

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES FINANCIERES ET COMPTABILITE



Mémoire de Master

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences financières et comptabilité.

Option : Finance et Banque.

Thème :

*L'impact de la mise en place de
l'application de M-Banking
Cas : BANXY BANK de NATIXIS
Algérie*

Réalisé par :

 **CHERFAOUI** Nawal.
 **CHERIF** Dyhia.

Encadré par :

Mme. BOULIFA.Y

Membres de jury :

Présidente : Mme BELKHAMSA Ouerdia MCA, UMMTO.

Examineur : Dr SAM Houcine MCB, UMMTO.

Promotion : 2020/2021



Remerciements

Tout d'abord, nous remercions dieu le tout puissant pour la force qu'il nous a accordée et son soutien qui nous a permis de mener à terme ce travail.

Nous tenons à remercier Mme BOULIFA d'avoir accepté de diriger et d'orienter notre travail de recherche, pour sa disponibilité, sa précieuse collaboration et son aide ainsi que ses conseils judicieux.

Nous remercions également les membres de jury d'avoir accepté d'examiner notre travail.

Nos remerciements s'adressent également à l'ensemble des enseignants de la Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, plus particulièrement ceux du Département des Sciences de gestion, qui nous ont fait bénéficier de leurs connaissances tout au long de notre cursus à l'Université Mouloud Mammeri.

Enfin, nous remercions tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.



Dédicaces

Nous dédions ce modeste travail de fin d'étude :

*A nos parents, pour tous leurs sacrifices, leur amour, leur tendresse,
leur soutien et leurs prières tout au long de nos études ;*

*A nos chères sœurs pour leurs encouragements permanents, et leur
soutien moral ;*

A nos chers frères pour leurs appuis et leurs encouragements;

A nos proches et à nos amis qui n'ont pas cessé de nous encourager.

❖ Liste des abréviations

AGB : Algeria gulf bank.

BDL : Banque de développement local.

BFCE: Banque française du commerce extérieur et du crédit national.

BPCE : Banque populaire et caisse d'épargne.

CIB : Carte interbancaire.

CMCC:Crédit de mobilisation des créances commerciales.

Code PIN: Personal identification number.

Code QR: Quick response.

DAB : Distributeur automatique de billets.

E-banking : Electronic banking.

E-paiement : Electronic paiement.

FIN-TECH: Technologie financière.

GAB: Guichet automatique bancaire.

GDG: Gestionnaire de DAB/GAB.

M-banking : Mobile banking.

M-paiement : Mobile paiement.

NFC: Near field communication.

NIP: Numéro d'identification personnel.

P2P: Peer to peer.

PME:Petite et moyenne entreprise.

RIB:Relevé d'identité bancaire.

SMS: Short message service.

TCN: Titre de créance négociable.

TIC: Technologies de l'information et de la communication.

TVA: Taxe sur la valeur ajoutée.

TPE: Terminal de paiement électronique.

USSD: Unstructured supplementary services data.

WAP: Wireless application protocol.

*Liste des tableaux et
figures*

Liste des tableaux et figures

❖ Liste des tableaux

Tableau n°01: Répartition de l'échantillon selon le genre.....	62
Tableau n°02: Répartition de l'échantillon selon la tranche d'âge.	63
Tableau n°03: Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle.	64
Tableau n°04: Répartition de l'échantillon selon la localisation d'une agence Natixis à proximité du lieu de résidence.	65
Tableau n°05: répartition de l'échantillon la possession de Smartphone.	66
Tableau n°06: L'utilisation des services banque mobile Banxy.	66
Tableau n°07: Cause de non utilisation de la banque mobile Banxy.	67
Tableau n°08: Le moyen par lequel les interrogés ont pris connaissance de l'existence de la banque mobile Banxy.	69
Tableau n°09: Le lieu de récupération des moyens de paiement (la carte bancaire et le chéquier)	70
Tableau n°10: Raison(s) d'utilisation de la banque mobile Banxy.	71
Tableau n°11: Fréquence d'utilisation de la banque mobile Banxy.	73
Tableau n°12: Classement des types d'opérations bancaires effectuées à l'aide du compte Banxy.	74
Tableau n°13: Evaluation de la satisfaction globale quant à l'utilisation des services Banxy.	76
Tableau n°14 : Utilisation de la banque mobile Banxy en fonction de l'âge.	77
Tableau n°15: Croisement entre la catégorie socioprofessionnelle et l'utilisation de l'application mobile Banxy.	79
Tableau n°16 : Localisation par rapport à l'agence Natixis Algérie.	80

❖ Liste des figures

Figure n°01: Facteurs d'environnement bancaire.	11
Figure n°02: L'utilisation des principales applications de m-banking dans le monde en fonction du nombre d'utilisateurs en Août 2017.....	46
Figure n°03: Comment ouvrir un compte Banxy ?	58
Figure n°04: Répartition de l'échantillon selon le genre.	62
Figure n°05: Répartition de l'échantillon selon la tranche d'âge.	63
Figure n°06: Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle.....	64
Figure n°07: Répartition de l'échantillon selon la localisation d'une agence Natixis à proximité du lieu de résidence.	65
Figure n°08: La possession de Smartphone.	66
Figure n°09: L'utilisation des services banque mobile Banxy.	67
Figure n°10: Cause de non utilisation de la banque mobile Banxy.	68
Figure n°11: Le moyen de connaissance de la banque mobile Banxy.	69
Figure n°12: Lieu de récupération des moyens de paiement.	70
Figure n°13: Raison(s) d'utilisation de la banque mobile Banxy.	72
Figure n°14: Fréquence d'utilisation de la banque mobile Banxy.....	73
Figure n°15: Types d'opérations bancaires effectuées à l'aide du compte Banxy.	74
Figure n°16 : Evaluation de la satisfaction globale quant à l'utilisation des services Banxy .	76
Figure n°17: Utilisation de la banque mobile en fonction de l'âge.	77
Figure n°18: Croisement entre la catégorie socioprofessionnelle et l'utilisation de l'application mobile Banxy.	79

Sommaire

Introduction générale..... 1

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire.

Introduction 4

Section 1 : Généralités sur les banques 5

Section 2 : L'activité bancaire avant l'avènement de la technologie de l'information et de la communication 12

Section 3 : L'adoption des TIC par les banques..... 20

Conclusion..... 27

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde.

Introduction 28

Section 1 : Fondement théorique du m-banking 29

Section 2 : Fonctionnement du m-banking.....35

Section 3 : Evolution du m-banking dans le monde.....43

Conclusion..... 51

Chapitre III : Etude de cas pratique; le m-banking au sein de la banque Natixis Algérie.

Introduction 52

Section 01: Le m-banking au niveau de la banque Natixis Algérie 53

Section 2 : Présentation de la méthodologie de recherche..... 59

Section 03 : Analyse et interprétation des résultats 61

Conclusion..... 82

Conclusion générale..... 83

Bibliographie.



Introduction générale

Introduction générale

L'économie en générale est composée de plusieurs types d'entreprises. Chaque entreprise se caractérise par ses propres normes. Parmi les entreprises dont se compose l'économie, on trouve la banque.

La banque est décrite comme étant un établissement financier de confiance, dont le principal objectif est de collecter des fonds provenant des ménages ou des entreprises à capacité de financement et les redistribuer aux agents à besoin de financement sous forme de crédits. Les métiers de la banque sont vastes et complexes. Ils se développent dans un cadre concurrentiel renforcé, et sont portés par l'innovation technologique et doivent, obligatoirement générer une rentabilité compatible avec la pérennité des entreprises bancaires.

Ceci implique la mise en place d'un système d'organisation interne efficace qui assure une bonne rentabilité, une véritable maîtrise de grandes fonctions et une gestion optimale de toutes les opérations effectuées dans le but de faire face à la concurrence et à la multiplicité quotidienne de la clientèle.

Depuis la deuxième moitié du 20ème siècle, le monde ne cesse d'être mis en réseau grâce à Internet. Ce dernier a été derrière la prolifération des transactions commerciales, la généralisation du haut débit et des réseaux interactifs et a contribué à modifier les relations entre les différents agents économiques.

Internet a aussi transformé le marché entier des transactions dont notamment les marchés financiers et bancaires. La façon avec laquelle les services financiers sont désignés et délivrés a radicalement changé. Vers les années 1990, l'e-banking apparait comme un moyen capable de se substituer à quelques branches bancaires traditionnelles.

Cette révolution dans le domaine de l'information et de la communication a entraîné le décloisonnement des marchés financiers, une circulation plus fluide des flux financiers grâce à la déréglementation, ainsi que l'interconnexion des différents réseaux d'information et de la communication. En effet, grâce à ces nouvelles technologies de l'information et de la communication, les banques ont profondément modifié la nature des produits et services qu'elles offrent.

Le recours à de nouveaux canaux d'accès à leurs services est devenu plus qu'indispensable, d'où l'apparition du m-banking. Cette nouvelle donne attire aujourd'hui l'attention, tant des établissements bancaires et financiers que des clients, qu'ils s'agissent des

Introduction générale

individus ou des entreprises. Les banques proposent de plus en plus de produits et services exclusivement en ligne, grâce à Internet, aux téléphones équipés de plus en plus d'applications dédiées aux différents services bancaires et à l'apparition d'une clientèle plus ouverte et plus adaptée à ces nouvelles technologies.

La relation banque/client a été confronté à plusieurs changements suite aux diverses innovations tels que la consultation d'un compte à distance, virements électroniques, gestion de compte à distance, ainsi que la demande de relevé bancaire. Grâce à ça, la contrainte de temps et de proximité géographique ne se pose plus, pour le client.

Le secteur bancaire algérien ne reste pas insensible à ses nouvelles innovations technologiques par conséquent elles ont été introduites durant ses dernières années. D'où l'intérêt de l'étude notre cas pratique portant sur le m-banking au sein de la banque privée Natixis Algérie et le lancement de l'application mobile Banxy Bank.

L'objectif de notre présent travail étant de définir la valeur ajoutée du service Banxy Bank pour la banque et pour le client, et de relever ses lacunes, nous avons donc tenté de répondre à la question suivante :

Quel est l'apport de l'application mobile Banxy pour la banque et les clients ?

De cette problématique découlent les sous questions suivantes :

1. Les services m-banking sont-ils réellement utilisés par les clients ?
2. Quels sont les motivations ainsi que les freins relatifs à l'utilisation du m-banking ?
3. Quels sont les facteurs qui influencent le client à l'égard du m-banking ?

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

Hypothèse 1 : Les clients utilisent les services m-banking principalement pour les opérations les moins engageantes.

Hypothèse 2 : La facilité d'utilisation des services, l'accessibilité ainsi que la rapidité constituent les principales motivations pour le client tandis que la peur liée à la non maîtrise de l'application ainsi que sa complexité sont des freins à l'utilisation de ces services m-banking.

Introduction générale

Afin de répondre à la problématique et de confirmer ou infirmer nos hypothèses, nous nous sommes appropriés une méthodologie qui consiste, pour la partie théorique, à faire une revue de littérature en exploitant des ressources documentaires diverses ; articles, ouvrages, travaux universitaires et sites internet. Pour la partie pratique, une enquête en ligne a été réalisée sur un échantillon de 60 personnes, nous avons également préparé une interview destinée à un cadre de la banque Natixis qui n'a malheureusement pas donné suite à notre demande.

Nous avons organisé notre travail en trois chapitres. Le premier chapitre est intitulé « Cadre théorique sur l'activité bancaire », dans lequel les concepts fondamentaux de la banque sont abordés ainsi que les nouvelles technologies de l'information et de la communication au sein de la banque.

Le deuxième chapitre est intitulé « Emergence du m-banking dans le monde », il porte sur le fondement et fonctionnement du m-banking et son évolution dans le monde.

Le troisième chapitre s'intitule « Etude de cas pratique; le m-banking au sein de la banque Natixis Algérie », au cours de ce dernier nous avons présenté la banque Natixis, le service Banxy Bank et notre méthodologie de recherche. Enfin nous allons nous focaliser sur l'analyse des résultats obtenus et l'infirmer ou affirmation des hypothèses de départ.

Chapitre I :

*Cadre théorique sur
l'activité bancaire*

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

Introduction

Dans toute économie, la banque joue un rôle important. Elle est l'une des premières ressources de financement de l'activité économique et répond aux besoins divers des agents économiques (besoins d'ordre financiers et/ou de besoins de services). Cette institution financière remplit une large gamme de fonction car elle n'est pas une entreprise comme les autres, elle effectue des opérations portant sur la réception de fonds du public, des opérations de crédit et la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et leur gestion. Celle-ci peut effectuer des opérations connexes à ses activités.

Afin de mettre en évidence certains éléments relatifs à la banque, nous subdivisons ce présent chapitre en trois sections :

Dans la première section, nous nous interrogeons sur la définition du concept « Banque » et son historique. Nous allons présenter les différents types de banques ainsi que ces facteurs d'environnement commercial.

Ensuite, nous allons, dans la deuxième section, présenter la fonction d'intermédiation de bilan de la banque et nous allons exposer les fonctions de la banque dont elle est considérée comme un intermédiaire financier.

Enfin, dans la troisième et dernière section de ce chapitre, nous allons aborder les technologies de l'information et de la communication au sein de la banque.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

Section 1 : Généralité sur les banques

Une banque est un établissement de crédit ayant pour objet la fourniture des services financiers aux particuliers ainsi qu'aux entreprises, qu'elles soient privées ou publiques.

Dans cette partie nous allons présenter d'abord la banque, ensuite son évolution historique, ses typologies, puis son organisation et enfin son bilan.

1- Définition de la banque

La banque est un établissement privé ou public qui facilite le paiement des particuliers et des entreprises, avance et reçoit des fonds et gère les moyens de paiements.¹

La banque représente un concept qui varie, il est donc important de définir les banques selon certains critères économiques et juridiques.

1-1-Définition économique

« Les banques sont des entreprises ou des établissements qui ont pour profession habituelle de recevoir sous forme de dépôt, des fonds du public qu'elles emploient sur leur propre compte en opérations de crédits ou en opérations financières.

La banque est l'intermédiaire entre offreurs et demandeurs de capitaux et ceci à partir de deux processus distincts :

En intercalant (interposant) son bilan entre offreurs et demandeurs de capitaux, c'est l'intermédiation bancaire.

En mettant en relation directe offreurs et demandeurs de capitaux sur un marché de capitaux (marché financier notamment), c'est le phénomène de désintermédiation ».²

1-2-Définition juridique

La banque est une entreprise à caractère spécifique, qui appartient à un secteur réglementé. Juridiquement et selon l'article 2 de l'instruction n°06-2008 du 30 octobre 2008 portant l'établissement des situations comptables mensuelles, les banques sont : «Sont considérées comme banques, les personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle et principalement, les opérations de banques, à savoir la réception de fonds du

¹ Dictionnaire LAROUSSE, édition larousse, France, 2002, p124.

² GARSNAULT. P et PRIANIS, « La banque fonctionnement et stratégie », edeconomica, Paris 1997, p28.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

public, les opérations de crédit ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci.»³

En définitive, et en compte tenu de la diversité de l'activité bancaire, il est difficile de donner une définition à la fois simple et précise de la banque, néanmoins ce sont des entreprises ou des établissements qui ont pour profession principale de recevoir, sous forme de dépôt, des fonds du public qu'elles emploient pour leur propre compte en opérations de crédits, d'escompte ou en opérations financières.

2- L'évolution historique de la banque

La plupart des opérations bancaires courantes ont vu le jour 3000 ans avant Jésus Christ. Depuis l'Antiquité au Moyen-âge, en passant par la Rome antique, de nombreuses pratiques se sont développées chez les dirigeants et dans le commerce pour donner naissance à des institutions bancaires bien réglementées.

2-1- Les origines de la banque remontent à l'antiquité

Trois mille ans avant J-C, nous trouvons les premières traces d'activités bancaires en Mésopotamie par exemple, dans la ville d'Ur (région en Mésopotamie) c'est le temple qui joue le rôle de banque alors que les prêtres et prêtresses jouent celui de banquiers en acceptant des dépôts d'argents et en prêtant de l'argent au souverains puis aux marchands.

En Grèce, chaque cité était indépendante et frappait sa propre monnaie. Grace aux changeurs de monnaie, les Grecques ont pu développer leurs commerce entre les citées. Les banques étaient installées sur la grande place de la cité.

C'est ensuite à Rome que les activités bancaires se sont réellement développées et que les bases juridiques des opérations financières ont été établies.⁴

2-2- Le Moyen Âge et les bases de la banque moderne

Le mot « banque » vient du mot italien banco, signifiant le comptoir sur lequel les changeurs du Moyen Âge s'échange des marchandises. Les premiers banquiers de cette époque sont les changeurs. Au 11ème siècle, les Lombards (peuple germaniques installés en Italie) introduisent de nouvelles techniques financières et marquent l'histoire de la banque.

³L'article 2 de l'instruction n°06-2008 du 30 octobre 2008 portant l'établissement des situations comptables mensuelles.

⁴ Patrick Monnet, *Technique bancaire – historique, dossier réalisé en juillet 2017.*

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

Au Moyen-âge, chaque grande ville avait le droit de frapper sa propre monnaie. Des monnaies différentes étaient donc en circulation dans un même pays. Le rôle du changeur était de changer (moyennant un paiement) la monnaie de celui qui arrivait de l'extérieur de la ville contre de la monnaie utilisée dans la ville.⁵

2-3- De la Renaissance au 19ème siècle

Les fondements de la banque moderne se mettent en place. Les premières banques publiques et les premières bourses apparaissent pendant la Renaissance, tandis que les banques privées s'implantent sur le territoire européen pour servir les intérêts d'acteurs économiques (commerçants, premiers créateurs d'entreprises) et financer leurs activités.

A partir du 17ème siècle la naissance du papier-monnaie révolutionne le monde de la banque et de la finance. L'Angleterre structure son activité bancaire autour d'une banque centrale dès 1700 et assure le financement des Etats et le contrôle d'émission d'argent. Peu à peu leur rôle a été précisé et elles sont devenues en quelque sorte la banque des banques dans chaque pays.

Il faudra attendre encore un siècle afin qu'un équivalent soit créé en France, la Banque de France a été créée le 18 janvier 1800 par le Premier Consul Napoléon Bonaparte. Le 19ème siècle est une période de croissance et de stabilité des banques. C'est à cette période que vont se développer la monnaie fiduciaire et la monnaie scripturale.⁶

Le 20ème siècle est l'époque d'une nouvelle ère pour la banque, centrée sur le traitement de l'information. C'est surtout à partir des années trente que l'on assiste à une industrialisation des services bancaires avec le développement de l'épargne, la croissance de la population bancarisée, ainsi que la diversification vers des métiers appuyant le développement des échanges internationaux (opération de change, financement de l'exportation). Pour faire face à la massification des opérations, en particulier celles de tenue de compte et d'escompte, les ressources humaines et technologiques.⁷

⁵ *Ibid.*

⁶ Christian Descamps et Jacques Soichot, « *Economie et gestion de la banque* », Editions EMS 2002, P28-29.

⁷ Éric Lamarque et Vincent Maymo, « *Économie et gestion de la banque* », Edition Dunod, 2015, P9.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

3- Les types de banque

Les banques œuvrent dans le domaine du commerce de l'argent et dans la réalisation des opérations et dans le domaine des interventions monétaires sur les marchés financiers.

On recense plusieurs formes d'organisation des banques : ⁸

3-1- La banque publique

Il s'agit des sociétés bancaires détenues par l'Etat ou par des organismes publics. Elle se distingue de la banque commerciale par son type d'actionnariat, mais souvent aussi par certaines missions qui lui sont confiées par les pouvoirs publics. Exemples : la BNA et la BEA... en Algérie et la banque postale, la caisse des dépôts et les crédits municipaux en France.

3-2- La banque commerciale

Les banques commerciales sont des sociétés constituées d'un capital détenu par des actionnaires extérieurs à leur clientèle, par opposition aux banques coopératives. La banque commerciale a pour but de réaliser des bénéfices commerciaux. Les banques commerciales peuvent être cotées en bourse : la grande majorité d'entre elles l'est. En effet une banque commerciale peut être une banque internationale, nationale et régionale.

Elle propose différents produits financiers tels que les crédits, les placements et l'épargne ainsi que les assurances (vie, automobile, habitation). Nous citons en exemple de banque commerciale la société générale, la Housingbank...

3-3- La banque coopérative

Il s'agit de la banque dont la propriété est collective et dans laquelle le pouvoir est démocratique. Les dirigeants d'une banque coopérative sont élus par les sociétaires avec le principe d'élection «une personne, une voix» et les décisions sont prises en assemblée générale. La banque coopérative se caractérise par une gestion très décentralisée et locale et a pour atout de mieux connaître les besoins et les attentes de ses clients. C'est un acteur du développement durable et de la responsabilité sociale comme la lutte pour l'emploi et contre l'exclusion sociale. Nous citons en exemple la CNEP, la BDL ...

⁸ BELAID.MC, « Comprendre la banque » édition pages bleues, 2015, p 08.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

3-4- La banque centrale

La banque centrale d'un pays est une institution chargée par l'Etat de décider d'appliquer la politique monétaire. Elle joue tout ou partie des trois rôles suivants :

- Assurer l'émission de la monnaie fiduciaire et contribuer ainsi à fixer les taux d'intérêt.
- Superviser le fonctionnement des marchés financiers, assurer le respect des réglementations du risque (ratio de solvabilité) des institutions financières (en particulier les banques de dépôt).
- Jouer le rôle de prêteur en dernier ressort en cas de crises systémiques.

Les banques centrales n'ont pas de rôle strictement identique ou la même organisation dans tous les pays ; elles peuvent notamment partager leurs pouvoirs avec d'autres institutions. Exemple : la banque centrale d'Algérie.

4- Le bilan de la banque

Le bilan d'une banque, comme celui de toute entreprise, est un état patrimonial des créances et dettes à une date donnée. Toutefois, par rapport à la comptabilité générale d'une entreprise, il comporte deux différences notables :

- La présentation est inversée puisque les opérations de trésoreries figurent en haut de bilan et les immobilisations en bas ;
- Les valeurs portées dans l'actif sont des valeurs nettes d'amortissements et de provisions.

Le bilan comprend un actif qui enregistre les dettes et un passif qui enregistre les fonds propres et un hors bilan qui, pour les établissements de crédit enregistre de nombreuses opérations de banque. L'actif et le passif sont composés de postes regroupés selon les classes du plan de comptes et qui serviront de trame à ce développement.⁹

⁹Sylvie de Coussergues et Gautier Bourdeaux, *gestion de la banque, du diagnostic à la stratégie*, 6eme édition, paris Dunod, 2010, page 91.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

5- Les facteurs d'environnement commercial d'une banque

Le comportement d'une banque vis-à-vis de ses clients dans un marché, peut être expliqué par les trois facteurs fondamentaux suivants :

5-1- La concurrence

Bien que la concurrence sur le marché bancaire n'est pas réellement vive, du moment que les banques présentent pratiquement les mêmes caractéristiques que celles de ses concurrents. Cependant, il est indispensable pour elles de se différencier par rapport à ses concurrents ; dans les jours à venir, l'évolution ne jouera plus en faveur des banques algériennes car l'installation massive des banques étrangères a déjà commencé à tracer des relations économiques, commerciales et financières. Leurs niveaux de développement en la matière présente un risque pour les banques algériennes en générale. Sous la pression de ce marché, et compte tenu de l'environnement économique assez difficile.

