plus vulnérables aux cyberattaques. La raison est évidente, l'argent est l'objectif incontesté. Comme nous le savons tous, les escrocs sont innovants dans le vol de fonds, que ce soit sous la forme de grosses sommes, et s'il ne s'agit pas d'argent direct, il y a toujours la menace de fuite de données⁴⁶.

3.3.6 L'absence de contact humain

Même si la fréquence des visites des clients dans les agences bancaires a diminué en raison du développement des services en ligne, ils restent tout de même toujours en contact avec les agences à proximité.

Pour les clients habitués aux relations de qualité offertes par les banques traditionnelles, le manque de contact humain constitue le premier inconvénient imputable à la banque en ligne. Même

⁴⁶ <https://www.usine-digitale.fr/article/etude-l-argent-est-la-motivation-principale-des-cybercriminels.N966161>

si les centres d'appel et les conseillers en lignes accomplissent de leur mieux leurs services d'aide et d'accompagnement, nombre d'individus préfèrent toujours la franche poignée de main et le suivi personnalisé de leur banquier⁴⁷.

Conclusion

Avec la croissance explosive du nombre de terminaux mobiles dans le monde, qui représente un nouveau moyen de communication quotidien. De nouvelles possibilités d'interaction et de communication avec les clients sont apparues.

La banque en ligne est un nouveau processus qui permet aux clients d'accéder à leurs comptes, d'effectuer des virements d'argent, de recevoir et de payer des factures en ligne, etc. D'un simple clic, les banques ont également la possibilité d'étendre les services offerts sur le marché sous de nouvelles formes.

Le client est le paramètre déterminant de la banque. Cette dernière se développe au fur et à mesure des changements et des comportements des clients. Le facteur clé du succès d'une banque est d'augmenter sa rentabilité par la satisfaction de ses clients. Pour cette raison, les banques doivent optimiser leur expérience en proposant des produits et services de qualité et à des prix plus bas, et des Méthodes de fidélisation pour améliorer et personnaliser la relation client.

En somme, le digitale est un atout fondamental pour les banques, elles ont besoin d'innover et d'investir dans le digital pour s'adapter aux nouvelles exigences des clients et proposer des offres attractives et avantageuses.

⁴⁷ <https://www.boursedescredits.com/guide-avantages-inconvenients-banque-ligne-503.php> consulté le 20/08/2021

Chapitre 2 :

**L'évolution du système
bancaire algérien**

Introduction

A partir du début des années 1990, lors de la transition du gouvernement algérien d'un système économique centralisé vers une économie de marché, des politiques de réformes structurelles ont permis de rétablir l'équilibre macroéconomique. Parmi ces réformes, la loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit a donné un nouveau visage au système bancaire algérien. On peut diviser le système bancaire algérien en deux étapes :

La période avant 1990, où la banque centrale avait pour rôle de financer sans limites institutionnelles les besoins du trésor et les besoins de l'économie directement, les banques ne supportaient en fait aucun risque et la période après 1990, où les banques sont devenues des entreprises commerciales et la banque centrale de par la **loi 90-10** a retrouvé son rôle originel de banque central et les banques ont commencé à supporter des risques de par la nature nouvelle de leurs activités (KHERCHI, 2008).

Dans ce chapitre, nous tenterons de retracer les mutations et les changements vécues par ces institutions originales afin de montrer les réalisations du système bancaire algérien moderne depuis l'indépendance.

Ce chapitre est divisé en trois sections. La première section intitulée " l'évolution du système bancaire algérien " où on présentera l'évolution du système bancaire algérien et ses différentes mutation, depuis l'indépendance. La deuxième section intitulée " l'organisation du système bancaire algérien " où on présentera la structure actuelle du système bancaire algérien. Et la troisième section intitulée "l'E-banking en Algérie " dans laquelle on parlera de l'évolution du E-banking en Algérie.

Section 1 : L'évolution du système bancaire algérien

Depuis 1962 et afin d'affirmer sa volonté d'indépendance et de souveraineté nationale. L'Algérie a choisi un certain nombre de réformes et de processus visant à améliorer l'état de l'économie nationale. Le secteur bancaire algérien a connu de profondes mutations. L'objectif de l'Algérie est de mettre en place des systèmes de financement pour différents secteurs économiques afin qu'ils puissent se développer dans des conditions optimales.

Des changements importants ont eu lieu dans le système bancaire algérien. En résumé, ces évolutions correspondent aux périodes suivantes :

1.1 Le Système bancaire algérien de l'indépendance à 1985

Les autorités nationales ont procédé dès l'indépendance à des mesures relatives pour la constitution d'une économie propre à l'Algérie. Les périodes qui ont caractérisé le système bancaire Algérien pendant cette période sont :

1.1.1 La période de souveraineté nationale (1962-1966)

La banque centrale d'Algérie a été créée le 13 décembre 1962. Afin d'établir les conditions favorables à un développement ordonné de l'économie nationale, elle a pour mission de préparer la confection des premiers billets. La loi **64-111** du 10 avril 1964 (promulguée dix jours avant) institue la nouvelle monnaie algérienne, le dinar algérien qui est définie par 180 mg d'or. Le 10 avril 1964, l'Algérie a désormais sa propre monnaie⁴⁸ mais elle n'a pu exercer son rôle qu'à partir de 1966 en raison de la présence des banques étrangères sur le territoire national.

Selon KHERCHI (2008) Deux autres institutions ont vu le jour après la création de la banque centrale :

- La Caisse Algérienne de Développement (**CAD**) le 07 Mai 1963 ; qui reprend les activités de la CADE. Son rôle consiste en le financement et la garantie des prêts à l'étranger.
- La Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance (**CNEP**) le 10 Août 1964 comme système de collecte de l'épargne populaire aux fins de financement du logement.

1.1.2 La période de nationalisation des banques étrangères (1966-1970)

Cette période appelée période de récupération de la souveraineté monétaire et nationalisation des banques étrangères ou encore période d'algérianisation. Elle a été marquée par la création de nouvelles banques commerciales et par la nationalisation des banques étrangères par le biais du rachat de leurs actifs. Cette période s'est caractérisée par la création de quelques banques en leur fixant chacune des rôles bien déterminés (KHERCHI, 2008) :

- **La Banque Nationale d'Algérie (BNA)** : elle a été créé le 13 juin 1966 qui disposait d'un monopole légale en matière de traitement des opérations bancaires du secteur public agricole, industriel, commercial ainsi que les activités des banques étrangères telle que la banque de Paris et des Pays Bas (BPPB), la Banque Nationale

⁴⁸ <https://www.algerie360.com/sest-passe-10-avril-1964-dinar-algerien-remplace-franc-francais/> consulté le 12/10/2021

pour le Crédit et d'Industrie d'Afrique(BNCIA), le Crédit Foncier d'Algérie et de Tunisie (CFAT), et le Crédit Industriel et Commercial (CIC)⁴⁹ ;

- **La Banque Extérieure d'Algérie (BEA)**: elle a été créé le 01-10-1967 elle devait financer les opérateurs avec les étrangers ;
- **Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA)** : créé le 29 décembre 1966 pour le financement de l'artisanat, de l'hôtellerie, les professions libérales ainsi que les PME.

1.1.3 La période de planification économique et financière (1970-1985)

La période de 1970-1985 s'est caractérisée par la réorganisation des structures financières, en particulier la réforme des mécanismes financiers. Cette réforme qui a coïncidé avec le lancement de deux plans quadriennaux, devait permettre aux institutions bancaires d'assister le système de planification mis en place durant cette période, ceci devait se faire par la centralisation des ressources financières pour une meilleure allocation de celles-ci au financement de l'investissement (KHERCHI, 2008).

Face à l'augmentation des besoins de l'activité économique. La spécialisation s'avérait être la meilleure solution pour répondre à cette augmentation de la demande. C'est dans cet objectif que la BNA et le CPA ont été restructurées, donnant ainsi naissance à deux nouveaux organismes bancaires qui reprenaient une partie de leurs activités (KHERCHI, 2008).

- **La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR)** : Créée le 13 Mars 1982 par la restructuration de la BNA, elle avait pour missions la mise en place de nouveaux mécanismes pour le financement des activités agricoles et agro-industrielles ;
- **La Banque de Développement Local (BDL)** : Créée le 30 Avril 1982 par la restructuration du CPA, la BDL avait pour mission le financement des investissements locaux et d'une partie des entreprises et établissements à caractère économique sous tutelle des wilayas et communes.

Cette période a donc connu le passage d'un système bancaire constitué de trois banques à un système constitué de sept banques :

- La **BEA** chargée du financement du secteur de l'énergie et du transport maritime ;
- La **BNA** chargée de l'industrie lourde et des services ;

⁴⁹ L'ordonnance n°66-178 du 13 juin 1966 portant création de la banque nationale d'Algérie

- Le **CPA** avait en charge les secteurs de l'industrie légère et le bâtiment ;
- La **BADR** était en charge dans le financement du secteur agricole ;
- La **BDL** était en charge des petites et moyennes entreprises et les entreprises locales ;
- La **CNEP** chargée du financement du logement ;
- La **BAD** chargée du financement des investissements planifiés à long terme.

1.2 La période des réformes (1986-1988)

Le système de financement adopté dans les années 70 s'est avéré inefficace au début des années 80. Il ne répondait plus aux exigences de la sphère réelle. Cette situation est due au manque de responsabilité des banques dans la prise de décisions d'investissement (KHERCHI, 2008).

1.2.1 La loi n° 86-12 du 19 Août 1986 relative au régime des banques

La loi bancaire de 1986 vise à définir un nouveau cadre institutionnel et fonctionnel pour les activités bancaires. Cependant, la mise en application de cette loi n'a eu lieu qu'en 1988 après modifications du statut de la Banque centrale d'Algérie. D'une part, elle définit de nouvelles attributions pour les banques et d'autre part, elle instaure une nouvelle organisation du système bancaire.

Pour (KHERCHI, 2008) La loi bancaire de 1986 définit deux types d'institutions :

1.2.1.1 Les institutions bancaires

La loi de n°86-12 du 19 Août 1986 distingue les institutions bancaires en deux catégories :

- la Banque Centrale
- les établissements de crédit

La loi n°86-12 définit les prérogatives de la Banque Centrale à savoir⁵⁰ :

- L'émission de monnaie ;
- Participer à l'élaboration de la législation et de la réglementation des changes et du commerce extérieur d'une part, chargée, pour ce qui la concerne, de l'application de la législation et de la réglementation des changes et du commerce extérieur d'autre part ;
- Régulation de la circulation monétaire ;

⁵⁰ La Loi Bancaire N° 86- 12 du 19 Août 1986 Relative au Régime de Banque et de Crédit

- Contrôle et distribution des crédits ;
- Gestion des réserves de changes ;
- l'octroi de découvert en compte courant au Trésor Public.

Les établissements de crédit constituent le second type d'institutions bancaires défini par la loi n°86-12 du 19 Août 1986. Ils ont pour obligation de :

- participer à la mise en œuvre du Plan National du Crédit ;
- veiller à la sauvegarde des moyens mis à leur disposition et leur patrimoine ;
- respecter les normes de gestion bancaire, financière et monétaire.

La Loi Bancaire N° 86- 12 distingue deux catégories d'établissements à savoir :

- Les établissements de crédit à vocation générale « les banques » qui effectuaient les opérations de banque définies à l'article 17 de la loi ;
- Les établissements de crédit spécialisés qui selon l'article 18 de la loi n'étaient habilités qu'à la collection des catégories de ressources et octroyer les catégories de crédit relevant de leur objet.

1.2.1.2 Les institutions administratives

Dans le but de respecter le Plan National du Crédit⁵¹, le système bancaire s'est doté en plus du Conseil National du Crédit déjà existant, d'une commission bancaire⁵².

Le conseil national de crédit dont la principale mission était l'émission des avis et observations sur les équilibres macroéconomiques et la structure monétaire et financière du pays participait également à l'élaboration du plan nation du crédit.

La commission de contrôle des banques qui était chargée du contrôle des opérations bancaires avait pour mission la mise en place des mesures nécessaires à une réglementation adéquate et une surveillance efficace des institutions bancaires.

1.2.2 La loi 88-01 du janvier 1988 relative à l'économie

Avec la réforme 1988, induite par la loi du 12 janvier 1988 modifiant et complètent la loi bancaire du 19 août 1986, d'après la loi n°88-01, les banques commercial sont considérées comme des entreprises, entrent dans le cadre de « l'autonomie des entreprises publique ». Cette loi stipule

⁵¹ Le plan national du crédit détermine les objectifs à atteindre en matière de collecte des ressources, de monnaie, des priorités et des règles à observer dans la distribution du crédit

⁵² Article 29 de la loi n°86-12 du 19 Août 1986 relative au régime des banques et au crédit

que les banques et institutions financières sont des entreprises publique économique (EPE) à caractère commercial, appelées à avoir une plus grande autonomie de gestion et une autonomie financière⁵³, c'est à dire le droit de propriété est séparé du droit de gestion.

Par conséquent, cette loi donne à la banque centrale une liberté de gestion des instruments des politiques monétaires et aussi à déterminer les conditions de fonctionnement des banques⁵⁴.

Selon NAAS (2003) cette loi renforce aussi un certain nombre d'aspect :

- la création de nouvelles institutions financières (fonds de participation) chargée de gérer le comportement des entreprises publiques économiques ;
- la mise en place d'un nouveau système de planification basé sur planification stratégique fondée sur l'élaboration de plans à moyen terme sur les collectivités territoriales et les entreprises publiques.

1.3 La période après 1990

La loi bancaire 90-10 relative à la monnaie et au crédit a marqué la mise en place d'un nouveau cadre législatif, institutionnel et réglementaire pour les activités bancaires. L'objectif de la réforme bancaire en 1990 était d'établir un mécanisme de marché, de se débarrasser de la répression financière et de revitaliser le système bancaire. Cette réforme a atteint les objectifs suivants suivant (ARROUDJ, 2016) :

- réhabiliter le rôle de la Banque Centrale ;
- réguler les mécanismes de la création monétaire ;
- l'ouverture du secteur bancaire à la concurrence ;
- meilleure mobilisation de l'épargne ;
- libéralisation des taux d'intérêt ;
- introduction de nouveaux produits financiers ;
- Moderniser l'organisation et le fonctionnement des banques commerciales ;
- la mise en place d'un marché des capitaux ;
- renforcement du cadre institutionnel avec la mise en place de deux organes à savoir le Conseil de la Monnaie et du Crédit (CMC) et la Commission Bancaire (CB).

⁵³ Article 02, Loi n° 88-01 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques.

⁵⁴ Article 03, Loi n° 88-01 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques.

Ce mouvement de réforme vise à changer l'organisation et les règles de fonctionnement de l'industrie bancaire algérienne.

1.3.1 La libéralisation du système bancaire algérien

La libéralisation du secteur bancaire en Algérie a été réalisée avec la promulgation de la loi bancaire n° 90-10 relative à la monnaie et au crédit le 14 avril 1990. Cette loi bancaire constitue un nouveau support législatif à la réforme économique initiée par les pouvoirs publics en 1988. A cet égard, les engagements de réforme financière de l'Algérie ont porté sur les aspects suivants (ARROUDJ, 2016) :

- la réforme du secteur bancaire ;
- la réforme du secteur des assurances ;
- la promotion et le développement du marché des capitaux ;
- la réforme fiscale et douanière.

Afin de moderniser le mode de fonctionnement de l'économie du pays et d'améliorer ainsi sa compétitivité, la modernisation du secteur bancaire est l'une des réformes prioritaires. A cet égard, les engagements de l'Algérie en matière de réformes bancaires s'articulent autour des axes suivants⁵⁵:

- amélioration du contrôle et de la supervisons de l'activité bancaire ;
- ouverture du secteur bancaire à la concurrence nationale et étrangère ;
- amélioration du cadre opérationnel de l'activité bancaire ;
- restructuration bancaire ;
- développement des instruments de la politique monétaire ;
- modernisation de la gouvernance bancaire.

1.3.2 Les aménagements apportés en 2001 à la loi relative à la monnaie et au crédit

Ces aménagements ont été effectués sans porter atteinte à l'autonomie de la banque d'Algérie. Afin de renforcer l'influence de l'exécutif sur les décisions de politique monétaire du pays, les aménagements apportés à la loi relative à la monnaie et au crédit visent à scinder le conseil de la monnaie et de crédit en deux institutions (NAAS , 2003) :

Le premier est constitué d'un conseil d'administration, chargé de la gestion et de l'organisation de la Banque d'Algérie. La seconde institution est représentée par le Conseil de la monnaie et de

⁵⁵ La Loi Bancaire N° 90-10 du 14 Avril 1990 Relative à la Monnaie et au Crédit

crédit (CMC), qui agit en tant qu'autorité monétaire. Il est composé de sept membres, dont trois sont nommés par décret présidentiel, et selon la loi n° 90-10, leur nombre été de quatre.

1.3.3 L'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit

L'ordonnance n°03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit a totalement transformé la loi 90-10 en apportant les modifications suivantes ⁵⁶:

- Le gouverneur ainsi que les vices gouverneur de la Banque d'Algérie sont nommées par le Président de la république pour une durée indéterminée ;
- Une séparation entre le conseil d'administration de la Banque d'Algérie et du conseil de la monnaie et du crédit. En effet, le conseil d'administration est composé de du gouverneur, des trois vices gouverneurs et de trois fonctionnaires sachant que le conseil de la monnaie et du crédit est composé des membres du conseil d'administration auxquels s'ajoutent deux personnalités choisies en raison de leur compétence en matière économique et monétaire ;
- Les établissements financiers ne peuvent ni recevoir des fonds du publics ni gérer les moyens de paiement ou les mettre à la disposition de leur clientèle. Le changement majeur comparé à la loi 90-10 consiste en le fait que ces établissements ne peuvent plus gérer les moyens de paiement ;
- L'opération de location simple ou locations avec option d'achat n'est plus une activité connexe pour les banques et les établissements financiers mais elle fait partie des activités habituelles et plus précisément les opérations de crédits ;
- Il n'est plus interdit pour les organismes de construction de consentir des prêts sous forme de paiements différés du prix du logement ;
- Nul ne peut être fondateur ou membre du conseil d'administration d'une banque ou d'un établissement de crédit s'il a fait objet d'une condamnation pour une infraction liée au trafic de drogue, au blanchiment d'argent et au terrorisme ;
- Les participations étrangères dans les banques et les établissements de droit algérien peuvent être autorisées contrairement à la loi 90-10 où ce genre d'opérations ne peut se faire qu'à condition que les pays étrangers accordent la réciprocité aux algériens ou aux sociétés algériennes ;
- Les banques doivent disposer d'un capital minimum de 2.5 milliards de dinars libéré en totalité et en numéraire ;

⁵⁶ Articles de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

- Les établissements financiers doivent disposer d'un capital minimum de 500 millions de dinars libéré en totalité et en numéraire ;
- La justification de l'origine des fonds ;
- Le retrait d'agrément ne peut être prononcé que par le conseil de la monnaie et du crédit en excluant la commission bancaire ;
- L'ordonnance oblige textuellement les banques et les établissements financiers à adhérer à la centrale des risques ;
- La composition de la commission bancaire change avec l'introduction d'un sixième membre choisis en raison de ses compétences en matières bancaire, financière et comptable.

1.3.4 La modernisation du système bancaire algérien

La réforme bancaire se caractérise par une série de réglementations relatives aux activités bancaires et au contrôle des banques et des institutions financières prévues par la loi bancaire. Cet objectif d'amélioration de l'efficacité du système bancaire algérien se traduit par la promulgation de textes visant à soutenir le projet de modernisation des systèmes législatif, réglementaire et institutionnel liés aux activités bancaires.

A travers cet arsenal réglementaire, l'objectif attendu est d'établir un système bancaire stable et solide. Pour plusieurs raisons, ce nouvel ancrage juridique est devenu indispensable (ARROUDJ, 2016).

La hausse des prix du pétrole a produit d'énormes réserves de change, qui ont permis aux pouvoirs publics de contrôler les finances publiques du pays (NAAS , 2003), puis le retentissant scandale financier qui a marqué le système bancaire algérien (la Khalifa Bank et la BCIA) a conduit les pouvoirs publics à durcir les conditions d'exercice de la profession bancaire, notamment le renforcement du contrôle et de la supervision du secteur bancaire⁵⁷, et enfin, la crise des subprimes⁵⁸ qui a secoué l'économie mondiale en 2007-08 a conduit les pouvoirs publics à renforcer le rôle de la Banque centrale et en augmentant le capital des banques et des institutions financières.

⁵⁷ L'affaire Khalifa a marqué la faiblesse du contrôle et de la supervision bancaire en Algérie, c'est pour cela que l'ordonnance 03-011 a été promulguée.

⁵⁸ L'un des effets de la crise des subprimes 2007-08 est la baisse du prix du pétrole sur le marché mondial. Cette baisse a générée une régression des recettes des exportations des hydrocarbures pour l'Algérie. Les pouvoirs publics ont alors décidés d'augmenter le capital des banques et des établissements financiers pour renforcer la stabilité du système bancaire contre tout déséquilibre externe.

1.3.4.1 la modernisation des systèmes de paiements

De 2002 à 2006, lors de l'achèvement de la réforme du système de paiement, des mesures importantes ont été prises pour moderniser l'infrastructure du système bancaire et financier. En ce sens, la modernisation du système de paiement a beaucoup progressé, notamment la mise en place d'un système de compensation en temps réel (Algerian Real Time Settlement ou ARTS), la normalisation des chèques, et la compensation à distance des chèques.

Ces réalisations sont des facteurs clés dans la réalisation de la modernisation des opérations et services bancaires de base. Ils sont également des facteurs clés pour l'amélioration durable de l'intermédiation bancaire fondée sur la stabilité financière.

1.3.4.2 la modernisation du cadre relatif à la gouvernance des banques publiques

Cette évolution s'inscrit dans le cadre de la modernisation aux normes internationales, qui répondent aux principes fondamentaux universels applicables d'autorisation et d'agrément des banques et établissements financiers, à l'installation de succursales bancaires, et en même temps au contrôle et à la surveillance des activités bancaires. Il s'agit donc d'un ajustement aux normes adoptées par le Comité de Bâle, qui étend la surveillance des banques en phase d'agrément, en mettant l'accent sur la qualité des actionnaires, leurs capacités financières, leur professionnalisme et la qualité de leur gestion.

Dans cette logique, plusieurs actions ont été enregistrées (ARROUDJ, 2016) :

- augmentation du capital social des banques et des établissements financiers ;
- mise en place du contrôle interne ;
- mise en place du système de garantie des dépôts bancaires ;
- l'application de l'accord bale 2 ;
- mise en place du reporting bancaire.

Section 2 : L'organisation du système bancaire Algérien

Le système bancaire algérien est organisé autour de nombreuses banques et institutions financières, à leur tête, la banque d'Algérie qui représente l'autorité monétaire.

2.1 La Banque d'Algérie

La Banque Centrale d'Algérie fut créée par la loi numéro 62-144 votée par l'Assemblée constituante le 13 Décembre 1962, portant création et fixant les statuts de la Banque Centrale. La

banque centrale d'Algérie, également connue sous le nom de banque des banques, est située dans la capitale d'Alger, et après l'intervention de la loi relative à la monnaie et au crédit, elle est devenue l'autorité monétaire indépendante vis-à-vis de toute tutelle ayant un pouvoir considérable sur les banques commerciales ou investissements étrangers. L'ordonnance n°03-11 modifiée et complétée octroie à la Banque Centrale l'autorité de régulation bancaire qui doit être exercée par le conseil de la monnaie et du crédit et la commission bancaire, ainsi que l'ordonnance n°10-04 qui étend le rôle de la Banque Centrale d'Algérie chargée désormais de promouvoir la stabilité financière et d'assurer la sécurité et la stabilité du système Bancaire⁵⁹.

2.2 Le Conseil de la Monnaie et du Crédit

Le CMC s'est vu conférer des pouvoirs très étendus en tant que superviseur et organe d'Agrément, chargé de définir les normes prudentielles applicables aux banques et aux Institutions financières.