5-2- La réglementation

La réglementation bancaire qualifie l'ensemble des réglementations applicables aux établissements de crédit (banques, sociétés financières,...). La réglementation bancaire provient de différentes sources, nationales ou internationales, avec les lois et règlements. Au niveau national, la banque est régie au niveau de son développement par des lois et des décrets qui réglementent la nature de son activité : libre pour un établissement financier de réaliser ou non toutes sortes d'opérations bancaires, d'étendre son réseau, liberté d'ouverture de nouveaux guichets...

5-3- La technologie

Les clients, que ce soit dans leur vie professionnelle ou privée, se sont trouvés profondément bouleversés par la nouvelle technologie. Ce bouleversement technologique a donné naissance à de nouveaux produits :

- Les cartes bancaires ;
- Les distributeurs automatiques de billets ;
- La banque à domicile ;¹⁰

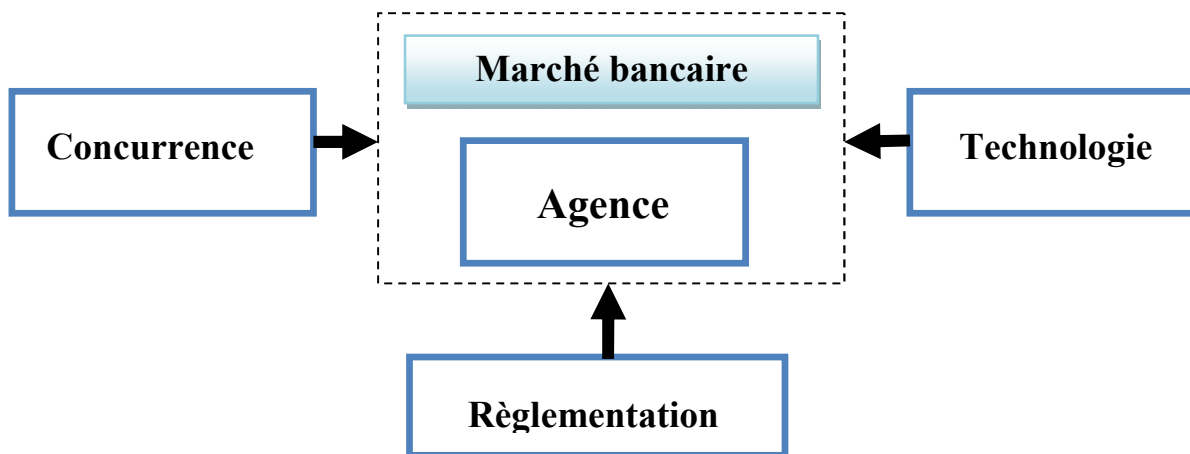
¹⁰GOLVAN, Y, *marketing bancaire et planification, revue banque, 1979, P66.*

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

- Les terminaux points de vente ;
- Le développement dans le domaine de télécommunication (les services à distances);
- L'informatique.¹¹

Nous pouvons résumer ces trois facteurs déterminants le comportement d'une banque par le schéma suivant :

Figure n°1: Facteurs d'environnement bancaire.



Source : GOLVAN .Y. « Marketing bancaire et planification », revue banque, 1979, P66.

Après avoir vu la définition de la banque, son historique, ses types, son bilan et ses facteurs d'environnement commercial, il apparaît évident de nous pencher sur l'activité bancaire. Dans la deuxième section portant sur l'activité bancaire avant l'avènement de la technologie, nous allons présenter les principales fonctions de la banque qui sont liées aux intermédiations de bilan de la banque et l'intermédiation financière.

¹¹*Ibid.*

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

Section 2 : L'activité bancaire avant l'avènement de la technologie de l'information et de la communication

La banque remplit une large gamme de fonction d'une importance capitale pour l'économie. Afin de mettre en évidence ces principales fonctions, nous aborderons dans cette section les spécificités de l'activité bancaire avant l'avènement de la technologie de l'information et de la communication.

1- L'activité d'intermédiation financière des banques

La banque est l'intervenant principal du processus de financement des besoins de l'activité économique en raison des rôles essentiels qu'elle remplit dans ce processus. Dans ce processus de financement, la banque intervient soit directement ou indirectement (finance directe et finance indirecte).

1-1- Les deux processus de financement d'une économie

Les agents à besoin de financement s'adressent aux agents à capacité de financement afin d'emprunter leur excédent de revenu selon deux modalités :

1-1-1- La finance directe

Appelée également finance des intermédiaire ou économie de marché de capitaux. Avec la finance directe, les agents à besoin et capacité de financement entrent directement en relation en se présentant sur des marchés dits marchés de capitaux. Les agents à besoin de financement émettent des titres (de type actions, obligations, TCN) qui sont souscrits (achetés) par les agents à capacité de financement. Ceci revient pour les agents à capacité de financement à prêter et pour les agents à besoin de financement à emprunter. Les deux parties concluent un contrat sur les marchés des capitaux, ce qui signifie qu'ils se sont mis d'accord sur un montant, une date de remboursement, un prix et un taux d'intérêt.

1-1-2- La finance indirecte

Avec la finance indirecte, un intermédiaire financier vient s'intercaler entre les agents à capacité et à besoin de financement. Cet intermédiaire financier emprunte aux agents à capacité de financement leur épargne en leur proposant des contrats de type contrat de dépôts, ce faisant l'intermédiaire collecte des capitaux. Puis, il va prêter les capitaux ainsi collectés

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

aux agents à besoin de financement en leur proposant des contrats de crédit. Ainsi, il n'y a plus de face à face entre prêteurs et emprunteurs.¹²

L'allocation des ressources financières transit par des organisations que l'on appelle intermédiaires financiers, d'où l'appellation d'économie d'endettement, les projets d'investissements étant financés par des crédits bancaires.

1-2- L'intermédiaire financière, fournisseur de liquidité

Les contrats de dépôt, comme ceux de crédit, procurent au client une assurance de liquidité. Le dépôt en banque est un actif parfaitement liquide. Divisible en unités de faible montant, il est accepté par tous comme moyen de paiement. La banque associe généralement au contrat de dépôt des modes de transfert avec la mise au point d'instruments de paiements traditionnels comme le chèque ou le virement ou, encore plus modernes, avec les cartes de paiements.

Des systèmes de compensation assurent de surcroît la convertibilité des dépôts bancaires. Enfin la valeur nominale d'un dépôt est fixe, non sujette à des pertes en capital. Le principal risque encouru par le déposant est la faillite de la banque. Cependant, le dépôt bancaire peut être considéré comme un actif moins risqué que les titres émis par les emprunteurs privés, en raison de la surveillance de la sécurité du système bancaire par les pouvoirs publics.¹³

1-3- L'intermédiaire financier et l'asymétrie de l'information

L'asymétrie d'information sur les marchés des capitaux est également la raison de l'existence d'intermédiaires financiers et de la théorie dite « Agence » qui explique le comportement des prêteurs et des emprunteurs dans un tel contexte. En confiant la gestion de ses intérêts à un tiers dénommé agent, qui détient les informations et le savoir-faire, le montant réduit les coûts qu'il devrait engager s'il prenait lui-même les décisions.

Aussi, il découle de cette triple augmentation que c'est l'imperfection des marchés qui explique la raison d'être des intermédiaires financiers et la spécificité de l'un d'eux, la banque

¹²COUSSERGUES Sylvie, *gestion de la banque, 4ème édition Dunod, Paris 2005, p 02*

¹³COUSSERGUES Sylvie, *gestion de la banque, 4ème édition Dunod, Paris 2005, p 05.*

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

qui, dans la nouvelle théorie de l'intermédiation financière réduit les coûts et l'incapacité en transformation des informations et des risques en liquidité.¹⁴

1-4- Les autres fonctions de l'intermédiaire financier

Dans les économies modernes, l'intermédiaire financier remplit également d'autres fonctions découlant de sa fonction principale. Et, outre la gestion de moyen de paiement déjà évoquée, on citera :¹⁵

1-4-1- Les activités de marché

Sur les différents marchés de capitaux, y compris le marché des changes, les banques interviennent pour leur propre compte afin :

- D'équilibrer leur trésorerie.
- De limiter leurs risques.
- De gérer leur portefeuille de valeurs mobilières

1-4-2- Les prestataires de services

La prestation de services s'est développée dans la banque d'une part parce que les productions jointes sont courantes, mais aussi parce que la clientèle apprécie de s'adresser à un seul prestataire pour tout un ensemble de services. Les prestations de services comportent une large gamme de produits destinée aux particuliers, comme aux entreprises : location de coffres forts, conservations et gestion des valeurs mobilières, ingénierie financière, etc.

2- L'activité d'intermédiation de bilan des banques

L'activité d'intermédiation de bilan est appelée aussi intermédiation financière traditionnelle. Dans cette forme, l'activité bancaire peut s'analyser en deux fonctions principales : La distribution de crédit, la réception des dépôts du public et la gestion des moyens de paiement.

2-1- La distribution de crédit

La distribution de crédit présente la principale activité de la banque, les fonds recueillis par la banque, de ses clients déposants constituent des ressources importantes qui ne doivent pas rester immobilisées dans ses caisses.

¹⁴ BRAHIMI Thiziri et BOUMGHAR Lynda, *l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : Cas de la BEA (agence « 034 » de Tizi-Ouzou) », mémoire de Master, université de Tizi-Ouzou, 2015-2016, P25*

¹⁵ *Ibid.*

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

La loi lui permet de les utiliser, sous son entière responsabilité pour accorder des crédits aux agents économiques digne des confiances qui ont besoin des capitaux pour investir, produire et consommer.¹⁶

Il existe une multitude de crédits : plutôt que de chercher à en faire un recensement exhaustif, on peut distinguer trois critères qui permettent de les différencier :¹⁷

2-1-1- La différenciation des crédits selon la durée

Cette classification conduit à distinguer le court terme (moins de deux ans), le moyen terme (deux à sept ans) et le long terme (plus de 7ans).

En fait, cette classification est très formelle et dans une certaine mesure artificielle. Ainsi les banques consentent parfois des crédits spots, c'est -à- dire, à très court terme (un à trois mois), mais renouvelables, la plus part des entreprises sont financées par des crédits à très court terme constamment renouvelés et qui de fait constituent financement permanent à long terme.

2-1-2- La différenciation des crédits selon la fonction ou l'objet

Au niveau des entreprises, on peut distinguer :

- La « capacité de caisse », c'est-à-dire l'avance temporaire correspondant à un besoin momentané de trésorerie.

- Le crédit de compagnie qui correspond souvent à une avance sur recettes et qui vise notamment dans les entreprises ayant une activité saisonnière à financer le cycle d'exploitation dans l'attente de la réalisation des produits.

- Le financement du besoin en fonds de roulement qui correspond au besoin issu de l'exploitation. C'est le type même de financement à court terme qui, par le caractère cyclique de l'exploitation, tend à devenir permanent.

- Le financement des exploitations, il devrait logiquement s'inscrire dans le cadre de l'exploitation courante mais il est distingué par les procédures spécifiques qui mettent en œuvre l'équipement, c'est-à-dire l'investissement.

- Le crédit à la consommation (automobiles, électroménager), est plus le fait de certains établissements financiers spécialisés que les banques.

¹⁶Code de la banque et code des assurances, Ed Berti 2003, P27.

¹⁷ Claude Simon, « Les Banques », Edition la découverte, 1994, p 45-46

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

2-1-3- La différenciation des crédits selon la forme

Les formes utilisées sont multiples, nous pouvons distinguer essentiellement les suivantes :

2-1-3-1- Le prêt simple : C'est un crédit par lequel le banquier vire une somme donnée au compte de son client, on l'appelle parfois crédits de trésorerie. Il donne généralement lieu à un contrat ou plus simplement à un ou des billets souscrits par le bénéficiaire à l'ordre de son banquier.

2-1-3-2- Le découvert bancaire(ou avance en compte débiteur) : Il permet au bénéficiaire d'effectuer des règlements alors que son compte est débiteur. Cette procédure permet d'adapter exactement le crédit aux besoins tant dans le montant que dans la durée, mais il est coûteux pour l'utilisateur notamment en raison de la pratique dite « des jours de valeur ». Selon ce système, les intérêts ne sont pas calculés sur le solde réel du compte mais sur un solde calculé en fonction de décalages des opérations .Ainsi, les encaissements sont considérés comme encaissés plusieurs jours après leur date effective, inversement les retraits sont anticipés. Le solde sur lequel les intérêts sont calculés est donc toujours plus défavorable au client de la banque que le solde réel.

2-1-3-3- L'escompte commercial : Il constitue encore la forme la plus importante de crédits aux entreprises. L'entreprise tire une traite sur son client pour matérialiser le crédit qu'elle lui accorde puis remet cette traite au banquier qui avance les fonds correspondants pour l'utilisateur.

2-1-3-4- Le crédit de mobilisation des créances commerciales (CMCC) : C'est un substitut de l'escompte, comme lui, il a pour objet le financement du crédit interentreprises, mais il est global et se concrétise par des billets souscrits par l'entreprise au profit de son banquier. Les banques réservent cette procédure aux grandes entreprises et ne l'accordent que rarement aux PME envers les quelles leur confiance est généralement limitée.

2-1-3-5- L'affacturage (ou factoring) : C'est également un substitut de l'escompte, il consiste pour l'entreprise à « vendre » les factures qu'elle a émises et qui sont donc représentatives de titres de créances à une banque ou à un établissement financier spécialisé appelé factor.

2-1-3-6- Le crédit-bail (Leasing) : C'est une procédure de financement des investissements par lequel une banque, ou un établissement financier spécialisé, acquiert un bien (mobilier ou immobilier) pour le louer à une entreprise (ou un particulier), cette dernière

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

ayant la facilité de le racheter en fin de contrat à un prix convenu (valeur résiduelle). Le loyer incorpore donc deux éléments : un intérêt et une dépréciation du bien, en cas de difficultés, le bailleur conserve le droit de reprendre les biens (machines), dont il est effectivement propriétaire.

2-1-3-7- L'engagement par signature : la banque peut également intervenir non pas en prêtant directement, mais en accordant sa garantie. Tel est le cas notamment des obligations cautionnées selon lesquelles les entreprises peuvent obtenir un délai pour le règlement de TVA, moyennant la caution d'une banque.

2-2-La réception des dépôts publics (la collecte des ressources)

A partir d'un réseau d'agence, la banque collecte des ressources sous forme de dépôts à vue et d'épargne auprès d'une clientèle composée essentiellement de particuliers et d'entreprises. Ils constituent donc des fonds recueillis auprès des tiers, constituant ainsi des ressources avec lesquelles elle travaille, mais avec l'obligation de les restituer. Ces ressources sont réparties suivant leur durée de disponibilité au niveau des caisses de distincts. Selon leur rémunération ou non, on distingue :¹⁸

2-2-1- Les ressources rémunérées

Les ressources rémunérées sont subdivisées en deux types :

2-2-1-1- Ressources rémunérées « à vue »

Ces ressources ont la particularité d'être montant total de ce genre de ressources détenu par une agence bancaire. Les dépôts à vue constituent une ressource à faible cout pour la banque, ils peuvent faire l'objet de retrait à tout moment.

2-2-1-2- Les ressources rémunérées « à terme »

C'est les ressources qui restent disponibles pour l'agence bancaire pendant la durée standard dont le client s'est engagé. Cette épargne coute plus cher mais en contrepartie sa durée de préservation est plus longue. Cependant, ils arrivent que les clients fassent des retraits anticipés mais en contrepartie le banquier rémunère le client avec des taux plus bas que prévu.

¹⁸ ROUACH M. et NAULLEAU G. (1998), « Le contrôle de gestion bancaire et financier », 3^{ème} Edition Banque Editeur, Paris, p 227.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

2-2-2- Les ressources non rémunérées

C'est ressources qui ont la particularité de ne pas être rémunérée par la banque, sont généralement les dépôts à vue ouvert à une catégorie de clientèle bien précise, on y trouve les comptes courants commerciaux qui sont ouverts aux personnes physiques ou morales qui exercent une activité commerciales ; les comptes chèques ouverts aux salariés, professions libérales et aux particuliers et les comptes de succession. Lors du décès d'un déposant, le montant reste au niveau des encaisses jusqu'à ce qu'une décision de justice permettra aux héritiers de retirer le montant.

2-3- La mise à la disposition des moyens de paiement et leur gestion

La gestion des moyens de paiement consiste pour les banques à assurer les services qui sont la conséquence naturelle de la création de la monnaie et qui constituent pour la clientèle la contrepartie de la mise à la disposition des banques des dépôts non rémunère.

Ainsi, afin de facilité les transactions, les banques mettent à la disposition de leurs clientèles de différents moyens de paiements.

2-3-1- Les principaux instruments de paiement

La gestion des moyens de paiement engendre des couts pour la banque, mais leur étude peut également faire référence à d'autres critères comme la sécurité ou l'efficacité.

2-3-1-1- Le chèque

Le chèque est un instrument utilisé à l'initiative du débiteur. Le chèque est défini comme un écrit par lequel le titulaire du compte donne ordre à la banque de payer une somme à un bénéficiaire désigné. Il est remis par le tireur au bénéficiaire désigné qui charge alors sa banque de le présenter à l'encaissement auprès de la banque tirée.

2-3-1-2- Le virement

C'est l'ordre, remis directement à la banque par le titulaire d'un compte, de débiter son compte pour créditer un autre compte, soit dans le même établissement, soit dans un établissement différent. Il appartient au donneur d'ordre d'indiquer les références des comptes débités et crédités.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

2-3-1-3- L'avis de prélèvement automatique

L'avis de prélèvement automatique autorise un créancier à faire débiter le compte de son client à son profit. L'avis de prélèvement suppose qu'il y a un double mandat : le premier, donné par le débiteur à son créancier l'autorisant à transmettre à la banque à exécuter tout ordre de virement donné par le créancier désigné.

2-3-1-4- Le titre interbancaire de paiement

Le débiteur peut manifester une certaine réticence à voir son compte débité automatiquement dans le cadre d'un avis de prélèvement. Le titre interbancaire de paiement est la généralisation d'un procédé de paiement qui donne le contrôle du paiement au débiteur. Il est un document annexé à la facture, sur lequel sont reportés tous les renseignements bancaires nécessaires, signé par le débiteur et renvoyé au créancier qui procédera alors à l'encaissement.¹⁹

En résumé, la banque est considérée comme un intermédiaire de bilan par deux principales fonctions : la distribution de crédit, la réception des fonds du public et la gestion des moyens de paiement.

Ainsi, nous pouvons dire que l'intermédiation financière trouve sa raison d'être grâce aux imperfections des marchés financiers notamment, des coûts de transactions élevés et l'asymétrie de l'information et l'impossibilité de produire des actifs qui peuvent servir de moyens de paiements pour renforcer la liquidité.

¹⁹ DESCAMPS Christian et SOICHOT Jacques, « Economie et gestion de la banque », Edition EMS 2002, P76

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

Section 3 : L'adoption des TIC par les banques

Les vagues d'innovations qui se sont succédées durant les dernières décennies dans le domaine des technologies de l'information et de la communication ont profondément modifié la nature des services bancaires et financiers. Ces technologies, entendues comme un large ensemble regroupant l'utilisation de bases de données de plus en plus riches, de moyens de transmission et de paiement électroniques, de centres d'appels téléphoniques, d'équipements en informatique et téléphonie mobile et surtout de réseaux de télécommunications ouverts, ont renouvelé la relation entre les banques et leurs clients ainsi que les prestations financières et les métiers bancaires.

1- Définition des TIC

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) connaissent aujourd'hui un développement accéléré dans la production comme dans les services. Outre les nouvelles activités dont elles sont porteuses, les TIC constituent un facteur d'évolution des rapports sociaux, des emplois et des métiers.

Selon l'UNESCO (Organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture) Les technologies de l'information et de la communication représente un ensemble d'outils et de ressources technologiques permettant de transmettre, enregistrer, créer, partager ou échanger des informations, notamment les ordinateurs, l'internet (sites Web, blogs et messagerie électronique), les technologies et appareils de diffusion en direct (radio, télévision et diffusion sur l'internet) et en différé (podcast, lecteurs audio et vidéo et supports d'enregistrement) et la téléphonie (fixe ou mobile, satellite, visioconférence, etc.).²⁰

2- Evolution des produits et services grâce aux TIC

Au cours des 40 dernières années, les TIC ont amené des changements profonds touchant autant les individus, les organisations ainsi que la société en général. On peut avoir l'effet des TIC dans l'accélération de la globalisation des marchés, dans la transformation, dans l'émergence de nouvelles sources d'information et d'influence. On peut observer trois éléments fondamentaux derrière ces changements : l'espace, le temps et la dématérialisation.

²⁰<http://uis.unesco.org/fr/glossary-term/technologies-de-linformation-et-de-la-communication-tic> consulté le 05/10/2021.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

2-1-Le rapport à l'espace : les TIC ont largement contribué à modifier la notion d'espace et de distance. Déjà en 1997, on annonçait la mort de la distance, qui n'est plus une contrainte forte dans la conduite des affaires.

2-2-Le rapport au temps : Les TIC ont également transformé nos rapports au temps. Les TIC permettent aux organismes de fonctionner en mode continu, 24h/24 7j/7.

2-3-La dématérialisation des produits et services : Les TIC ont révolutionné la nature des produits et services consommés. D'une part, les produits physiques incorporent maintenant des fonctions de services à l'intérieur même des produits.²¹

3- L'adoption des nouvelles technologies par les banques

L'information bancaire continue et devient de plus en plus perfectionnée. Dans un premier temps, le recours aux nouvelles technologies était destiné au remplacement de tâches répétitives, mais désormais il concerne des activités plus complexes.

Les outils informatiques qui sont à notre disposition sont capables de concevoir une analyse très fine de la clientèle à partir de bases de données, c'est ce qu'on appelle le « data mining ». Le profil des clients, leurs caractéristiques et comportements, ainsi que l'évolution de leurs besoins, peuvent être retranscrits grâce à ces nouveaux outils.

3-1- La monnaie électronique

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

Ou encore, l'ensemble des technologies, procédés et équipements permettant une électronique de transferts de fonds et l'information de la clientèle sur ses comptes.

Les cartes ne sont donc qu'une manifestation du processus monétique et ne lui sont associables que par leur lien, direct ou non, avec la monnaie scripturale, nous pouvons distinguer deux types de cartes ; carte bancaire et carte à puce, celles-ci pouvant être utilisées grâce audistributeur de billets et les terminaux de paiement automatique.

²¹LAZREG Mohammed, *les impacts des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur la performance des banques algériennes*, revue des sciences économiques de gestion et des affaires, n°18, année 2017, p61.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

3-1-1- La carte bancaire

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

3-1-2- Les cartes à puce

La nouvelle génération de cartes est souvent appelée carte à mémoire, carte à puce ou carte à microprocesseur. L'utilisation de ces dénominations n'est pas réellement indifférente.

La première, carte à mémoire est souvent impropre : toute carte, perforée ou à puces magnétiques, peut constituer un outil de stockage de l'information. Brevetée dès la fin des années 60, les cartes à puce séduisent le secteur bancaire à travers le monde. En 1996, le portefeuille électronique PROTON fait son apparition en Belgique. Il est intégré directement à la carte de débit depuis 1998.

Nous pouvons distinguer trois types de cartes à puce : la carte à mémoire simple ou carte « porte-jetons », la carte à logique câblée, la carte à microcalculateur.

Les principaux avantages de la carte à puce portent sur la sécurité. En effet :

- La contrefaçon et la falsification des cartes sont impossibles actuellement.
- Le contrôle du code confidentiel du porteur lors des opérations de paiement est rendu plus faible grâce à la mémoire inaccessible qui détient les clés de la carte.
- Les moyens de lutte contre les abus sont renforcés par des dispositifs de contrôle de la fréquence et de l'intensité des utilisations en paiement.²²

3-1-3- Les DAB/GAB

Le guichet automatique bancaire est un appareil électronique et électromécanique permettant aux clients d'effectuer différentes transactions bancaire en libre-service. Différents modèles de GAB permettant de faire des retraits, acceptent des dépôts en liquide ou par chèque, ordonnant des transferts de fonds, impriment des mises à jour des carnets, augmentant le montant d'une carte d'appel téléphonique et même, vendent des timbre de poste.

²²BRAHIMI Thiziri, BOUMGHAR Lynda, *l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : Cas de la BEA agence « 034 » de Tizi-Ouzou*, université Mouloud MAMMERI, Tizi-ouzou, 2016, P40,41,42.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

Le GAB est une extension de distributeur automatique de billets DAB, qui est un GAB simplifié ne permettant que les retraits.

Le GAB permettant d'identification sécurisée des porteurs de cartes grâce au numéro d'identification personnel (NIP). Dans la plupart des GAB modernes, le client insère une carte en plastique munie d'une bande magnétique ou d'une puce contenant les données nécessaires à l'identification du client. Pour demander l'accès à ses compte, le client saisit un code de quatre à quinze chiffres.

Si le code est saisi de façon incorrecte plusieurs fois de suite, la plupart des GAB retiennent la carte dans le but d'éviter des fraudes.

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

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

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

- Pallier la durée réduite d'ouverture des agences.
- Diminuer les couts de transaction.
- Offrir aux clients de nouveaux services en leur évitant de se déplacer vers leurs agences domiciliaires.
- Mieux à informer le client de l'état de son compte.²³

3-1-4- Les TPE

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

²³BRAHIMI Thiziri, BOUMGHAR Lynda, *l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : Cas de la BEA agence « 034 » de Tizi-Ouzou, université Mouloud MAMMERI, Tizi-ouzou, 2016, P43,44.*

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

Le TPE offre plusieurs services à savoir :

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

Le TPE peut être :

- En ligne (online): Dans ce cas, l'appareil est connecté à un centre serveur à chaque utilisation de la carte. Il offre une plus grande sécurité en permettant à l'émetteur de la carte de contrôler préalablement chaque transaction.
- Hors ligne (offline): Les contrôles sont gérés par l'appareil lui-même avant de valider une transaction.
- Semi online: L'appareil gère les paramètres lui permettant de traiter une transaction en fonction du montant, de valider la transaction ou demander sa validation en se connectant au centre serveur.²⁴

3-2- L'adoption d'Internet par les banques

Les technologies de l'information et de la communication prises en compte font référence à Internet, mais également à toutes les TIC électroniques qui permettent d'effectuer des prestations de banque à distance : Minitel, téléphone, guichet automatique bancaire... C'est la composante «média électronique» qui confère à ces technologies des propriétés spécifiques en termes de rapidité, de possibilité de stockage, de numérisation et de traitement, autant de propriétés qui permettent de qualifier de «nouvelles» ces technologies, même si elles ne sont pas récentes. Les banques concernées avaient, a priori, en commun d'avoir un réseau d'agences et de mettre à la disposition de leur clientèle des outils de banque à distance ou banque à domicile (home banking). Depuis peu, sont apparues également des banques sans guichet (e-bank).

Internet marque une étape particulière dans l'évolution des prestations de banque à distance. En effet, c'est avec Internet que sont apparues les banques à réseau sans guichet, qui

²⁴BRAHIMI Thiziri, BOUMGHAR Lynda, *l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : Cas de la BEA agence « 034 » de Tizi-Ouzou*, université Mouloud MAMMERI, Tizi-ouzou, 2016, P44,45.

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

ont, par contrecoup, incité les banques plus traditionnelles à étudier les avantages d'Internet notamment afin de renforcer leur compétitivité face à ces spécialistes de la banque à distance.

Or, Internet est accessible à une vaste clientèle, avec un coût d'équipement très abordable, une facilité d'utilisation, une multiplication des possibilités d'accès (téléphone, câble, Webphone...), ainsi qu'une forte standardisation des technologies de l'Internet offrant un cadre d'utilisation international. Même si le nombre d'internautes peut paraître modeste, ce nombre connaît une croissance exponentielle et donc représente pour les banques un marché devenu incontournable.²⁵

En 1999, on comptait en France une centaine de sites bancaires. La plupart des sites étaient le plus souvent, au départ, des sites « institutionnels », assurant uniquement la promotion de l'établissement et de ses services. Ils migrent vers des sites « interactifs », plus élaborés, permettant de réaliser des opérations en ligne de banque à distance. Mais plus encore, il semble qu'au-delà des services traditionnels de banque à distance : consultation de comptes, encours, carte bancaire, virements, commandes de chéquiers, oppositions..., Internet a conduit à une nouvelle approche des services bancaires dans leur ensemble. C'est donc à la fois l'existence d'opportunités technologiques (Internet), la volonté de satisfaire leurs clients par des services innovants, ainsi que la contrainte concurrentielle, qui ont conduit les banques à mettre à disposition de leur client des services sur Internet. Dans le domaine des services et en particulier dans ceux qui sont liés aux technologies émergentes, la naissance des usages s'élabore progressivement.

Dans le cas des banques traditionnelles qui ont mis en place des services Internet, ces derniers sont venus se greffer parmi les diverses possibilités de prestations bancaires. Certains de ces services de banque à domicile ont été mis en place dès la fin des années 80 et leur usage a déjà atteint une certaine maturité : Minitel, services téléphoniques et de télécopies (compte bancaire en ligne, opposition...), guichet automatique bancaire (retrait, remises de chèques, virement...).

D'autres sont plus récents et moins développés : achats de titres, octroi de prêt... Ainsi, c'est via ces multiples canaux d'accès que les clients ont recours aux différents services bancaires à distance.

²⁵Bernard MICHEL, *banque et nouvelles technologies, horizons bancaires n°316, février 2003, p21-22.*

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

Ces outils ont permis au client d'effectuer de plus en plus d'opérations qui devaient auparavant s'effectuer à l'agence, qu'il s'agisse d'opérations transactionnelles qui interviennent directement sur le processus de production du service ou bien de consultation d'informations ou de communication interpersonnelle à distance.²⁶

4- Les TIC, un avantage pour les banques

L'utilisation des nouvelles technologies offrent aux entreprises de services, toutes sortes de services en leur permettant d'améliorer de leur position concurrentielle sur le marché, ceci inclut :

- La création de services nouveaux ou améliorés stimulés à la fois par les progrès des ordinateurs et des télécommunications. Le domaine des services accessibles à distance et des services basés sur l'informatique s'étend rapidement.
- Les opérations bancaires et certains types de services dans le commerce du détail sont transformés par les télécommunications et les autoroutes de l'information, bientôt il sera difficile pour beaucoup de personnes d'imaginer comment serait leur vie sans e-mail ou sans l'éventail croissant de services offerts par le web.
- Davantage implication des clients dans des opérations de self-services. Les services des distributeurs automatiques dans les banques, par exemple, sont souvent disponibles 24h /24h, dans les endroits où le service serait irréalisable d'une autre façon.
- La création de fichiers clients centralisés, rendus possible grâce à des systèmes de dossiers informatisés et accessibles sur appel téléphonique gratuit. Ces fichiers peuvent permettre aux unités opérationnelles de services présentes sur des sites multiples de maintenir des niveaux de services élevés pour fournir de l'information, prendre des réservations et gérer les problèmes et réclamations.
- L'enregistrement de l'information du client de la banque dans des bases de données facilement accessibles, cette stratégie offre plusieurs avantages majeurs. La croissance du comportement habituel des clients peut suggérer de nouvelles façons de les regrouper dans des segments de marché, aider à améliorer les décisions concernant la fixation des prix et mieux cibler les offres de vente et de publicité.²⁷

²⁶*Ibid.*

²⁷ BRAHIMI Thiziri, BOUMGHAR Lynda, *l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : Cas de la BEA (agence « 034 » de Tizi-Ouzou), université Mouloud MAMMERI, Tizi-ouzou, 2016, P32-33.*

Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire

Enfin ces technologies, entendues comme un large ensemble regroupant l'utilisation de bases de données de plus en plus riches, de moyens de transmission et de paiement électroniques, de centres d'appels téléphoniques, d'équipements en informatique et téléphonie mobile et surtout de réseaux de télécommunications ouverts, ont renouvelé la relation entre les banques et leurs clients ainsi que les prestations financières et les métiers bancaires.

Conclusion

Au terme de ce chapitre, nous avons pu mettre l'accent sur l'importance de la banque dans le financement de l'économie et les précédents développements nous ont permis de relever que l'activité bancaire présente des caractéristiques propres.

Durant ces dernières décennies, un certain nombre d'innovations et de révolutions technologiques est intervenue dans le secteur bancaire. Les banques, pour qu'elles puissent être concurrentielles sur le marché, ont intégré ce facteur dans leurs activités afin d'en bénéficier des opportunités et des avantages qui leurs sont offerts.

La révolution technologique en matière de l'information et de la communication a permis de nouvelles formes de distribution de services bancaires et a poussé les établissements financiers à une stratégie de distribution multicanal. Les nouvelles technologies de transmission de données et les progrès en informatique sont à la base de l'amélioration des procédures de paiement et la modernisation de l'activité bancaire.

Chapitre II :

*Emergence de m-banking
dans le monde*

Introduction

Le développement de l'Internet, avec la généralisation du haut débit et des réseaux interactifs, a modifié les relations entre la banque et ses clients et les autres acteurs du marché. La révolution technologique en matière d'information et de communication a profondément bouleversé le monde bancaire. Il a entraîné l'apparition de la banque à distance et a poussé les banques à la multi-canalisation de la distribution de leurs services.

Le concept englobe le m-banking qui consiste en la possibilité de consulter ses comptes et procéder à des transactions via un téléphone portable, une tablette numérique ou un Smartphone. Il s'agit d'une mise en relation technique, à distance et sans fil, d'une institution financière avec ses clients.

Cette solution a été pensée pour faciliter les échanges communicationnels et les transactions financières entre la banque et ses usagers. Elle permet notamment à ces derniers de consulter leurs comptes bancaires en ligne et d'y effectuer des opérations habituelles telles que les transferts ou les virements.

Le m-banking a contribué grandement à l'instauration et à l'automatisation des services financiers et à l'augmentation du volume des transactions en ligne.

Nous étudions dans ce chapitre l'émergence du m-banking dans le secteur bancaire. Ce chapitre est composé de trois sections. La première section met en relief le fondement théorique du m-banking, la seconde traite son fonctionnement et la troisième section est réservée à l'évolution du m-banking dans le monde.

Section 1 : Fondement théorique du m-banking

L'évolution de la téléphonie mobile et la révolution technologique en matière d'information et de communication ont profondément bouleversé le monde bancaire. Ils ont entraîné l'apparition du m-banking qui a contribué grandement à l'automatisation des services financiers, à l'augmentation du volume des transactions en ligne et à la diminution du taux des non-bancarisés.

Dans cette section qui s'intéresse sur le fondement théorique du m-banking nous allons aborder successivement dans un premier temps la définition du m-banking ensuite son évolution historique à travers l'essor de la téléphonie mobile et le faible taux de bancarisation.

1- Définition du m-banking

Selon Estelle Brack¹, le Mobile banking peut être défini au sens strict et au sens large :

- Au sens strict, le Mobile banking désigne les services financiers par téléphone portable, offerts par les banques. Il s'agit principalement dans ce cas de services de consultation de solde, de paiement de factures et de transfert d'argent.
- Au sens large, le concept Mobile banking s'étend à l'ensemble des services financiers pouvant être offerts avec ou sans compte bancaire, via mobile, par tout établissement agréé à cet effet.

Par contre pour Pousttchi et Schurig², le mobile banking est défini comme une « sorte d'exécution des services financiers au cours de laquelle, le client utilise des techniques de communication mobiles en conjonction avec des appareils mobiles ».

Donc le mobile banking regroupe toutes les techniques permettant de réaliser des opérations bancaires à partir du support « téléphone portable », « tablette » ou « Smartphone ».

¹ ESTELLE BRACK, *innovation et bancarisation étude de cas : mobile banking*, Africa Banking Forum, Abidjan, mai 2013, p06.

²Pousttchi K, Schurig M, *assessment of Today's Mobile Banking Applications from the View of Customer Requirements*, copyright 2004 IEEE, 2004, Hawaii, p02.

2- Historique du m-banking

La croissance fulgurante du téléphone portable et le faible taux de bancarisation sont l'essence du « m-banking », ce sont ses deux facteurs qui ont poussé les banques à introduire ce service au sein de leur activité. D'un côté la téléphonie mobile a eu une croissance fulgurante durant ses dernières années, à l'aide du Smartphone plusieurs opérations peuvent être effectuées, d'un autre côté le taux de bancarisation des populations étant bas, y compris celles habitant les zones rurales, les services bancaires sont devenues accessibles sur téléphone mobile, la contrainte de localisation géographique et de temps n'existe plus.

2-1- L'essor de la téléphonie mobile

Quand on parle de m-banking, on parle non seulement des services financiers mais aussi du téléphone portable qui est à la base du M-banking.

2-1-1-L'évolution de la téléphonie mobile

Le téléphone portable a subi de nombreux changements d'aspect et de caractéristiques depuis sa première commercialisation à partir de 1985, jusqu'à nos jours. La croissance de la demande ainsi que le désir de s'accaparer le marché mondial en satisfaisant la clientèle ont poussé les constructeurs mobiles à faire évoluer leurs produits au fil du temps.

Au départ, le téléphone portable n'était qu'un simple outil de communication ne servant qu'à appeler et ou à envoyer des messages, pas très esthétique parce qu'il pesait très lourd et était très encombrant et il n'était pas à la portée de tous en raison de son prix exorbitant. Ensuite, avec le temps il était de plus en plus équipé de plusieurs fonctions comme d'un appareil photo, le pouvoir de stocker des fichiers multimédia, le pouvoir de naviguer sur internet et bien plus encore, un moyen de divertissement, mais aussi de moyen de paiement à un point que le téléphone portable est devenu un outil multi-usage et intelligent indispensable à la vie quotidienne des personnes vivant en société.

A vrai dire c'est un outil qui suit l'évolution de la société, adapté à la demande de chacun. Et le plus surprenant, c'est son adoption massive : en moins de dix ans, plus d'un milliard d'individu dans le monde a succombé au téléphone mobile. C'est une réponse à l'exigence de rapidité et de mobilité des sociétés modernes.³ Actuellement, dans le monde, ce

³ RABEHAJA.T, Le mobile banking, mémoire de Master en droit des affaires, université d'Antananarivo, 2015/2016, p 12.

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

sont près de 7,7 milliards d'abonnements mobiles qui étaient souscrits à fin 2017, soit plus de la totalité de la population mondiale selon les estimations de l'International Télécommunication Union.⁴

2-1-2- Les catégories d'usage de la téléphonie mobile pour accéder aux services financiers mobiles

L'usage du téléphone portable pour accéder aux services financiers mobiles se catégorise en deux services distincts mais complémentaires : d'une part le mobile en tant qu'instrument de paiement et d'autre part le mobile pour effectuer des opérations bancaires.

2-1-2-1- L'utilisation du mobile comme instrument de paiement

Le mobile est en quelque sorte un porte-monnaie électronique, où est stockée l'équivalent de l'argent liquide de l'utilisateur en monnaie électronique, qu'il peut s'en servir pour effectuer des paiements à une entreprise commerciale ou transférer à un autre utilisateur.

Ce service est connu sous le terme de « m-paiement » ou « mobile money », c'est le fait d'effectuer des paiements à partir d'un téléphone portable mais dans une conception large il inclut aussi le transfert d'argent d'une personne à une autre personne par l'usage du mobile.⁵

Cet organe de régulation chargé de promouvoir la monétique par la généralisation de l'usage des moyens de paiement électronique. Les paiements mobiles sont des transactions effectuées depuis un téléphone mobile et débitées sur carte interbancaire (CIB).

Ce nouveau moyen qui monte en puissance partout dans le monde, peut être mis en place sans formalités complexes et permet notamment d'éviter pour les consommateurs de se déplacer avec des sommes d'argent liquide pour régler leurs achats.

Pour les commerçants, il permet d'utiliser le téléphone mobile à la place des terminaux de paiement électronique (TPE) classiques, ce qui diversifiera les instruments de paiement mis à la disposition des clients dans les espaces commerciaux.⁶

⁴<https://www.journaldunet.com/ebusiness/internet-mobile/1009553-monde-le-nombre-d-abonnes-au-telephone-mobile/> consulté le 20/09/2021

⁵www.blogs.worldbank.org/psd/e-money-mobile-money-mobile-banking-what-s-the-difference consulté le 20/09/2021

⁶<https://www.algerie-eco.com/2020/04/11/m-paiement-le-lancement-du-projet-est-prevu-avant-la-fin-de-lannee/> consulté le 20/09/2021

2-1-2-2- L'utilisation du mobile dans les services bancaires

Le mobile pour effectuer des services bancaires est connu sous le nom de « m-banking », signifie littéralement banque mobile, c'est un service de gestion et de consultation de compte bancaire à distance. Ainsi le client de la banque n'est pas obligé de se rendre auprès d'une agence bancaire, où la file d'attente est souvent longue et épuisante pour consulter son solde ou même effectuer des transactions, il peut le faire désormais depuis son téléphone mobile peu importe l'endroit où il se trouve. En effet, le « m-banking » fait référence aux services bancaires accessibles numériquement à distance par l'utilisation d'un mobile.⁷

Il faut distinguer deux modèles du m-banking :⁸

- le modèle additif (le téléphone portable est un plus pour des clients disposant déjà d'un compte en banque)
- le modèle transformatif (le produit cible les personnes qui n'ont pas de compte en banque)

Enfin l'avancée du téléphone portable a été associée à l'émergence des FinTech suite aux événements de la crise financière de 2008. En effet, ces événements ont obligé les institutions financières à améliorer drastiquement le taux de financement mais aussi d'augmenter leurs revenus en baissant les coûts, la solution digitale était alors la meilleure solution en vue de croître la rapidité des fonctions et l'attraction des consommateurs. Ce qui a provoqué l'avènement des technologies financières (ou fintechs) qui ont permis d'élargir et d'améliorer l'accès aux services financiers par l'utilisation du M-banking.⁹

2-2- Le Faible taux de bancarisation dans le monde

Avant même de déterminer ce que c'est le faible taux de bancarisation il est important en premier lieu de définir la bancarisation. C'est l'influence plus ou moins importante de l'institution bancaire sur une population donnée. Elle traduit l'idée du nombre de personnes ayant accès aux services bancaires et se mesure à l'aide d'un taux appelé taux de bancarisation.

⁷<http://www.revue-banque.fr/risques-reglementations/article/quelle-place-pour-mobile-money-dans-systeme-moneta> consulté le 22/09/2021

⁸<http://www.prestadesk.com/moneytransfer/index.php/qui-sommes-nous/comprendre-le-mobile-banking> consulté le 22/09/2021

⁹ RAKOTOVAO A, «Enjeux du mobile banking, un instrument d'inclusion financière sur l'épargne», Mémoire de fin d'études pour l'obtention du Diplôme de Licence en Economie, Université d'Antananarivo, 2017/2018, P 07.

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

La non-bancarisation est une situation où des consommateurs potentiels n'ont pas accès aux services financiers de base, tels que le compte bancaire, le compte chèque ou le compte épargne et ne peuvent pas corrélativement accéder à un crédit de taux normal.

2-2-1- Les facteurs liés au faible taux de bancarisation

Les facteurs de non bancarisation peuvent s'analyser du côté de l'offre et du côté de la demande :¹⁰

2-2-1-1- Du côté de l'offre des services bancaires

D'abord, à cause de l'éloignement géographique, les réseaux de la banque ne suffisent pas à couvrir l'ensemble d'un territoire laissant une partie d'emblée exclue. En général, les institutions bancaires sont implantées dans les zones urbaines, et les zones rurales ne sont pas desservies. Les personnes vivant dans cette zone sont alors exclues du secteur bancaire. Les raisons pour lesquelles les banques délaissent cette partie du territoire sont : les coûts de la création d'agence sont trop élevés, l'emploi des banquiers également, le transport d'argent ne serait pas du tout possible et surtout leurs implantations ne seront pas rentables à cause de la méconnaissance de la population ciblée de ce que c'est l'opération bancaire.

Ensuite, les banques ont tendance à séduire les clients potentiels, c'est-à-dire ceux qui sont riches avec des revenus importants, délaissant les personnes à faible revenu. Se souciant de la prospérité de leur entreprise avant tout, les marketings ciblent surtout les personnes aisées, ceux qui ont un rang social plus élevé que les autres. C'est ce qu'on appelle le ciblage discriminatoire.

Enfin, parfois l'offre de la banque ne sont pas adaptées à la demande de la population, ni à la situation économique d'un pays. Le coût des opérations bancaires est trop élevé et n'attirent pas les personnes à faible revenu.

2-2-1-2- Du côté de la demande des services bancaires

La demande émane de la population, des clients potentiels et du réseau bancaire. Premièrement, à cause du manque d'éducation financière, les gens ne voient pas l'intérêt à confier leur revenu à des inconnus, de peur de se faire voler. Ils préfèrent alors cacher leur argent sous les matelas ou les faire fructifier de façon informelle, via des services financiers

¹⁰ RABEHAJA.T, « LE MOBILE BANKING », mémoire de Master II en Droit des Affaires, Université d'Antananarivo ; 2015/2016, p 18-19

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

non formels. Du fait même de ce manque d'éducation, nombreux sont ceux qui n'osent même pas mettre les pieds dans un établissement bancaire, par peur de se faire humilier, vu que les infrastructures bancaires sont gigantesques et propres, ils croient que ce genre d'endroit ne sont pas fait pour eux. Deuxièmement, pour des raisons personnelles, certaines personnes s'auto-excluent, par méfiance de la banque, se fiant aux préjugés. Et enfin, les conditions pour accéder aux services bancaires sont difficiles, les papiers à fournir sont nombreux, et surtout le prix des services financiers sont décourageants, ouvrir un compte est coûteux, l'entretenir l'est aussi, or le niveau de vie de beaucoup de personnes ne permettrait pas de s'acquitter de ces frais liés à la tenue du compte.