Le champ d'intervention du CMC est défini selon l'article 62 de l'ordonnance N°03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit comme suit⁶⁰ :

La définition des normes et des conditions des opérations de la banque centrale, notamment, en ce qui concerne l'émission monétaire, le marché monétaire ; les chambres de compensation ; le fonctionnement et sécurité de système de paiement ; le marché monétaire ; opération sur métaux précieux et devises ; le volume de la masse monétaire et du crédit ; la gestion des réserves de change, ainsi l'organisation de marché de change.

Les normes des gestions que ces intermédiaires financiers doivent respecter à savoir : les normes et les ratios de gestion ; les opérations avec la clientèle ; normes et règles comptables ; règlement des changes ; l'activité de conseil et de courtage.

Les conditions d'installation des banques et des établissements financiers et celles d'implantation de leurs réseaux ; le retrait d'agrément ; et les conditions d'ouverture des bureaux de représentation des institutions financières étrangères en Algérie.

Le CMC est composé de⁶¹ :

- des membres du conseil d'administration de la Banque d'Algérie ;

⁵⁹ Présentation de la Banque National d'Algérie https://www.bank-of-algeria.dz/html/present_histoire.htm consulté le 16/11/2021

⁶⁰ Article 62 de l'ORDONNANCE N°03-11 DU 26 Août 2003 RELATIVE A LA MONNAIE ET AU CREDIT

⁶¹ Article 58 de l'ordonnance n° 03-11 du 26 aout 2003 relative à la monnaie et au crédit

- de deux personnalités choisies en raison de leur compétence en matière économique et monétaire.

Les deux personnalités sont nommées membres du Conseil par décret du Président de la République.

2.3 La commission bancaire

La commission bancaire constitue l'organe de la supervision du système bancaire algérien et représente l'une des grandes nouveautés introduites par la loi sur la monnaie et le crédit. Elle est composée de gouverneur président et cinq membres nommés par le président de la république pour une durée de cinq ans dont trois membres choisis en raison de leurs compétences en matière bancaire, financière et comptable et de deux magistrats détachés de la Cour suprême, choisis par le premier président de cette Cour après avis du Conseil supérieur de la magistrature⁶².

La commission bancaire est chargée de ⁶³:

- de contrôler le respect par les banques et les établissements financiers des dispositions législatives et réglementaires qui leur sont applicables ;
- de sanctionner les manquements qui sont constatés ;
- d'examiner leurs conditions d'exploitation et de veiller à la qualité de leurs situations financières ;
- de veiller au respect des règles de bonne conduite de la profession.

Si une banque ou un établissement a enfreint une disposition législative ou réglementaire afférente à son activité, n'a pas déféré à une injonction ou n'a pas tenu compte d'une mise en garde, la commission peut prononcer l'une des sanctions suivantes⁶⁴ :

- l'avertissement ;
- le blâme ;
- l'interdiction d'effectuer certaines opérations et toutes autres limitations dans l'exercice de l'activité ;
- la suspension temporaire de l'un ou de plusieurs des dirigeants avec ou sans nomination d'administrateur provisoire ;

⁶² Article 106 de l'ordonnance n° 03-11 du 26 aout 2003 relative à la monnaie et au crédit

⁶³ Articles 105 de l'ordonnance n° 03-11 du 26 aout 2003 relative à la monnaie et au crédit

⁶⁴ Article 114 de l'ordonnance n° 03-11 du 26 aout 2003 relative à la monnaie et au crédit

- la cessation des fonctions de l'une ou de plusieurs de ces mêmes personnes avec ou sans nomination d'administrateur provisoire ;
- le retrait d'agrément.

La commission organise le programme de ses contrôles, Elle détermine la liste, le modèle de présentation et les délais de transmission des documents et informations qu'elle juge utiles, Elle est habilitée à demander aux banques et établissements financiers tous renseignements, éclaircissements et justifications nécessaires à l'exercice de sa mission, Elle peut demander à toute personne concernée la communication de tout document et de tout renseignement et Le secret professionnel ne lui est pas opposable⁶⁵.

2.4 Les banques publiques

Les banques publiques n'ont été agréées par le conseil de la monnaie et le crédit (CMC) qu'à partir de 1997. En d'autres termes, depuis 1990 et jusqu'à leur agrément, le conseil de la monnaie et le crédit a permis à ces banques publiques d'exercer en toute légalité, en marge de la loi relative à la monnaie et le crédit.

La place bancaire compte actuellement un total de 20 banques et 8 établissements financiers en activités en Algérie⁶⁶.

Les banques publiques jouent un rôle très important dans le système financier. En Algérie, il existe six banques publiques qui sont les suivantes :

- Le Crédit Populaire d'Algérie (**CPA**) ;
- La banque nationale d'Algérie (**BNA**) ;
- La banque extérieure d'Algérie (**BEA**) ;
- La banque de développement local (**BDL**) ;
- La banque de l'agriculture et du développement rural (**BADR**) ;
- La caisse nationale d'épargne et de prévoyance (**CNEP**).

2.5 Les banques privées

Les banques privées sont au total de quatorze en Algérie :

- Banque Al Baraka d'Algérie,
- Citibank N.A Algeria (succursale de banque),

⁶⁵ Article 109 de l'ordonnance n° 03-11 du 26 aout 2003 relative à la monnaie et au crédit

⁶⁶ <https://www.ennaharonline.com/fr/finances-liste-des-20-banques-en-activite-en-algerie/> consulté le 21/10/2021

- Arab Banking Corporation-Algeria,
- Natixis-Algérie,
- Société Générale-Algérie,
- Arab Bank PLC-Algeria,
- BNP Paribas Al-Djazair,
- Trust Bank-Algeria,
- The Housing Bank For Trade And Finance-Algeria,
- Gulf Bank Algérie,
- Fransabank Al-Djazair,
- Crédit Agricole Corporate et Investment Bank-Algérie,
- H.S.B.C – Algeria (succursale)
- Al Salam Bank-Algeria.

2.6 Les établissements financiers

Huit Etablissements Financiers sont également mentionnés :

- Société de refinancement hypothécaire,
- Société financière d'investissement, de participation et de placement – Spa (Sofinance),
- Arab Leasing Corporation (ALC),
- Maghreb Leasing Algérie (MLA),
- Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA),
- Société Nationale de Leasing-SPA,
- Ijar Leasing Algérie-SPA,
- El Djazair Ijar-SPA.

Toutes les banques collectent les ressources auprès du public, distribuent des crédits, mettent à la disposition de la clientèle des moyens de paiements et assurent la gestion de ces derniers. Elles effectuent aussi différentes opérations connexes. Les établissements financiers effectuent les mêmes opérations que les banques, à l'exception de la collecte des ressources auprès du public. La création des banques privées et le développement de leurs activités ont permis l'émergence d'un

environnement concurrentiel entre les banques tant au niveau du marché des ressources, qu'au niveau du marché de crédits et surtout des services bancaires⁶⁷.

Section 3 : l'E-banking en Algérie

Au fil des années, les nouvelles technologies ont pris une importance considérable dans notre vie quotidienne. Les notions de temps et de distance ont perdu de leur importance et le commerce électronique a radicalement changé la relation entre l'acheteur et le vendeur. Sans aucun doute, l'un des secteurs de l'économie les plus touchés par ce phénomène est le secteur bancaire. Les banques proposent de plus en plus de services en ligne, de la simple vérification des soldes bancaires à la création de virements électroniques, nous pouvons désormais tout aussi facilement gérer nos opérations boursières, demander un crédit et même ouvrir un nouveau compte sans avoir à passer à la caisse de la banque. Certaines de ces activités étaient impossibles il y a quelques années, ou du moins peu répandues.

3.1 Les débuts l'E-banking en Algérie

La création de la SATIM « Société de Transactions Interbancaires et d'Automatisation Bancaire Electronique » en 1995 matérialise la volonté politique de développer la monétique. Le secteur bancaire s'est modernisé par la mise en place de nouveaux réseaux avec l'acquisition de nouveaux équipements et de nouvelles technologies de communication. Le succès de ce processus de modernisation dépend de l'efficacité du réseau de télécommunications, principal support technique du nouveau réseau de paiement électronique. En effet, les réseaux de télécommunications facilitent le fonctionnement des échanges et gèrent aussi bien toutes les opérations de paiement et les échanges de données inter et intra bancaires.

3.1.1 La SATIM

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

Il s'agit de l'unique opérateur monétique interbancaire en Algérie pour les cartes domestiques ainsi qu'internationales agissant comme l'un des instruments techniques d'accompagnement du programme de développement et de modernisation des banques et particulièrement de promotion des moyens de paiement par carte. SATIM réunit 19 adhérents dans son réseau monétique interbancaire,

⁶⁷ Bank of Algeria, CHAPITRE 5, SYSTEME BANCAIRE : EVALUATION ET RENFORCEMENT DE LA SUPERVISION <https://www.bank-of-algeria.dz/doc/Chapitre%20V-02.doc>

se composant de 18 banques dont 06 banques publiques et 12 banques privées ainsi qu'Algérie Poste⁶⁸.

3.1.1.1 mission de la SATIM

Les principales missions de la SATIM sont ⁶⁹:

- Œuvrer au développement et à l'utilisation des moyens de paiement électronique ;
- Mise en place et gestion de la plate-forme technique et organisationnelle assurant une interopérabilité totale entre tous les acteurs du Réseau Monétique en Algérie ;
- Participation à la mise en place des règles interbancaires de gestion des produits monétiques interbancaires ;
- Accompagnement des banques dans la mise en place et le développement des produits monétiques ;
- Personnalisation des chèques et des cartes de paiement et de retrait d'espèces.
- Mise en œuvre de l'ensemble des actions qui régissent le fonctionnement du système monétique dans ses diverses composantes ;
- assure les fonctions de connexion et de gestion des DAB/GAB, la personnalisation des cartes de retrait interbancaires « pour les banques », la mise en place de switch pour les membres ayant leur propre système d'autorisation.

3.1.2 Les efforts d'Algérie poste sur le E-banking

Algérie Poste est la première institution à entreprendre un projet pilote dans le domaine de la monétique. Ce projet a permis la construction de 110 distributeurs automatiques de billets (DAB) et la fourniture de 200 000 cartes de retrait entre 1997 et 2005. Il est à noter que l'échelle du réseau est petite, et le nombre de cartes distribuées est insignifiant par rapport au nombre de client important de l'entreprise. De plus, il est à noter que les fonctions mises à disposition des clients sont limitées, car pendant cette période, les cartes émises permettent uniquement les retraits aux distributeurs automatiques. Il n'est pas possible de payer les transactions avec les commerçants ou sur Internet, ce qui n'est plus le cas actuellement.

⁶⁸ <https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html> consulté le 17/11/2021

⁶⁹ Idem

3.1.2.1 Les cartes d'Algérie Poste

Dans le cadre de son développement, cette entreprise a proposé deux types de cartes monétiques à savoir :

- ❖ **La carte interbancaire de retrait (carte CCP)** : Cette carte est systématiquement délivrée à tous les titulaires de comptes CCP actifs. elle vous permet d'effectuer:
 - Toutes les prestations disponibles sur les DAB d'Algérie Poste et quelques prestations sur les GAB des banques ;
 - Toutes les transactions financières effectuées au guichet postal.

Figure 1 : La carte interbancaire de retrait (carte CCP)



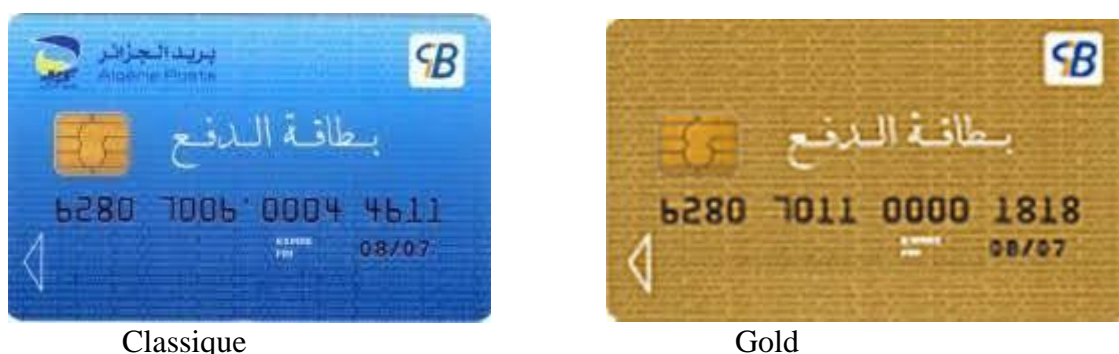
Source : <https://www.poste.dz/>

- ❖ **Les cartes interbancaires de paiement CIB Classique et Gold** : Ces deux cartes monétiques, aux normes EMV (Europay Mastercard Visa = Visa Européen Mastercard)⁷⁰, sont délivrées sous la demande des clients.

La carte **CIB classique** Permet d'effectuer tous les services disponibles sur les guichets automatiques de la Poste et des Banques algériennes ; et de régler l'achat de biens et services chez les commerçants membres du Réseau Monétaire Interbancaire (RMI) SATIM et équipés de terminaux de paiement électronique (TPE). Concernant la carte **CIB Gold**, Elle offre les mêmes services que les cartes classiques, mais avec des limites de retrait et de paiement plus élevées.

⁷⁰ **Article 2** : La carte bancaire, dotée de l'interface de communication « contact » et/ou « sans contact », doit répondre aux normes internationales figurant dans le tableau ci-annexé. Elle doit répondre par ailleurs au standard EMV (Europay - Mastercard - Visa). Les données inscrites sur la carte bancaire permettent d'opérer des transactions de retrait et de paiement. Le « repli sur piste magnétique », pour opérer les transactions de retrait et/ou de paiement, est explicitement interdit. <https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/instructions2020/instruction122020.pdf> consulté le 22/10/2021

Figure 2 : Les deux cartes CIB offertes par Algérie poste



Classique

Gold

Source: <https://www.poste.dz/>

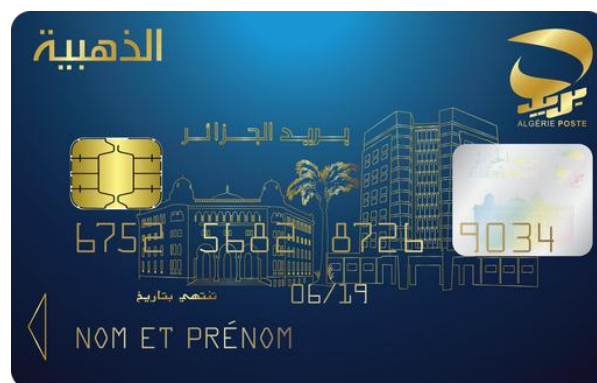
❖ **La carte EDAHABIA** : C'est une carte de paiement et de retrait électroniques sous système EMV (Europay Mastercard Visa), assurant la sécurité des transactions à ses porteurs et permettant d'effectuer diverses opérations de retrait et de paiement sur le compte (CCP), sur les guichets automatiques de banques (GAB) et aussi sur les terminaux de paiement électronique (TPE). Cette carte est lancée par Algérie Poste en 2017. Les services offerts par EDAHABIA sont⁷¹ :

- Retrait d'espèces.
- Consultation du solde du compte CCP.
- Virement de compte à compte.
- Retrait d'espèces.
- Consultation du mini relevé des 10 opérations effectuées avec carte EDAHABIA.
- Edition du RIP.
- Commande d'un carnet de chèques.
- Virement d'argent d'un compte CCP vers un autre compte CCP.
- Recharge téléphonie mobile de tous les opérateurs (Mobilis, Djezzy et ooredoo).
- Changement du code pin.
- Introduction ou modification du numéro de téléphone mobile.
- Paiement des achats.
- Paiement des factures.
- Réservations de billets d'avion, hôtels, etc.
- Annulation / remboursement d'un paiement.
- Consultation du solde compte CCP.

⁷¹ <https://www.poste.dz/services/particular/service-carte> consulté le 02/09/2021

- Consultation du mini relevé des 10 opérations effectuées avec la carte EDAHABIA.
- Virement d'argent d'un compte CCP vers un autre compte CCP.
- Blocage et déblocage de la carte EDAHABIA.
- Géo localisation des GAB d'Algérie Poste sur tout le territoire national.
- Consultation des offres publicitaires.
- Recharge téléphonie mobile.
- Recharge ADSL.
- Réservation des billets d'avion.
- Adhésion aux services de l'application mobile Baridi Mob.
- Paiement de factures (ADE, SONELGAZ, SEAAL, ATM-ADSL, MOBILIS).

Figure 3 : La carte EDAHABIA



Source : <https://www.poste.dz/>

Les grands axes tracés par Algérie poste en ce qui concerne le nouveau système monétique, sont fondés essentiellement sur les prestations financières offertes, telles que⁷² :

- Digitalisation des transactions financières et monétiques ;
- Modernisation des systèmes de paiement par l'utilisation des TIC afin de développer des services de haute qualité et un service de qualité à valeur ajoutée ;
- Alléger la pression des longues files d'attentes au niveau des établissements postaux, particulièrement lors des grandes échéances (ramadhan, fêtes religieuses, etc.) ;
- Dynamisation et intégration des services à distance ;
- Réduction des besoins en argent liquide ;
- Assurer au citoyen des services accessibles de manière pérenne et sans contraintes de déplacement et d'attente ;

⁷²<https://www.algerie-eco.com/2017/10/26/algerie-poste-173-gab-basculés-nouveau-système/> consulté le 07/09/2021

- Garantir l'intégration des transactions financières sécurisées à travers l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication ;
- Développement du commerce électronique.

3.1.3 Les Terminaux de Paiement Electronique (TPE)

Un **terminal de paiement électronique** (aussi appelé **TPE**) est un appareil électronique capable de lire les données d'une carte bancaire, d'enregistrer une transaction, et de communiquer avec un serveur d'authentification à distance⁷³.

Un TPE réalise une transaction électronique grâce à des éléments (lecture carte à puce ou piste magnétique, code secret, appel d'autorisation ou sans contact...) qu'il vérifie, formalise un compte-rendu de cette transaction (impression/...) puis transmet ses transactions à la banque du commerçant (acqureur). Le crédit du commerçant et le débit du client sont assurés par un système de compensation qui créditera l'acqureur et débitera l'émetteur (de la carte du client)⁷⁴.

Les TPE permettent d'effectuer les opérations suivantes⁷⁵ :

- Vente
- Annulation
- Remboursement
- Cash advance

Figure 4 : terminal de paiement électronique TPE



Source : http://wikimonde.com/article/Terminal_de_paiement_electronique

⁷³ https://fr.wikipedia.org/wiki/Terminal_de_paiement_%C3%A9lectronique consulté 07/09/2021

⁷⁴ Idem

⁷⁵ <https://www.poste.dz/faqM> consulté le 22/10/2021

3.1.4 Les prestations monétiques sur le DAB

Un **DAB** désigne un distributeur automatique de billets, et un **GAB** un guichet automatique de banque. Ces distributeurs sont placés auprès de très nombreuses agences bancaires. Ils permettent au titulaire d'une carte de **retirer** de l'espèce avec sa carte et un code confidentiel, et de consulter son compte. Les DAB permettent :

- La consultation du solde du compte ;
- La commande de carnets de chèques ;
- L'édition du relevé des 10 dernières opérations effectuées sur le compte ;
- Le virement du compte CCP du porteur sur un autre compte CCP ;
- Le paiement de factures ;
- L'édition du Relevé d'Identité Postale (RIP).

Figure 5 : Distributeur automatique de billet



Source : <https://www.liberte-algerie.com/actualite/privilegier-le-paiement-sur-internet-et-via-les-dab-336487>

3.2 L'évolution de l'E-banking en Algérie

En 2000, l'Algérie a initié une politique sectorielle sur les postes et société de télécommunications sous le nom e-Algérie 2013. Elle était destinée à diriger l'Algérie vers la société de l'information et l'économie numérique en améliorant l'accès aux services de communication dans le pays, augmentant les TIC d'environ 8 % du PIB algérien, créant 100 000 emplois directs et indirects. Avec un plan d'action basé sur treize axes principaux (E-banking, E-investissement, registre E-commerce, E-commerce...) permettant le développement des services en ligne, e-Algérie renforcerait à terme la performance de l'économie nationale grâce à l'intégration des TIC. Mais alors que 2013 a déjà commencé, le constat est que le projet e-Algérie 2013 est au point mort, selon le quotidien algérien La Tribune. Pour Chérif Ben Benmahrez, responsable du programme e-Algérie

2013 au ministère de la Poste et des TIC, le projet « évolue dans un environnement peu adapté aux TIC »⁷⁶.

L'action de la SATIM en faveur de l'E-banking ne s'est fait sentir qu'en 2002, soit 07 ans après sa création. La première phase, entre 2002 et 2005, diverses actions ont été initiées pour mettre en place un système de paiement interbancaire, à savoir (BELLAHCENE & FEROUANI, 2014):

- Le développement du réseau interbancaire monétaire (RMI) qui assure la sécurité et l'interopérabilité des systèmes de retrait et de paiement sur les GAB et les TPE;
- De 2003 à 2004, un système de paiement par carte conforme à la norme EMV a été adopté, et le Comité Interbancaire de Paiement Electronique (COMI) a été créé en 2005.

Quant à la deuxième phase; de 2006 à 2008, des efforts considérables ont été consentis, dans le cadre du développement du système de paiement interbancaire (CIB), dans lequel un système pilote a été lancé en 2006 et s'est développé au fur et à mesure des années.

Pendant cette période, la SATIM fournit deux services principaux, à savoir : le retrait aux distributeurs automatiques et le règlement des transactions via les terminaux de paiement électronique (TPE) obtenus par les commerçants.

Les banques mettent à disposition des clients deux types spécifiques de cartes électroniques :

- Les cartes de retrait, dont les fonctions se limitent aux retraits aux distributeurs automatiques et aux comptes courants ;
- Les cartes de paiement dont les fonctionnalités est étendue au paiement des factures d'achat sur TPE ainsi qu'aux services bancaires par Internet et par téléphone

Pendant la troisième phase ; à partir de 2008, les actions menées par la SATIM visaient le développement progressif des services proposés par les banques sur leurs sites Internet (consultation de compte, demande de chèquiers, demande de relevés d'identité bancaire, virements, consultation de solde...), sur les téléphones portables et aussi l'introduction des systèmes de paiement sur le net.

3.3 Facteurs explicatifs du niveau d'adoption de l'E-Banking en Algérie

Il est important de s'interroger sur les facteurs modérateurs du niveau d'adoption de l'E-banking en Algérie. Les travaux effectués jusqu'à présent apportent des réponses précieuses. En effet, le

⁷⁶<https://www.agencecofin.com/gestion-publique/1102-8897-algerie-le-projet-e-algerie-2013-pietine> consulté le 26/10/2021

contexte technique, organisationnel et environnemental des banques algériennes semble défavorable au développement de l'E-banking (BELLAHCENE & FEROUANI, 2014).

3.3.1 Contexte technologique

Au niveau du contexte technologique, deux facteurs principaux semblent freiner l'adoption de l'E-banking en Algérie :

3.3.1.1 la vision des commerçants sur les coûts perçues

Une double perception peut être observée en Algérie. En effet, si les bénéfices de l'e-banking apparaissent à la banque comme importants (réduction des files d'attente, diminution de la demande de monnaie fiduciaire, meilleure satisfaction client, etc.), alors la vision du commerçant n'est pas exactement la même. Partenaires indispensables des projets E-banking, leurs visions peuvent être bien différentes. Dans un marché dominé par le secteur informel et l'évasion fiscale, l'E-banking deviendra synonyme de surcoûts fiscaux. A ces coûts s'ajoutent d'autres coûts liés à l'acquisition et à la maintenance des systèmes d'information nécessaire. Face à ces coûts potentiels, les bénéfices du paiement électronique semblent être minimes.