2-2-2- Le rôle du m-banking dans la diminution du taux des populations non bancarisées

L'utilisation du M-banking est en forte croissance depuis sa vulgarisation au sein des opérateurs téléphoniques surtout dans les pays africains où le paiement mobile est une solution vraiment adaptée au marché. Il offre plusieurs services financiers qui sont faciles à utiliser et à accéder, ce qui attire la population pauvre. Le M-banking est un instrument directement utile pour les habitants du fait des multiples avantages qu'il offre et aussi indirectement pour l'Etat du fait qu'il peut aider à l'inclusion financière des agents non bancarisés. Si auparavant, il ne pouvait pas se substituer aux banques traditionnelles, le M-banking est maintenant capable de remplacer une grande partie des opérations bancaires grâce à l'évolution des services offerts. Ainsi, ajouté des multiples avantages qu'il offre par rapport aux banques traditionnelles, il pourrait être plus avantageux d'utiliser le M-banking à la place des banques traditionnelles.¹¹ Selon le nouveau rapport publié par la banque mondiale le 15 avril 2015 : Entre 2011 et 2014, 700 millions de personnes dans le monde ont ouvert un compte auprès d'une banque, d'une institution financière ou d'un prestataire services bancaires par téléphonie mobile, et le nombre de personnes « non bancarisées » a reculé de 20 % à 2 milliards d'adultes.¹²

Enfin, après avoir vu le fondement théorique du m-banking à travers l'essor de la téléphonie mobile et le faible taux de bancarisation, il apparaît important de nous pencher sur le fonctionnement du m-banking.

¹¹ RAKOTOVAO A, « Enjeux du mobile banking, un instrument d'inclusion financière sur l'épargne », *Mémoire de fin d'études pour l'obtention du Diplôme de Licence en Economie, Université d'Antananarivo, 2017/2018, P 08*

¹²<https://www.banquemondiale.org/fr/news/press-release/2015/04/15/massive-drop-in-number-of-unbanked-says-new-report> consulté le 01/10/2021

Section 2 : Fonctionnement du m-banking

Suite au fort développement qu'a connu le marché de la téléphonie mobile ainsi que le développement des solutions de Mobile Banking par de nombreuses organisations, son fonctionnement est en majeure partie à distance. L'idée étant que les utilisateurs puissent gérer leurs opérations en toute autonomie et avec des outils simples d'accès, pratiques, ludiques à l'usage et en toute sécurité.

Afin de mettre en évidence les principales fonctions du m-banking, nous aborderons dans cette section les spécificités du m-banking.

1- Typologie des services m-banking

Le mobile banking, réponse aux attentes des consommateurs est aussi un canal de communication innovant par le biais duquel le client peut interagir avec une banque à travers l'utilisation d'un téléphone mobile. Shaikh et Karjaluo (2015) vont plus loin en considérant le mobile banking comme un produit ou service offert par une banque ou établissement de micro finance permettant d'effectuer des transactions financières et non financières au moyen d'un téléphone mobile, Smartphone ou une tablette. La distinction des différents appareils mobiles utilisables précisés par cette dernière définition est liée à une typologie de services de mobile banking :¹³

1-1- Mobile banking via SMS (Short Message Service)

Les clients souscrivent à ce service en faisant enregistrer leur numéro de téléphone. Ils peuvent alors envoyer des SMS à leur banque pour avoir le solde de leur compte, avoir un extrait de relevé de compte, etc. La banque répond par un SMS contenant les informations demandées par le client. Ce service ne nécessite pas que le client ait un Smartphone ou l'accès à internet, la seule exigence est que le numéro enregistré lors de la souscription du service soit le même que celui duquel les requêtes sont émises.

1-2- Mobile banking via USSD(Unstructured Supplementary Services Data)

Ce service est offert par la banque pour ses clients qui ne possèdent pas de Smartphone ou d'accès à internet. Ils peuvent utiliser des codes USSD prédéfinis par la banque pour avoir

¹³ Gaëlle T.T, Votsoma D & Emmanuel M.S, « Analyse de l'Adoption du Mobile Banking dans une Economie en Développement: Une Application au Cameroun », *Global Journal of Management and Business Research*, 2020, P 59.

accès à des services bancaires. Ce type de service est populaire en zones rurales où la majeure partie des habitants n'ont pas de Smartphones ou d'accès à internet.

1-3- Mobile banking via WAP (Wireless Application Protocol)

Les clients, qui possèdent des smartphones, peuvent télécharger l'application mobile de leur banque pour avoir accès aux divers produits et services bancaires. Ils s'enregistrent séparément pour le mobile banking et reçoivent de leur banque les identifiants nécessaires à l'enregistrement sur l'application mobile. Certaines banques offrent plusieurs applications mobiles correspondant à différents services bancaires. La banque peut par exemple proposer une application mobile servant de livret électronique qui ne sert qu'à consulter le solde du compte et une autre application mobile pour les autres services tels que le virement de fonds, paiement de facture. Le client peut donc choisir de télécharger une ou plusieurs applications de sa banque pour avoir accès aux différents services.

2- Pratiques du m-banking

Le m-banking est un service financier qui se réalise moyennant le téléphone mobile. Comparativement à d'autres services financiers, il a son fonctionnement propre.

2-1- Les opérations spécifiques du m-banking

Au regard des opérations bancaires traditionnelles, le m-banking est une technologie qui permet de réaliser certaines opérations financières de façon particulière.

2-1-1- La réception et la collecte des fonds

Le m-banking permet à tout le monde qui a un téléphone portable de déposer son argent liquide sur un compte qu'il s'est déjà créé. Mais ceci à la différence des autres services financiers, la personne qui dépose son fonds dans la banque est lui-même gestionnaire de son compte.

Les clients peuvent gérer leur compte, effectuer des transferts de fonds, ou en recevoir, épargner ou même payer des factures (électricité, eau, etc.). Toutes ces opérations étant possibles à partir de leur téléphone cellulaire. La confidentialité des transactions étant assurée

par l'utilisation d'un code PIN (Personal Identification Number), un code confidentiel connu du seul usager exactement comme avec une carte bancaire.¹⁴

2-1-1- La mise à la disposition et la gestion des moyens de paiement

La gestion des moyens de paiement de Mobile banking est spécifique. Elle se réalise moyennant le téléphone du souscripteur au service. Le mobile banking s'entend comme l'offre de services financiers utilisant les TIC et permettant une mobilité de cette offre, c'est-à-dire la mise à disposition de services financiers par l'usage de canaux de distribution en dehors des points de service utilisés traditionnellement par les institutions financières.

Concernant le paiement sans contact par téléphone mobile (M. paiement ou paiement mobile), il vise notamment à transformer son téléphone portable équipé d'une puce NFC (Near Field Communication) en un appareil de paiement, semblable à un portefeuille électronique, à partir duquel un consommateur pourra effectuer des paiements, réaliser des opérations financières de portable à portable ou encore s'équiper d'applications bancaires pour tout type de transaction. Dans le cas d'un paiement sans contact basé sur la technologie NFC, le mobile agit comme une carte de paiement sans contact. Ce qui signifie que si un téléphone mobile est équipé du système NFC et que la banque du titulaire du téléphone propose un service de paiement par téléphone mobile, il est possible d'effectuer des achats de faible montant par opération comme pour la carte bancaire sans avoir besoin de saisir le code confidentiel, de signer et de présenter une pièce d'identité.

S'agissant des retraits de billets par mobile, certains établissements bancaires ont mis en place depuis 2014 des dispositifs qui permettent à leur clientèle d'effectuer des retraits dans certains DAB grâce à la génération d'un code à usage unique accessible sur leur mobile. A l'instar de l'étranger, des distributeurs de billets sans contact sont actuellement en cours de test en France. Ils permettront de retirer de l'argent grâce à son smartphone. Pour récupérer les billets, le client devra en amont valider le retrait sur son téléphone puis utiliser l'écran de son téléphone pour scanner le code QR (Quick Response) apparaissant sur le DAB.¹⁵

¹⁴ Justin K.V, « Nature juridique du mobile banking et la protection de ses consommateurs », *Diplôme de Licence en Droit Economique et Social, Université Officielle de Ruwenzori*, p23

¹⁵<https://www.andese.org/contributions/chroniques-de-nadia-antonin/481-les-dangers-des-applications-bancaires-sur-smartphone.html> consulté le 01/10/2021.

2-2- Fonctionnement d'une application mobile de m-banking

Le nombre de fonctionnalités des applications des établissements bancaires à distance destinées au Smartphone ne cesse de progresser. A cet égard, une application bancaire va séduire les accros au smartphone grâce à sa conception (design), sa rapidité et sa simplicité.¹⁶

2-2-1- Installation de l'application mobile et ouverture de compte

L'application mobile proposée par la banque permet au client d'avoir sa banque «dans sa poche» et d'effectuer des transactions quotidiennes sans avoir à se rendre en agence ou à se connecter à son ordinateur.

L'ergonomie de l'application est souvent plus simple que celle du site internet de la banque : le client peut ainsi parfois réaliser ses opérations courantes ou obtenir ses renseignements encore plus rapidement.

Pour l'installation d'une application bancaire, il faut la télécharger depuis le marché d'application adapté au système d'exploitation du téléphone :

- Play Store pour les appareils fonctionnant avec Android.
- Apple Store pour les utilisateurs d'iPhone.
- Windows Store pour ceux fonctionnant sous Windows.

Les applications sont la plupart du temps gratuites mais chez certaines banques ça nécessite la souscription au service de banque à distance de l'établissement bancaire qui peut-être partiellement ou totalement payant.¹⁷

Après l'installation de l'application, le client ouvre un compte en ligne auprès de sa banque, il saisit les informations nécessaires et relatives à l'identité, à travers un formulaire dédié en ligne. Pour certaines applications un appel par vidéoconférence est effectué avec un conseiller de la banque afin d'être identifié.

Selon l'article 3 du règlement AXA mobile banking service du 14/10/2019 portant sur l'accès, l'identification, la signature et la sécurisation : « Pendant le processus

¹⁶<https://www.andese.org/contributions/chroniques-de-nadia-antonin/481-les-dangers-des-applications-bancaires-sur-smartphone.html> consulté le 01/10/2021

¹⁷<https://www.lesclesdelabanque.com/web/Cdb/Entrepreneurs/Content.nsf/DocumentsByIDWeb/AMNAW3?OpenDocument> consulté le 01/10/2021

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

d'enregistrement, le client doit choisir son nom d'utilisateur et son code secret (composé de 6 caractères) qui constitueront un de ses moyens d'accès et de signature lors de l'utilisation du mobile banking ». ¹⁸

Enfin, les applications bancaires issues des Fintech (contraction de l'expression technologie financière) concentrent leurs efforts sur le développement de leur application bancaire mobile. Il s'agit du poste de commandement du compte mobile accessible 24h/24 et 7J/7. Elle s'appuie sur une expérience utilisateur maximisée et sur l'apport de fonctionnalités innovantes et pratiques.

2-2-2-Les différents services offerts par le m-banking

L'utilisation des applications bancaires est très intuitive. Une fois l'application est téléchargée sur le Smartphone et après l'ouverture du compte, le client est ensuite guidé pas à pas aux différentes fonctionnalités, on peut citer :

2-2-2-1- La consultation du solde

Le m-banking permet au client de consulter le solde de son compte bancaire, l'historique du compte avec les dernières opérations enregistrées au débit et au crédit, ainsi que les opérations réalisées sur sa carte bancaire.

2-2-2-2- Effectuer des virements

Grâce au m-banking, le client peut saisir rapidement et facilement les virements à de nouveaux destinataires dignes de confiance.

2-2-2-3- Effectuer des paiements

Le m-banking offre la possibilité au client d'effectuer une transaction de paiement où les fonds sont transférés d'un donneur vers un receveur directement ou via un intermédiaire.

2-2-2-4- Autres services

- Scanner un bulletin de versement: le Smartphone se fait lecteur optique pour permettre au client de scanner les bulletins de versement. Le scanner lui épargne la saisie fastidieuse des données.

¹⁸ Le règlement Axa mobile banking service, annexe 1 au règlement homebanking du 14/10/2019.

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

- Ouvrir un compte: quelques clics suffisent pour ouvrir un nouveau compte soi-même.
- Augmentation de la limite de carte: pour les gros achats, augmenter temporairement la limite dans l'application Mobile Banking.
- MobilePay P2P (Peer-To-Peer) : le client peut transférer ou recevoir de l'argent par Smartphone. Il lui suffit de disposer du numéro de téléphone portable du destinataire.¹⁹

3- Avantages du m-banking

Le concept du m-banking est le fruit de l'évolution conjuguée des outils technologiques et des comportements des usagers bancaires. Les clients peuvent désormais ouvrir instantanément leur compte bancaire mobile à distance, tout en bénéficiant de services innovants d'un simple glissement de doigt. Les banques aussi tirent des bénéfices de la promotion de ce service.

3-1- Avantages pour la banque

Les atouts du mobile banking sont liés à la concurrence, aux attentes de la clientèle, aux coûts de distribution, revenus et l'image de la banque. Le développement technologique et la globalisation ont en effet rendu possible pour les banques d'offrir leurs services sur des étendues géographiques de plus en plus vastes sans avoir besoin d'ouvrir des agences physiques et employer plus de personnel. La banque produit ainsi des biens immatériels qui de plus en plus se commercialisent par le biais de réseaux d'ordinateurs et de téléphones mobiles. Cette opportunité implique que la banque a accès à de nouveaux marchés, mais elle se voit aussi concurrencer sur le sien. Il est donc nécessaire de conserver sa clientèle tout en en acquérant de nouveaux.

Par ailleurs, la banque est confrontée de plus en plus à des clients qui maîtrisent la technologie et sont de plus en plus mobiles. La banque répond donc à cette évolution en proposant des services de mobile banking. Le mobile banking peut également aider à améliorer la productivité de la banque, rendant ses processus opérationnels efficaces afin de réduire ses coûts. Tout d'abord, les processus de collecte, traitement et transmission des données par les employés de la banque peuvent être remplacés par des processus automatisés.

¹⁹<https://www.migrosbank.ch/fr/personne-privee/e-banking/smartphones.html> consulté le 02/10/2021

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

Ensuite le mobile banking permet à la banque d'offrir des services personnalisés de conseil en temps réel. Ces services peuvent être centralisés afin de bénéficier d'économies d'échelle. Enfin, la diversification des canaux de distribution permet de réduire les coûts d'opportunités liés à un dysfonctionnement d'un canal de distribution.²⁰

3-2- Avantage pour les clients

Les utilisateurs sont les destinataires de ce nouveau service financier mobile. Par l'usage du « m-banking », ces personnes ont désormais accès aux services financiers de base ce qui facilite leur quotidien. C'est facile, simple, accessible et moins cher pour eux.

3-2-1- Une alternative

Le service du « m-banking » est une alternative pour les exclus de la banque traditionnelle. Le fait d'être en possession d'un téléphone mobile, d'être abonné à l'application bancaire, et d'être souscrit au service « mobile money », leurs permettent désormais de pouvoir effectuer des opérations et les transactions nécessaires de la vie courante sans avoir recours au « cash ». Le service donne droit à la jouissance du service financier qui leur était inaccessible jusqu'à présent. Aussi, ils peuvent être initiés aux services bancaires basiques comme la gestion d'un compte bancaire, l'accès au microcrédit et la création de nouvelles habitudes commerciales : achat de bien, transfert d'argent domestique et international, rechargement du compte à la minute. La réduction de l'usage du cash réduit le risque de se faire dévaliser, il procure à l'utilisateur une sécurité, parce que seul le titulaire du compte en possession du code peut effectuer des opérations de monnaie électronique.

3-2-2- Un confort

Les clients du service « m-banking » bénéficient de son efficacité, de sa simplicité, de sa facilité, de sa disponibilité, de sa crédibilité, et de son accessibilité etc. Les longs déplacements nécessaires pour pouvoir effectuer des transactions sont derrière eux, installés confortablement chez soi, à travers l'écran de notre téléphone portable, il est devenu possible de régler les factures, effectuer des achats de bien comme de service, de transférer de l'argent à un tiers. Le service répond à des soucis de sécurité : les clients n'ont plus besoin d'avoir autant d'espèces sur soi, l'équivalent est désormais stocké dans le téléphone, et de plus vu l'insécurité qui règne dans notre société contemporaine, le risque de se faire dépouiller est éliminé. Pour envoyer de l'argent il n'est plus nécessaire de faire appel à des services

²⁰<https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/download/3183/3084/> consulté le 02/10/2021

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

informels. Ce sont tous ces facteurs qui font que le service financier mobile fait désormais partie du quotidien de la population dans les pays en voie de développement.²¹

En fin Le m-banking présente un fort potentiel de développement pour l'activité bancaire, pour les clients c'est avoir sa banque dans sa poche, par de simples cliques et en toute sécurité tout en utilisant son Smartphone. Dans la prochaine section nous allons voir l'évolution de ce phénomène dans le monde que ce soit dans les pays développés ou en voie de développement.

²¹ RABEHAJA.T, Le mobile banking , mémoire de Master en droit des affaires, université d'Antananarivo, 2015/2016, P 24.

Section 3 : Evolution du m-banking dans le monde

La relation bancaire évolue, le lien entre le client et le conseiller est moins personnel, l'agence est aussi moins fréquentée. Il faut avouer que la clientèle a progressivement été éduquée pour être autonome avec les nouvelles technologies : distributeur automatique, carte bancaire, téléphone, internet, application mobile...

Le contact humain n'est plus nécessaire et le libre-service bancaire est désormais le mode de relation bancaire par défaut dans de nombreux réseaux. Banque en ligne, e-banking, m-banking, neo-banque... Quel que soit le terme utilisé la banque par internet devient la relation privilégiée par la clientèle et par la banque ainsi dans les pays développés et les pays émergents.

1- Le Mobile Banking dans certains pays développés

La banque à distance correspond à un concept relativement récent, parmi les expériences traditionnelles significatives deux exemples peuvent être cités à titre d'illustration: First Direct en Grande-Bretagne et Banque Directe en France.

1-1- First Direct en Grande-Bretagne

Lancée par la Midland Bank en 1989 elle s'intéresse au segment de la banque par téléphone puis par Internet qui devrait couvrir 20% du marché bancaire britannique.

Cette banque accessible à tout moment, propose l'ensemble des produits et services présentés par une banque classique. En réalité, elle fait plus office de banque transactionnelle du fait qu'elle possède majoritairement des comptes secondaires.

Les clients y domicilent rarement leur salaire et l'offre des produits d'épargne demeure faible. Elle gère davantage les flux de sortie que d'entrée. Les clients utilisent cette banque principalement pour la gestion quotidienne des dépenses et le crédit à la consommation.²²

Sa réussite en Grande Bretagne semble liée à plusieurs facteurs. Elle a su remédier aux principales lacunes du système bancaire britannique et tenir compte des attentes du client (prix compétitifs, disponibilité, souplesse).

²²TROUILLAUD Elodie, BADOUC Michel, réinventer le marketing de la banque et de l'assurance : du sens du client au néomarketing, revue banque édition, France, 2004, P229.

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

Cet établissement a fait face à deux freins principaux que rencontrent généralement les banques à distance: une forte inertie de la clientèle face au changement et le sentiment d'insécurité confrontée à une banque «immatérielle».

1-2- Banque Directe en France

Dans les années 1980, plusieurs banques françaises ont songé à créer une banque à distance. Elles ont fini par renoncer à ce projet craignant de cannibaliser leur réseau. Depuis, certaines d'entre elles sont revenues sur leur position d'origine.

Lancée en mars 1994 par le groupe Paribas, Banque Directe qui appartient désormais à Axa a pour vocation d'être une banque universelle, fonctionnant par téléphone, courrier, minitel et Internet. Ouverte 24h/24, elle offre l'ensemble des produits et elle est accessible à coût raisonnable.

Le Mobey Forum (Association industrielle mondiale à but non lucratif qui permet aux banques et autres institutions financières de façonner l'avenir des services financiers numériques, fondée en 2000), a affirmé que dès 2005 le nombre des utilisateurs connectés à Internet via un appareil portatif seraient supérieur à celui des internautes surfant au moyen d'un ordinateur personnel.²³

1-3- L'abandon des agences par les clients, en Suisse et aux États-Unis

En Suisse, depuis quelques années, une baisse conséquente de la fréquentation des banques entraîne la fermeture des agences bancaires. À titre d'exemple, Raiffeisen (Raiffeisen Suisse est un groupe bancaire suisse de coopératives) affirme avoir fermé 271 agences au cours des dix dernières années. Uniquement 30% des clients passent par le guichet pour bénéficier des services de la banque. L'approche multicanale mise à disposition du client ne joue évidemment pas en faveur de la préservation des agences physiques.

Aux États-Unis, une étude menée par l'entreprise Citigroup (une banque d'investissement multinationale américaine) démontre qu'en 2018, 91% des personnes interrogées préfèrent utiliser l'application mobile plutôt que de se rendre en agence bancaire.

²³TROUILLAUD Elodie, BADOUC Michel, réinventer le marketing de la banque et de l'assurance : du sens du client au néomarketing, revue banque édition, France, 2004, P229.

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

Aujourd'hui, le client exige de pouvoir effectuer ses opérations bancaires depuis l'endroit même où il se situe sans avoir à se déplacer en agence et cela à n'importe quel moment.²⁴

2-Le Mobile Banking dans certains pays émergents

Cette pratique s'est propagée un peu plus tard et finit par apparaître dans les pays en voie de développement.

2-1- Le mobile banking en Chine

Le mobile banking est apparu en 2004, en Chine, avec la création de l'application Alipay par Ant Financial, filiale du groupe Alibaba (entreprise de e-commerce). À l'époque, la défiance des consommateurs face au fait de payer des produits avant leur réception marquait un frein au développement du site de e-commerce chinois. Alipay a donc mis en place un service de paiement de marchandise dans le but de contenter les consommateurs qui devaient payer les marchandises avant leur réception. Le principe était que l'acheteur envoie le paiement via cette plateforme, qui bloquait le paiement jusqu'à ce que le consommateur reçoive son bien. Par la suite, ce procédé s'est généralisé à la vie quotidienne et aux transferts d'argent.

Aujourd'hui, Ant Financial compte plus de 600 millions utilisateurs et il est devenu un outil de paiement que ce soit en ligne ou dans des magasins physiques, à la manière de PayPal en occident.

Son développement est tel que 14 ans après sa naissance, cette filiale a réussi une levée de fonds de 14 milliards. Néanmoins, WeChat, l'application la plus utilisée en Chine, à sorti il y a 9 ans son propre service de paiement : WeChatPay. Il a été créé pour les transferts poste à poste et les achats intégrés. Avec l'émergence du commerce mobile et la refonte des modes de vie, l'utilisation de ces services ne cesse d'augmenter.

Tandis que 128 millions de touristes chinois voyagent chaque année, l'application Alipay a été déployée dans 36 pays et régions du monde, dont dix pays en Europe (France, Royaume-Uni, Italie, Allemagne, Espagne, Grèce, Finlande, Russie, etc.).

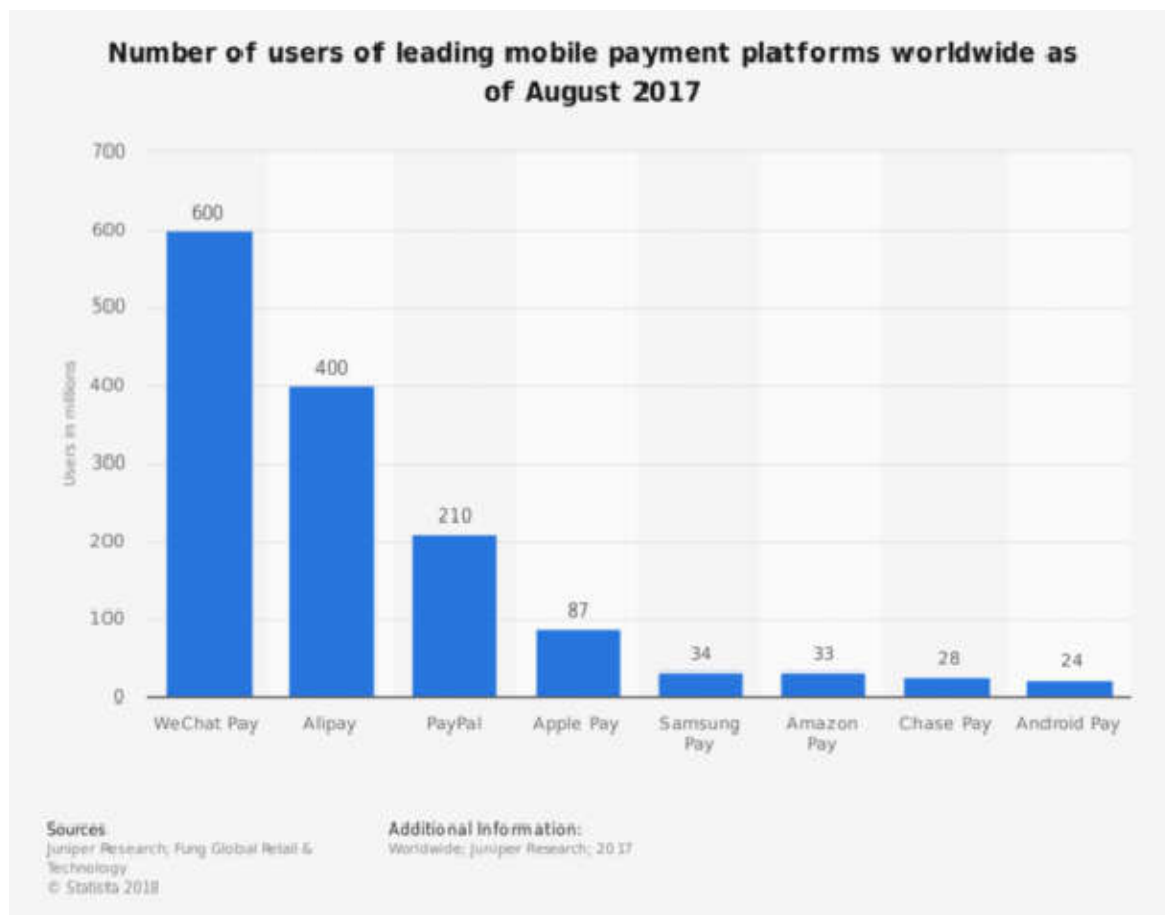
Outre Alipay, Ant Financial a développé tout un catalogue de produits financiers. L'entreprise chinoise propose une offre de crédit, pour les particuliers et les entrepreneurs. On

²⁴Nervan OMEROVIC, Banques digitales : évolution ou révolution ?, travail de bachelor réalisé en vue de l'obtention du bachelor HES, HEG-GE, juillet 2020, P8.

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

retrouve également le produit d'investissement Yu'e Bao qui comptabilise aujourd'hui 165 milliards de dollars sous gestion. Ant Financial édite aussi Sesame, une solution qui permet d'étudier la solvabilité des consommateurs.²⁵

Figure n° 2 : L'utilisation des principales applications de m-banking dans le monde en fonction du nombre d'utilisateurs en Août 2017.



Source : <https://mbamci.com/le-mobile-banking-dans-les-pays-en-voie-de-developpement/>

D'après la figure précédente, présentant les différentes applications de mobile banking à travers le monde et leur utilisation en fonction du nombre d'utilisateurs en million, en août 2017, nous remarquons que les plus utilisées sont les applications chinoises We Chat Pay avec 600 millions d'utilisateurs et Alipay 400 millions d'utilisateurs.

La pratique du mobile banking est aussi utilisée au Pakistan. Elle permet, entre autres, de mieux réguler les aides versées aux femmes via le programme Benazir Income Support.

²⁵ <https://mbamci.com/le-mobile-banking-dans-les-pays-en-voie-de-developpement/> consulté le 01/10/2021

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

Ce programme envoie des fonds aux femmes les plus démunies pour les aider à subvenir à leurs besoins. Cependant, lors du transfert de fonds, les agents qui livraient les subventions prennent une commission. Grâce au mobile banking, les commissions entre le programme d'aide et les subventionnées ont énormément diminué et permettent de mieux régulariser les flux monétaires.²⁶

2-2- Le mobile banking en Afrique

Les populations rurales des pays en développement n'ont généralement pas accès aux agences bancaires notamment en Afrique. Les banques n'y investissent pas ou très peu en raison du manque d'infrastructures (routières, postales), des faibles densités, de l'isolement géographique...

2-2-1- Le taux de m-banking dans certains pays africains

Les faibles taux de bancarisation ne sont pas dus seulement à la ruralité néanmoins il s'agit d'un problème structurel qui concerne l'ensemble des pays en développement.

Ainsi, le Maroc ne dénombre que 1,4 million environ de comptes bancaires, y compris les comptes d'entreprises, pour 33,5 millions d'habitants. Le taux de pénétration du mobile est le plus souvent bien supérieur au taux de bancarisation.

Les pays de l'Union économique et monétaire ouest-africaine ne totalisent que 1,5 million de comptes pour plus de 70 millions d'habitants, soit 2 % environ, tandis que la Communauté économique et monétaire d'Afrique centrale affiche un taux variant de 3 % à 5 % selon les pays. Selon la Banque mondiale, seulement 20 % des ménages possèdent un compte bancaire. Ce pourcentage tombe à 15 % au Liberia et à 5 % en Tanzanie. Les services de m-banking se montrent plus efficaces et moins coûteux que les services bancaires traditionnels (notamment en matière de transaction).²⁷

Ce phénomène a bien touché l'Afrique, tout en devant répondre à des limites différentes. En effet, le continent africain connaît un très fort taux de pénétration téléphonique, où 75% de la population a un téléphone, mais où le taux de bancarisation est très faible.

²⁶<https://mbamci.com/le-mobile-banking-dans-les-pays-en-voie-de-developpement/> consulté le 01/10/2021

²⁷Henri TCHENG, Jean-Michel HUET, Isabelle VIENNOIS et Mouna ROMDHANE, Les télécoms ; facteur de développement en Afrique, l'expansion management review 2008, p116.

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

En 2007, Safaricom, filiale du groupe Vodafone, est à l'initiative du développement du mobile banking via M-PESA, pour le marché kenyan. M-Pesa est une solution bancaire pour les utilisateurs de téléphone de transfert d'argent mais qui permet également de réaliser des paiements spontanés.

M-Pesa a permis de réduire de 90% le coût de transfert qui est fait du Nord vers le Sud par les travailleurs émigrés pour leur famille restée dans leur pays natal. À travers M-PESA, Safaricom a également décidé d'orienter sa stratégie vers les micros-crédits.

Le micro-crédit via la technologie de mobile banking peut être perçu comme un levier économique pour les populations des pays en développement. En effet, des théoriciens tel que Jean-Michel SERVET a expliqué que « le micro-crédit a fait l'objet d'une communication croissante, et il est souvent présenté comme un instrument parmi les plus efficaces pour éradiquer la pauvreté ou pour assurer un développement local » .

Le développement de M-Pesa a été le catalyseur du mobile banking pour l'Afrique. Cette pratique qui est devenu très répandue en Afrique car, depuis 2007, on l'a vu se généraliser à toutes les régions du continent. Par exemple : NAFAExpress au Sénégal, branche du groupe CHAKA, qui a pour ambition de globaliser les transferts de fonds, et aller à la généralisation des paiements, que ce soit dans la rue ou en ligne. Cette entreprise est également propriétaire de Money Cash qui est une société de transfert d'argent mais via des bureaux, comme Western Union.

Cependant la société Money Cash, et plus généralement les entreprises qui ont ce même modèle, ont des limites géographiques et fonctionnelles. Pour utiliser ce modèle, il faut qu'il y ait un bureau à proximité. Or on sait que 60% de l'Afrique est rural, il est donc important de se demander si c'est un schéma viable pour ce continent. De plus, selon les chiffres de la Banque Mondiale, l'utilisation du transfert en ligne a augmenté d'un peu plus de 17% en Afrique subsaharienne, passant de 2.7% à 19.9% entre 2006 et 2016. Cette croissance montre la volonté des pays à se développer dans le secteur du digital et de développer une pensée digitale auprès de leur population.²⁸

Le mobile banking peut être un moyen de lutter contre l'exclusion des populations pauvres des pays du Sud. En effet, le développement du paiement en ligne permettrait d'augmenter la bancarisation très faible des zones rurales. D'une part, car il n'existe que très peu de banques physiques dans les zones où il est possible de créer un compte.

²⁸<https://mbamci.com/le-mobile-banking-dans-les-pays-en-voie-de-developpement/> consulté le 01/10/2021

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

En effet, la création d'un compte au sein d'une banque a un coût élevé, que les populations pauvres ne peuvent pas se permettre. Le développement rapide du téléphone portable et la réduction des coûts des transferts d'argent via le mobile banking sont des opportunités de développement économique. Entre 2011 et 2013, les flux monétaires ont connu une évolution de 25% (372 milliards de dollars en 2011 et 467 milliards de dollars en 2014).

En ce qui concerne les transferts d'argent faits par les migrants, l'Inde et la Chine comptabilisent à eux deux 126 milliards de dollars. Le développement de la téléphonie de l'Afrique va avoir un impact plus qu'important. Il est important de préciser que le continent africain est déjà un acteur de la révolution numérique, puisque 16% des adultes reconnaissent avoir utilisé le mobile banking pour recevoir de l'argent ou payer leurs factures.²⁹

2-2-2- Algérie ; passage de la bancarisation de la population par le m-banking

Dans un pays où l'économie numérique est appelée à jouer un rôle plus important, les banques doivent prendre en compte le nombre croissant des utilisateurs de téléphones mobiles, en leur proposant des services bancaires mobiles (m-banking).

Depuis le lancement de la 4G, les établissements bancaires ne se précipitent pas pour proposer ce type de services à leurs clients. Parmi les banques qui ont franchi le pas de la mobilité bancaire, on trouve la Banque de Développement Local (BDL) qui a mis à la disposition de ses clients, en plus d'un service e-banking sur le site web, une application mobile « MyBDL ».

Cette application permet aux clients de la banque, de commander un chéquier et de consulter leurs soldes et les dernières transactions. L'application MyBDL offre aussi un convertisseur de devises et un simulateur pour les prêts immobiliers. Les clients de la BDL peuvent recevoir des alertes par SMS à chaque utilisation de la carte VISA, via le service SMS banking.

En avril 2018, Natixis Algérie lançait BANXY, la première banque mobile en Algérie, une offre très attendue qui répond aux attentes des consommateurs algériens. Dès son lancement, BANXY a connu un grand succès et trouve rapidement son public.

²⁹<https://mbamci.com/le-mobile-banking-dans-les-pays-en-voie-de-developpement/> consulté le 01/10/2011

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde

BNP Paribas El Djazair offre aussi des services bancaires mobiles à ses clients, particuliers ou professionnels, en développant l'application « MyBank » qui permet de consulter les soldes, d'effectuer les virements, d'éditer les relevés d'identité bancaires (RIB) et de commander un chéquier.

Gulf Bank Algeria propose également à ses clients une application mobile « AGB Phone » qui permet d'exécuter toutes les opérations bancaires que le client a l'habitude de faire sur le site de la banque, en utilisant le service AGB ONLINE, à savoir, effectuer des virements, recharger les cartes VISA et MasterCard, faire des transferts et des domiciliations, en plus de la consultation des relevés bancaires.³⁰

En fin le m-banking a connu une importante croissance dans les pays développés tandis qu'il apparaît timidement dans les pays émergents, grâce au développement d'Internet, et de la téléphonie mobile.

³⁰ <https://www.algerie-eco.com/2017/04/22/evolution-timide-de-banque-mobile-algerie/> consulté le 02/10/2021

Conclusion

De nos jours, avec la croissance fulgurante du téléphone portable et l'évolution de la technologie, l'urgence d'intégration de ces nouvelles technologies est accentuée par les banques. Cela est justifié par la nécessité de baisser les coûts de gestion et de la distribution pour rester compétitifs face à une concurrence exacerbée dans un environnement tendant à la déréglementation et à la globalisation, et pour diminuer le taux des non-bancarisés.

Le m-banking est un processus nouveau qui permet au client d'avoir accès à ses comptes, de transférer des fonds entre des comptes, de recevoir et de payer des factures en ligne, ainsi que de comparer les différentes offres des différentes banques et les recommandations des conseillers, sur un simple clic en utilisant un téléphone portable ou une tablette numérique. Les banques mobiles apportent des opportunités d'élargissement de la palette des services proposés sur le marché sous de nouvelles formes.

En outre, l'application du m-banking a un impact décisif sur la réduction des coûts d'exploitation et par conséquent, l'optimisation de la rentabilité des banques.

Pour conclure, l'adoption du m-banking ouvre constamment aux banques de nouveaux horizons qui puissent être susceptible de les aider à innover leurs services et leurs produits pour répondre aux exigences et aux conditions d'un développement durable et d'une solide relation banque/client.

Chapitre III :

*Etude de cas pratique ; le
m-banking au sein de la
banque Natixis Algérie*

Introduction

Après avoir exposé le cadre théorique portant sur les banques au premier chapitre, et l'émergence du M-banking dans le monde au cours du deuxième chapitre, nous arrivons au troisième chapitre portant sur une étude empirique ayant pour objectif de tester notre modèle conceptuel et de vérifier nos hypothèses.

Pour cela, en premier lieu, nous sommes contraints tout d'abord d'exposer dans la première section, une présentation de la banque Natixis Algérie, son historique et ses missions. Nous avons présenté le produit élaboré par la banque Natixis Algérie ; l'application mobile Banxy, les services offerts par cette dernière, les conditions d'accès ainsi que la tarification. En deuxième lieu, nous allons présenter la méthodologie de l'enquête, pour enfin arriver à l'analyse et l'interprétation des résultats obtenus par la réalisation d'un questionnaire afin d'avoir une réponse à la problématique posée au départ.

Section 01: Le m-banking au niveau de la banque Natixis Algérie

Le m-banking a franchi un grand pas en Algérie avec le lancement de l'application mobile Banxy, par Natixis Algérie.

Dans ce qui suit, nous allons présenter la banque internationale Natixis, son historique, ses missions et ses objectifs. Ensuite nous allons parler du service banque mobile Banxy, de ses conditions d'accès et de ses offres.

1- Présentation de la banque Natixis

Natixis est la banque internationale de financement, d'investissement, de gestion d'actifs, d'assurance et de services financiers du Groupe BPCE.

1-1- Historique de la banque Natixis

NATIXIS SA a été créée en 1996, à la suite de la fusion de la BFCE Banque française du commerce extérieur et du Crédit national, la première fusion bancaire dans le paysage français depuis près de 30 ans. C'est le deuxième acteur bancaire en France à travers ses deux réseaux de banque commerciale, les Banques Populaires et les Caisses d'Épargnes (BPCE). Avec près de 23000 collaborateurs dans 68 pays sur les cinq continents, Natixis conseille et accompagne les entreprises, institutions financières et investisseurs institutionnels sur tous les marchés. Cette société, qui a été au bord de la faillite en raison de la crise des subprimes, en 2013 le groupe BPCE a annoncé une simplification des liens qui l'unissent à sa filiale Natixis. Cette opération va s'accompagner du versement d'un dividende exceptionnel de deux milliards d'euro, dans 600 millions au bénéfice des actionnaires minoritaire. Suite à cette annonce, l'action de la filiale a bondi. Le titre a terminé en hausse de 22.47% à 3.477 euro.¹

1-2- Présentation de la banque Natixis Algérie

Natixis Algérie est une banque universelle de plein exercice de droit algérien. C'est la première banque française implantée en Algérie depuis 1999 comme une filiale de banque populaire sous le nom AMANA Banque.

En 2007, la banque change de dénomination et devient Natixis Algérie qui est issue de rapprochement d'activité de banque et de financement, investissement et de services des groupes banque populaire et caisses d'épargne, qui entend élargir son offre en projetant de s'implanter à travers le territoire nationale.

¹*Soufyane KENZAI, enjeux et missions d'un chargé d'opérations techniques domestique, rapport de stage, université de Constantine, 2013, p07.*

Elle s'appuie sur un effectif de 17000 collaborateurs et 28 agences réparties sur tout le territoire algérien, elle place, le client au centre de ses préoccupations. Son offre qui est destinée aux entreprises, aux professionnels et aux particuliers, repose sur toute une gamme de produits et services attractifs comme : crédit d'investissement, le prêt à l'habitat, le crédit-bail (leasing), la banque à distance, la gestion du compte et les moyens de paiement.²

2- Les missions de la banque Natixis

La maîtrise de la qualité est de l'offre de Natixis Algérie qui englobe une gamme étendue des produits et services pour : les entreprises, professionnels et les particuliers.

- Pour les entreprises, Natixis Algérie est avant tout un interlocuteur qui les accompagne dans la gestion quotidienne de leurs affaires et la concrétisation de leurs projets de développement ;
- Pour les professionnels et les particuliers, Natixis Algérie propose des packages bancaires aux conditions souples et avantageuses. Supports pratiques d'une relation personnalisée, ces formules prennent en charge toutes les opérations courantes et facilitent en outre l'accès aux :
 - Crédit à moyen terme et crédits bail (leasing), réservés aux professionnels ;
 - Crédit à la consommation, crédit immobiliers destinés aux particuliers ;³

3- Lancement de l'application mobile Banxy par la banque Natixis

Le mobile banking a aussi connu une « révolution » depuis 2018, avec le lancement de l'application mobile Banxy Bank par Natixis Algérie le 23 avril 2018.

3-1- Présentation de l'application mobile Banxy

La Banxy (banque mobile appelée aussi banque à domicile), est une banque destinée à l'ouverture et gestion des comptes à distance. La demande est effectuée à partir d'une application téléchargeable sur Smartphone. Elle permet d'effectuer plusieurs opérations bancaires sans se déplacer à l'agence, annonce l'équipe Natixis Algérie lors d'une conférence de présentation.

Avec cette nouvelle offre, Natixis Algérie souhaite offrir des meilleurs services à la clientèle détentrice de comptes particuliers. Ce service a concurrencé le service de la banque

²<https://www.banxybank.com/fr/banxy-au-quotidien/banxy-la-premiere-banque-mobile-en-algerie-art11>

³<https://recrutement.bpce.fr/le-groupe/nos-entreprises/natixis/>

traditionnelle vu le nombre de comptes et opérations en progression couvrant toute l'offre bancaire traditionnelle, affirme Boris Joseph, l'ancien directeur général de Natixis Algérie.

Il ajoute que ce projet tente d'enrichir l'offre bancaire aux clients et simplifier l'accès aux services. « C'est une solution qui limite les déplacements. Elle offre un très fort niveau de sécurité. Elle est également modulaire donc évolutive et apportera de nouvelles offres à l'avenir », souligne le même responsable. ⁴

3-2- Les services offerts par l'application mobile Banxy

A l'aide de l'application mobile Banxy, plusieurs opérations peuvent être effectuées, à savoir :

3-2-1- Ouverture d'un compte chèque en ligne sans aucun déplacement

Cela se fait automatiquement lors de l'inscription sur l'application Banxy (annexe n°1). Un chéquier et une carte CIB sont délivrés au client. Le chéquier permettant d'effectuer des paiements se présente sous forme d'un carnet de 25 chèques.

La carte CIB Gold comporte un plafond confortable de 200 000DA/semaine et en cas de perte cette dernière peut être bloquée par le propriétaire ainsi commandé une nouvelle qui sera acheminée jusqu'au domicile du client.

3-2-2- Ouverture d'un compte épargne en temps réel

Cette opération se fait en cliquant sur 'Ouvrir un nouveau compte' depuis la rubrique 'Mes comptes' dans le menu principal. En choisissant 'Ouvrir un compte épargne' puis accepter les termes et conditions de l'offre. Effectuer un premier dépôt 5000 DZD (le versement initial se fait par prélèvement sur le compte chèque Banxy) pour valider l'ouverture de compte. En fin la consultation sur l'ensemble des avoirs sur l'écran "Mes comptes" et cela à tout moment.

3-2-3- Commande de chéquier

La Commande de chéquier se fait en toute autonomie à partir de la rubrique 'Mes chèques' dès son édition, ce dernier sera acheminé à la date et au lieu du rendez-vous préalablement fixé par le client.

⁴<https://www.agenceecofin.com/banque/2404-56384-bpce-lance-la-premiere-banque-mobile-en-algerie-en-s-appuyant-sur-la-technologie-de-fidor-bank>

3-2-4- Virement bancaire

Il suffit de sélectionner le compte à débiter, le type de virement (différés, permanents ou ponctuels), en ajoutant un bénéficiaire, indiquant le montant et entrer le code super PIN afin de valider le virement.

3-2-5- Virement Pair à Pair

Envoi d'argent instantané grâce au virement communément appelé P2P. Il suffit de cliquer sur le bouton 'Transferts' sur l'écran d'accueil et sélectionner P2P, ou bien via la rubrique virements qui se trouve au niveau du menu, choisir le contact, la monnaie et indiquer le montant en fin entrer le code super PIN.

3-2-6- Ouverture d'un compte devise en temps réel

Une fois l'ouverture du compte devise faite, l'alimentation de ce dernier se fait auprès du réseau d'agences de Natixis Algérie.