3.3.1.2 Risques perçus

En plus des coûts, les risques perçus sont un facteur très important dans le cas de l'Algérie. Dans un environnement avec un système judiciaire long, un vide dans le domaine des technologies de l'information et de la communication, et une faible maîtrise technologique, la monétique peut provoquer une peur profonde chez les opérateurs économiques. Ces préoccupations peuvent être estimées aussi bien au niveau du simple consommateur, commerçant qu'au niveau des banques. Par exemple, nous avons constaté que certaines banques algériennes refusent d'accepter la responsabilité de tout piratage qui pourrait être causé par l'interruption soudaine d'Internet ou de l'électricité. Bien que légitime, cette clause au niveau du contrat est dans une large mesure suffisante pour repousser l'intérêt du client pour sa banque.

3.3.2 Le contexte organisationnel

Certains facteurs liés à l'environnement organisationnel semblent justifier le développement insuffisant de l'E-banking en Algérie.

3.3.2.1 Disponibilité des ressources

Un autre facteur pouvant expliquer le faible développement de l'E-banking en Algérie est lié aux ressources matérielles et immatérielles disponibles au niveau organisationnel. En effet, le projet

E-banking est un projet qui demande beaucoup d'investissement et un processus technique assez poussé. Au niveau des banques algériennes, face au développement rapide de la monétique, les ressources matérielles disponibles, les connaissances et compétences des systèmes d'information, et l'expérience dans ce domaine restent encore insuffisantes (LAZREG, 2015).

3.3.2.2 Confiance et crédibilité

Dans un pays où les activités des organismes monétaires ont été caractérisées par de mauvaises performances (longs délais de transaction, longues files d'attente, mauvaise qualité de service, etc.) ; et confrontées à divers dysfonctionnements et scandales de l'industrie au cours des dix-neuf dernières années (l'affaire Khalifa, les différents cas de détournement de fonds et de corruptions, etc.); la faible crédibilité et la confiance dans les banques peuvent augmenter le risque estimé par les clients, ralentissant ainsi l'adoption des services bancaires en ligne.

3.3.3 Contexte environnemental

Au-delà des facteurs organisationnels et technologiques, d'autres explications, d'ordre environnemental, peuvent être avancées au faible développement de l'E-banking en Algérie.

3.3.3.1 Pressions concurrentielles

Le secteur bancaire algérien est toujours dominé par des organisations étatiques et fortement protégé par l'État. Organisations dont la survie dépend principalement des subventions gouvernementales et de la contrainte posées au développement des banques privées (avec des capitaux nationaux ou internationaux). Sous une pression concurrentielle aussi faible, l'enthousiasme des banques pour le développement de l'E-banking s'est fortement affaibli.

3.3.3.2 Environnement institutionnel et juridique

L'Algérie n'a pas de législation sur Internet. Ce genre de vide juridique devient de plus en plus évident, et peut causer des dommages économiques, juridiques et sociaux... Ces règles concernent les transactions électroniques et les droits de propriété intellectuelle et les mineurs (BAGHDAD, 2012). La croissance rapide des transactions à distance rend nécessaire un cadre juridique et réglementaire tangible. Le manque des règles et des lois augmente la réticence des clients à utiliser les services d'E-Banking, Les clients préfèrent être protégés, en utilisant les services en ligne, et notamment les services bancaires en ligne, dans la mesure d'éviter de vivre les situations d'embarras (Capiez, 2001)

A un autre niveau, l'environnement institutionnel en Algérie semble également freiner le développement de l'E-banking : taille importante du marché informel, faible développement des

services bancaires, niveau d'organisation du marché, dominance de la monnaie fiduciaire sur les échanges, niveau d'évolution de la réglementation E-banking, les faibles incitations accordées aux entités impliquées dans les projets E-banking sont des exemples concrets de facteurs institutionnels qui peuvent nuire à l'adoption des systèmes E-banking en Algérie (LAZREG, 2015).

3.3.3.3 Infrastructure technologique nationale

L'infrastructure représente toutes les commodités telles qu'internet, l'électricité, les télécommunications, considérées comme très fondamentales, Leur bonne existence et leur qualité ne peuvent que garantir la bonne pratique des services bancaires en ligne, mais si l'infrastructure est restreinte et connaît des contraintes comme des coupures ou un faible débit à titre d'exemple, les utilisateurs éviteront tout moyen de s'y fier.

Le développement de l'E-banking dépend dans une large mesure de la capacité de cette infrastructure à supporter des transactions potentielles. Les équipements et les moyens restent encore insuffisants, surtout dans la perspective de déploiement aux clients de la banque. De plus, on relève quelques problèmes de maintenance pour certains automates (LAZREG, 2015). En Algérie, malgré des projets d'envergure dans ce domaine, il reste encore beaucoup de retards à rattraper. Ce délai est le plus observé dans les réseaux Internet. Néanmoins, il est important de porter une attention particulière à la qualité de ces infrastructures, aux coupures de courant, aux problèmes de réseau téléphonique et aux problèmes de connectivité Internet dont souffre l'Algérie qui augmentent considérablement les risques liés à l'e-banking, ce qui peut entraver son développement futur.

3.3.3.4 Caractéristiques démographiques

Le projet e-banking en Algérie semble également avoir rencontré des caractéristiques démographiques. Le taux d'alphabétisation, le niveau de l'éducation, l'âge et la capacité des acteurs à utiliser les technologies de l'information et de la communication sont autant de facteurs qui peuvent limiter le développement des services bancaires électroniques (BELLAHCENE & FEROUANI, 2014).

Conclusion

Le système bancaire est essentiel au bon fonctionnement de l'économie d'un pays. C'est ainsi que les outils et stratégies utilisés doivent être soigneusement étudiés avant la mise en œuvre pour assurer le fonctionnement normal du système. En fait, l'Algérie a déjà entamé un processus de réforme majeur, essayant à chaque fois d'innover et de modifier ses lois pour obtenir des résultats efficaces pour s'intégrer dans ce nouvel environnement du système bancaire.

Tout d'abord, la modernisation du cadre réglementaire et institutionnel prouve la volonté des pouvoirs publics algériens de réformer, construire et libérer le système bancaire algérien. Ensuite, la modernisation du cadre fonctionnel, que ce soit au niveau opérationnel (efficacité des systèmes des paiements, efficacité du système d'information, notamment le système comptable,...) Ou que ce soit au niveau de la gestion (politiques de collecte de ressources très actives, flexibilité des politiques d'octroi de crédit, taux d'intérêt modérés, augmentation de la productivité, etc.) conduisent souvent à l'évolution des taux d'intérêt des services bancaires, au développement des fonctions d'intermédiation et à la diversification des offres.

Concernant l'E-banking, malgré le lancement de projets dans ce domaine et la volonté et la persistance des autorités gouvernementales, par rapport aux pays ayant un niveau de développement proche du nôtre, l'E-banking en Algérie n'en est qu'à ses balbutiements car le paramétrage du réseau est encore très limité. Les performances de l'Algérie dans ce domaine restent bien inférieures à celles des autres pays en développement. La réticence quasi totale des entreprises algériennes au projet doit être soulignée, car dans un environnement caractérisé par l'évasion fiscale, la dominance des échanges informels et la dominance des paiements en espèces ; Les commerçants algériens semblent fuir : non seulement le paiement électronique, mais aussi toute forme de transaction bancaire (virement bancaire, paiement par chèque, etc.), mais l'espace occupé par la monétique en Algérie continue d'évoluer grâce aux efforts de l'État.

Chapitre 3 :

**Les moyens de paiements
digitaux au sein de la Banque
National d'Algérie**

Introduction

Avec l'avènement des nouvelles technologies et d'Internet, le Secteur bancaire algérien a profondément changé, La digitalisation de la banque se développe progressivement et les banques sont de plus en plus équipées de dispositifs automatiques tels que les cartes à puce, distributeurs automatiques de billets et TPE etc., les banques se spécialisent de plus en plus dans la fourniture de divers produits et services en ligne, notamment avec la Banque National d'Algérie qui, grâce à la digitalisation, fournit des produits et services en ligne aux clients via leurs plateformes E-banking et d'autre moyens de paiements digitaux pour faciliter les transactions et le quotidien de leur clientèle.

Dans ce dernier chapitre, on va présenter, d'abord l'intermédiaire financier qui est la Banque National d'Algérie. Ensuite on présentera les différents moyens paiements digitaux mis en service au sein de la BNA. Et enfin on présentera quelques statistiques et résultats sur ces moyens de paiements digitaux.

Section 1 : présentation de la Banque National d'Algérie

Dans cette section on va donner un bref aperçu sur l'historique de la Banque National d'Algérie, ensuite on va présenter son organigramme et enfin on va présenter l'organisation et les missions d'une agence de la BNA⁷⁷.

1.1 Historique de la Banque National d'Algérie

La première Banque commerciale nationale, la Banque Nationale d'Algérie (BNA), a été créée le 13 juin 1966. Elle exerçait toutes les activités d'une banque universelle et elle était chargée en outre du financement de l'agriculture.

En 1982, La restructuration de la BNA a donné naissance à une nouvelle Banque, BADR, spécialisée dans le financement et la promotion du secteur rural.

La loi n° 88-01 du 12 janvier 1988 portant orientation des entreprises économiques vers leur autonomie, avait des implications incontestables sur l'organisation et les missions de la BNA avec notamment :

- Le retrait du Trésor des circuits financiers et la non centralisation de distribution des ressources par le Trésor ;
- La libre domiciliation des entreprises auprès des banques ;

⁷⁷ <https://www.bna.dz/fr/a-propos-de-la-bna/presentation-de-la-bna.html> consulté le 17/11/2021

- La non automaticité des financements.

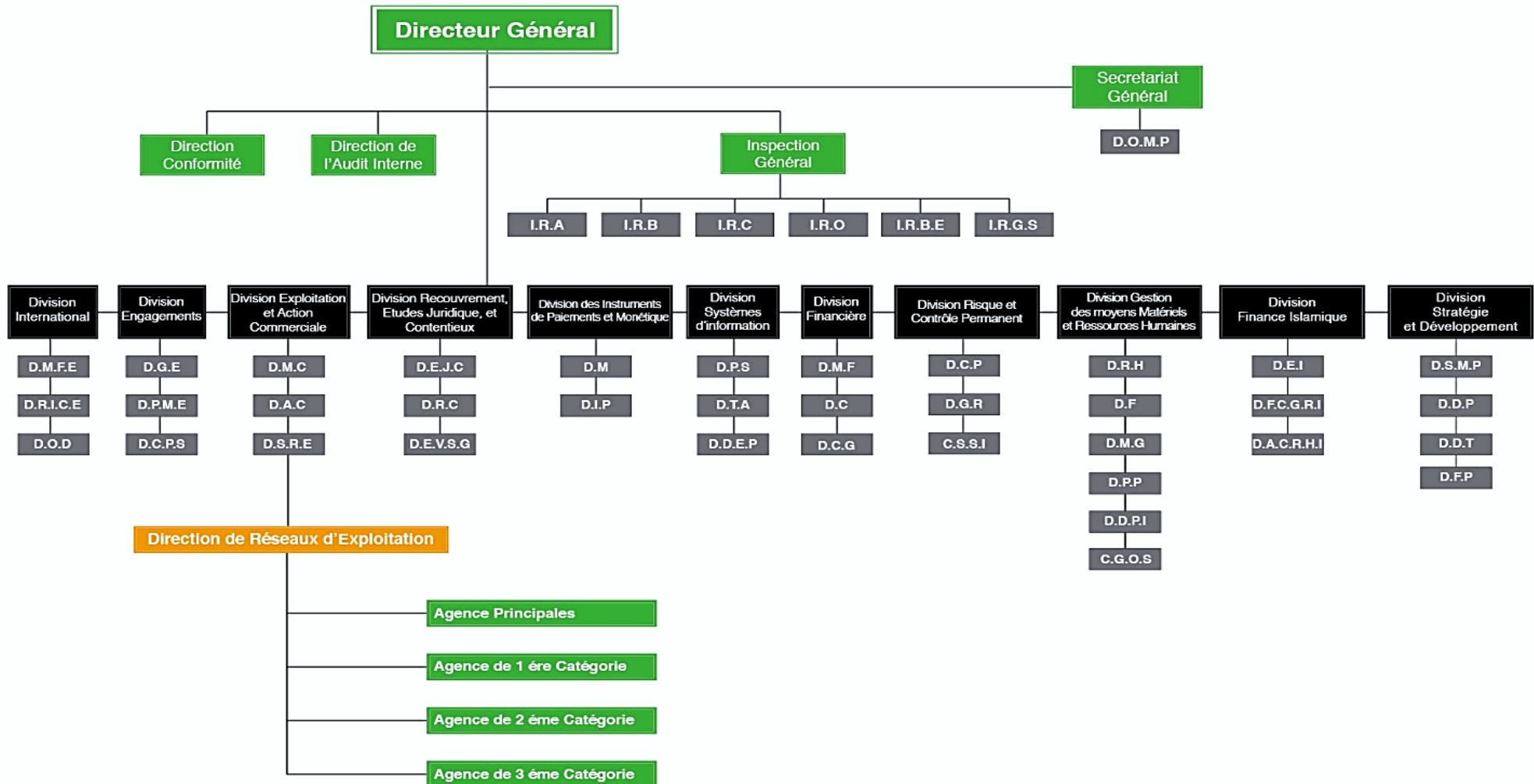
La loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la Monnaie et au Crédit quant à elle, a provoqué une refonte radicale du système bancaire en harmonie avec les nouvelles orientations économiques du pays. Elle a mis en place des dispositions fondamentales dont le passage à l'autonomie des entreprises publiques.

La BNA à l'instar des autres banques, est considérée comme une personne morale qui effectue, à titre de profession habituelle principalement des opérations portant sur la réception de fonds du public, des opérations de crédit ainsi que la mise à disposition de la clientèle, des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci.

La BNA était la première Banque qui a obtenu son agrément par délibération du Conseil de la Monnaie et du Crédit le 05 septembre 1995. En juin 2009, le capital de la BNA est passé de 14,6 milliards de dinars algériens à 41,6 milliards de dinars algériens. En juin 2018, le capital de la BNA est passé de 41,6 milliards de dinars algériens à 150 milliards de dinars algériens.

1.2 Organigrammes de la Banque National d'Algérie

Figure 6 : organigramme de la BNA



Structures rattachées à la Direction Générale:

- Secrétariat Général:
 - **DOMP** : Direction de l'Organisation des Méthodes et Procédures.
 - **D Conformité** : Direction de la Conformité.
- Inspection Générale:
 - **IRA** : Inspection Régionale d'Alger
 - **IRB** : Inspection Régionale de Blida
 - **IRC** : Inspection Régionale de Constantine
 - **IRO** : Inspection Régionale d'Oran
 - **IRBE** : Inspection Régionale de Bejaia
 - **IRGS** : Inspection Régionale du Grand Sud
 - **DAI** : Direction de l'Audit Interne
- Structures rattachées à la Division International:
 - **DMFE** : Direction des Mouvements Financiers avec l'Etranger.
 - **DRICE** : Direction des Relations Internationales et du Commerce Extérieur.
 - **DOD** : Direction des Opérations Documentaires.
- Structures rattachées à la Division Engagements:
 - **DGE** : Direction des Grandes Entreprises.
 - **DPME** : Direction des Petites et Moyennes Entreprises.
 - **DCPS** : Direction de Crédit aux Particuliers et Spécifiques.
 - **DASC** : Direction de l'Administration et du Suivi des Crédits.
- Structures rattachées à la Division Exploitation et Action Commerciale:
 - **DMC** : Direction du Marketing & Communication.
 - **DAC** : Direction de l'Animation Commerciale.
 - **DSRE** : Direction de support au réseau d'exploitation.
- Structures rattachées à la Division Recouvrement, Etudes Juridique et Contentieux:
 - **DEJC** : Direction des Etudes Juridiques et du Contentieux
 - **DRC** : Direction de Recouvrement des Créances.
 - **DEVSG** : Direction Etudes, Validation et Suivi des Garanties.
- Structures rattachées à la Division des Instruments de Paiement et Monétique :
 - **DM** : Direction de la Monétique.
 - **DIP** : Direction des instruments de paiement
- Structures rattachées à la Division Systèmes d'Information:

- **DPS** : Direction de la Production et des Services
- **DTA** : Direction des Technologies et de l'Architecture
- **DDEP** : Direction du Développement Etudes et Projets
- Structures rattachées à la Division Financière:
 - **DMF** : Direction des Marchés Financiers
 - **DCG** : Direction du Contrôle de Gestion
 - **DC** : Direction de la Comptabilité
 - **DRCLR** : Direction des Reportings Comptables Légaux et Réglementaires
- Structures rattachées à la Division Risques et Contrôle Permanent:
 - **DCP** : Direction de contrôle Permanent.
 - **DGR** : Direction de la Gestion des Risques.
 - **C.S.S.I** : Cellule de Sécurité des Systèmes d'Information
- Structures rattachées à la Division Gestion des Moyens Matériels et des Ressources Humaines:
 - **DRH** : Direction des Ressources Humaines.
 - **DF** : Direction de la Formation.
 - **DMG** : Direction des Moyens Généraux.
 - **DPP** : Direction de la Préservation du Patrimoine.
 - **DDPI** : Direction du Développement du Patrimoine Immobilier.
 - **CGOS** : Centre de Gestion des Œuvres Sociales.
- Structures rattachées à la Division Finance Islamique:
 - **DEI** : Direction d'Exploitation Islamique.
 - **DFCGRI** : Direction Financière, Contrôle et Gestion des Risques Islamique.
 - **DACRHI** : Direction Animation Commerciale et Ressources Humaines Islamique.
- Structures rattachées à la Division Stratégie et Développement:
 - **DSMP** : Direction de la Stratégie et Management de Projets.
 - **DDP** : Direction du Développement des Performances.
 - **DDT** : Direction du Développement des Talents.
 - **DFP** : Direction des Filiales et Participations.
- Réseau d'Exploitation :

Le réseau d'exploitation de la BNA compte 20 Directions Régionales d'Exploitation qui supervisent 221 agences de différentes catégories implantées sur tout le territoire national.

1.3 L'organisation et les missions d'une agence de la BNA

L'agence bancaire constitue l'unité de base de l'organisation et le cœur des activités bancaires, et toutes les transactions bancaires avec les clients sont effectuées à ce niveau, elle est chargée d'entreprendre toute action favorisant l'augmentation des ressources bancaires et le développement des portefeuilles clients.

1.3.1 L'organisation d'une agence de la BNA

L'agence entretient des relations fonctionnelles avec toutes les structures de la banque. Conformément aux pouvoirs qui lui sont conférés, l'agence est classée selon le niveau de son activité. Elle appartient aux catégories suivantes :

- agence principale ;
- agence de première catégorie ;
- agence de deuxième catégorie ;
- agence de troisième catégorie.

L'agence principale et l'agence de première catégorie sont dirigées par un directeur et deux directeurs adjoints en fonction de leur importance et du nombre de clients gérés. Les agences des deuxième et troisième catégories sont dirigées par un directeur et un directeur adjoint. Elles sont restructurées de manière appropriée en cinq et trois services.

1.3.2 Missions d'une agence de la BNA

La BNA traite toutes les opérations de banque, de change et de crédit dans le cadre de la législation et de la réglementation des banques et peut notamment :

- recevoir du public des dépôts de fonds, en compte ou autrement, remboursable à vue, à terme ou à échéance fixe, émettre des bons et des obligations : emprunts pour les besoins de son activité ;
- effectuer et recevoir tout paiement en espèce, par chèque, virements, domiciliation, lettre de crédits et autres activités de banques ;
- consentir sous toute forme de crédits, prêts ou avances avec ou sans garanties ;
- exécuter, en y attachant ou non sa garantie, toute opération de crédit pour le compte d'autres institutions financières ou pour le compte de l'Etat, répartir toutes les subventions sur fonds publics et en surveiller l'utilisation ;

- payer au lieu et place du débiteur toutes créances avec subrogation dans les droits et rang du créancier ;
- souscrire, escompter, prendre en pension ou acheter tout effet de commerce : bons, annuités et valeurs émis par le trésor public ou par les collectivités publiques ou semi-publiques et en général tout engagement à échéance fixe transmissible à ordre résultant d'opération faite par tout établissement et administration publique;
- financer par tous modes les opérations de commerce extérieur ;
- recevoir en dépôts tous titres et valeurs ;
- recevoir ou effectuer tous paiements et tous recouvrements des lettres de change, billets à ordre, chèques, warrants, coupons d'intérêts ou de dividendes, titres remboursables ou amortis, factures et autres documents commerciaux ou financiers.
- louer tous les coffres et compartiments de coffres ;
- servir d'intermédiaire pour l'achat, la souscription ou la vente de tous effets publics, actions, obligations, plus généralement, de toutes les valeurs mobilières, ainsi que des métaux précieux ;
- procéder ou participer à l'émission, à la prise ferme, à la garantie, au placement, ou à la négociation de toutes valeurs mobilières, soumissionner tout emprunt public ou autres, acquérir, aliéner ou nantir toutes valeurs mobilières, assurer les services financier de tout titre ;
- traiter toutes les opérations de change, au comptant ou à terme, contracter tous emprunts, prêts, nantissements, report de devises étrangères.

Section 2 : les moyens de paiements digitaux au sein de la BNA

La Banque National d'Algérie a mis à disposition de ses clients plusieurs moyens de paiements digitaux, les aidant ainsi à régler leurs transactions, la consultation de leurs comptes et plein d'autres services à distance, sans avoir recours à se déplacer vers la banque. Parmi ces moyens digitaux on trouve le E-banking BNA.net sur le support web et l'application BN@tic sur le support mobile, le WIMPAY BNA qui est une solution de paiement sans contact et enfin le E-paiement BNA.

2.1 L'E-banking BNA

Il s'agit d'une panoplie de services bancaires accessible à distance via le canal E-banking. c'est une solution de banque en ligne, mettant à la disposition de la clientèle de la banque de nombreux services qui lui permettent de gérer à distance ses comptes, et ce 24H/24 et 7JRS/7.

2.1.1 L'accès à la plateforme E-Banking

Pour accéder à la plateforme E-banking, le client devra s'inscrire au préalable auprès de l'agence où sont domiciliés ses comptes. Ensuite, l'agence enverra un numéro d'abonnement (**login**) et un mot de passe au client afin qu'il puisse accéder au site E-banking.