3-2-7- Commande de carte de paiement

Selon le choix du client carte Visa Gold ou Platinum en deux formules ; libre ou épargne. L'ouverture d'un compte épargne avec un dépôt de 200 000 DZD, la carte Visa Gold offerte, la formule libre, aucun dépôt n'est exigé. Les frais annuels s'élèvent à 14 000 DZD. Gestion 100% mobile livraison de la carte en 4 jours.⁵

3-3- Services complémentaires

3-3-1- Demande de relevé d'identité bancaire (RIB) et relevé bancaire

Pour l'obtention d'un RIB, il suffit de confirmer la demande de RIB ou relevé bancaire en cliquant sur "Confirmer" ce qui déclenche l'envoi automatique d'un e-mail à un conseiller Banxy.

3-3-2- Demande de chèque de banque

Après avoir fourni les renseignements nécessaires dans le menu 'Service complémentaires', il suffit de cliquer sur le bouton "Confirmer" ce qui permet de déclencher le processus d'envoi d'email et l'enregistrement de la demande dans la base de données.

⁵ <https://www.banxybank.com/fr/offres>

3-3-3- Demande d'informations sur les offres ou les produits, réclamations et suggestions

Pour cette catégorie un espace est dédié à cet effet, ou en appelant le centre de relation client ou par mail.⁶

3-4- Condition d'accès à la banque mobile Banxy

L'offre Banxy est accessible à toute personne physique, majeure et capable, résidant en Algérie, possédant un Smartphone, un numéro de téléphone mobile ainsi qu'une adresse email valide. Il vous sera demandé de présenter votre passeport valide, une pièce d'identité valide (carte d'identité nationale ou permis de conduire) ainsi qu'un justificatif de résidence datant de moins de 6 mois. L'application Banxy est disponible gratuitement sur les plateformes de téléchargement Google Play pour Android et Apple Store pour iPhone.

3-4-1- Le téléchargement de l'application

Pour souscrire à la solution Banxy, il suffit de télécharger l'application depuis une des plateformes de téléchargement, puis créer et configurer son compte.

3-4-2- Les conditions de souscription

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

Pour finaliser l'ouverture du compte, les documents juridiques sont directement livrés à la banque afin de recueillir la signature manuscrite du client. Le compte est activé après la réception et la vérification du dossier physique par le client.

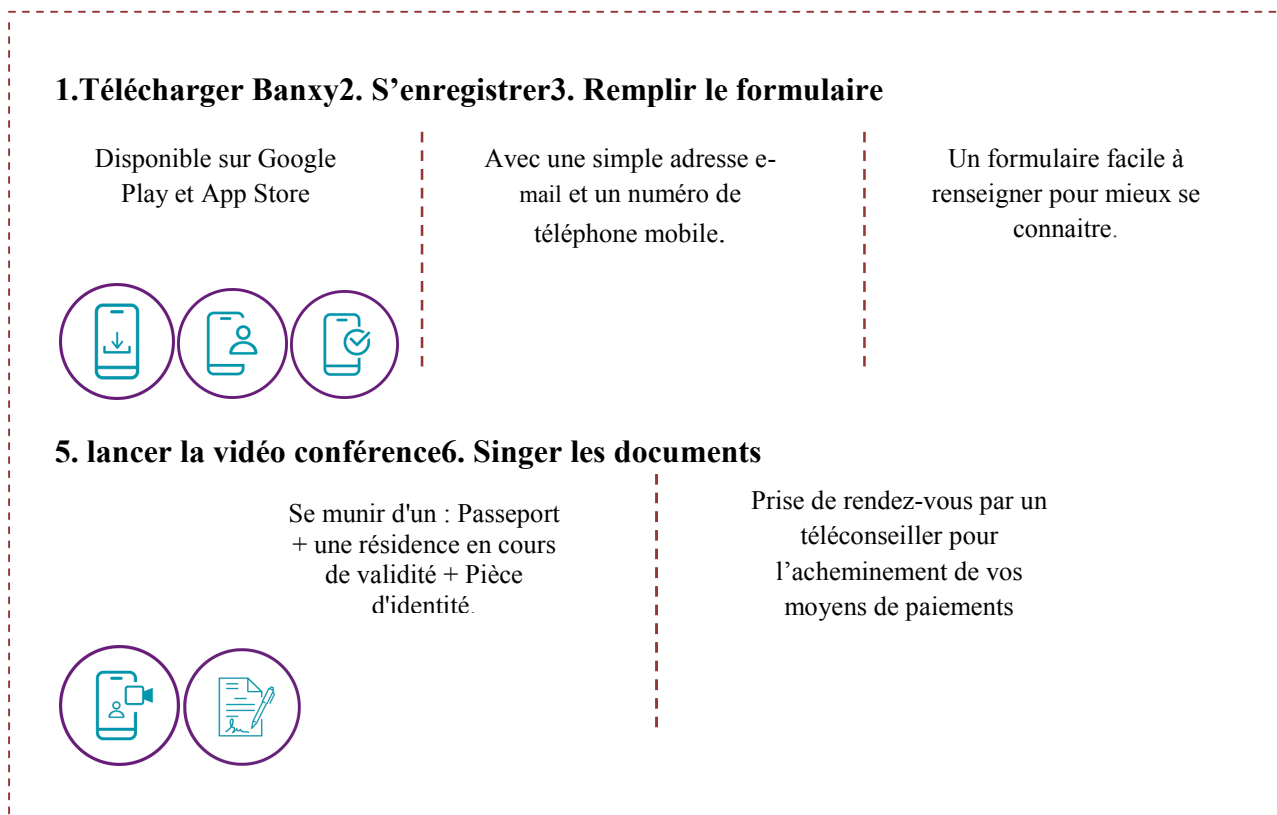
Une fois le compte Banxy ouvert, les utilisateurs se connectent en toute sécurité à un serveur de la banque, localisé en Algérie, grâce à leur identifiant et mot de passe. Egalement, un code confidentiel « le super PIN » est configuré par le client pour valider chacune de ses transactions. Banxy dispose en outre d'un dispositif complet de protection des données clients aux plus hauts standards internationaux.⁷

⁶<https://www.banxybank.com/fr/appli-en-details>

⁷<https://www.banxybank.com/fr/banxy-au-quotidien/banxy-la-premiere-banque-mobile-en-algerie-art11>

Nous pouvons schématiser les étapes d'ouverture d'un compte Banxy par la figure suivante ;

Figure n°3: Comment ouvrir un compte Banxy ?



Source: <https://www.banxybank.com/fr/page/comment-ouvrir-un-compte-p13>

3-5- Les conditions tarifaires de l'application mobile Banxy

Après l'ouverture du compte Banxy, NATIXIS Algérie implique la soumission des opérations aux conditions tarifaires. (Voir annexe N°2)

- Les tarifs d'utilisation de l'application sont gratuits ;
- Les conditions tarifaires des opérations bancaires sont les mêmes appliquées ausein des agences Natixis sauf :
 - Les frais de duplication de document conforme à l'original, pour l'application mobile Banxy (2000 DA+ frais de recherche), compte à l'agence Natixis (500 DA + frais de recherche).
 - Délivrance d'une carte interbancaire Gold gratuit sous utilisation de l'application mobile Banxy, 1017 DA au niveau de l'agence Natixis.

Section 02 : Présentation de la méthodologie de recherche

Dans notre travail nous avons opté pour une enquête qualitative par guide d'entretien destiné à un responsable de la banque et une enquête quantitative par un questionnaire destiné aux clients, car cela nous permet d'analyser le comportement du client à l'égard de l'apparition de la banque mobile Banxy et de démontrer son rôle dans l'activité de la banque Natixis.

1- L'étude qualitative

Elle est caractérisée par une interview destinée à un responsable de la banque Natixis dans le but de comprendre l'utilité de cette banque mobile et en savoir davantage concernant ses services.

L'interview a été menée à travers un guide d'entretien contenant 09 questions ouvertes conçu par nos soins et validé par notre promotrice. (Voir annexe n°3)

Cette interview traite une variété de sujets, à savoir :

- Les motivations qui ont conduit à introduire le service Banxy ;
- les avantages du service Banxy ;
- la sécurité des services banque mobile Banxy.

A travers cette enquête qualitative, nous tenterons d'apporter le maximum d'information sur la vision de la banque Natixis concernant l'utilisation et l'utilité de la banque mobile Banxy.

2- L'étude quantitative

L'objectif de cette enquête quantitative est d'analyser le comportement des clients de la banque Natixis à l'égard du déploiement de la banque mobile Banxy. L'étude a été réalisée à travers un questionnaire en ligne, ce qui implique une méthodologie et une organisation rigoureuse; des objectifs clairs et une planification précise.

2-1- L'échantillonnage

Dans notre cas, la population mère sur laquelle se porte notre enquête est constituée des clients de la banque Natixis. Il aurait été intéressant d'interroger chaque client à propos de l'utilisation de la banque mobile Banxy, mais, nous avons pu retenir un échantillon composé de 60 clients.

2-2- Le questionnaire

Le questionnaire est un outil indispensable et un élément essentiel pour la réalisation de notre enquête, c'est un ensemble de 13 questions (voir annexe n°4), construites dans le but de générer les informations nécessaires à l'accomplissement de notre étude. Les questions figurant dans notre questionnaire sont de différentes formes :

- Des questions fermées à choix unique, où la personne interrogée n'a qu'une réponse à donner, comme les questions de type oui/non ou les questions de filtrage (âge, ville, sexe...),
- Les questions fermées à choix multiples, où la personne interrogée doit sélectionner une réponse parmi celles proposées,

2-3- Présentation des volets du questionnaire

Nous avons articulé notre sondage autour de 3 parties :

2-3-1- Questions sur l'utilisation de la banque mobile Banxy

Ce volet nous permet d'avoir un meilleur point de vue sur l'utilisation des services banque mobile Banxypar les clients de la banque Natixis, à titre d'exemple ;

Détenez-vous un Smartphone ?

Etes-vous utilisateur de la banque mobile Banxy?

2-3-2- Questions d'analyse du comportement du client face à ce service

Les questions qui font références aux comportements des clients face à l'utilisation des services banque mobile Banxy sont les plus importantes du sondage. Les questions portent sur la fréquence d'utilisation et l'appréciation de la clientèle. Exemple ;

Pour quelle(s) raison(s), votre choix s'est orienté vers la banque mobile Banxy ?

Quels types d'opérations bancaires effectuez-vous à l'aide de votre compte Banxy?

2-3-3- Questions d'identifications des sondés

Ces critères permettront de réaliser des interprétations selon les caractéristiques sociodémographiques. Donc ces questions vont nous permettre de dresser un profil de chaque sondé : âge, genre et profession . Exemple ;

Quel âge avez-vous ?

Quel type de profession exercez-vous ?

2-4- Mode d'administration

Pour notre enquête nous avons opté pour le mode d'administration en ligne. Le questionnaire a été partagé sur plusieurs réseaux sociaux (Facebook, WhatsApp, Viber, LinkedIn etc...), grâce à la technologie de Google document. Il est disponible sur le lien suivant :

https://docs.google.com/forms/d/1wrNZqnAq70xpmoItNms4BVMFxFKouJ09XWSda_3XrzQ/prefill

2-5- Traitement des résultats

Afin de traiter les résultats obtenus d'après les réponses à notre questionnaire, nous avons opté pour le tableur de Google document et l'application du tableau croisé dynamique qui est un outil de statistique offrant une grande variété de techniques d'analyses. Pour notre part, nous avons utilisé le tri à plat qui consiste à traiter une variable à la fois et le tri croisé qui nous permet de faire des croisements entre deux variables afin de détecter si toutefois ces dernières influent l'une sur l'autre.

Section 03 : Analyse et interprétation des résultats

Après avoir parlé de la mise en place de la banque mobile Banxy par la banque Natixis Algérie et après la présentation de la méthodologie de notre enquête et afin d'avoir une vision plus claire sur l'utilisation de cette banque mobile, nous avons opté pour une étude quantitative par questionnaire et nous avons pu collecter des réponses auprès de 60 clients de la banque Natixis Algérie.

Pour démontrer le rôle de l'application mobile dans l'activité de la banque Natixis, nous avons voulu effectuer une étude qualitative, avec les responsables de la banque mobile Banxy, à travers un guide d'entretien, mais malheureusement, les responsables que nous avons sollicités, ont refusé de répondre aux questions.

Dans cette partie, nous allons présenter l'ensemble des résultats obtenus grâce au questionnaire destiné aux clients, suivi d'une représentation graphique et une interprétation de ceux-ci.

1- L'étude quantitative

Nous avons proposé aux clients de la banque Natixis Algérie, sur les réseaux sociaux, un questionnaire comportant 13 questions et nous avons reçu 60 réponses. Les résultats et

l'analyse des données ont été faits grâce au tableur de Google Document et le tableau croisé dynamique d'Excel.

1-1- Analyse et interprétation des résultats par tri à plat

Suite à l'analyse des réponses obtenues au cours de notre enquête par questionnaire, nous sommes arrivés aux résultats suivants :

1-1-1- Les caractéristiques des sondés

L'information que nous avons pu avoir, concernant les caractéristiques des clients choisis (60 clients interrogés), est liée aux critères suivant : le genre, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle et la localisation.

1-1-1-1- Le genre des clients interrogés

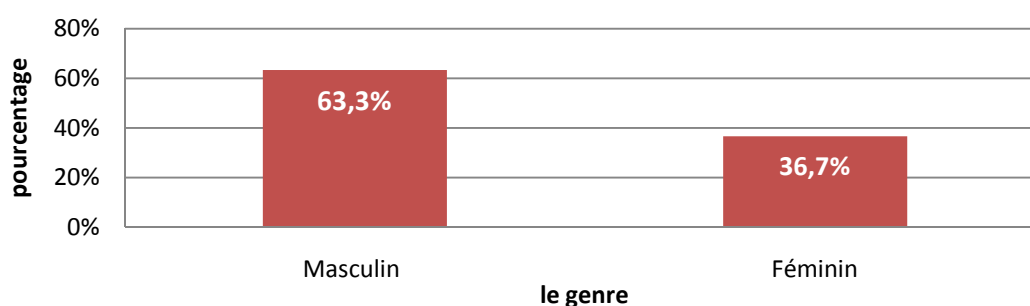
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant le genre des clients visés.

- **Tableau n°01** : Répartition de l'échantillon selon le genre

Le genre	Nombre	Pourcentage
Masculin	38	63,3%
Féminin	22	36,7%
Total	60	100%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°04: Répartition de l'échantillon selon le genre.



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Selon le tableau n°01 et la figure n°06, nous constatons que 63,3% des sondés sont des hommes et 36,7% sont des femmes.

1-1-1-2- La tranche d'âge des clients interrogés

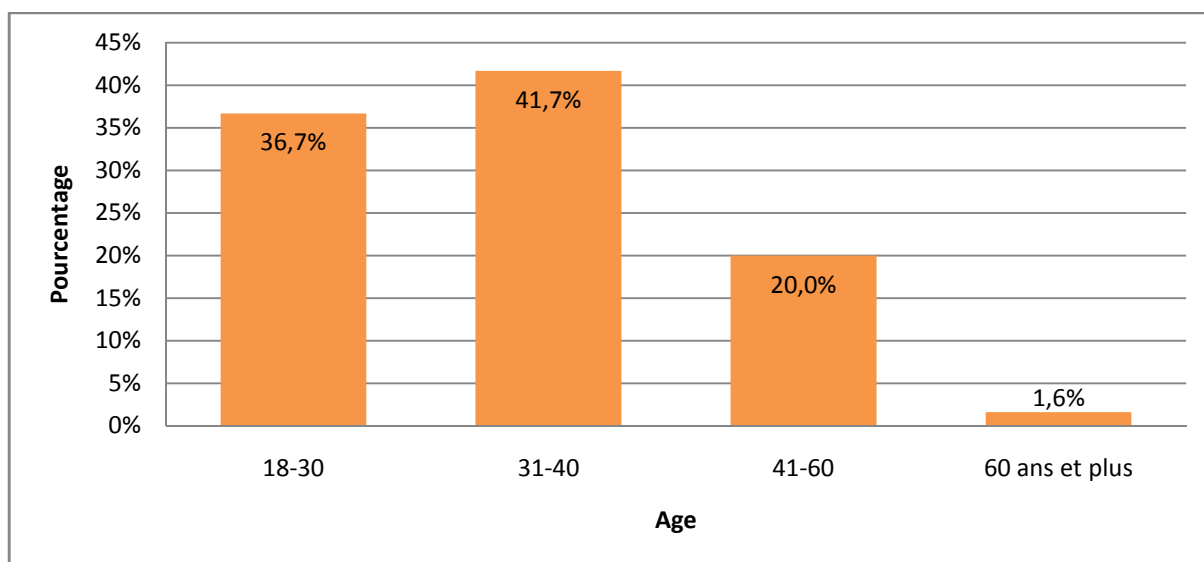
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant l'âge des clients visés.

- **Tableau n° 02** : Répartition de l'échantillon selon la tranche d'âge.

L'âge	Nombre	Pourcentage
18-30	22	36,7%
31-40	25	41,7%
41-60	12	20,0%
60 ans et plus	1	1,6%
Total	60	100,0%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°05 : Répartition de l'échantillon selon la tranche d'âge.



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°02 et la figure n°07, sur les 60 personnes interrogées, nous constatons que la majorité est âgée de 31 et 40ans avec un pourcentage de 41,7%, et 36,7% de 18 et 30 ans ensuite 20% âgée de 41 et 60ans en fin 1,6% représentant qu'une seule personne âgée de 60ans ou plus. Notre échantillon est relativement jeune.

1-1-1-3- La catégorie socioprofessionnelle des sondés

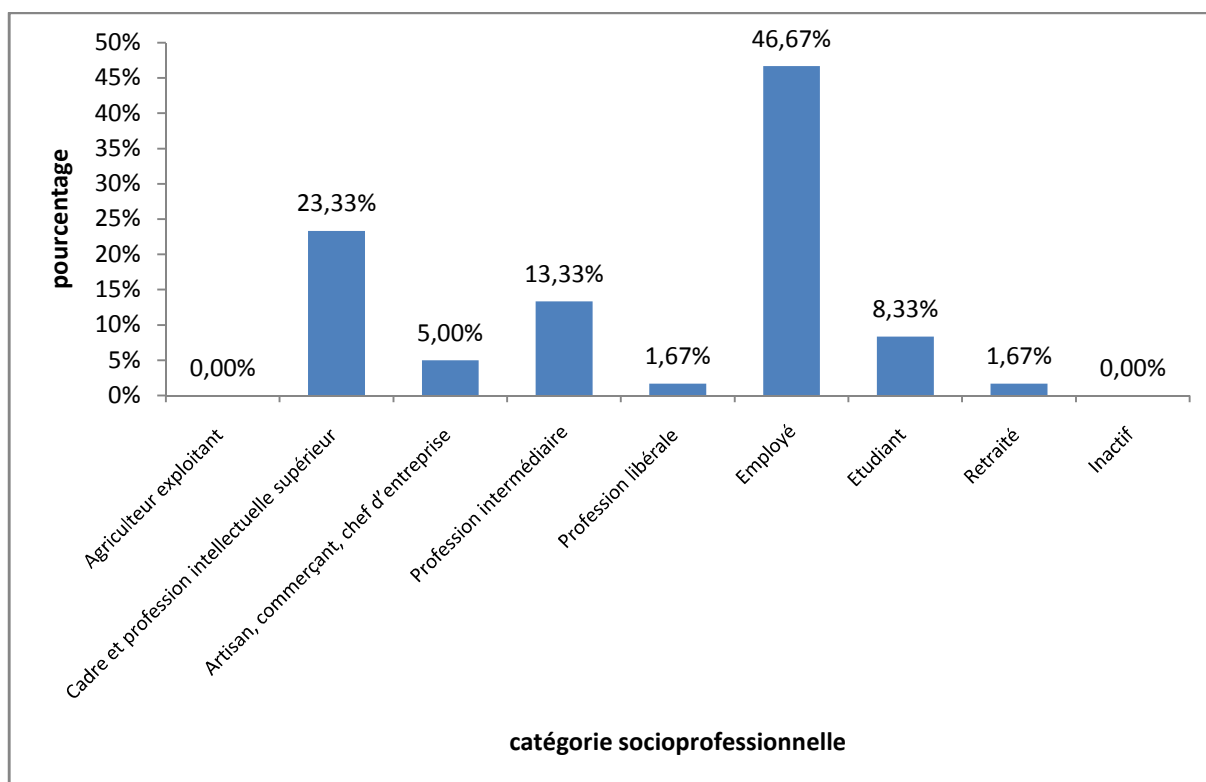
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant le genre des clients visés.

- **Tableau n°03** : Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle

Catégorie socioprofessionnelle	Nombre	Pourcentage
Agriculteur exploitant	0	0,00%
Cadre et profession intellectuelle supérieur	14	23,33%
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	3	5,00%
Profession intermédiaire (santé, fonction publique, enseignant, technicien...)	8	13,33%
Profession libérale	1	1,67%
Employé	28	46,67%
Etudiant	5	8,33%
Retraité	1	1,67%
Inactif	0	0,00%
Total	60	100,00%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°06: Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle.



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°03 et la figure n°03, nous observons que la plupart des sondés sont des employés avec un pourcentage de 46,67%, en suite 23,33% représente des cadres et professions intellectuelles supérieures, 13,33% exerçant une profession intermédiaire, 8,33% d'étudiants et

5% représentant les artisans, commerçants et chefs d'entreprise. Nous constatons alors que la majorité des personnes interrogées sont des employées et des cadres.

1-1-1-4- Localisation des sondés par rapport à l'agence Natixis Algérie

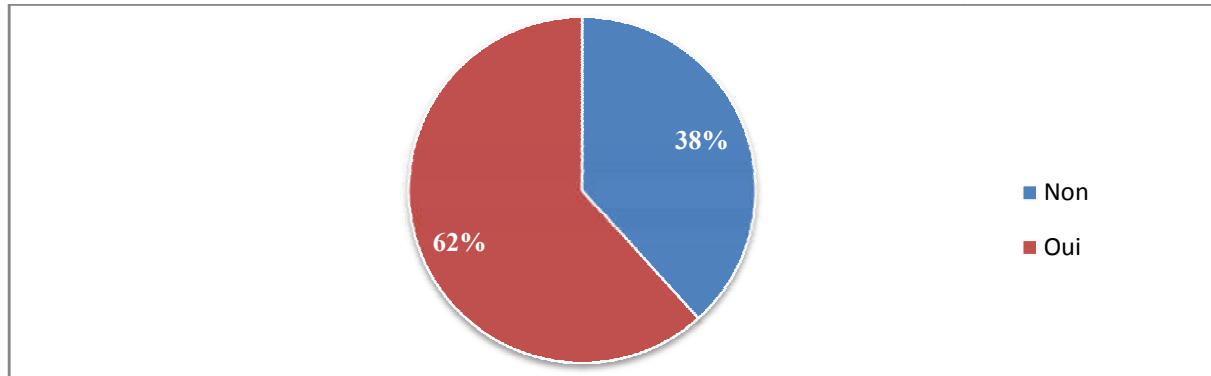
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant la localisation des clients visés par rapport à l'agence Natixis Algérie.

- **Tableau n°04** : Répartition de l'échantillon selon la localisation d'une agence Natixis à proximité du lieu de résidence.

Localisation d'une agence Natixis à proximité du lieu de résidence	Nombre	Pourcentage
Non	23	38,33%
Oui	37	61,67%
Total	60	100,00%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°07 : Répartition de l'échantillon selon la localisation d'une agence Natixis à proximité du lieu de résidence



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°04 et la figure n°09, nous observons que 62% des sondés habitent près d'une agence Natixis et 38% des sondés résident plus loin. Nous constatons que la majorité des sondés sont à proximité des agences Natixis.

1-1-2- L'identification des sondés selon l'utilisation de la banque mobile Banxy

Dans ce qui suit nous allons identifier les sondés à travers l'utilisation de la banque mobile Banxy et la possession de Smartphone.

1-1-2-1- La possession de Smartphone

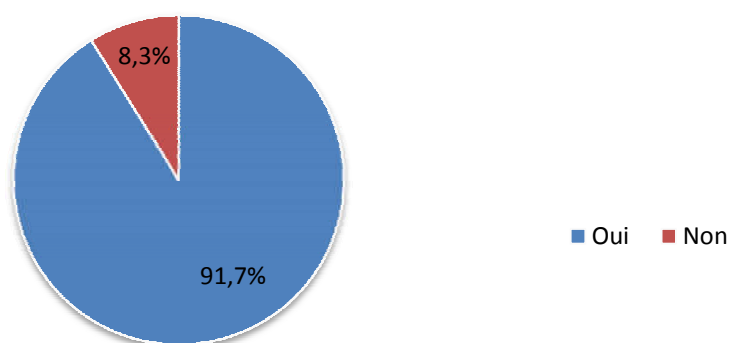
Le tableau ci-dessous représente la possession de Smartphone par les clients visés.

- **Tableau n°05** : Répartition de l'échantillon la possession de Smartphone

Possession de Smartphone	Nombre	Pourcentage
Oui	55	91,7%
Non	5	8,3%
Total	60	100,00%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°08 : La possession de Smartphone



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Selon le tableau n°05 et la figure n°10, nous constatons que 91,7 des sondés possèdent un Smartphone et seulement 8,3% n'en possèdent pas. Nous déduisons que la plupart des sondés utilisent le Smartphone.

1-1-2-2- L'utilisation de la banque mobile Banxy

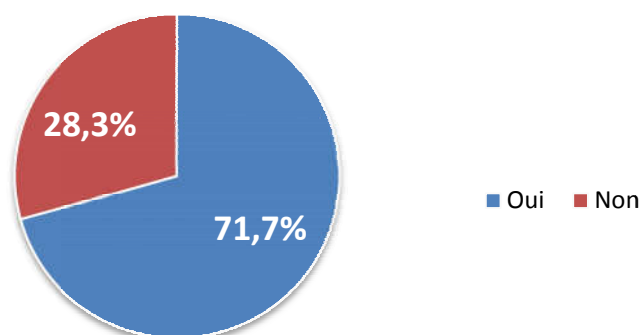
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant l'utilisation de la banque mobile Banxy par les clients visés.

- **Tableau n°06** : L'utilisation des services banque mobile Banxy.

Utilisation des services banque mobile BANXY	Nombre	Pourcentage
Oui	43	71,7%
Non	17	28,3%
Total	60	100%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°09 : L'utilisation des services banque mobile BANXY



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°06 et la figure n°11, nous observons que 71,7% des personnes interrogées utilisent la banque mobile Banxy et 28,3% ne l'utilisent pas. Nous constatons alors que la majorité des sondés sont des clients Banxy.

1-1-2-3- Le comportement du client vis-à-vis de l'utilisation de la banque mobile Banxy

L'objet de cette analyse est de connaître le comportement des clients vis-à-vis de l'utilisation de la banque mobile Banxy

1-1-2-4- Cause de non-utilisation de la banque mobile Banxy

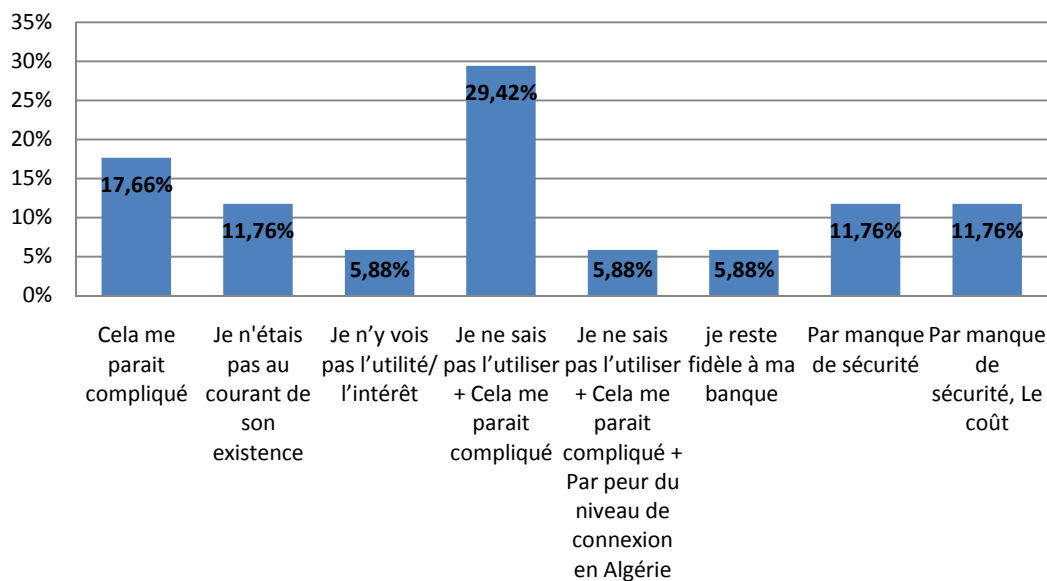
Le tableau ci-dessous représente les causes de la non-utilisation de la banque mobile BANXY.

- **Tableau n°07 : Cause de non utilisation de la banque mobile BANXY**

Cause de la non utilisation de la banque mobile BANXY	Nombre	Pourcentage
Cela me parait compliqué	3	17,66%
Je n'étais pas au courant de son existence	2	11,76%
Je n'y vois pas l'utilité/ l'intérêt	1	5,88%
Je ne sais pas l'utiliser + Cela me parait compliqué	5	29,42%
Je ne sais pas l'utiliser + Cela me parait compliqué + Par peur du niveau de connexion en Algérie	1	5,88%
je reste fidèle à ma banque	1	5,88%
Par manque de sécurité	2	11,76%
Par manque de sécurité, Le coût	2	11,76%
Total	17	100,00%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°10 : Cause du non utilisation de la banque mobile BANXY



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Selon le tableau n°07 et la figure n°12, parmi les sondés il y a 29,42% qui ne savent pas utiliser la banque mobile banxy, 17,66% cela leur parait compliqué, 11,76% ne l'utilisent pas par manque de sécurité, à cause du cout et ne connaissent pas son existence et 5,88% n'y voient pas l'utilité, par peur du niveau de connexion et préfèrent rester fidèles à leurs banques. Nous constatons que la majorité trouve que la banque mobile Banxy est compliquée à utiliser.

1-1-2-5- Le moyen par lequel les interrogés ont pris connaissance de l'existence de la banque mobile Banxy

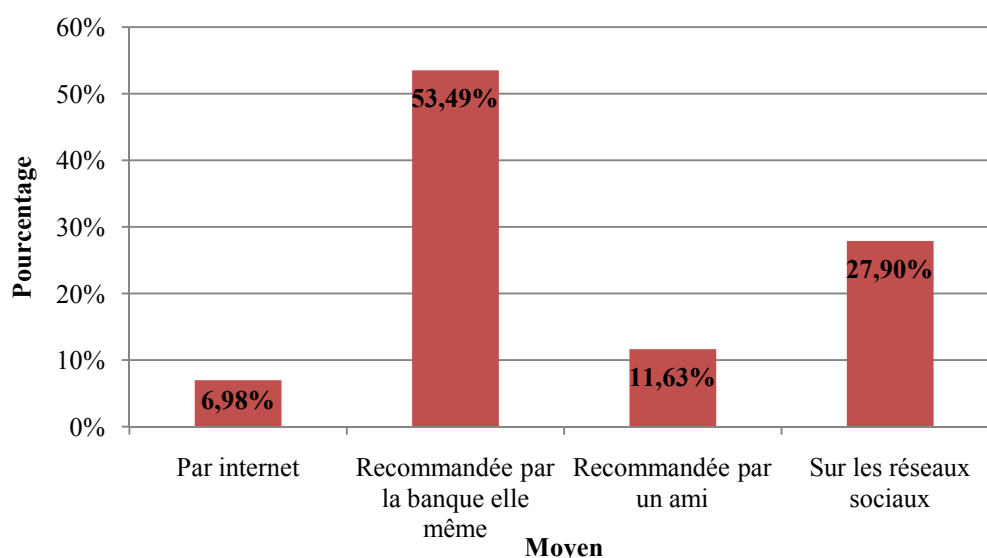
Le tableau ci-dessous représente le moyen par lequel les interrogés ont pris connaissance de l'existence de la banque mobile Banxy.

- **Tableau n°08** : Le moyen par lequel les interrogés ont pris connaissance de l'existence de la banque mobile Banxy.

Moyens	Nombre	Pourcentage
Par internet	3	6,98%
Recommandée par la banque elle même	23	53,49%
Recommandée par un ami	5	11,63%
Sur les réseaux sociaux	12	27,90%
Total	43	100,00%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°11: Le moyen de connaissance de la banque mobile BANXY



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°08 et la figure n°13, nous constatons que 53,49% des sondés ont pris connaissance de la banque mobile Banxy grâce à la banque Natixis, 27,90% des sondés ont pris connaissance de la banque mobile Banxy sur les réseaux sociaux, pour 11,63% cette dernière à été recommandée par un ami, en fin 6,98% l'ont connu sur internet. Nous déduisons que la majorité des personnes interrogées connaissent la banque mobile Banxy sous la recommandation de la banque Natixis.

1-1-2-6- Lieu de récupération des moyens de paiement (la carte bancaire et le chéquier)

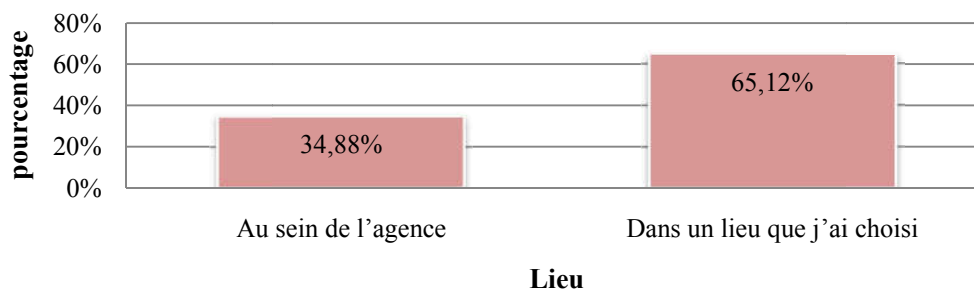
Le tableau ci-dessous représente le lieu de récupération des moyens de paiement (la carte bancaire et le chéquier).

- **Tableau n°09** : Le lieu de récupération des moyens de paiement (la carte bancaire et le chéquier)

Le lieu	Nombre	Pourcentage
Au sein de l'agence	15	34,88%
Dans un lieu que j'ai choisi	28	65,12%
Total	43	100,00%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°12 : Lieu de récupération des moyens de paiement (la carte bancaire et le chéquier)



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°09 et la figure n°14, nous observons que 65,12% des sondés ont récupéré leurs moyens de paiement dans un lieu choisi par eux même, 34,88% des sondés ont récupéré leurs moyens de paiement au sein de l'agence. Nous constatons que la majorité des sondés ont récupéré leurs moyens de paiement dans un lieu choisi par eux même et n'ont pas eu à se déplacer en agence.

1-1-2-7- Les raisons d'utilisation de la banque mobile BANXY

Le tableau ci-dessous représente le classement des raisons d'utilisation de l'application mobile BANXY par les clients visés (la question était une question à choix multiples).

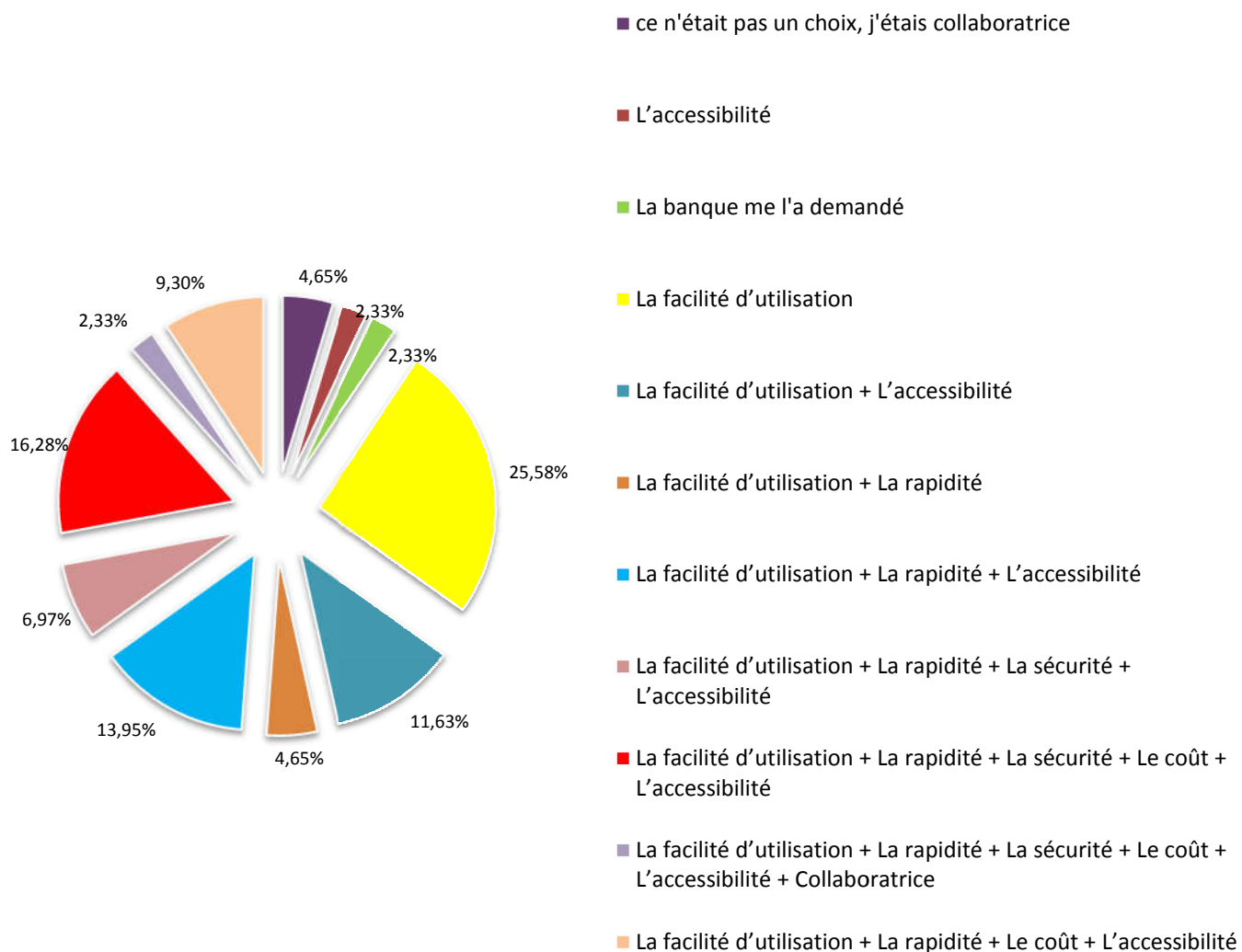
Tableau n°10: Raison(s) d'utilisation de la banque mobile BANXY

Raisons	Nombre	Pourcentage	Nombre des répondants
La facilité d'utilisation	37	86,05%	43
L'accessibilité	26	60,47%	
La rapidité	22	51,16%	
La sécurité	12	27,91%	
Le coût	11	25,58%	
Collaboratrice	3	6,98%	
La banque me l'a demandé	1	2,33%	
Digitalisation	1	2,33%	

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°10, nous remarquons que l'utilisation de la banque mobile BANXY en raison de sa facilité d'utilisation vient en premier avec 86,05%, puis en raison de son accessibilité avec 60,47% et sa rapidité avec 51,16%, enfin en raison de la demande de la banque et de digitalisation avec 2,33% pour chacune. Nous constatons que la principale raison d'utilisation de l'application mobile est sa facilité d'utilisation.

Figure n°13 : Raison(s) d'utilisation de la banque mobile BANXY



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°10 et la figure n°15, nous remarquons que 16,28% des sondés disent que toutes les modalités de réponses représentent un avantage pour eux, mais principalement la facilité d'utilisation avec (25,58%). Ce qui montre que la principale motivation à l'utilisation des services en ligne est la facilité d'utilisation.

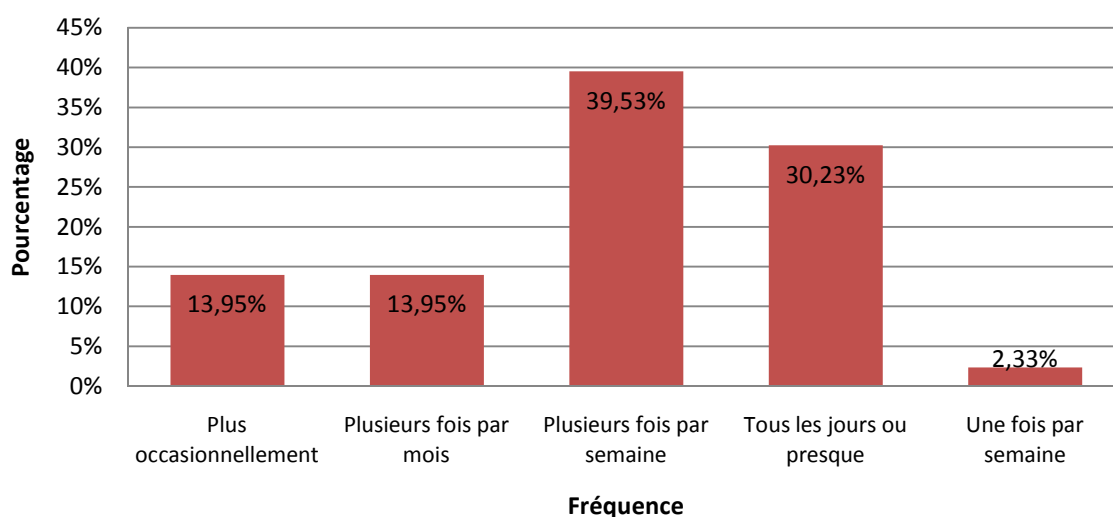
1-1-2-8- La fréquence d'utilisation de la banque mobile BANXY

Le tableau ci-dessous représente les fréquences d'utilisation de la banque mobile BANXY par les clients visés.

Tableau n°11 : Fréquence d'utilisation de la banque mobile BANXY

Fréquence d'utilisation	Nombre	Pourcentage
Plus occasionnellement	6	13,95%
Plusieurs fois par mois	6	13,95%
Plusieurs fois par semaine	17	39,53%
Tous les jours ou presque	13	30,23%
Une fois par semaine	1	2,33%
Total	43	100,00%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°14 : Fréquence d'utilisation de la banque mobile BANXY

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°11 et le graphique n°11, nous observons que la plupart des clients utilisent la banque mobile Banxy très fréquemment, à savoir 39,53% plusieurs fois par semaine et 30,23% tous les jours ou presque. Cela nous montre le fort attachement des clients à leur banque mobile.

1-1-2-9- Les types d'opérations bancaires effectuées à l'aide du compte BANXY

Le tableau ci-dessous représente le classement des types d'opérations effectuées à l'aide du compte Banxy selon leurs utilisations par les clients visés.

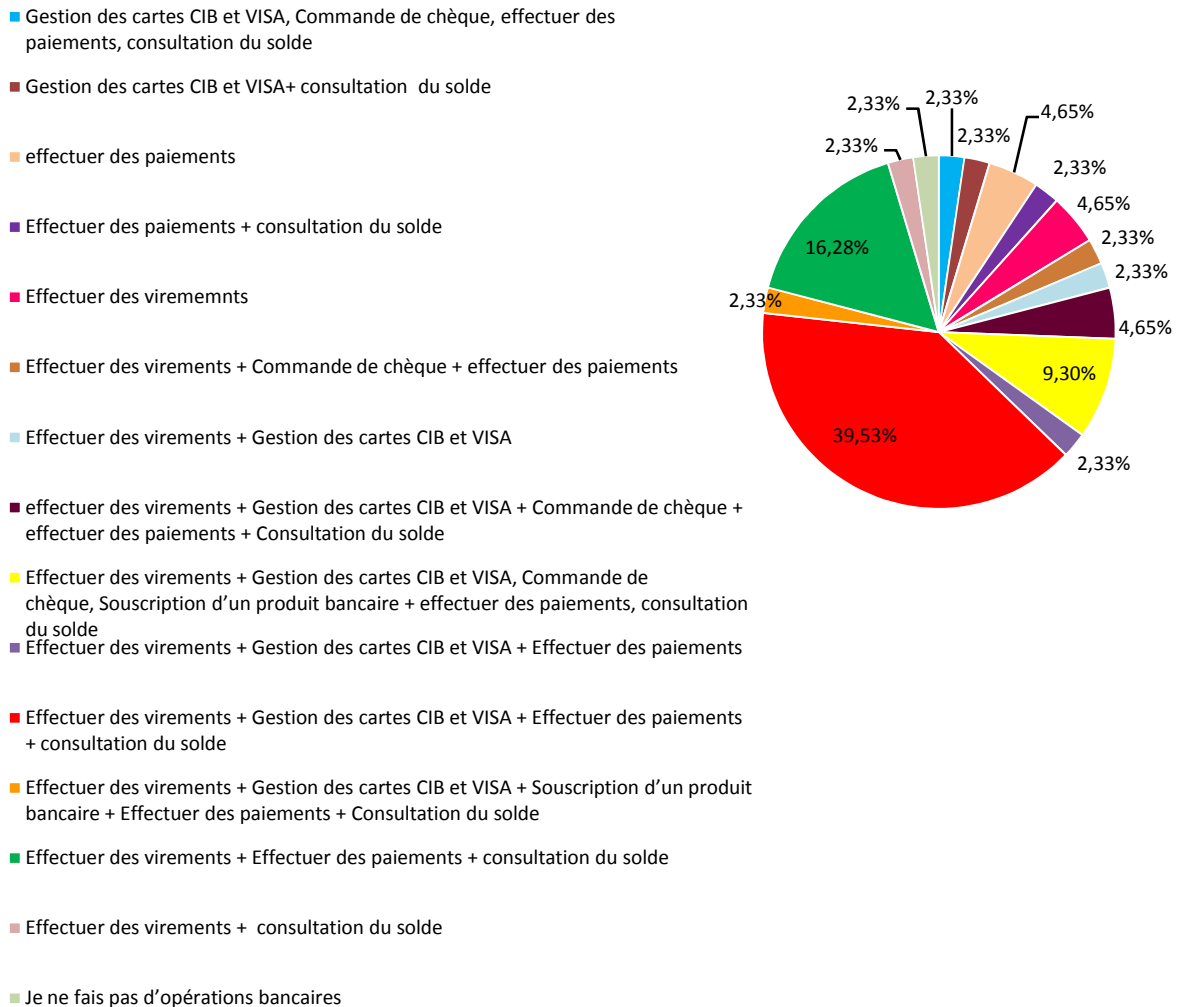
Tableau n°12 : Le classement des types d'opérations bancaires effectuées à l'aide du compte Banxy

Opération	Nombre	Pourcentage	Total des répondants
Effectuer des paiements	37	86,05%	43
Effectuer des virements	37	86,05%	
Consultation du solde	35	81,40%	
Gestion des cartes CIB et VISA	28	65,12%	
Commande de chèque	8	18,60%	
Souscription d'un produit bancaire	5	11,63%	
Je ne fais pas d'opérations bancaires	1	2,33%	

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°12, nous observons que l'utilisation de l'application bancaire Banxy pour effectuer des virements et des paiements viennent en premier avec 86,05%, puis la consultation de solde avec 81,40% et la gestion de carte CIB et VISA avec 65,12% et en dernier « je ne fais pas d'opérations bancaire » avec 2,33%. Nous constatons que des clients utilisent, beaucoup plus, l'application bancaire BANXY pour effectuer des virements, des paiements et consulter leur solde.