Pour que le client se connecte au service de banque en ligne « E-Banking », il lui suffit de lancer son navigateur internet, de s'assurer qu'il est bien connecté à Internet, puis de saisir l'adresse du site : <https://ebanking.bna.dz/customer/>

Une fois connecté au site, la page va s'afficher comme suit :

Figure 7 : Connexion à la plateforme E-Banking



Source : Documents interne de la BNA

2.1.2 La plateforme E-banking BNA

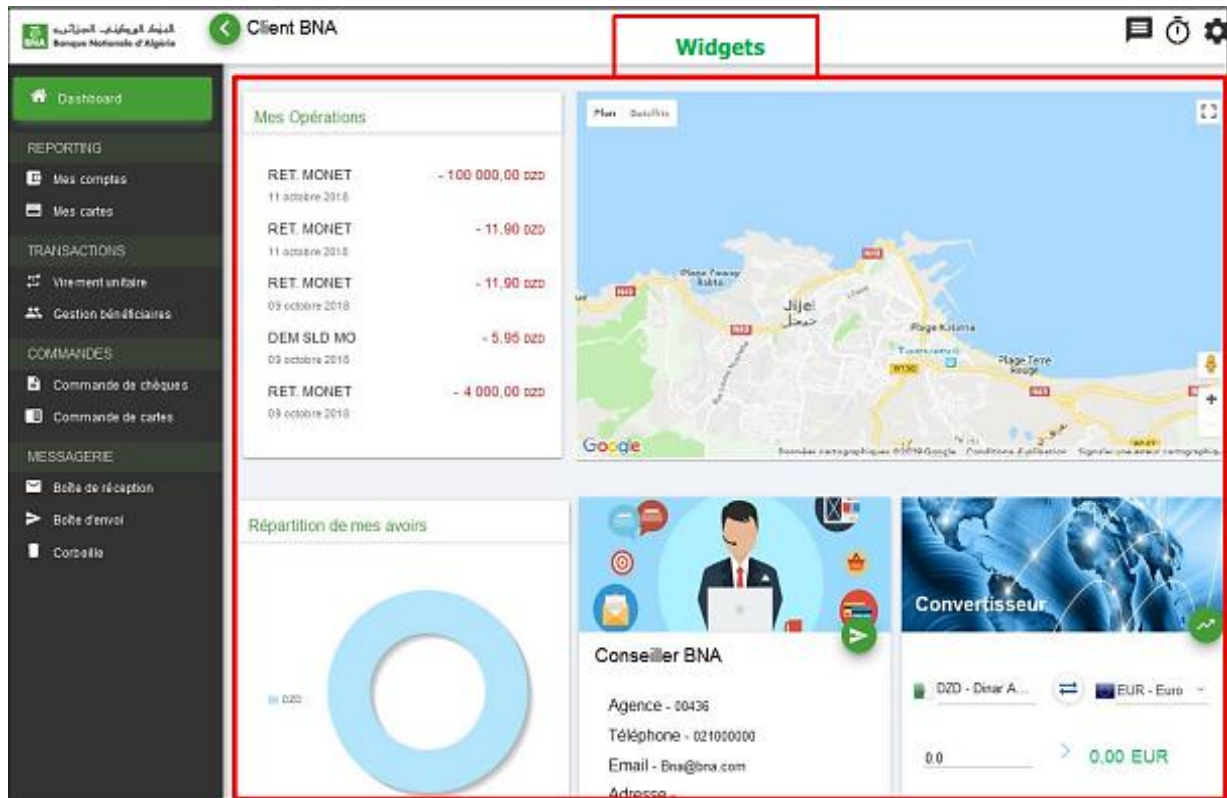
Après avoir eu accès à la plateforme avec ses identifiants, cette dernière se présente comme suit (voir figure 8).

à l'accueil de la plateforme on retrouve plusieurs onglets et menus :

- les menus « reporting, transaction, commandes, messagerie » qui sont les menus principaux pour l'utilisation de la plateforme e-banking ;
- une carte des agences BNA disponible à proximité, Vous y trouverez les informations nécessaires « les adresses, numéros de téléphone/fax et adresses e-mail », ainsi que l'itinéraire direct ;

- un conseiller BNA avec toutes ses coordonnées :
- vos cinq derniers opérations effectuées sur tous vos comptes ainsi que la repartition de vos avoirs.

Figure 8 : Ecran d'accueil



Source : Documents interne de la BNA

2.1.3 Les Packs de services du E-banking BNA

Les packs de services de la Banque à distance sont proposés selon deux types de packs ; le Pack Net qui est un pack standard des services de la Banque à distance et le Pack Net+ qui représente le pack premium des services de la Banque à distance. (Voir annexe 01, 02 et 03 relatifs à la convention d'adhésion au service BNA.NET)

2.1.3.1 Pack Net

Le pack Net se compose des services suivants :

- Consultation des soldes et de l'historique des comptes ;
- Consultation des derniers mouvements ;
- Recherche d'opérations sur le compte ;
- Téléchargement des relevés de compte
- Edition des relevés de compte

- Edition des relevés d'Identité Bancaire ;
- Service de messagerie (Mailing) ;
- Service de notification SMS.

2.1.3.2 Pack Net+

Le Pack Net+ se compose des services du Pack Net auxquels s'ajoutent les services suivants :

- Commande de chéquiers ;
- Virement de compte à compte ;
- Virement vers bénéficiaires ;
- Virement de salaire pour les entreprises, hors clients « EDI »
- Prélèvement bancaires ;
- Télépaiement fiscal ;
- Commande de carte bancaire ;
- Opposition sur carte.

Le E-banking BNA.NET octroi aux clients de la banques BNA plusieurs avantages, parmi eux :

- Une disponibilité à tout moment 24H/24 et 7j/7 ;
- La gestion des opérations à n'importe quel moment et lieux et depuis n'importe quel support relié à internet (tablette, ordinateur, smartphone) ;
- Gain de temps ;
- Gestion des opérations en toute simplicité ;
- Le traitement des opérations bancaire en toute sécurité.

2.2 L'application E-banking Bn@tic

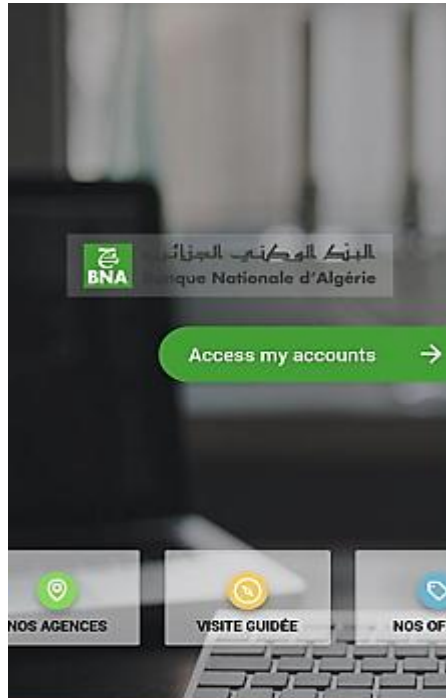
Bn@tic représente le support mobile du service E-banking de la BNA, afin de pouvoir bénéficier du service Bn@tic, le client devra être déjà abonné au service E-banking et de disposer d'un téléphone de type smartphone équipé du système IOS ou Android relié à internet pour télécharger l'application sur son smartphone.

2.2.1 L'accès à l'espace public

Cet espace de l'application Bn@tic propose des fonctionnalités et des informations sur l'application mobile qui sont accessibles sans authentification, ces fonctionnalités permettent au client de se familiarisé avec l'application grâce à la visite guidé disponible à l'ouverture de

l'application, d'avoir un coup d'œil sur les différentes offres des services E-banking ainsi qu'une carte des agences disponible à proximité du client avec toute les coordonnées des agences.

Figure 9 : L'Accès à l'espace ouvert

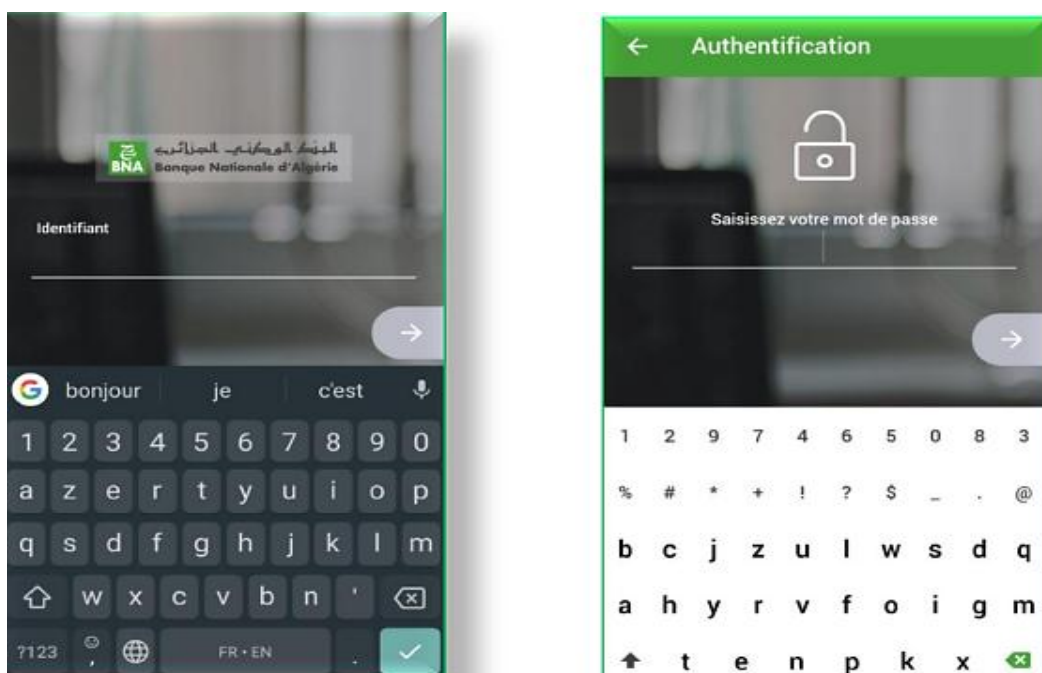


Source : Documents interne BNA

2.2.2 L'accès à l'espace authentifié

Pour accéder à l'application et pouvoir gérer ses comptes, le client doit se connecter à l'aide de ses identifiants E-banking du service BNA.NET.

Figure 10 : L'accès à l'espace authentifié



L'application Bn@tic se présente comme suit :

Figure 11 : Accueil de l'application



Source : Documents interne de la BNA

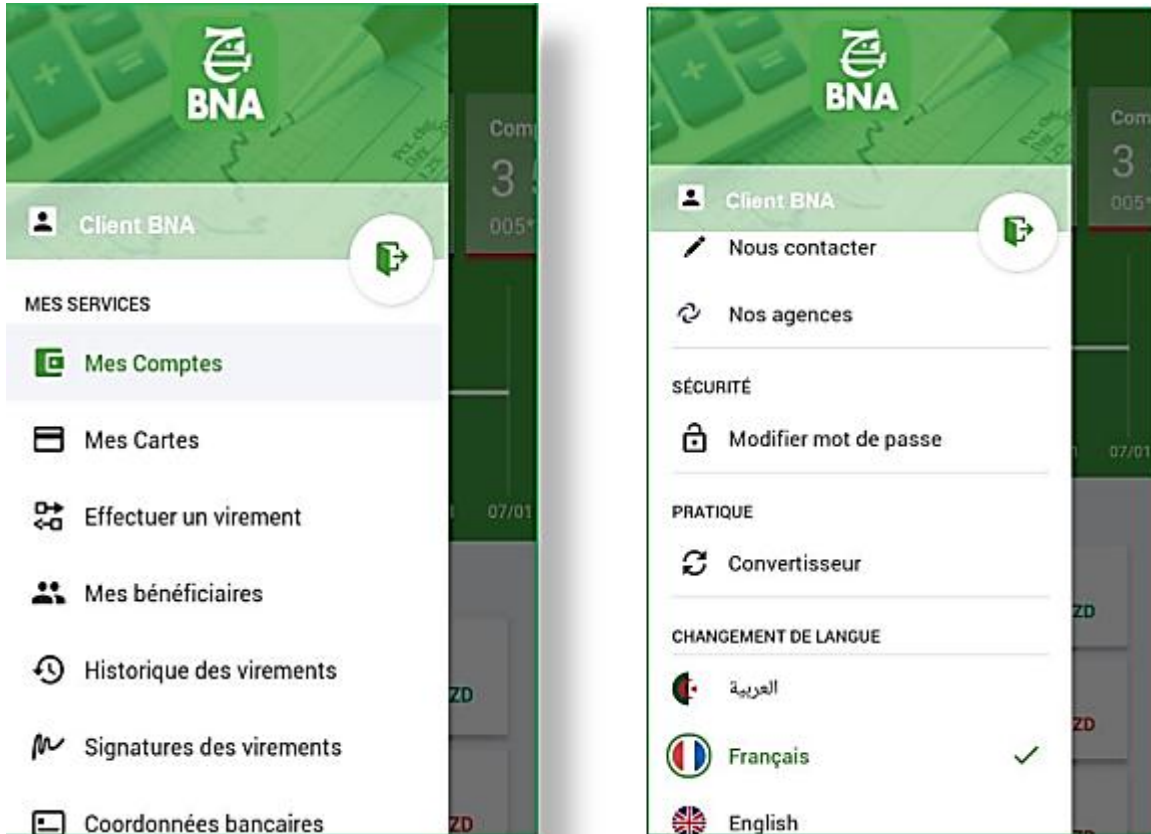
Les onglets et les menus de l'application Bn@tic sont similaires au support web E-banking BNA.NET, parmi eux on trouve dans le menu service (voir figure 12) : Mes comptes, Mes cartes, Effectuer un virement, Mes bénéficiaires, Historique des virements, Signature des virements, Coordonnées bancaires, Contact, Modification du mot de passe, Convertisseur, Changement de langue.

L'application Bn@tic offre aux clients de la Banque BNA abonnés au service E-banking les services suivants :

- D'accéder aux soldes de comptes et à l'historique des soldes ;
- De consulter les opérations bancaires ;
- D'effectuer des virements de compte à compte au vers bénéficiaires ;
- De rechercher des opérations dans le relevé de compte ;
- De consulter le numéro d'identification bancaire (RIB) ;

- De suivre le cours de change ;
- D’être en contact permanent avec sa banque ;
- Voir toutes les agences sur une map (Géo localisation des agences).

Figure 12 : Les services Bn@tic



Source : Documents interne de la BNA

L’application Bn@tic offre les mêmes avantages que le service E-banking BNA.NET cités précédemment :

- Une disponibilité à tout moment 24H/24 et 7j/7 ;
- La gestion des opérations à n’importe quel moment et lieux et depuis n’importe quel support relié à internet (tablette, ordinateur, smartphone) ;
- Gain de temps ;
- Gestion des opérations en toute simplicité ;
- Le traitement des opérations bancaire en toute sécurité.

2.3 Le paiement électronique BNA

La BNA met à la disposition de ses clients titulaires d’une carte CIB classique ou Gold le service ‘E-paiement’ qui leur offre la possibilité d’effectuer des règlements sur des sites internet des commerçants acceptant ce type de moyen de paiement.

L'adhésion au service 'E-paiement' est effectuée par la signature d'un contrat d'adhésion, fourni par la Banque, qui stipule l'acceptation par le client de l'ensemble des conditions figurant dans le contrat, le client devient alors de ce fait un « web acheteur ».

2.3.1 L'utilisation du service E-paiement

Le client doit se connecter à l'adresse du site 'web marchand', sélectionner le service désiré, valider le détail de l'opération et accepter les conditions générales de vente.

Choisir le mode de paiement, saisir le numéro de la carte CIB, le code CVV2 (représente les trois derniers chiffres imprimés sur le verso de la carte et servant à son authentification lors d'un paiement sur internet), la date d'expiration ainsi que le nom et l'adresse du client, saisir et valider le code confidentiel.

Après validation de l'opération, le client reçoit une réponse lui permettant d'accepter ou de refuser la transaction, en cas d'acceptation, un bordereau de paiement est édité automatiquement.

Le service E-paiement offre plusieurs avantages aux clients :

- Facilité d'utilisation ;
- Gain de temps ;
- Possibilité d'effectuer des paiements sur des sites internet en toute simplicité et sans avoir à se déplacer ;
- Sécurité du service ;
- Garantie des droits des « web acheteurs »
- tarification concurrentielle et conforme aux conditions générales de la banque.

2.4 WIMPAY-BNA

Récemment lancé par la BNA le 20 mars 2021, l'application « WIMPAY-BNA » représente une solution de paiement sans contact utilisable via le téléphone mobile (Smartphone) dont le fonctionnement est basé sur des codes-barres intelligents nommé « QR CODE ».

WIMPAY-BNA dispose de trois applications téléchargeables pour les différents types de clients :

- WIMPAY-BNA pour les particuliers ;
- WIMPAY-BNA PRO pour les commerçants, entreprises et les professionnels ;
- WIMPAY-BNA store pour les vendeurs.

Figure 13 : WIMPAY-BNA ET WIMPAY BNA PRO



Figure 14 : WIMPAY-BNA STORE



Source: Documents interne de la BNA

Pour accéder à l'application WIMPAY-BNA le client doit être abonné aux services E-banking BNA.NET ou BNA.NET+, le client utilise son identifiant et mot de passe E-banking pour souscrire à l'application WIMPAY-BNA et suivre les étapes d'inscription. (Voir annexe 04 relatif à la convention d'adhésion au service WIMPAY.BNA)

2.4.1 Les services WIMPAY-BNA

L'application « WIMPAY-BNA » donne la possibilité au client de bénéficier des prestations suivantes :

Pour les clients particuliers, professionnel, commerçant :

- Opérations de paiement basées sur des codes-barres intelligents « QR-CODE » ;
- Opérations de virement de compte à compte BNA ;
- Demande de transfert d'argent entre clients « WIMPAY-BNA » ;
- Partage de l'addition ;
- Gestion de budget ;
- Consultation du solde ;
- Historique des transactions effectuées ;
- Historique des demandes de transferts d'argent (Reçues/Envoyées)

Pour les clients entreprise :

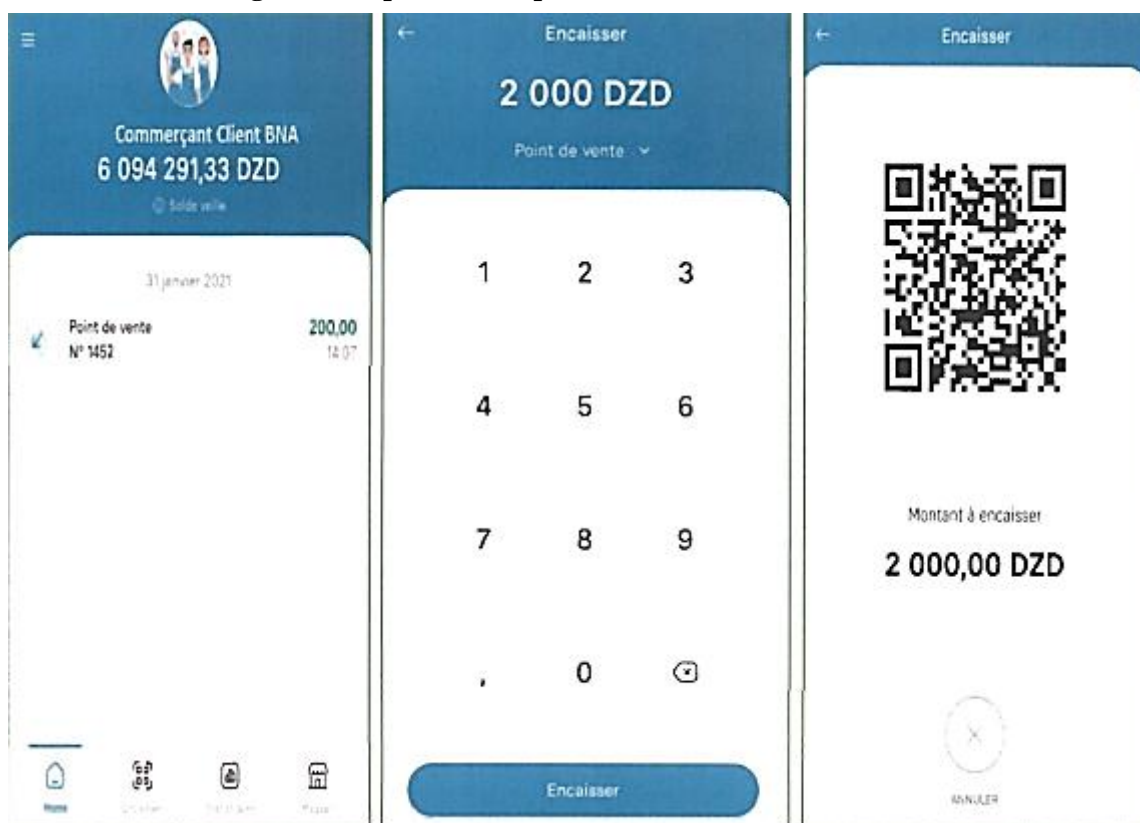
- Opérations de paiement basées sur des codes-barres intelligents « QR-CODE » en Recouvrement des prestations du client entreprise ;
- Consultation de solde ;
- Consultation de l'activité des vendeurs ;
- Historique des transactions effectuées.

On va procéder à la présentation en détail et par étapes des services de WIMPAY-BNA utilisant les codes-barres intelligents « QR-CODE » ainsi que le transfert d'argent dans la partie suivante.

2.4.1.1 l'opération de paiement

À l'aide de QR code, le client peut effectuer des paiements mobiles, il scanne le QR code du commerçant et valide la transaction en introduisant son code PIN.

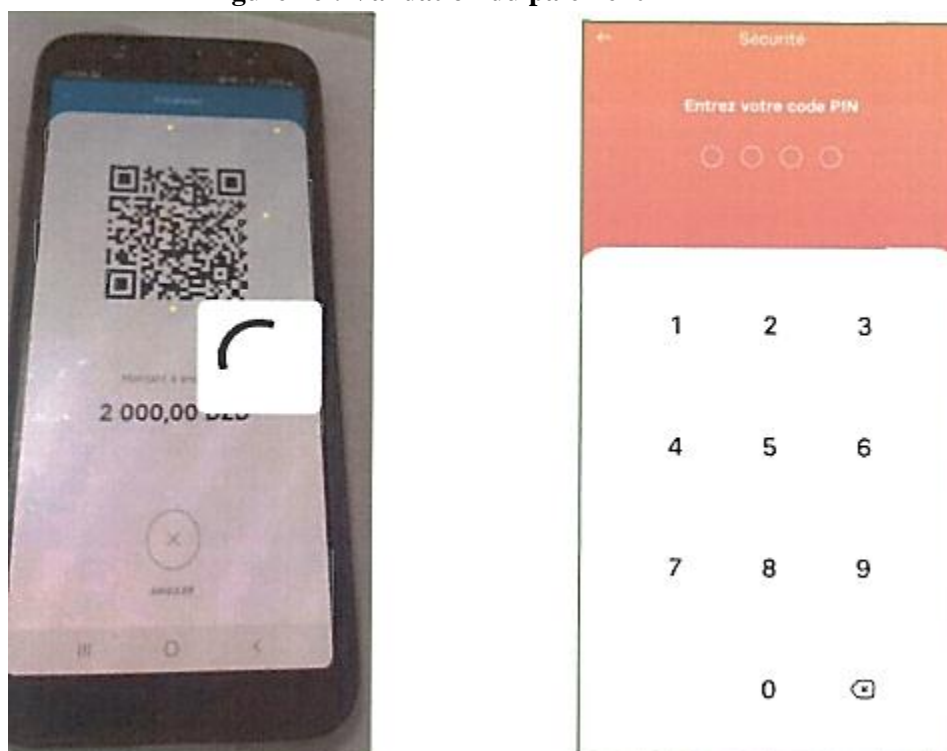
Figure 15 : opération de paiement WIMPAY



Source : Documents interne de la BNA

Le commerçant saisit le montant de paiement et la référence, ensuite il invite le client à scanner le QR code via son téléphone.

Figure 16 : Validation du paiement



Source : Documents interne de la BNA

Le client scanne alors le QR code avec son téléphone et introduit son code PIN pour valider le paiement.

Figure 17 : Validation du paiement



Source : Documents interne de la BNA

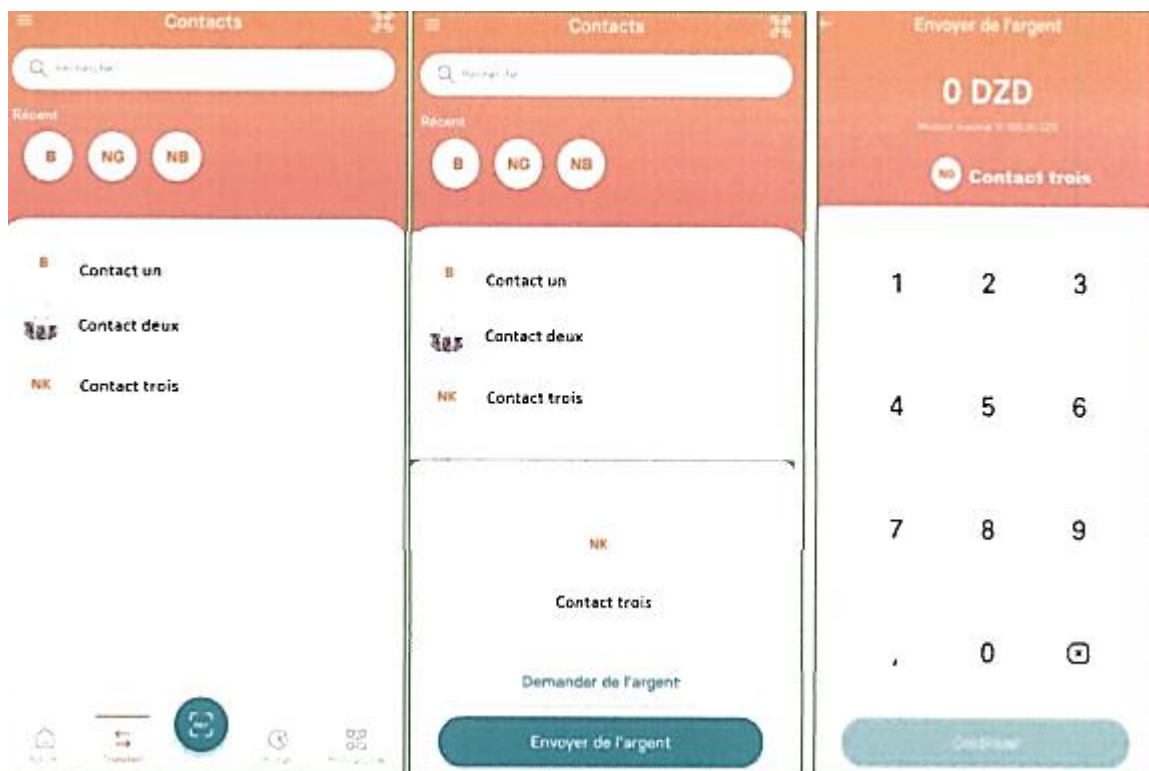
2.4.1.2 L'opération de virement et de transfert d'argent

Cette opération consiste à faire un virement ou un transfert d'argent vers un bénéficiaire à condition qu'il soit domicilié à la BNA et abonné au service WIMPAY.

Le client choisi dans ses contacts WIMPAY le bénéficiaire de son virement, ensuite il introduit le montant ainsi que le motif du virement et valide l'opération avec son code PIN.

Le bénéficiaire va réceptionner la demande de reçus du virement dans son compte WIMPAY et il aura le choix de confirmer le virement ou de le refuser.

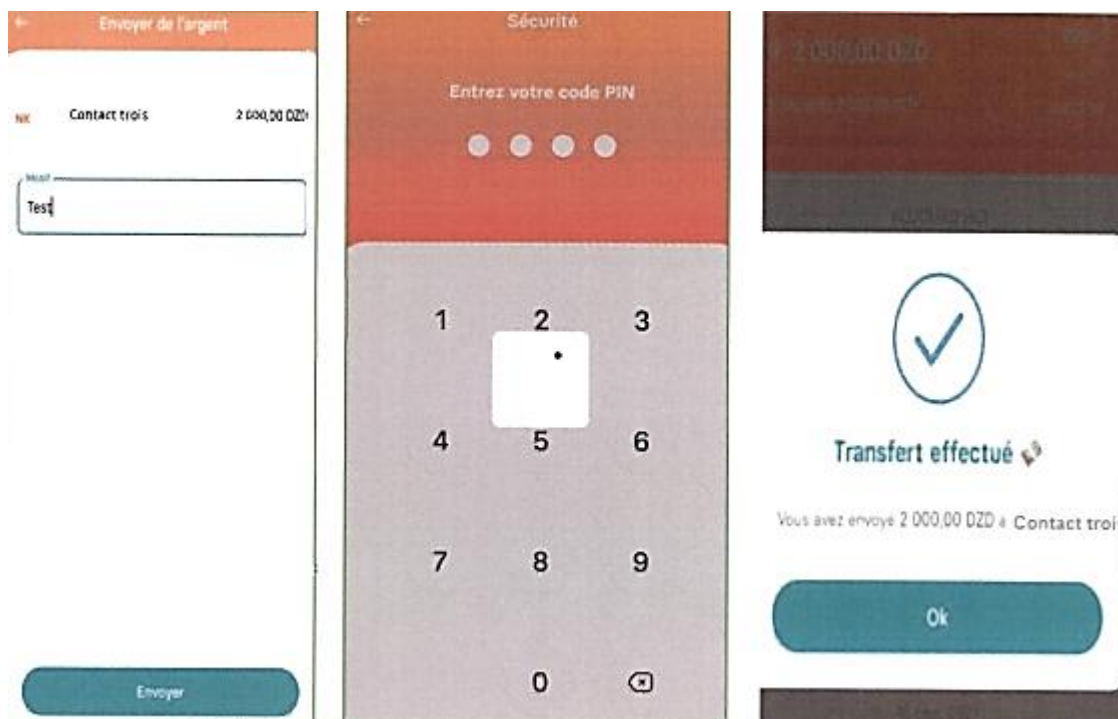
Figure 18 : opération de virement WIMPAY



Source : Documents interne de la BNA

Le client choisi son bénéficiaire, introduit le montant nécessaire pour le transfert d'argent.

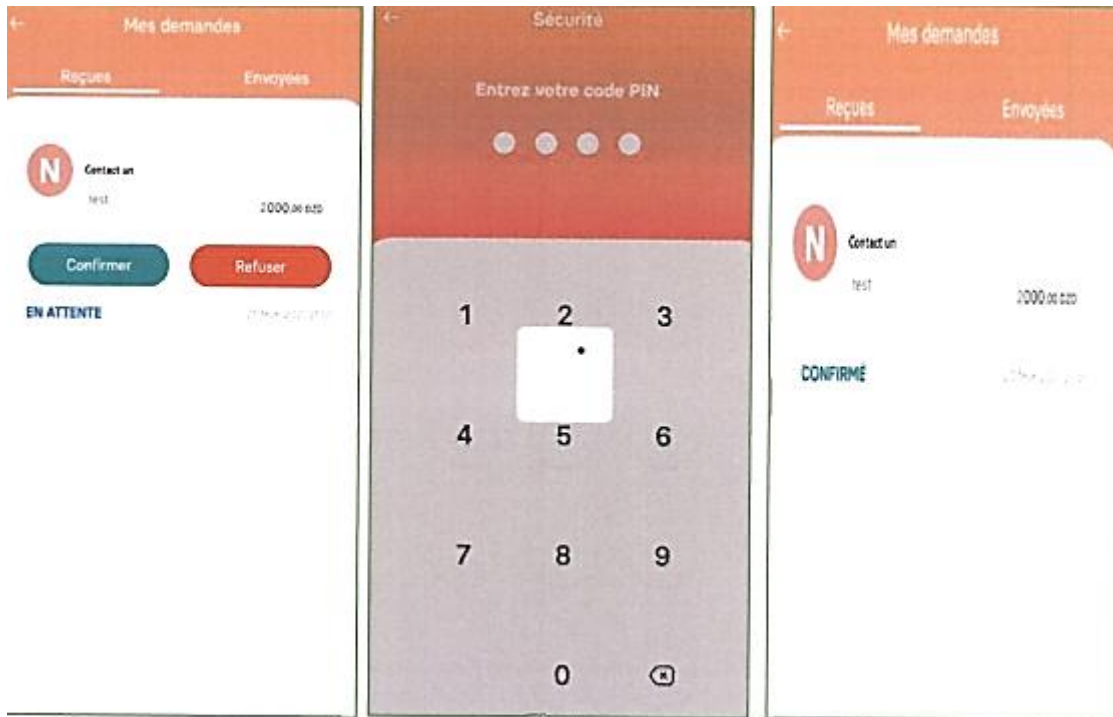
Figure 19 : opération de virement WIMPAY



Source : Documents interne de la BNA

Le client mentionne le motif du transfert ou du virement et introduit son code PIN.

Figure 20 : operation de virement WIMPAY



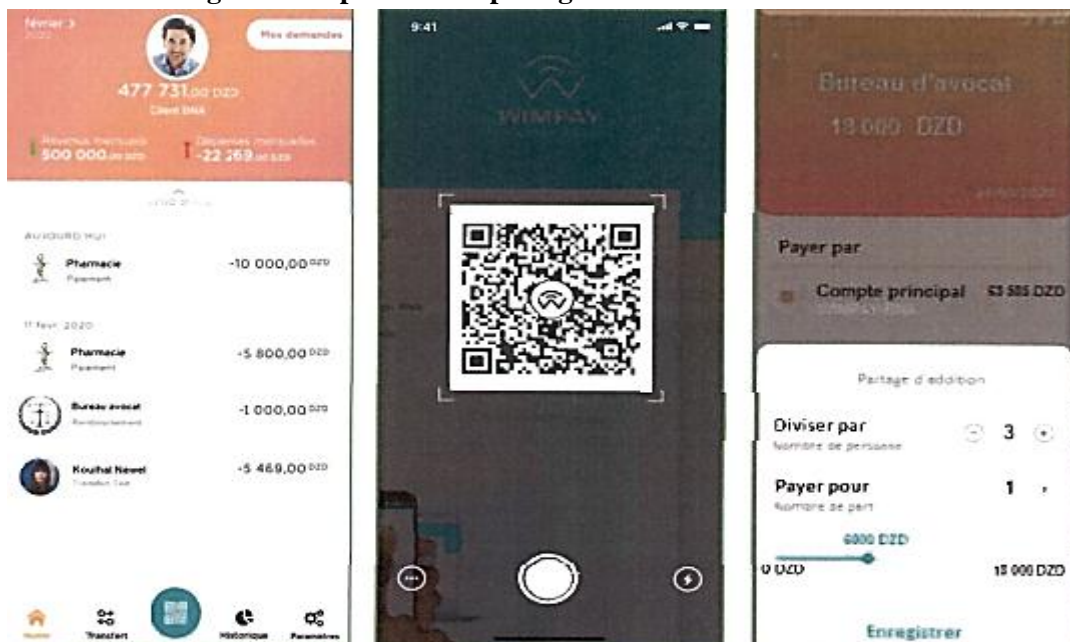
Source : Documents interne de la BNA

Le bénéficiaire peut consulter les demandes de transfert et de virement reçus et les confirmer ou les refuser selon son choix.

2.4.1.3 l'opération de partage de l'addition

Avec l'application WIMPAY le client a la possibilité de partager sa transaction avec d'autres personnes participant à la même transaction et ayant le service WIMPAY :

Figure 21 : opération de partage de l'addition WIMPAY



Source : Documents interne de la BNA

- Le client ouvre le scanner QR code ;
- Scanne le QR code du commerçant ;
- Ajoute le nombre de participants à la transaction ;
- Le client ensuite enregistre et paye sa part de la transaction ;
- Valide la transaction avec son code PIN.

Les opérations présentées précédemment représentent les réelles innovations apportées par la digitalisation pour la Banque national d’Algérie avec son application WIMPAY-BNA au profit de ses services de la banque à distance.

Le service WIMPAY-BNA procure aux clients de la Banque plusieurs avantages :

- Instantanéité : les clients peuvent demander, recevoir et virer de l’argent instantanément ;
- Sécurité : un service sur et sécurisé ;
- Disponibilité : un service disponible 24H/24 et 7j/7 ;
- Commodité : une panoplie d’opération possible selon les besoins du client.

Section 3 : étude et analyse des moyens de paiements digitaux de la BNA

Après avoir présenté la Banque National d’Algérie ainsi que leurs différents moyens de paiements digitaux, on procèdera dans cette partie à l’étude et l’analyse des évolutions de ces moyens digitaux, depuis leurs création jusqu’à 2021.

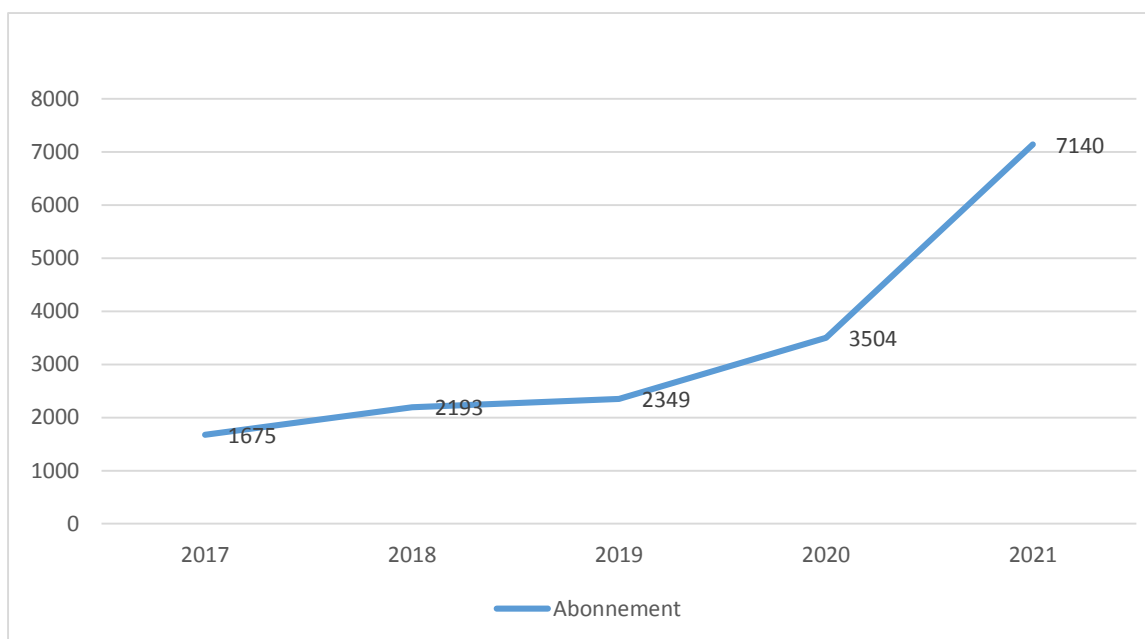
3.1 Abonnement E-banking

Dans ce point, nous allons aborder le service E-banking lancé par la DRE de la BNA de Tizi-Ouzou en 2017, en analysant le nombre d’abonnements lié à ce service depuis sa création jusqu’à 2021.

Tableau 1 : Représentation en nombre d'abonnement au service E-banking

Année	2017	2018	2019	2020	2021
Abonnement	1675	2193	2394	3504	7140
L'évolution de l'Ebanking en %	...	30.93 %	9.17 %	46.37 %	103.77 %

Source : réalisé par nous-même à l’aide de données de la direction régionale de la BNA de Tizi-Ouzou

Figure 22 : Représentation en nombre d'abonnement au service E-banking

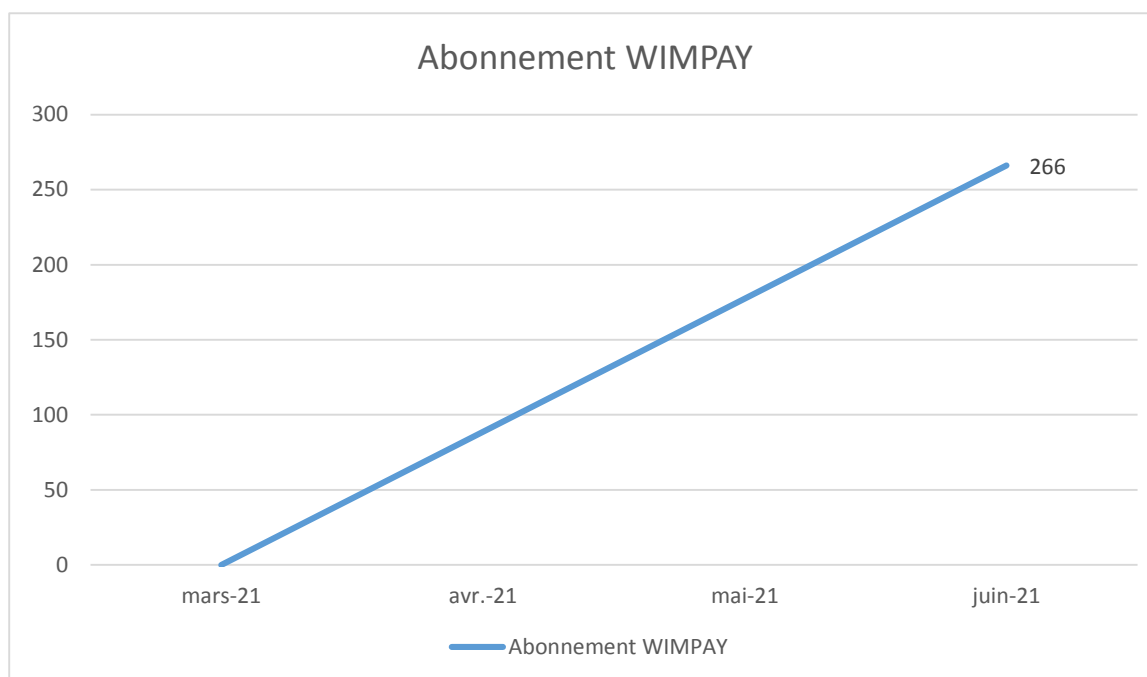
Source : réalisé par nous-même d'après les données de la BNA

A travers ces informations, nous constatons une lancée fructueuse du service E-banking entre 2017 et 2018. Une faible évolution de 9.17% observé en 2019, qui est liée aux perturbations de l'infrastructure réseau et une mauvaise qualité de l'internet en Algérie. En 2020, la tendance est haussière avec une augmentation de 46.37% par rapport à 2019, cette augmentation s'explique par une forte souscription au service de la banque à distance, due à la crise sanitaire Covid 19 qui a totalement mit en évidence l'importance de la banque en ligne durant cette période ainsi que la volonté des clients à respecter le protocole sanitaire. En 2021 les abonnements au service E-banking ont littéralement flambés, avec une augmentation de 103.77% par rapport à 2020. Cette hausse est due à la stratégie commerciale employée par la Banque National d'Algérie envers ses agences en Avril 2021, qui est représentée sous forme d'un challenge pour attirer un plus grand nombre de clients à leur service E-banking.

3.2 Abonnement WIMPAY-BNA

Le service WIMPAY a été mis en place le 20 mars 2021 par la Banque National d'Algérie, le nombre de souscription au service WIMPAY depuis son lancement jusqu'à juin 2021 dans la région de Tizi-Ouzou est de 266 souscriptions.

Figure 23 : Représentation en nombre d'abonnements au service WIMPAY



Source : réalisé par nous-même d'après les données de la BNA

On constate une augmentation du nombre d'abonnements au service WIMPAY depuis sa création en mars 2021 jusqu'à juin 2021, mais cette augmentation reste tout de même timide car ce service requière d'être domicilié exclusivement à la BNA et abonné au service E-banking de la BNA, aussi ce service reste encore embryonnaire que ça soit à l'échelle national ou dans la région de Tizi-Ouzou.

3.3 Distribution carte CIB

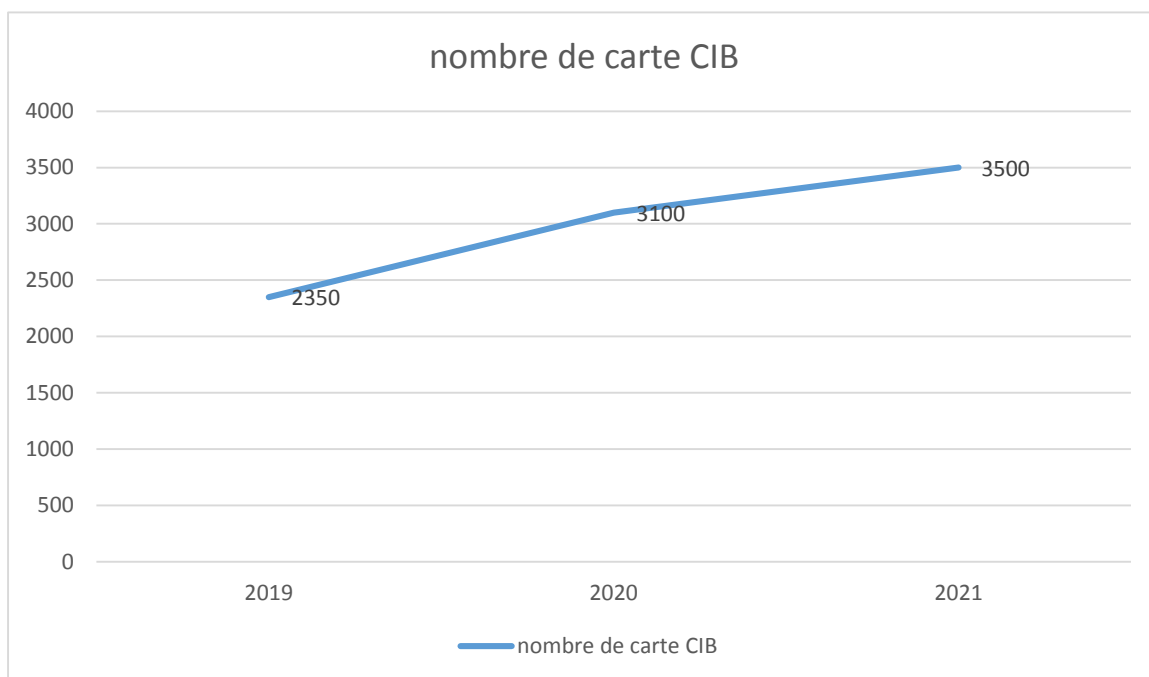
La Carte Interbancaire CIB permet de faire des retraits, des paiements de proximité et à distance, des virements et des encaissements, paiement sur internet, paiement TPE..., dans ce point nous allons analyser le nombre de carte CIB distribuée par la BNA dans la région de Tizi-Ouzou depuis 2019 jusqu'au mois de mai 2021.

Tableau 2 : Représentation en nombre de carte CIB distribuer

Année	2019	2020	2021
Nombre de carte CIB	2350	3100	3500
Evolution du nombre de carte en %	...	31.91%	12.90%

Source : réalisé par nous-même d'après les données de la BNA

Figure 24 : Représentation en nombre de carte CIB distribuer



Source : réalisé par nous-même d’après les données de la BNA

À travers ces informations, nous constatons une augmentation du nombre de carte CIB distribué de 31.91% par rapport à l’année 2019, cette hausse est due à la crise sanitaire Covid 19, où le déplacement en agence été limité par les restrictions du protocole sanitaire imposé aux clients et donc la carte CIB été le moyen indispensable pour les différentes transactions telles que le retrait dans les GAB et DAB. Quant à l’année 2021, on observe une légère augmentation de 12.90% par rapport à l’année 2020 qui s’explique par l’allègement des restrictions sanitaire et une reprise timide des activités économiques, le déplacement en agence a été donc repris par les clients.

3.4 Evolution des transactions sur les TPE

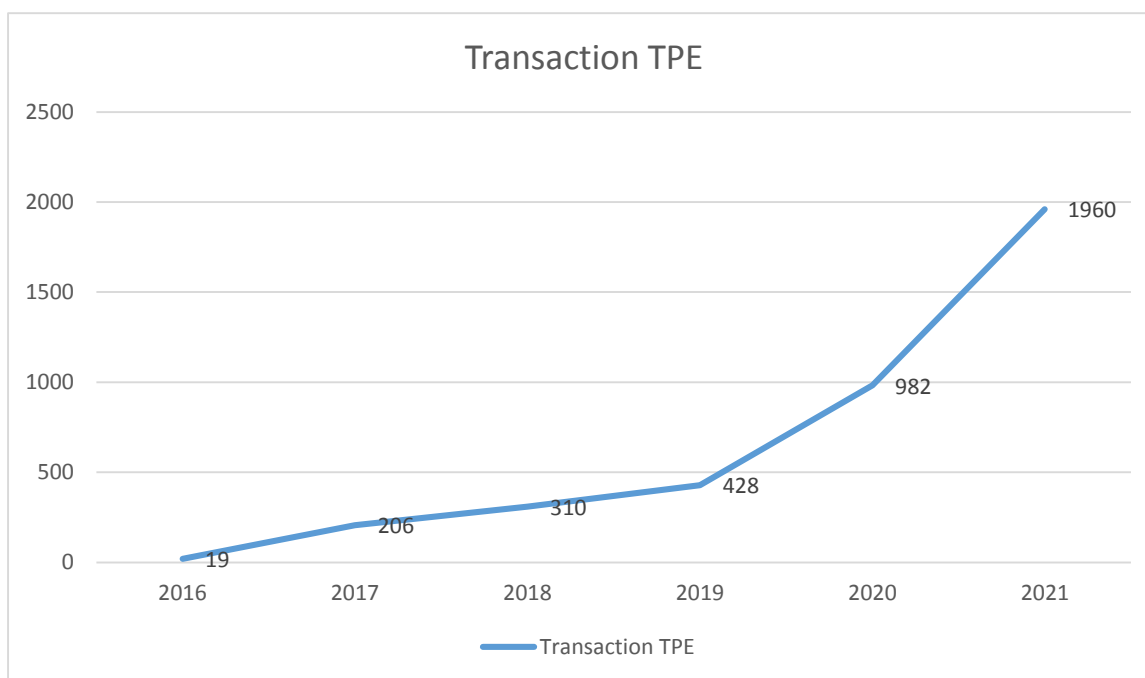
La BNA propose à ses clients commerçants, entreprises et grands facturiers, le Terminal de Paiement Electronique TPE, les aidant ainsi à moderniser leur activité, dans ce point nous allons analyser l’évolution des transactions sur les TPE distribué par la BNA dans la région de Tizi-Ouzou depuis 2016 jusqu’à 2021.

Tableau 3 : Représentation en nombre de l’évolution des transactions TPE

Année	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Transaction TPE	19	206	310	428	982	1960
Évolution en %	...	984.21%	50.49%	38.06%	129.44%	99.59%

Source : réalisé par nous-même d’après les données de la BNA

Figure 25 : Représentation en nombre de l'évolution des transactions TPE



Source : réalisé par nous-même d'après les données de la BNA

D'après ces informations, durant l'année 2016 le paiement via TPE été qu'à ses balbutiement, ce n'est qu'à partir de 2017 qu'il commence à se généraliser, d'ailleurs une augmentation importante des transactions est constatée par rapport à l'année 2016 avec 984.21%. De 2017 à 2019, la tendance est haussière avec une augmentation de 50.49% en 2018 et 38.06% en 2019 qui s'explique par la volonté des clients à adopter le paiement électronique via les TPE comme deuxième alternative au paiement. De 2019 à l'année 2020 une augmentation de 129.44% par rapport à l'année 2019 est observée, cette hausse est due à la crise sanitaire Covid 19 et ses restrictions sanitaires qui ont favorisées le paiement sans contact. De 2020 jusqu'à l'année 2021 les transactions sur les TPE ont complètement flambées avec une hausse de 99.59% par rapport à 2020, qui s'explique par la présence continue de la crise sanitaire ainsi que des efforts fournis par les pouvoirs publics, le ministère des finances et le ministère du commerce via des campagnes de sensibilisation pour l'utilisation du paiement sans contact et aussi par la politique commerciale adopté par les banques qui consiste en la remise des appareils TPE gratuitement et assurant l'approvisionnement des consommables (batteries, câbles...) ainsi que leur maintenance.

Conclusion

Nous traversons une période de grande transformation et de changements considérables dans les usages et les comportements Avec la montée en puissance de la digitalisation, de la mobilité et de la désintermédiation. Les banques ont compris l'importance de la digitalisation et sa nécessité dans

leurs activités, en effet, l'association des NTIC à la digitalisation a pour objectif d'enrichir l'activité bancaire et d'améliorer la relation banque-client.

La Banque National d'Algérie est attentive à ces changements et elle est consciente de l'importance de la transformation digitale, en effet elle emploie une transformation profonde des deux axes principaux externe et interne, elle développe en permanence des produits et services innovants et met en œuvre de nouveaux parcours clients tout en garantissant un haut degré de sécurité de ses données et opérations, améliorant ainsi sa rentabilité, sa productivité, sa relation avec les clients et leur quotidien.

Conclusion Générale

CONCLUSION GENERALE

Vers le début des années 2000 et avec l'avènement d'Internet, la vie quotidienne des individus et des entreprises s'est caractérisée par de grands changements liés à l'apport de ce gigantesque réseau de communication qu'est le WEB. S'en ai suivis une révolution technologique qui a permis une transformation radicale des techniques et modèles de travail dans tous les domaines, notamment dans le domaine bancaire qui est l'un des secteurs les plus réactifs en termes de progrès technologique et d'innovation et avec la digitalisation, les banques ont vu leurs activités se faire transformer à plusieurs niveaux.

L'adoption par les banques de ces différentes évolutions technologiques a conduit à l'émergence de la banque à distance voire de la banque digitale. Le digital dans les banques est un nouveau processus qui sert d'outil stratégique afin d'approcher les clients par des moyens numériques par exemple (les guichets automatiques GAB et DAB) et Internet (banque électronique et application mobile). Il permet également aux clients d'avoir accès à leurs comptes, effectuer des virements et des encaissements, payer des factures et gérer leurs comptes en un clic, peu importe l'heure ou le lieu. Il s'agit d'un avantage important pour les ultra- connectés et qui valorisent le libre-service et qui sont constamment à la recherche de produits personnalisé et compétitif, et surtout disponible à tout moment. La digitalisation permet aussi de modifier et d'améliorer les conditions de travail internes, grâce à l'automatisation qui permet une fluidité, une simplification et un gain de temps considérable sur le traitement des opérations et le renforcement de la qualité des services à l'aide de la dématérialisation, améliorant ainsi la productivité et la rentabilité de la banque.

Pour l'Algérie, les technologies numériques et la transformation digitale sont incontestablement une opportunité d'amélioration du modèle économique des banques. L'économie numérique peut jouer un rôle clé dans l'expansion et la modernisation des marchés algériens, en facilitant la collecte et la diffusion d'informations, la rationalisation et la gestion des transactions, peuvent faire accroître le commerce des biens et services.

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous avons mené une étude sur l'effet de la digitalisation sur les banques et son apport pour la relation banque-client au sein de la DRE de la BNA de Tizi-Ouzou, avec l'analyse de leurs moyens de paiements digitaux ainsi que leur évolution depuis la création de ces moyens de paiements digitaux, pour répondre aux objectifs que nous nous sommes fixés.

Nos recherches nous ont permis d'arriver à un certain nombre de conclusions concernant l'effet de la digitalisation sur les banques, et de répondre ainsi à notre problématique posée au départ. En effet, La stratégie de transformation digitale porte sur la refonte de l'expérience client, la

CONCLUSION GENERALE

transformation des processus opérationnels, et l'évolution des modes opératoires et des modèles économiques avec l'introduction des technologies numériques et internet. Cette transformation numérique entraîne des changements dans l'environnement interne du système bancaire (impact de la numérisation sur les employés, les organisations et les processus opérationnels) et externe (présence et visibilité de la banque et interaction sur les réseaux sociaux). La digitalisation contribue fortement à l'amélioration de relation banque-client, avec l'aide des canaux de communications mis en place par les banques grâce au digitale, pour une communication continue avec leurs clientèles et l'utilisation du BigData et du CRM adaptés au service client, qui permettent aux banques de mieux gérer leur base client et de collecter différentes données afin d'améliorer leur connaissance sur les clients. Ces informations vont permettre de mieux anticiper les besoins et de proposer le service le plus adéquat en fonction des besoins et des attentes clients, car ces derniers représentent le paramètre déterminant de la banque.

Nos recherches nous ont aussi permis de constater que le client, pour les opérations routinières telle que la consultation de compte, du solde, le retrait du liquide ou les consultations en ligne, il les effectue sur les canaux technologiques et digitaux, que ça soit sur les services E-banking des banques à l'aide de smartphone ou d'ordinateur et les distributeurs automatiques pour le retrait de liquide. Ces opérations ne nécessitent pas le déplacement du client en agence bancaire, il peut les consulter et les effectuer de n'importe quel lieu et n'importe quel moment, ce qui confirme l'hypothèse N°1.

L'hypothèse N°2 est confirmée, la transformation digitale constitue un apport aux banques, en faisant ressortir des avantages, des facilités, une rapidité d'exécution, une réduction de coûts et une rentabilité, notamment avec la dématérialisation et l'automatisation.

L'utilisation simultanée ou alternée de différents canaux de communication est une garantie de succès pour les banques dans le domaine de l'information et de réduction des coûts de contact, de même qu'un système multicanal favorise la fidélisation voire la conquête de nouvelles perspectives, l'intérêt d'une stratégie multicanale est de profiter de la force de chaque canal, digital ou physique, au regard d'une cible et d'un but précisément définis. L'idée est d'utiliser la voie de communication la plus adaptée aux attentes du client et ainsi les attirer et les fidéliser, ce qui confirme l'hypothèse N°3.

Cependant, dans l'ensemble des résultats, nous déduisons que les clients des banques algériennes adhèrent peu à peu à la digitalisation bancaire car les nouveautés apportées par le digital sont représentées comme étant des produits et services méconnues pour les clients des banques algérienne, une durée d'adaptation à ces nouveautés est nécessaire pour les clients, pour qu'elles deviennent à l'avenir facilement accessibles et utilisables par tous les utilisateurs des services

CONCLUSION GENERALE

bancaires en Algérie. Néanmoins l'amélioration de l'infrastructure technologique permettra aux banques et à toutes les organisations ainsi que les clients une meilleure familiarisation avec la digitalisation.

Références

Bibliographiques

Ouvrages

- Beziade C & Assayag S. (2014). l'impact du numérique sur les métiers de la banque. *Les études de l'observatoire*.
- Bos, C. (2018). « *La transformation digitale, vers un management stratégique augmenté ?* », *Ea Conseil & formation, DIF 2018, Lyon, 2018*. lyon.
- Chamoux J.P. (2018). "*L'ère du numérique 2 : l'économie revisitée*". london: ISTE editions.
- Chelly, D., & Sébéloùé, S. (2014). *Les métiers du risque et du contrôle dans la banque*. paris.
- Eray P. (2018). "*Le middle management à l'ère de la digitalisation*". paris: L'harmattan.
- Ettien, F., & Peron, N. (2018). *Maturité digitale et capacité absorptive : déploiement d'une stratégie de transformation digitale dans une entreprise agroalimentaire*, *Brest Business School*. lyon: Doux.
- Freedman. (2006). *Introduction to Financial Technology, 1st Edition, Academic Press*.
- Julien, A., & Gautier, A. (2018). *Chapitre 3. La digitalisation de la relation client au quotidien*. paris: Dunod.
- NAAS , A. (2003). NAAS Abdelkrim « *Le système bancaire algérien : de la décolonisation à l'économie de marché* ». paris: INAS.
- Stamoulis, D. (1994). « How Banks fit In an Internet Commerce Business activities Model ».

Articles de revues

- ARROUDJ, H. (2016). « Le Système Bancaire Algérien Sur Les Voies De La Modernisation : Quelques éléments D'analyse ». *Revue algérienne d'économie et gestion, Volume 9, Numéro 2*.
- BELLAHCENE, M., & FEROUANI, B. (2014). « L'adoption des systèmes du e-banking dans les pays en voie de développement : Analyse du cas algérien à la lumière des résultats obtenus dans d'autres pays ». *Revue d'ECONOMIE et de MANAGEMENT, Volume 13, Numéro 2*.
- BOUMEDIENE, N., & RENAUD, G.-B. (2021). L'impact du digital sur la clientèle des services bancaires cas de la BEA d'Oran. *Revue Innovation Volume: 11/N°: 01A*.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Capgemini. (2017). *The fintech advantage – Harnessing digital technology, keeping the customer in focus*, The University of Sydney Business School.
- Capiez, A. (2001). *Nouvelles technologies et performance le cas de la banque à distance. 22eme Congresde L'AFC, France.*
- Copulsky ET Wolf. (1990). « *Relationship Marketing: Positioning for the future* ». *Journal of Business*. Emerald Group Publishing Ltd.
- Denis N. (2019). *"La Banque en Pleine Transformation, Annales des Mines"- Réalités industrielles.*
- Derridj, R., & Amiar, L. (2020). *La digitalisation au sein du secteur bancaire : entre causes et conséquences cas d'ABC Bank.*
- DINIZ. (1998). « Web Banking in USA », *Journal of Internet Banking and Commerce*, vol.3, n°2.
- Habets, N. (2014). *La banque de détail face au défi du numérique. L'Expansion Management Review.*
- Helfer, J.-P., & Michel, G. (2006). *"la stratégie de contact multicanal : opportunité, risque et facteurs de Succès"*, IAE de Paris, Sorbonne Graduate Business School.
- KHERCHI, H. (2008). « *L'EVOLUTION DU SYSTEME BANCAIRE ALGERIEN SOUS LES NOUVELLES REGLE PRUDENTIELLES INTERNATIONALES* » .
- Lemoine, P. (2014). *La transformation numérique de l'économie française, Rapport au gouvernement, Novembre 2014.*
- Mairesse, J., Cette, G., & Kocoglu, Y. (2000). *Les technologies de l'information et de la communication en France : diffusion et contribution à la croissance. Economie et Statistique, n°339-340.*
- Mckinsey. (2014). *Accélérer la mutation numérique des entreprises : un gisement de croissance et de compétitivité pour la France, Mckinsey&Company.*
- Metge, P. (2015). « Le big data et la banque ». *Revue d'économie financière.*
- Sicard M. (2012). *"Online Banking" Médium vol. 30, no. 1.*

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Vanheems, R. (2013). «*La distribution à l'heure du multicanal : Une redéfinition du vendeur*» *Décisions Marketing*, Vol. 69, n°43.
- VISNOVSKY, F. (2016). *LE PILOTAGE DES RISQUES À L'ÈRE DE LA TRANSFORMATION DIGITALE, Le point de vue du superviseur*. paris.

Thèse et mémoire

- BAGHDAD, O. (2012). *Solution E-business En Algérie, (E-commerce), Diplôme de MASTER en Télécommunications*.
- DENOEL, C. (2013). *L'e-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ?* HEC Ecole de Gestion de l'Université de Liège.
- Fayon, D. (2018). « *Mesure de la maturité numérique des acteurs du secteur bancaire, dans une perspective de transformation digitale. Gestion et management* », Université Paris-Saclay. paris.
- LAZREG, M. (2015). « *Développement de la monétique en Algérie* », *Thèse de doctorat en science de gestion, université ABOU BAKR BELKAID. TLEMCEM*.
- PENGAME, A. (2015). *LE DIGITAL, BOOSTER DE CROISSANCE ET DE CREATION DE VALEUR POUR LA BANQUE DE DETAIL*. Nante: ESIAME international business school .

Textes réglementaires

- L'ordonnance n°66-178 du 13 juin 1966 portant création de la banque nationale d'Algérie.
- Loi n°86-12 du 19 Août 1986 relative au régime des banques et au crédit.
- Loi n° 88-01 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques.
- Loi bancaire 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.
- L'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

Webographies

<https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/banque-a-distance>

<https://www.hpe.com/be/fr/what-is/digital-transformation.html>

<https://www.votre-it-facile.fr/quelle-est-la-difference-entre-digital-et-numerique/>

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- <https://www.1min30.com/transformation-digitale/outils-transformation-digitale-1287523882>
- <https://www.cmgconseil.com/blockchain-tout-ce-quil-faut-savoir/>
- <https://www.talend.com/fr/resources/5v-big-data/>
- <https://fr.statista.com/infographie/17800/big-data-evolution-quantite-donnees-numeriques-creees-dans-le-monde/>
- <https://www.lebigdata.fr/cloud-computing>
- <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/automate-bancaire>
- <https://www.wikifin.be/fr/budget-payer-emprunter-et-assurer/paiements-en-ligne/comment-payer-en-ligne/pc-banking-et-mobile>
- <https://blog.dexem.com/quest-ce-quun-serveur-vocal-interactif/>
- https://www.xerfi.com/presentationetude/Les-strategies-des-banques-digitales-pour-concilier-attractivite-et-rentabilite_21ABF93
- <https://www.culturebanque.com/banques/banques-en-ligne/la-grande-competition/>
- <https://www.mbdconsulting.ch/publications/montee-du-digital-necessaire-secteur-bancaire>
- <https://c-marketing.eu/du-web-1-0-au-web-4-0/>
- <https://www.mbdconsulting.ch/publications/montee-du-digital-necessaire-secteur-bancaire/>
- <https://debitoor.fr/termes-comptables/fintech>
- <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-et-societe/nouvelles-economies/fintechs/>
- <https://finance-mag.com/les-levees-de-fonds-fintech-du-mois-de-mai-2021/>
- <https://chapsvision.fr/crm/experience-client-service-secteur-bancaire/>
- <https://chapsvision.fr/crm/experience-client-service-secteur-bancaire/>
- <https://www.cmgconseil.com/digitalisation-du-monde-bancaire-une-evolution-plus-quune-revolution/>
- <https://www.audros.fr/automatisation-digitalisation-processus-metiers/>
- <https://www.digital1-conseil.fr/transformation-digitale-banques/>
- <https://www.julhiet-sterwen.com/quel-business-model-pour-les-banques-de-detail-de-demain/>
- <https://www.boursedescredits.com/actualite-metiers-banque-demain-27457.php>
- <http://www.revue-banque.fr/banque-detail-assurance/dossier/metiers-bancaires-les-evolutions-accelerent>

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- <https://www.capitaine-banque.com/actualite-banque/avantages-banque-en-ligne/>
- <https://www.culturebanque.com/banques/banques-en-ligne/strategie-commerciale/>
- <https://www.bforbank.com/mag/tendances/le-digital-banking-cest-quoi.html>
- <https://www.giovanellapolidoro.com/les-principaux-risques-bancaires/>
- <https://www.usine-digitale.fr/article/etude-l-argent-est-la-motivation-principale-des-cybercriminels.N966161>
- <https://www.boursedescredits.com/guide-avantages-inconvenients-banque-ligne-503.php>
- <https://www.algerie360.com/sest-passe-10-avril-1964-dinar-algerien-remplace-franc-francais/>
- https://www.bank-of-algeria.dz/html/present_histoire.htm
- <https://www.ennaharonline.com/fr/finances-liste-des-20-banques-en-activite-en-algerie/>
- <https://www.bank-of-algeria.dz/doc/Chapitre%20V-02.doc>
- <https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html>
- <https://www.poste.dz/>
- <https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/instructions2020/instruction122020.pdf>
- <https://www.poste.dz/services/particular/service-carte>
- http://wikimonde.com/article/Terminal_de_paiement_électronique
- <https://www.algerie-eco.com/2017/10/26/algerie-poste-173-gab-basculés-nouveau-système/>
- https://fr.wikipedia.org/wiki/Terminal_de_paiement_électronique
- <https://www.poste.dz/faqM>
- <https://www.liberte-algerie.com//actualite/privilegier-le-paiement-sur-internet-et-via-les-dab-336487>
- <https://www.agenceecofin.com/gestion-publique/1102-8897-algerie-le-projet-e-algerie-2013-pietine>
- <https://www.bna.dz/fr/a-propos-de-la-bna/presentation-de-la-bna.html>
- <https://www.bna.dz/fr/a-propos-de-la-bna/organigramme.html>

Liste des figures et tableaux

Liste des figures

FIGURE 1 : LA CARTE INTERBANCAIRE DE RETRAIT (CARTE CCP).....	46
FIGURE 2 : LES DEUX CARTES CIB OFFERTES PAR ALGERIE POSTE	47
FIGURE 3 : LA CARTE EDAHABIA	48
FIGURE 4 : TERMINAL DE PAIEMENT ELECTRONIQUE TPE	49
FIGURE 5 : DISTRIBUTEUR AUTOMATIQUE DE BILLET	50
FIGURE 6: ORGANIGRAMME DE LA BNA	58
FIGURE 7 : CONNEXION A LA PLATEFORME E-BANKING	63
FIGURE 8 : ECRAN D'ACCUEIL.....	64
FIGURE 9 : L'ACCES A L'ESPACE OUVERT	66
FIGURE 10 : L'ACCES A L'ESPACE AUTHENTIFIE	66
FIGURE 11 : ACCUEIL DE L'APPLICATION.....	67
FIGURE 12 : LES SERVICES BN@TIC	68
FIGURE 13 : WIMPAY-BNA ET WIMPAY BNA PRO.....	70
FIGURE 14 : WIMPAY-BNA STORE.....	70
FIGURE 15 : OPERATION DE PAIEMENT WIMPAY	72
FIGURE 16 : VALIDATION DU PAIEMENT.....	72
FIGURE 17 : VALIDATION DU PAIEMENT.....	73
FIGURE 18 : OPERATION DE VIREMENT WIMPAY	74
FIGURE 19 : OPERATION DE VIREMENT WIMPAY	74
FIGURE 20 : OPERATION DE VIREMENT WIMPAY	75
FIGURE 21 : OPERATION DE PARTAGE DE L'ADDITION WIMPAY	75
FIGURE 22 : REPRESENTATION EN NOMBRE D'ABONNEMENT AU SERVICE E-BANKING	77
FIGURE 23 : REPRESENTATION EN NOMBRE D'ABONNEMENTS AU SERVICE WIMPAY.....	78
FIGURE 24 : REPRESENTATION EN NOMBRE DE CARTE CIB DISTRIBUER.....	79
FIGURE 25 : REPRESENTATION EN NOMBRE DE L'EVOLUTION DES TRANSACTIONS TPE.....	80

Liste des tableaux

TABLEAU 1 : REPRESENTATION EN NOMBRE D'ABONNEMENT AU SERVICE E-BANKING	76
TABLEAU 2 : REPRESENTATION EN NOMBRE DE CARTE CIB DISTRIBUER.....	78
TABLEAU 3 : REPRESENTATION EN NOMBRE DE L'EVOLUTION DES TRANSACTIONS TPE....	79

Annexes

Annexe 01 : convention d'adhésion au service BNA.NET « client particulier »

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Convention d'adhésion aux services

BNA.net

« Client Particulier »



FAY
1

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Entre les soussignés :

La Banque Nationale d'Algérie, Société par action au capital de 41.600.000.000 dinars Algériens, inscrite au Registre de commerce d'Alger sous le N° 00B12904, N° d'identification fiscale 000016001290414, dont le Siège Social est au 08, Boulevard Ernesto Che GUEVARA, Alger ; représentée par :

Nom et prénom :

En sa qualité de :

ci-après désignée la Banque,

et,

le titulaire du compte

Nom et prénom :

Adresse :

Date et lieu de naissance :

Profession :

Numéros de comptes à abonner :

- 1.
- 2.
- 3.

Pièce d'identité N° :

Délivrée le/...../..... Par

Téléphone :

Adresse E-mail :

Ci-après, désigné le Client ou le Titulaire du compte.

Ont convenu de ce qui suit :

Préambule :

Le titulaire du compte souscrit un abonnement aux services « BNA.net » régit par les conditions générales de la présente convention. Les services disponibles sont détaillés en packs dans la présente convention et repris d'une manière synthétique dans la demande d'abonnement jointe en annexe 1.

Conditions générales relatives au service

« BNA.net »

Article 1 : Objet de la convention

La présente convention a pour objet de régir les rapports entre la banque et le titulaire du compte en matière de fonctionnement et d'utilisation des services « BNA.net ».

Article 2 : conditions et fonctionnement**2.1 Services disponibles :**

La BNA offre, au titre des services « BNA.net », au titulaire du compte une panoplie de services sous forme de pack qui sont présentés en détail dans la demande d'abonnement.

2.2 Inscription au service « BNA.net » :

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

2.3 Attribution du mot de passe

Le titulaire du compte peut avoir accès au service « BNA.net » par l'introduction de numéro d'identification et mot de passe qui lui sont attribués à la signature de la convention d'abonnement au service « BNA.net » de la BNA. La détention, l'utilisation et la conservation des codes d'accès relèvent de la responsabilité du titulaire du compte.

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. Le mot de passe modifié n'est connu que du titulaire du compte. En cas d'oubli, le titulaire du compte peut demander un nouveau mot de passe.

2

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Article 3 : Responsabilité du titulaire du compte

Le titulaire du compte abonné au service « BNA.net » de la BNA est le seul responsable de la conservation et l'utilisation de son mot de passe. Il lui est recommandé de ne pas le garder sous forme écrite. Dans le cas de doute de la possession du mot de passe par une tierce personne, le titulaire du compte doit immédiatement le modifier. L'accès au service « BNA.net » par le numéro d'abonné et le mot de passe permet au titulaire du compte de bénéficier des services de banque en ligne considérant toutes les opérations (ordres) passées sous cette forme sont juridiquement reconnus comme effectués par lui-même.

Le titulaire du compte est responsable 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.

Article 4 : Responsabilité de la banque

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

Article 4 bis : Exclusion de responsabilité

La banque ne peut être tenue pour responsable dans le cas d'interruptions de service consécutives au mauvais fonctionnement du matériel utilisé par le titulaire du compte, ou du réseau de transmission.

Article 5 : Conditions tarifaires

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « BNA.net » de la BNA sont prélevés mensuellement par la banque pour chaque compte de l'abonné indiqué sur la présente convention. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque. Le titulaire du compte sera informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement.

Toute révision à la baisse ou à la hausse de ces tarifs est portée à la connaissance au titulaire de compte conformément aux conditions prévues dans l'article 8 ci-dessous.

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 visés ci-dessus et repris en annexe 2.

Article 6 : Durée de la convention

La convention est conclue pour une durée indéterminée et peut prendre fin à tout moment par la volonté de l'une ou l'autre des parties sous réserve d'un préavis minimum d'un (1) mois effectué par Lettre Recommandée avec Accusé de réception, et sous réserve du dénouement des opérations en cours. Le titulaire du compte ne peut prétendre à aucun remboursement des frais d'abonnement prélevés antérieurement.

Article 7 : Force majeure

Sont considérés comme des cas de force majeure tout acte ou événement, imprévisible, insurmontable, indépendant de la volonté des parties contractantes, et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention.

La Partie qui invoque le cas de force majeure devra immédiatement, après sa survenance, en avvertir l'autre partie par tout moyen. Cette notification devra intervenir au plus tard dans les quinze (15) Jours calendaires à compter de la date de survenance de l'événement suscité.

La Partie empêchée devra prendre toutes les dispositions utiles pour assurer, dans les plus brefs délais, la reprise normale de l'exécution des obligations affectées par le cas de force majeure et combler le retard occasionné.

La banque ne peut être tenue responsable lorsque l'inexécution de ses obligations résulte d'un cas de force majeure.

Article 8 : Modification des tarifs

La banque se réserve le droit d'apporter des modifications des tarifs, qui seront portées à la connaissance du titulaire du compte.

Ces modifications sont applicables dans un délai notifié sur le site « www.ebanking.bna.dz », lorsqu'elles sont acceptées par le titulaire du compte.

En cas de non acceptation de ces modifications par le titulaire du compte, la présente convention est résiliée dans un délai de dix (10) jours calendaires à compter de la notification écrite du refus par le titulaire du compte, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

Toute demande de modification de pack sélectionné dans le cadre de la présente convention, à l'initiative du titulaire de compte, doit être notifiée par écrit à la banque qui s'efforcera d'en tenir compte dès réception. Le titulaire du compte sera informé des conditions tarifaires.

31

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Article 9 : Résiliation de la convention

La convention peut être résiliée de plein droit par chaque partie, à tout moment, par lettre recommandée avec accusé de réception, en cas d'inexécution par l'autre partie de l'une quelconque des obligations mises à sa charge. La résiliation sera effective au terme d'un délai de 10 jours calendaires de la mise en demeure contenue dans la lettre restée sans effet, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

La banque peut résilier de plein droit la convention au bout de trois (03) incidents successifs de solde de compte souscrit non suffisant pour le prélèvement automatique du montant de l'abonnement. La banque appliquera à cet effet des pénalités, selon les conditions de banque en vigueur.

Tout décès et toute incapacité juridique du titulaire du compte entraînent la résiliation immédiate de plein droit du présent contrat, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

Article 10 : Règlement des litiges

En cas de difficulté dans l'interprétation ou l'exécution des présentes, et/ou de litiges, les deux parties tenteront de régler à l'amiable le différend. A défaut d'accord amiable, tout litige sera tranché par le tribunal territorialement compétent.

Article 11 : 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 12 : Modification de la convention

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

Article 13 : Entrée en vigueur

La présente convention prend effet à la date de sa signature par les deux parties.

Le titulaire du compte déclare avoir pris connaissance des conditions générales ci-dessus de la présente convention.

Fait àle.....

Signature du titulaire du compte précédée de la mention « lu et approuvé »

Pour la BNA Signature et cachet

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Annexe 1

DEMANDE D'ABONNEMENT BNA.net

« Client Particulier »

MODALITES D'ABONNEMENT

Nom et prénom :

Date et lieu de naissance :

Adresse :

Numéros de comptes à abonner 1.....

2.....

Numéro de téléphone :

Numéro de téléphone portable :

Adresse mail :

Pièce d'identité N° : Délivré le .../.../..... Par.....

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack *
NET	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing) Service SMS	
NET+ = PACK NET +...	Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères Commande de chéquier et de carte Opposition sur carte	

..... le

Pour la Banque

Signature du titulaire du compte

* Le compte épargné ne peut prendre que le pack NET sous conditions d'ouverture d'un compte chèque.

Annexe2
CONDITIONS APPLICABLES AUX SERVICES « BNA.net »
(Client particulier)

1. Frais d'abonnement des services « BNA.net »

PACKS	SERVICES	Facturation ¹
PACK NET	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consultation des soldes et de l'historique des comptes ✓ Consultation des derniers mouvements ✓ Recherche d'opération sur le compte ✓ Téléchargement des relevés de compte ✓ Edition des relevés de compte ✓ Edition des Relevés d'Identité Bancaire ✓ Service de messagerie (Mailing) ✓ Service notification par SMS 	100 DA HT
PACK NET+ = PACK NET +	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client ✓ Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères ✓ Commande de chèquiers ✓ Commande de carte bancaire ✓ Opposition sur carte 	200 DA HT

Les commissions sur transactions sont diffusées par les conditions de banque et sont prélevées en automatique après chaque opération.

2. Tarification des services bancaires à distance « BNA.net »

Service	Détail des services	Tarification (Unitaire/DA/HT)
Virement de compte à compte	Virement même agence	10
	Virement inter-agences	10
	Virement interbanques	30
Commande	Commande de chéquier	0
	Commande de carte	0
Opposition	Opposition sur carte	100
Notification par SMS	Facturé par SMS envoyé	18

¹ L'abonnement est facturé par compte et par mois. L'abonnement pour le 2^{ème} compte est facturé à 50% de moins du tarif ordinaire.

Annexe 02 : convention d'adhésion au service BNA.NET « client profession libérale »

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Convention d'adhésion aux services

BNA.net

« Client Profession Libérale »



F. M.

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Entre les soussignés :

La Banque Nationale d'Algérie, Société par action au capital de 41.600.000.000 dinars Algériens, inscrite au Registre de commerce d'Alger sous le N° 00B12904, N° d'identification fiscale 000016001290414, dont le Siège Social est au 08, Boulevard Ernesto Che GUEVARA, Alger ; représentée par :

Nom et prénom :

En sa qualité de :

ci-après désignée la Banque,

et,

le titulaire du compte :

Nom et prénom :

Adresse :

Date et lieu de naissance :

Profession :

Numéros de comptes à abonner :

- 1.
- 2.
- 3.

Pièce d'identité N° :

Délivré le/...../..... Par

Registre de commerce N° :

Délivré le/...../..... Par

Téléphone :

Adresse E-mail :

Ci-après désigné le Client ou le Titulaire du compte.

Ont convenu de ce qui suit :

Préambule :

Le titulaire du compte souscrit un abonnement aux services « BNA.net » régit par les conditions générales de la présente convention. Les services disponibles sont détaillés en packs dans la présente convention et repris d'une manière synthétique dans la demande d'abonnement jointe en annexe I.

Conditions générales relatives au service

« BNA.net »

Article 1 : Objet de la convention

La présente convention a pour objet de régir les rapports entre la banque et le titulaire du compte en matière de fonctionnement et d'utilisation des services « BNA.net ».

Article 2 : conditions et fonctionnement**2.1 Services disponibles :**

La BNA offre, au titre des services « BNA.net », au titulaire du compte une panoplie de services sous forme de pack qui sont présentés en détail dans la demande d'abonnement.

2.2 Inscription au service « BNA.net » :

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

2.3 Attribution du mot de passe

Le titulaire du compte peut avoir accès au service « BNA.net » par l'introduction de numéro d'identification et mot de passe qui lui sont attribués à la signature de la convention d'abonnement au service « BNA.net » de la BNA. La détention, l'utilisation et la conservation des codes d'accès relèvent de la responsabilité du titulaire du compte.

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. Le mot de passe modifié n'est connu que par le titulaire du compte. En cas d'oubli, le titulaire du compte peut demander un nouveau mot de passe.

Article 3 : Responsabilité du titulaire du compte

Le titulaire du compte abonné au service « BNA.net » de la BNA est le seul responsable de la conservation et l'utilisation de son mot de passe. Il lui est recommandé de ne pas le garder sous forme écrite. Dans le cas de doute de la possession du mot de passe par une tierce personne, le titulaire du compte doit immédiatement le modifier. L'accès au service « BNA.net » par le numéro d'abonné et le mot de passe permet au titulaire du compte de bénéficier des services de banque en ligne considérant toutes les opérations (ordres) passées sous

F 2A

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

cette forme sont juridiquement reconnus comme effectués par lui-même.

Le titulaire du compte est responsable 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.

Article 4 : Responsabilité de la banque

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

Article 4 bis : Exclusion de responsabilité

La banque ne peut être tenue pour responsable dans le cas d'interruptions de service consécutives au mauvais fonctionnement du matériel utilisé par le titulaire du compte, ou du réseau de transmission.

Article 5 : Conditions tarifaires

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « BNA.net » de la BNA sont prélevés mensuellement par la banque pour chaque compte de l'abonné indiqué sur la présente convention. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque. Le titulaire du compte est informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement.

Toute révision à la baisse ou à la hausse de ces tarifs est portée à la connaissance au titulaire de compte conformément aux conditions prévues dans l'article 8 ci-dessous.

Une commission à l'opération est appliquée, notamment aux opérations de virements et aux mises en oppositions sur carte, 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 visées ci-dessus et repris en annexe 2.

Article 6 : Durée de la convention

La convention est conclue pour une durée indéterminée et peut prendre fin à tout moment par la volonté de l'une ou l'autre des parties sous réserve d'un préavis minimum d'un (1) mois effectué par lettre recommandée avec accusé de réception, et sous réserve du dénouement des opérations en cours. Le titulaire du compte ne peut prétendre à aucun remboursement des frais d'abonnement prélevés antérieurement.

Article 7 : Force majeure

Sont considérés comme des cas de force majeure tout acte ou événement, imprévisible, contractantes, et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention.

La Partie qui invoque le cas de force majeure doit immédiatement, après sa survenance, en avertir l'autre partie par tout moyen. Cette notification doit intervenir au plus tard dans les quinze (15) Jours calendaires à compter de la date de survenance de l'événement suscité.

La partie empêchée doit prendre toutes les dispositions utiles pour assurer, dans les plus brefs délais, la reprise normale de l'exécution des obligations affectées par le cas de force majeure et combler le retard occasionné.

La banque ne peut être tenue responsable lorsque l'inexécution de ses obligations résulte d'un cas de force majeure.

Article 8 : Modification des tarifs

La banque se réserve le droit d'apporter des modifications des tarifs, qui seront portées à la connaissance du titulaire du compte.

Ces modifications sont applicables dans un délai notifié sur le site « www.ebanking.bna.dz », lorsqu'elles sont acceptées par le titulaire du compte.

En cas de non acceptation de ces modifications par le titulaire du compte, la présente convention est résiliée dans un délai de dix (10) jours calendaires à compter de la notification écrite du refus par le titulaire du compte, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

Toute demande de modification de packs sélectionnés dans le cadre de la présente convention, à l'initiative du titulaire de compte, doit être notifiée par écrit à la banque qui s'efforcera d'en tenir compte dès réception. Le titulaire du compte doit être informé des conditions tarifaires.

Article 9 : Résiliation de la convention

La convention peut être résiliée de plein droit par chaque partie, à tout moment, par lettre recommandée avec accusé de réception, en cas d'inexécution par l'autre de l'une quelconque des obligations mises à sa charge. La résiliation sera effective au terme d'un délai de 10 jours calendaires de la mise en demeure contenue dans la lettre restée sans effet, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

R AX
31

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

La banque peut résilier de plein droit la convention au bout de trois (03) incidents successifs de solde de compte souscrit non suffisant pour le prélèvement automatique du montant des frais d'abonnement. La banque applique à cet effet des pénalités, selon les conditions de banque en vigueur.

Tout retrait d'agrément, ainsi que tout décès et toute incapacité juridique du titulaire du compte entraînent la résiliation immédiate de plein droit du présent contrat, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

Article 10 : Règlement des litiges

En cas de difficulté dans l'interprétation ou l'exécution des présentes, et ou de litiges, les deux parties tenteront de régler à l'amiable le différend. A défaut d'accord amiable, tout litige sera tranché par le tribunal territorialement compétent.

Article 11 : 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 12 : Modification de la convention

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

Article 13 : Entrée en vigueur

La présente convention prend effet à la date de sa signature par les deux parties.

Le titulaire du compte déclare avoir pris connaissance des conditions générales ci-dessus de la présente convention.

Fait àle.....

Signature du titulaire du compte précédée de la mention « lu et approuvé »

Pour la BNA Signature et cachet

[Signature]
47

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Annexe 1

DEMANDE D'ABONNEMENT BNA.net
« Client Profession Libérale »
MODALITES D'ABONNEMENT

Nom et prénom :

Date et lieu de naissance :

Adresse :

Registre de commerce N° : /Agrément N° :

Numéros de comptes à abonner 1.....

2.....

Numéro de téléphone :

Numéro de téléphone portable :

Adresse mail :

Pièce d'identité N° : Délivré le.../.../..... Par.....

Registre de commerce N° : Délivré le.../.../..... Par.....

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack*
NET	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Recherche d'opérations sur compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing) Service SMS	
NET+= PACK NET +...	Virement ponctuel en intra de compte à compte du même client Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères Virements de salaires pour les entreprises, hors clients « EDI » Commande de chéquier et de carte Opposition sur carte	

..... le

Pour la Banque

Signature du titulaire du compte

* Le compte épargne ne peut prendre que le pack NET sous conditions d'ouverture d'un compte chèque.

f

Annexe2

CONDITIONS APPLICABLES AUX SERVICES « BNA.net »

(Client de profession libérale)

1. Frais d'abonnement des services « BNA.net »

PACKS	SERVICES	Facturation ¹
PACK NET	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consultation des soldes et de l'historique des comptes ✓ Consultation des derniers mouvements ✓ Recherche d'opération sur le compte ✓ Téléchargement des relevés de compte ✓ Edition des relevés de compte ✓ Edition des Relevés d'Identité Bancaire ✓ Service de messagerie (Mailing) ✓ Service notification par SMS 	800 DA HT
PACK NET+ = PACK NET +	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client ✓ Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères ✓ Virements de salaire pour les entreprises, hors clients « EDI » ✓ Prélèvements multiples sur les clients redevables (débiteurs) domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères ✓ Commande de chèquiers ✓ Commande de carte bancaire ✓ Opposition sur carte 	1200 DA HT

Les commissions sur transactions sont diffusées par les conditions de banque et sont prélevées en automatique après chaque opération.

2. Tarification des services bancaires à distance « BNA.net »

Service	Détail des services	Tarification (Unitaire/DA/HT)
Virement	Virement même agence	10
	Virement inter-agences	10
	Virement interbanques	30
Prélèvement	Prélèvement intra-interbancaire	35
Commande	Commande de chéquier	0
	Commande de carte	0
Opposition	Opposition sur carte	100
Notification par SMS	Facturé par SMS envoyé	18

¹ L'abonnement est facturé par compte et par mois. L'abonnement pour le 2^{ème} compte est facturé à 50% de moins du tarif ordinaire.



Annexe 03 : convention d'adhésion au service BNA.NET « client Entreprise, association ou autre »

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Convention d'adhésion aux services

BNA.net

« Client Entreprise, association ou autres »



FD

1

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Entre les soussignés :

La Banque Nationale d'Algérie, SPA au capital de 41.600.000.000 dinars Algériens, inscrite au Registre de commerce d'Alger sous le N° 00B12904, N° d'identification fiscale 000016001290414, dont le Siège Social est au 08, Boulevard Ernesto Che GUEVARA, Alger, représentée par :

Nom et prénom :

En sa qualité de :

Ci-après désigné la Banque,

Et,

Raison sociale de l'entreprise/ Nom de l'association ou autre

Représentée par :

Nom et prénom :

En sa qualité de :

Adresse du siège social :

Forme juridique :

Registre de commerce / Agrément N° : Délivré par :

NIF/NIS :

Ci-après désigné le titulaire du compte/abonné,

ont convenu ce qui suit :

/

2

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Préambule :

Le titulaire du compte souscrit un abonnement aux services « BNA.net » régi par les conditions générales de la présente convention. Les services disponibles sont détaillés en packs dans la présente convention et repris d'une manière synthétique dans la demande d'abonnement jointe en annexe I.

Conditions générales relatives au service**« BNA.net »****Article 1 : Objet de la convention**

La présente convention a pour objet de régir les rapports entre la banque et le titulaire du compte en matière de fonctionnement et d'utilisation des services « BNA.net ».

Article 2 : Conditions et fonctionnement**2.1 Services disponibles**

La BNA offre, au titre des services « BNA.net », au titulaire du compte une panoplie de services sous forme de pack qui sont présentés en détail dans la demande d'abonnement.

2.2 Inscription au service « BNA.net » :

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

2.3 Choix d'interlocuteurs

Le titulaire du compte communique à la banque la liste des personnes autorisées à exécuter les opérations relatives au service « BNA.net ».

Ce choix doit être repris en détail dans la demande d'abonnement.

Toute modification de cette liste doit être portée à la connaissance de la banque par écrit.

2.4 Attribution du mot de passe

Le titulaire du compte peut avoir accès au service « BNA.net » par l'introduction de numéro d'identification et mot de passe qui lui sont attribués à la signature de la convention d'abonnement au service « BNA.net » de la BNA. La détention, l'utilisation et la conservation des codes d'accès relèvent de la responsabilité du titulaire du compte.

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. Le mot de passe modifié n'est connu que par le titulaire du compte. En cas d'oubli, le titulaire du compte peut demander un nouveau mot de passe.

2.5 Comptes d'abonnement

Dans le cadre de la présente convention, le nombre de comptes d'abonnements est de

Article 3 : Responsabilité du titulaire du compte

Le titulaire du compte abonné au service « BNA.net » de la BNA est le seul responsable de la conservation et l'utilisation de son mot de passe. Il lui est recommandé de ne pas le garder sous forme écrite. Dans le cas de doute de la possession du mot de passe par une tierce personne, le titulaire du compte doit immédiatement le modifier. L'accès au service « BNA.net » par le numéro d'abonné et le mot de passe permet au titulaire du compte de bénéficier des services de banque en ligne considérant toutes les opérations (ordres) passées sous cette forme sont juridiquement reconnus comme effectués par lui-même.

Le titulaire du compte est responsable 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.

Article 4 : Responsabilité de la banque

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

Article 4 bis : Exclusion de responsabilité

La banque ne peut être tenue pour responsable dans le cas d'interruptions de service consécutives dues au mauvais fonctionnement du matériel utilisé par le titulaire du compte, ou du réseau de transmission.

Article 5 : Conditions tarifaires

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « BNA.net » de la BNA sont prélevés mensuellement par la banque pour chaque compte de l'abonné indiqué sur la présente convention. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque. Le titulaire du compte est informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement.

3/11

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Toute révision à la baisse ou à la hausse de ces tarifs est portée à la connaissance au titulaire de compte conformément aux conditions prévues dans l'article 8 ci-dessous.

Une commission à l'opération est appliquée, notamment aux opérations de virements et aux opérations de prélèvements, 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 visés ci-dessus et repris en annexe 2.

Article 6 : Durée de la convention

La convention est conclue pour une durée indéterminée et peut prendre fin à tout moment par la volonté de l'une ou l'autre des parties sous réserve d'un préavis minimum d'un (1) mois effectué par lettre recommandée avec accusé de réception, et sous réserve du dénouement des opérations en cours. Le titulaire du compte ne peut prétendre à aucun remboursement des frais d'abonnement prélevés antérieurement.

Article 7 : Force majeure

Sont considérés comme des cas de force majeure tout acte ou événement, imprévisible, insurmontable, indépendant de la volonté des parties contractantes, et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention.

La Partie qui invoque le cas de force majeure doit immédiatement, après sa survenance, en avvertir l'autre partie par tout moyen. Cette notification doit intervenir au plus tard dans les quinze (15) Jours calendaires à compter de la date de survenance de l'événement suscité.

La Partie empêchée doit prendre toutes les dispositions utiles pour assurer, dans les plus brefs délais, la reprise normale de l'exécution des obligations affectées par le cas de force majeure et combler le retard occasionné.

La banque ne peut être tenue responsable lorsque l'inexécution de ses obligations résulte d'un cas de force majeure.

Article 8 : Modification des tarifs

La banque se réserve le droit d'apporter des modifications des tarifs, qui seront portées à la connaissance du titulaire du compte. Ces modifications sont applicables dans un délai notifié sur le site « www.ebanking.bna.dz », lorsqu'elles sont acceptées par le titulaire du compte.

En cas de non acceptation de ces modifications par le titulaire du compte, la présente convention est résiliée dans un délai de dix (10) jours calendaires à compter de la notification écrite du refus par le titulaire du compte, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

Toute demande de modification de packs sélectionnés dans le cadre de la présente convention, à l'initiative du titulaire de compte, doit être notifiée par écrit à la banque qui s'efforce d'en tenir compte dès réception. Le titulaire du compte, doit être informé des conditions tarifaires.

Article 9 : Résiliation de la convention

La convention peut être résiliée de plein droit par chaque partie, à tout moment, par lettre recommandée avec accusé de réception, en cas d'inexécution par l'autre partie de l'une quelconque des obligations mises à sa charge. La résiliation sera effective au terme d'un délai de 10 jours calendaires de la mise en demeure contenue dans la lettre restée sans effet, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

La banque peut résilier de plein droit la convention au bout de trois (03) incidents successifs de solde de compte souscrit non suffisant pour le prélèvement automatique du montant des frais d'abonnement. La banque appliquera à cet effet des pénalités, selon les conditions de banque en vigueur.

Toute cessation de paiement, faillite, liquidation de l'entreprise ou tout retrait d'agrément pour l'association entraîne la résiliation immédiate de plein droit du présent contrat, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

Article 10 : Règlement des litiges

En cas de difficulté dans l'interprétation ou l'exécution des présentes, et ou de litiges, les deux parties tenteront de régler à l'amiable le différend. A défaut d'accord amiable, tout litige sera tranché par le tribunal territorialement compétent.

[Signature]
4

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Article 11 : 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 12 : Modification de la convention

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

Article 13 : Entrée en vigueur

La présente convention prend effet à la date de sa signature par les deux parties.

Le titulaire du compte déclare avoir pris connaissance des conditions générales ci-dessus de la présente convention.

Fait àle.....

Signature du titulaire du compte

Précédée de la mention « lu et approuvé »

Pour la BNA Signature et cachet

FR
5

Annexe 1

DEMANDE D'ABONNEMENT BNA.net

« Client Entreprise, Association ou autre »

MODALITES D'ABONNEMENT

Nom de l'entreprise, Association ou autre/ Raison Sociale :

Adresse du siège social :

Forme juridique :

Registre de commerce / Agrément N° : Délivré par :

NIF/NIS :

Numéros de comptes à abonner 1. / /

2. / /

3. / /

Numéro de téléphone / fax :

Adresse mail :@.....

Interlocuteurs autorisés :

Nom et Prénom	N° Tél portable	E-mail	N° comptes (1,2,3)	Profil* (P1, P2, P3, P4)
		@		
		@		
		@		

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack
NET	SERVICES <input checked="" type="checkbox"/> Consultation des soldes et de l'historique des comptes <input checked="" type="checkbox"/> Consultation des derniers mouvements <input checked="" type="checkbox"/> Recherche d'opération sur le compte <input checked="" type="checkbox"/> Téléchargement des relevés de compte <input checked="" type="checkbox"/> Edition des relevés de compte <input checked="" type="checkbox"/> Edition des Relevés d'Identité Bancaire <input checked="" type="checkbox"/> Service de messagerie (Mailing) <input checked="" type="checkbox"/> Service notification par SMS	
NET+ = PACK NET +...	<input checked="" type="checkbox"/> Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client <input checked="" type="checkbox"/> Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères <input checked="" type="checkbox"/> Virements de salaire pour les entreprises, hors clients « EDI » <input checked="" type="checkbox"/> Prélèvements multiples sur les clients redevables (débiteurs) domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères <input checked="" type="checkbox"/> Commande de chèquiers <input checked="" type="checkbox"/> Commande de carte bancaire <input checked="" type="checkbox"/> Opposition sur carte	

..... le

Pour la Banque

Pour l'entreprise/Association ou autre

* A renseigner uniquement pour le pack NET+

Profil d'autorisation, P1 : envoi de fichier de virements, P2 : 1^{ère} Signature, P3 : 2^{ème} Signature, P4 : Signature unique avec envoi de fichier de virements

Annexe2

CONDITIONS APPLICABLES AUX SERVICES « BNA.net »
(Client entreprise, Association ou Autre)

1. Frais d'abonnement des services « BNA.net »

PACKS	SERVICES	Facturation ¹
PACK NET	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consultation des soldes et de l'historique des comptes ✓ Consultation des derniers mouvements ✓ Recherche d'opération sur le compte ✓ Téléchargement des relevés de compte ✓ Edition des relevés de compte ✓ Edition des Relevés d'Identité Bancaire ✓ Service de messagerie (Mailing) ✓ Service notification par SMS 	800 DA HT
PACK NET+ = PACK NET +	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client ✓ Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères ✓ Virements de salaire pour les entreprises, hors clients « EDI » ✓ Prélèvements multiples sur les clients redevables (débiteurs) domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères ✓ Commande de chèquiers ✓ Commande de carte bancaire ✓ Opposition sur carte 	1200 DA HT

Les commissions sur transactions sont diffusées par les conditions de banque et sont prélevées en automatique après chaque opération.

2. Tarification des services bancaires à distance « BNA.net »

Service	Détail des services	Tarification (Unitaire/DA/HT)
Virement	Virement même agence	10
	Virement inter-agences	10
	Virement interbanques	30
Prélèvement	Prélèvement intra-interbancaire	35
Commande	Commande de chéquier	0
	Commande de carte	0
Opposition	Opposition sur carte	100
Notification par SMS	Facturé par SMS envoyé	18

¹ L'abonnement est facturé par compte et par mois. L'abonnement pour le 2^{ème} compte est facturé à 50% de moins du tarif ordinaire.

Annexe 04 : convention d'adhésion au service WIMPAY.BNA

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

**Convention d'adhésion au service
« WIMPAY-BNA »**



x

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Conditions générales relatives aux services

« WIMPAY-BNA »

Entre les soussignés :

La Banque Nationale d'Algérie, Société par action au capital de 150.000.000.000 dinars Algériens, inscrite au Registre de commerce d'Alger sous le N°16/00 00B12904, ayant pour identification fiscale le n° 000016001290414, NIS n° 096616070000213, dont le Siège Social est au 08, Boulevard Ernesto Che GUEVARA, Alger ; représentée par :

Nom et prénom :

En sa qualité de :

ci-après désignée la Banque,

et,

le titulaire du compte

Nom et prénom/Raison social :

Date et lieu de naissance/Début d'activité ou date de constitution

Adresse/ siège social :

Pièce d'identité/Registre de Commerce N° :

Délivrée le .../.../.... Par

Téléphone :

Adresse E-mail :

NIF :

NIS :

Profession/Type d'activité :

Numéro de compte bancaire

Ci-après désigné le Client ou le Titulaire du compte.

Ont convenu de ce qui suit :

Préambule :

Le titulaire du compte adhère aux services « WIMPAY-BNA » régis par les conditions générales de la présente convention. Les services disponibles sont détaillés dans la présente convention.

Article 1 : Objet de la convention

La présente convention a pour objet de régir les rapports entre la banque et le titulaire du compte en matière de fonctionnement et d'utilisation du service « WIMPAY-BNA ».

Article 2 : conditions et fonctionnement**2.1 Services disponibles :**

La BNA offre, au titre de « WIMPAY-BNA », au titulaire du compte selon le cas, les services suivants :

1er cas : Client particulier, professionnel et commerçant

- ✓ opérations de paiement basées sur des codes-barres intelligents (QR-CODE) ;
- ✓ opérations de virements de compte à compte BNA;
- ✓ demande de transfert d'argent entre clients « WIMPAY-BNA » ;
- ✓ partage d'addition ;
- ✓ gestion du budget;
- ✓ consultation de solde ;
- ✓ historique des transactions effectuées ;
- ✓ historique des demandes de transferts d'argent (Reçues / Envoyées).

2ème cas : Client entreprise

- ✓ opérations de paiement basées sur des codes-barres intelligents (QR-code) en recouvrement des prestations du client entreprise ;
- ✓ consultation de solde ;
- ✓ consultation de l'activité des vendeurs ;
- ✓ historique des transactions effectuées.

2.2 Inscription au service « WIMPAY-BNA » :

L'inscription au service « WIMPAY-BNA » nécessite de :

- Disposer d'un téléphone de type Smartphone équipé du système IOS (IPhone) ou (Android) ;
- Disposer d'une connexion internet ;

2
d

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

- Télécharger et installer l'application sur son mobile ;
- Avoir un abonnement au service BNA.net de la banque .

Le titulaire du compte ne peut inscrire au service « WIMPAY-BNA » que le compte bancaire ouvert en son nom personnel.

Le client a la possibilité de modifier son numéro de téléphone via l'application « WIMPAY-BNA ».

2.3 Accès au service WIMPAY-BNA

L'accès du client titulaire du compte au service « WIMPAY-BNA » se fait tout d'abord par l'insertion de son identifiant E-Banking « BNA.net ».

L'inscription à WIMPAY-BNA sera confirmée, après avoir :

- rempli les formulaires KYC,
- saisi de son n° de téléphone portable et le choix du mot de passe,
- accepté les conditions générales d'utilisation,
- confirmer le code OTP reçu par SMS pour l'activation de l'adhésion.

Le titulaire du compte aura par la suite à saisir son numéro de téléphone mobile et son mot de passe qui serviront à accéder à l'application « WIMPAY-BNA » pour des utilisations futures.

2.4 Attribution du mot de passe

Le titulaire du compte accède au service « WIMPAY-BNA » par l'introduction de numéro de téléphone et mot de passe qu'il aura introduit lors de son premier accès à l'application « WIMPAY-BNA ».

En cas d'oubli, le titulaire du compte peut demander un nouveau mot de passe.

Article 3 : Responsabilité du titulaire du compte

Le titulaire du compte abonné au service « WIMPAY-BNA » est le seul responsable de la conservation et l'utilisation de son mot de passe. Il lui est recommandé de ne pas le garder sous forme écrite. Dans le cas de doute de la possession du mot de passe par une tierce personne, le titulaire du compte doit immédiatement le modifier dès la survenance du doute. L'accès au service « WIMPAY-BNA » par l'identifiant et le mot de passe permet au titulaire du compte de bénéficier du service « WIMPAY-BNA » considérant toutes les opérations (ordres) passées sous cette forme sont juridiquement reconnus comme effectués par lui-même.

Le titulaire du compte est responsable de l'approvisionnement de son compte bancaire, pour pouvoir bénéficier du service « WIMPAY-BNA » à hauteur du plafond autorisé.

Le titulaire du compte est responsable de l'acquisition, de l'installation, de la maintenance de son téléphone Smartphone, de son accès au réseau « Internet » et de sa protection aux moyens d'un antivirus à jour.

L'utilisation du service « WIMPAY-BNA » implique l'acceptation des clauses de la présente convention ainsi que les conditions générales d'utilisation qui seront affichées lors de l'authentification de l'utilisateur.

Le client entreprise titulaire du compte disposant de plusieurs points de vente, désigne un administrateur qui est le seul responsable habilité pour l'adhésion et de la mise à jour des utilisateurs secondaires (guichetiers, caissiers...). L'administrateur désigné est aussi responsable de l'utilisation du service « WIMPAY-BNA » par les utilisateurs secondaires (guichetiers, caissiers...).

Les renseignements concernant l'administrateur du compte bancaire sont repris dans l'annexe ci-jointe.

Dans le cas où l'entreprise décide de changer d'administrateur désigné, elle devra systématiquement en informer la banque par écrit et renseigner les informations du nouveau administrateur en annexe ci-jointe.

Données personnelles : Le client déclare avoir autorisé la banque au traitement des données à caractère personnel relatif à cette convention conformément aux textes réglementaires en vigueur.

Le titulaire du compte autorise expressément la banque de communiquer les informations nominatives le concernant, aux prestataires de la solution qui exécutent pour le compte de la banque certaines tâches matérielles et techniques indispensables au fonctionnement du compte et des services associés.

Article 4 : Responsabilité de la banque

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

3

Article 4 bis : Exclusion de responsabilité

La banque ne peut être tenue pour responsable dans le cas d'interruptions de service consécutives au mauvais fonctionnement du matériel utilisé par le titulaire du compte, ou du réseau de transmission.

Article 5 : Conditions tarifaires

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

Par la présente convention, le titulaire du compte autorise la banque à débiter son compte bancaire des tarifs et commissions visés ci-dessus.

Article 6 : Modification des tarifs

La banque se réserve le droit d'apporter des modifications des tarifs, qui seront portées à la connaissance du titulaire du compte par l'agence.

En cas de non acceptation de ces modifications par le titulaire du compte, la présente convention est résiliée dans un délai de dix (10) jours calendaires à compter de la notification écrite du refus par le titulaire du compte.

Article 7 : Durée de la convention

La convention est conclue pour une durée indéterminée.

Article 9 : Force majeure

Sont considérés comme des cas de force majeure tout acte ou événement, imprévisible, insurmontable, indépendant de la volonté des parties contractantes, et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention.

La partie qui invoque le cas de force majeure devra immédiatement, après sa survenance, en avvertir l'autre partie par tout moyen. Cette notification devra intervenir au plus tard dans les quinze (15) Jours calendaires à compter de la date de survenance de l'événement suscité.

La partie empêchée devra prendre toutes les dispositions utiles pour assurer, dans les plus brefs délais, la reprise normale de l'exécution des obligations affectées par le cas de force majeure et combler le retard occasionné.

Les deux parties ne peuvent être tenues responsables lorsque l'inexécution de leurs obligations résulte d'un cas de force majeure.

Dans le cas d'une force majeure persistante au-delà de soixante (60) jours la convention pourra être résiliée par l'une des parties sous réserve du dénouement des opérations en cours.

Article 10 : Résiliation de la convention

La convention peut être résiliée de plein droit par chaque partie, à tout moment, par tout moyen, (par lettre recommandée avec accusé de réception, fax ou mail) en cas d'inexécution par l'autre partie de l'une quelconque des obligations mises à sa charge. La résiliation sera effective au terme d'un délai de 10 jours calendaires de la mise en demeure contenue dans la lettre restée sans effet, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

La convention peut aussi prendre fin à tout moment par la volonté de l'une ou l'autre des parties sous réserve d'un préavis minimum d'un (1) mois-effectué par Lettre Recommandée avec Accusé de réception, et sous réserve du dénouement des opérations en cours. Le titulaire du compte ne peut prétendre à aucun remboursement des frais prélevés antérieurement.

La banque peut résilier de plein droit la convention au bout de trois (03) incidents successifs de solde de compte souscrit non suffisant pour le prélèvement automatique du montant des transactions « WIMPAY-BNA ». La banque appliquera à cet effet des pénalités, selon les conditions de banque en vigueur.

Tout décès et toute incapacité juridique du titulaire du compte ou dissolution pour l'entreprise morale entraînent la résiliation immédiate de plein droit de la présente convention, sous réserve du dénouement des opérations en cours.

Article 11 : Règlement des litiges

En cas de difficulté dans l'interprétation ou l'exécution des présentes, et/ou de litiges, les deux parties tenteront de régler à l'amiable le différend dans un délai de trente (30) jours calendaires. A défaut d'accord amiable, tout litige sera tranché par le tribunal territorialement compétent.

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. *dx*

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Article 13 : Entrée en vigueur

La présente convention prend effet à la date de sa signature par les deux parties.

Le titulaire du compte déclare avoir pris connaissance des conditions générales ci-dessus de la présente convention.

Fait àle.....

Signature du titulaire du compte précédée de la mention « lu et approuvé »

Pour la BNA Signature et cachet

α 5

Annexe 1

**DESIGNATION ADMINISTRATEUR « WIMPAY-BNA »
« Client Entreprise »**

MODALITES D'ABONNEMENT

Nom de l'entreprise / Raison Sociale :
 Adresse du siège social :
 Forme juridique :
 Registre de commerce / Agrément N° : Délivré par :
 NIF/NIS :
 Numéro de compte bancaire
 Numéro de téléphone / fax :
 Adresse mail :@

Administrateur désigné :

Nom et Prénom	N° Tél portable dédié à l'abonnement WIMPAY-BNA	E-mail	N° compte	Identifiant Ebanking
		@		

L'administrateur désigné est le seul responsable habilité par l'entreprise pour l'adhésion et la mise à jour des utilisateurs secondaires (guichetiers, caissiers...),

L'administrateur désigné est aussi responsable de l'utilisation des services WIMPAY-BNA par les utilisateurs secondaires (guichetiers, caissiers...).

..... le

Pour la Banque

Pour l'entreprise

d



Annexe III à la circulaire n° 2309 du 07/03/2021.

Tarification des transactions « WIMPAY-BNA »

Type de transaction	Libellé de la commission	Coût de la transaction HT	Payeur
Virement de compte à compte BNA	Commission de traitement de la transaction	Gratuit	/
Opération de Paiement	Commission de traitement de la transaction	6 DA	commerçant
Demande de transfert envoyée	Commission de traitement de la transaction	Gratuit	/
Toutes autres fonctionnalités	Commission de traitement de la transaction	Gratuit	/

f

Table des matières

Introduction générale	1
CHAPITRE 1 : CADRE THEORIQUE ET CONCEPTUEL DE LA DIGITALISATION BANCAIRE.	4
Introduction.....	4
Section 1 : généralités sur la digitalisation bancaire	4
1.1 Définition des concepts	4
1.1.1 Le digital.....	4
1.1.2 La transformation digitale.....	5
1.1.3 La digitalisation	5
1.1.4 La banque à distance.....	5
1.2 Différence entre le digital et le numérique	6
1.2.1 Le Numérique	6
1.2.1.1 La transition numérique	7
1.2.2 Le Digital	8
1.2.2.1 La transformation digitale	8
1.3 Les outils de la digitalisation bancaire	9
1.3.1 Les outils de gestion de l'information	9
1.3.1.1 La Blockchain	9
1.3.1.2 Le Big data	10
1.3.1.3 Le Cloud computing.....	11
1.3.2 Les outils de distribution multicanal.....	11
1.3.2.1 Les automates bancaires.....	11
1.3.2.2 Le PC banking.....	12
1.3.2.3 Internet banking	12
1.3.2.4 les smartphones et tablettes numériques	13
1.3.2.5 L'Email canal	13
1.3.2.6 Carte bancaire	14
1.3.2.7 L'E-chèque.....	14
Section 2 : les raisons de la digitalisation des banques.....	14
2.1 Les Banques en ligne.....	14
2.2 Evolution des Attentes et des Comportements des clients	15
2.3 La Fintech.....	17

2.3.1 Les différents types de fintech	18
2.4 Les principales transformations digitales de la banque.....	19
2.4.1 Optimisation de l'expérience client	19
2.4.2 Modification des processus opérationnels	21
2.4.3 Le changement organisationnel	21
2.4.4 Évolution modèle économique de la banque	22
2.4.5 Evolution des métiers de la banque	23
Section 3 : Les atouts et les enjeux de la digitalisation bancaire	24
3.1 Les avantages du point de vue de la banque	24
3.1.1 Des frais bancaires réduits ou presque inexistants	24
3.1.2 Une extension géographique.....	25
3.1.3 Le gain de temps	25
3.1.4 Différenciation des produits	25
3.1.5 La gestion de la relation client-banque	25
3.2 Les avantages du point de vue du client.....	26
3.3 Les limites de la digitalisation sur les banques	26
3.3.1 Risque opérationnel	27
3.3.2 Risque de réputation	27
3.3.3 Risque juridique.....	27
3.3.4 Danger de confidentialité.....	28
3.3.5 Les fraudes électroniques	28
3.3.6 L'absence de contact humain.....	28
Conclusion	29
CHAPITRE 2 : L'EVOLUTION DU SYSTEME BANCAIRE ALGERIEN.....	30
Introduction.....	30
Section 1 : L'évolution du système bancaire algérien	30
1.1 Le Système bancaire algérien de l'indépendance à 1985.....	31
1.1.1 La période de souveraineté nationale (1962-1966)	31
1.1.2 La période de nationalisation des banques étrangères (1966-1970).....	31
1.1.3 La période de planification économique et financière (1970-1985).....	32
1.2 La période des réformes (1986-1988)	33
1.2.1 La loi n° 86-12 du 19 Août 1986 relative au régime des banques.....	33

1.2.1.1 Les institutions bancaires	33
1.2.1.2 Les institutions administratives.....	34
1.2.2 La loi 88-01 du janvier 1988 relative à l'économie.....	34
1.3 La période après 1990	35
1.3.1 La libéralisation du système bancaire algérien.....	36
1.3.2 Les aménagements apportés en 2001 à la loi relative à la monnaie et au crédit	36
1.3.3 L'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit	37
1.3.4 La modernisation du système bancaire algérien.....	38
1.3.4.1 la modernisation des systèmes de paiements	39
1.3.4.2 la modernisation du cadre relatif à la gouvernance des banques publiques.....	39
Section 2 : L'organisation du système bancaire Algérien.....	39
2.1 La Banque d'Algérie	39
2.2 Le Conseil de la Monnaie et du Crédit.....	40
2.3 La commission bancaire.....	41
2.4 Les banques publiques.....	42
2.5 Les banques privées.....	42
2.6 Les établissement financiers.....	43
Section 3 : l'E-banking en Algérie.....	44
3.1 Les débuts l'E-banking en Algérie	44
3.1.1 La SATIM.....	44
3.1.1.1 mission de la SATIM	45
3.1.2 Les efforts d'Algérie poste sur le E-banking	45
3.1.2.1 Les cartes d'Algérie Poste.....	46
3.1.3 Les Terminaux de Paiement Electronique (TPE)	49
3.1.4 Les prestations monétiques sur le DAB.....	50
3.2 L'évolution de l'E-banking en Algérie	50
3.3 Facteurs explicatifs du niveau d'adoption de l'e-Banking en Algérie	51
3.3.1 Contexte technologique	52
3.3.1.1 la vision des commerçants sur les coûts perçues	52
3.3.1.2 Risques perçus.....	52
3.3.2 Le contexte organisationnel.....	52
3.3.2.1 Disponibilité des ressources.....	52
3.3.2.2 Confiance et crédibilité	53
3.3.3 Contexte environnemental	53

3.3.3.1 Pressions concurrentielles	53
3.3.3.2 Environnement institutionnel et juridique.....	53
3.3.3.3 Infrastructure technologique nationale.....	54
3.3.3.4 Caractéristiques démographiques	54
Conclusion	54

CHAPITRE 3 : LES MOYENS DE PAIEMENTS DIGITAUX AU SEIN DE LA BANQUE NATIONAL D'ALGERIE.....

Introduction.....	56
Section 1 : présentation de la Banque National d'Algérie	56
1.1 Historique de la Banque National d'Algérie	56
1.2 Organigrammes de la Banque National d'Algérie	57
1.3 L'organisation et les missions d'une agence de la BNA	61
1.3.1 L'organisation d'une agence de la BNA	61
1.3.2 Missions d'une agence de la BNA.....	61
Section 2 : les moyens de paiements digitaux au sein de la BNA	62
2.1 L'E-banking BNA	62
2.1.1 L'accès à la plateforme E-Banking.....	63
2.1.2 La plateforme E-banking BNA.....	63
2.1.3 Les Packs de services du E-banking BNA	64
2.1.3.1 Pack Net	64
2.1.3.2 Pack Net+	65
2.2 L'application E-banking Bn@tic	65
2.2.1 L'accès à l'espace public	65
2.2.2 L'accès à l'espace authentifié	66
2.3 Le paiement électronique BNA	68
2.3.1 L'utilisation du service E-paiement.....	69
2.4 WIMPAY-BNA.....	69
2.4.1 Les services WIMPAY-BNA	71
2.4.1.1 l'opération de paiement.....	71
2.4.1.2 L'opération de virement et de transfert d'argent	73
2.4.1.3 l'opération de partage de l'addition	75

Section 3 : étude et analyse des moyens de paiements digitaux de la BNA	76
3.1 Abonnement E-banking.....	76
3.2 Abonnement WIMPAY-BNA.....	77
3.3 Distribution carte CIB	78
3.4 Evolution des transactions sur les TPE	79
Conclusion	80
Conclusion Générale	82
Références Bibliographiques	85
Liste des figures et tableaux.....	90
Annexes.....	91

Résumé

A l'ère de la digitalisation et de la révolution numérique, tous les secteurs de l'économie étaient contraints de s'adapter à la digitalisation et de l'intégrer au sein de leurs structures, le secteur de la banque a connu de profonds bouleversements plus remarquables que ceux de tout autre secteur, avec l'apparition des applications bancaires, de l'autonomie du client sur les opérations bancaires courantes (virements, relevés de comptes, opposition des moyens de paiements...), tous comme les interfaces des banques sur Internet en sont des illustrations pertinentes. La stratégie de fidélisation de la clientèle est devenue indispensable, elle a stimulée l'implantation de tous ces nouveaux acteurs dans le paysage bancaire. En effet, le fait que les clients restent connectés est un réel atout. De plus, ce nouveau mode de fonctionnement profite également à l'information et à la communication dans le système d'information de la banque. Nos recherches se concentrent sur la façon dont les banques évoluent dans un environnement de plus en plus concurrentiel avec des bouleversements liés au digital et des niveaux toujours plus élevés de demandes des clients. Nous mettons en évidence comment les banques adaptent et développent leur business model, leur expérience client ainsi que leur approche dans la conception de produits et services bancaires en prenant compte de ces nouveaux paramètres liés au digital.

Mots clés : Digitalisation, transformation digitale, banque en ligne, numérique.

Abstract

In the era of digitization and the digital revolution, all sectors of the economy have been forced to adapt to digitization and integrate it into their structures, the banking sector has experienced deep upheavals more striking than those of any other sector, with the appearance of banking applications, the autonomy of the customer on day-to-day banking operations (transfers, account statements, opposition of means of payment, ...), just like the interfaces of banks on the Internet are relevant illustrations. The customer loyalty strategy has become essential, it has stimulated the establishment of all these new players in the banking landscape. Indeed, the fact that customers stay connected is a real asset. And, this new operating mode also benefits information and communication in the bank's information system. Our research focuses on how banks are operating in an increasingly competitive environment with digital upheavals and ever higher levels of customer demand. We show how banks adapt and develop their business model, their customer experience as well as their approach in the design of banking products and services by taking into account these new parameters linked to digital.

Key words: Digitalization, digital transformation, online banking, digital.