Figure n°15 : Types d'opérations bancaires effectuées par chaque client visé à l'aide du compte BANXY



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après la figure n°17, nous observons que les clients utilisent majoritairement la banque mobile Banxy pour effectuer des virements, des paiements, gérer leurs cartes CIB et Visa et consulter leur solde (39,53%), ainsi pour effectuer seulement des virements, des paiements, et consulter leur solde (16,28%). Ces résultats montrent que les clients utilisent la banque mobile Banxy pour effectuer des virements, des paiements, gérer leurs cartes CIB et Visa et consulter leur solde.

1-1-2-10- Evaluation de la satisfaction globale quant à l'utilisation des services Banxy

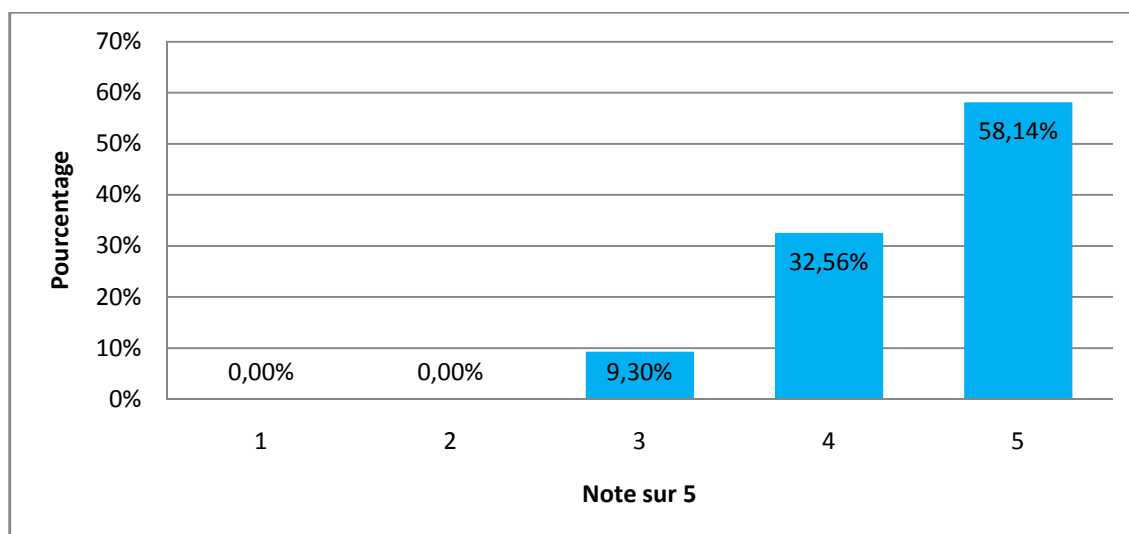
Le tableau ci-dessous représente l'évaluation de la satisfaction globale quant à l'utilisation des services Banxy.

- **Tableau n°13** : Evaluation de la satisfaction globale quant à l'utilisation des services Banxy.

Note sur 5	Nombre	pourcentage
1	0	0,00%
2	0	0,00%
3	4	9,30%
4	14	32,56%
5	25	58,14%
Total	43	100,00%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°16 : Evaluation de la satisfaction globale quant à l'utilisation des services Banxy.



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n°13 et la figure n°18, nous observons que 58,14% des sondés évaluent la banque mobile Banxy à 5, 32,56% l'évaluent à 4 et 9,30% à 3. Nous déduisons que la majorité des sondés sont satisfaits de la banque mobile Banxy.

1-2- Analyse et interprétation des résultats par tri croisé

L'objectif de ces croisements est de prouver que quelques variables ont une influence sur d'autres, pour cela nous avons également utilisé le test de khi-deux afin d'appuyer les résultats obtenus, et par la même occasion nous permettra de répondre au mieux à nos hypothèses.

1-2-1- Croisement entre l'âge et l'utilisation de la banque mobile BANXY

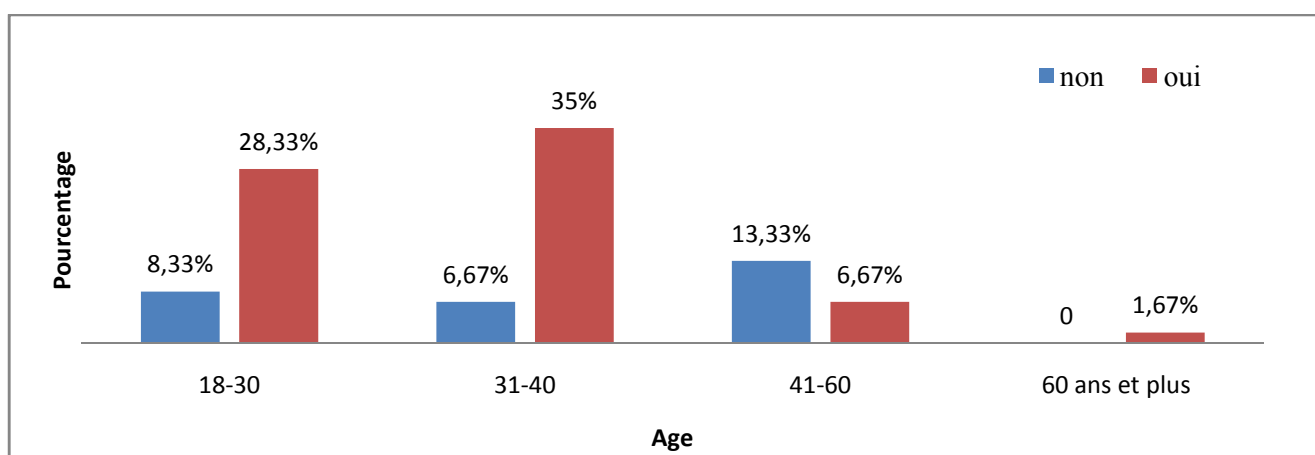
Le tableau ci-dessous représente le croisement entre l'âge et l'utilisation de la banque mobile Banxy.

- **Tableau n°14 : Utilisation de la banque mobile Banxy en fonction de l'âge**

		Utilisation de la banque mobile Banxy		Total
		non	oui	
Age	18-30 Effectifs	8,33% 5	28,33% 17	36,67% 22
	31-40 Effectif	6,67% 4	35% 21	41,67% 25
	41-60 effectif	13,33% 8	6,67% 4	20,00% 12
	60 ans et plus Effectif	0 0	1,67% 1	1,67% 1
Total Total effectif		28,33% 17	71,67% 43	100% 60

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°17: Utilisation de la banque mobile en fonction de l'âge



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Le tableau n°14 et la figure n°19, nous montrent que la catégorie d'âge qui utilise le plus la banque mobile Banxy est celle de 31 - 40ans avec (35 %) et celle de 18-30 avec (28,33%). Par contre, nous remarquons que c'est la catégorie d'âge de 41-60 qui n'utilisent pas les services Banxy avec (13,33%). Cela nous laisse déduire que c'est les jeunes qui utilisent le plus la banque mobile Banxy contrairement aux séniors.

- **Teste de khi deux**

	Khi deux Inverse	Degrés de liberté	Teste khi deux
Valeur	11,2916597	3	0,01024891

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

L'analyse des données de la présente recherche indique que le taux d'utilisation est plus remarquable chez les clients jeunes, comparé aux séniors. La plus-value ($P=0,01024891 < 0,05$), ce qui signifie qu'il existe une dépendance entre les deux variables (âge et utilisation de la banque mobile Banxy). Nous pouvons donc conclure que l'âge a une influence sur l'utilisation de la banque mobile Banxy.

1-2-2- Croisement entre la catégorie socioprofessionnelle et l'utilisation de la banque mobile BANXY

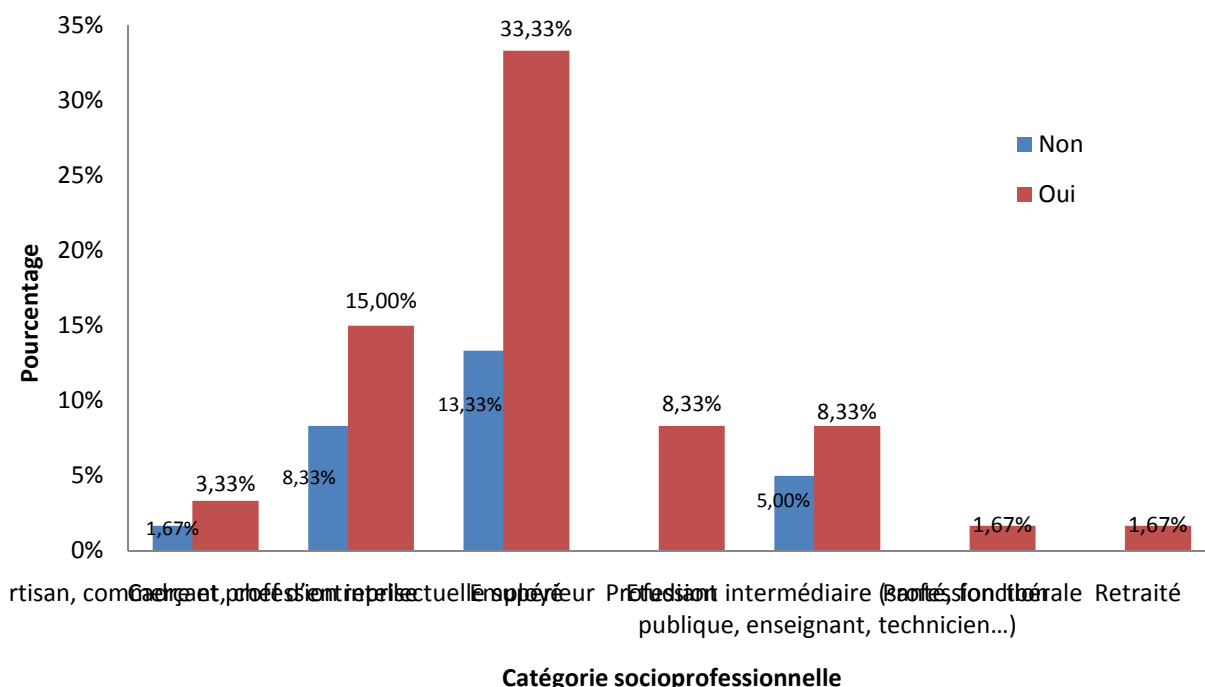
Le tableau suivant représente le croisement entre la catégorie socioprofessionnelle et l'utilisation de la banque Banxy.

- **Tableau n°15** : Croisement entre la catégorie socioprofessionnelle et l'utilisation de l'application mobile Banxy.

		Utilisation de la banque mobile Banxy		Total
		Non	Oui	
Catégorie socioprofessionnelle	Artisan, commerçant, chef d'entreprise	1,67%	3,33%	5,00%
	Effectif	1	2	3
	Cadre et profession intellectuelle supérieur	8,33%	15,00%	23,33%
	Effectif	5	9	14
	Employé	13,33%	33,33%	46,67%
	Effectif	8	20	28
	Etudiant	0,00%	8,33%	8,33%
	Effectif	0	5	5
	Profession intermédiaire (santé, fonction publique, enseignant, technicien...)	5,00%	8,33%	13,33%
	Effectif	3	5	8
Profession libérale	0,00%	1,67%	1,67%	
Effectif	0	1	1	
Retraité	0,00%	1,67%	1,67%	
Effectif	0	1	1	
TOTAL		28,33%	71,67%	100%
Total Effectif		17	43	60

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°18 : Croisement entre la catégorie socioprofessionnelle et l'utilisation de l'application mobile Banxy.



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Le tableau n°15 et la figure n°20, nous montrent que nous avons obtenu le plus de réponses de la part des employés et des cadres et professions intellectuelles supérieures. Et nous constatons que sur 28 employés, 20 utilisent les services banque mobile Banxy, ce qui représente plus de la moitié de cette catégorie. Pour ce qui est des cadres et professions intellectuelles supérieures nous avons également 9/14 d'entre eux qui utilisent ces services.

- **Teste khi deux**

	Khi deux inverse	Degrés de liberté	Teste khi deux
Valeur	3,51182333	6	0,742396

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

L'analyse des données de la présente recherche indique que ce sont les employés qui utilisent le plus la banque mobile Banxy comparé aux autres catégories socioprofessionnelles. Cependant le test de khi-deux ($khi\ deux = 0,742396 > 0,05$) nous montre qu'il n'y a pas de relation entre les deux variables (Utilisation et CSP). Nous pouvons donc conclure que dans notre cas, la catégorie socioprofessionnelle n'a pas d'influence sur l'utilisation de la banque mobile Banxy.

1-2-3- Le croisement entre la localisation et l'utilisation de la banque mobile Banxy

Le tableau suivant représente le croisement entre la localisation de l'agence Natixis Algérie et l'utilisation de la banque Banxy.

Tableau n°16 : Localisation par rapport à l'agence Natixis Algérie.

		Utilisation de la banque mobile BANXY		Total
		Oui	Non	
Localisation par rapport à l'agence NATIXIS Algérie	Oui	28 (46,67)	9 (15%)	37 (61,67%)
	Non	15 (25%)	8 (13,33%)	23 (38,33%)
Total		43 (71,67)	17 (28,33%)	60(100%)

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Le tableau n°16, nous montrent que nous avons obtenu le plus de réponses de la part des clients qui sont près de l'agence NATIXIS Algérie. Et nous constatons que sur 43

utilisateurs des services BANXY, 28 habite près de l'agence NATIXIS. Pour ce qui est des non-utilisateurs, nous avons également 9/17 d'entre eux habite près de l'agence.

- **Teste khi deux**

	Khi deux inverse	Degrés de liberté	Teste khi deux
Valeur	0,76398411	1	0,38208458

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

L'analyse des données de la présente recherche indique que ce sont ceux qui habitent près de l'agence qui utilisent le plus l'application bancaire. Cependant le test de khi-deux ($khi\ deux = 0,742396 > 0,05$) nous montre qu'il n'y a pas de relation entre les deux variables (Utilisation et Localisation de l'agence). Nous pouvons donc conclure que dans notre cas, la localisation de l'agence NATIXIS n'a pas d'influence sur l'utilisation de la banque mobile Banxy.

Conclusion

Ce chapitre nous a permis de donner une petite présentation sur la banque NATIXIS Algérie, et un aperçu sur l'apparition de la banque mobile BANXY, ainsi que son utilisation.

A travers la troisième section consacrée à l'enquête sur l'impact de la banque mobile BANXY sur le comportement du client de la banque NATIXIS. Nous avons essayé de tester les variables supposées sur les hypothèses à travers les questions et d'expliquer les résultats obtenus selon les réponses des sondés.

A partir des résultats obtenues, nous avons constaté que les clients de la banque, ont une image assez positive vis-à-vis de la banque mobile BANXY, et lui trouvent beaucoup d'avantages (La facilité d'utilisation, La rapidité, l'accessibilité ...etc.), mais restent réticent à son utilisation, par peur de ne pas savoir l'utiliser.

Conclusion générale

Conclusion générale

La banque est une institution financière dont le rôle principal est le financement des besoins de l'économie. Elle est considérée comme une entreprise, un établissement de crédit et comme un intermédiaire financier dont les formes d'activités peuvent être regroupées en trois grandes catégories : la réception de dépôts du public, la distribution du crédit et la gestion des moyens de paiements.

L'activité bancaire est considérée comme une activité spécifique qui présente des caractéristiques propres telles que : la banque est une entreprise multi productrice qui rend une gamme de services/produits très diversifiée pour une clientèle hétérogène, nombreuse qui exprime des besoins qui connaissent une évolution d'un jour à l'autre, dans ce cadre, la banque peut faire appel au m-banking comme moyen d'innovation de nouveaux produits, permettant de satisfaire la demande exprimée sur le marché.

Le m-banking permet aux clients d'avoir accès à leurs comptes, d'effectuer des transferts d'argent, etc, par un simple clic sur son Smartphone, peu importe le lieu où l'heure. Ceci représente un atout incontournable pour les clients de nos jours qui sont ultra-connectés et qui accordent de l'importance aux libres services, recherchant constamment une offre personnalisée, compétitive, et surtout accessible à tout moment.

Notre recherche était axée sur l'établissement d'une vue d'ensemble sur le comportement des clients à l'égard de l'application mobile. Nous aurions souhaité avoir des réponses de la part des responsables de la banque pour répondre à nos questions sur l'apport de cette application mobile pour les banques.

Après avoir présenté et interprété les résultats obtenus de la part de la population interrogée, nous allons tenter de dresser un constat général.

Cette enquête nous a permis de confirmer ou d'infirmer les hypothèses proposées au préalable et par conséquent de répondre à la problématique posée au départ :

- ✓ 71,7% des personnes interrogées connaissent le concept du m-banking et utilisent l'application mobile Banxy.
- ✓ Nous avons remarqué que les clients utilisateurs trouvent beaucoup d'avantages aux services Banxy avec (16,28%) d'entre eux qui ont affirmé que la facilité d'utilisation, l'accessibilité, la rapidité , la sécurité ainsi que le coût constituent les principales motivations à l'utilisation de ce service mais la peur liée à la non maîtrise de l'application

CONCLUSION GENERALE

et parce qu'elle parait compliqué constituent pour eux un frein à l'utilisation de l'application mobile Banxy, ce qui confirme parfaitement l'hypothèse N°2.

✓ Pour ce qui est du taux d'utilisation de cette application, 39,53% des sondés l'utilisent plusieurs fois par semaine et 30,23% tous les jours ou presque, ce qui montre le fort attachement des clients à la banque mobile Banxy.

✓ Nous avons remarqué aussi que les sondés utilisent en générale l'application mobile Banxy pour les opérations les moins engageantes tels que : consulter leur solde, effectuer des virements, des paiements ainsi que la gestion de leurs cartes CIB et Visa, ce qui confirme l'hypothèse N°1.

✓ Nous avons remarqué que l'âge est la principale variable qui influence sur l'utilisation des services Banxy, contrairement à la catégorie socioprofessionnelle et la localisation par rapport à l'agence qui n'ont aucune influence sur l'utilisation de ces services.

De ce fait, nous remarquons que les clients âgés de 18 – 40 ans sont ceux qui utilisent le plus l'application mobile Banxy avec un taux de 63,33 % contre 13,3% pour les 41-60ans.

Dans l'ensemble de ces résultats, nous déduisons que les clients de la banque Natixis adhèrent à la mise en place de l'application mobile Banxy et apprécient son accessibilité et sa rapidité, mais certains n'ont pas encore tout à fait confiance en ce concept.

Ces résultats doivent être pris avec précaution et nous ne pouvons pas les généraliser pour les causes suivantes :

- La taille de notre échantillon est réduite (60 personnes).
- La difficulté d'apprécier l'objectivité des réponses.

CONCLUSION GENERALE

A coté de cela, l'utilisateur des services m-banking ne pourra pas s'affranchir totalement des agences de proximité et dépendra toujours de celles-ci pour faire un dépôt, souscrire un crédit, s'équiper en produit d'épargne ou encore retirer de l'argent liquide, les particuliers ou les propriétaires d'entreprise doivent tout de même se présenter en agence afin de signer en personne des documents.

L'accès aux services bancaires en ligne exige une connexion Internet fiable. Des difficultés peuvent être rencontrées pour accéder à l'application mobile si la connexion Internet est perturbée par une panne de courant, par des problèmes de serveur liés à la banque ou parce que le client se trouve dans un endroit éloigné. Le client doit également trouver une solution de rechange pendant les activités de maintenance planifiée de l'application mobile de la banque. Les activités et les offres en termes de produits bancaires sont limitées, finalement, nous ne pouvons pas parler d'une banque 100% mobile et gratuite car cette dernière n'offre pas tous les services bancaires offerts par la banque traditionnelle (banque physique) et certaines opérations sont soumises à une certaine tarification.

Même si l'environnement semble propice au « m-banking », les banques vont devoir redoubler d'efforts pour mieux faire connaître ce service, afin d'amener le plus grand nombre de client à en faire usage. Pour cela, une politique de communication demeure souvent fondamentale afin de faire connaître les services de M-banking. Pour gagner la confiance des clients, la sécurité des applications devrait être encore plus renforcée et ceci afin d'éliminer tout risque de fraude, de piratage ou de vol.



Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages

- BELAID.MC, comprendre la banque, édition pages bleues, 2015.
- CLAUDE Simon, les banques, édition la découverte, 1994.
- DE COUSSERGUES Sylvie, gestion de la banque, 4ème édition Dunod, Paris 2005.
- DE COUSSERGUES Sylvie, BOURDEAUX Gautier, gestion de la banque, du diagnostic à la stratégie, 6eme édition Dunod, Paris 2010.
- DESCAMPS Christian, SOICHOT Jacques, économie et gestion de la banque, éditions EMS 2002.
- Dictionnaire LAROUSSE, édition Larousse, France, 2002.
- GARSNAULT. P, PRIANIS, la banque ; fonctionnement et stratégie, ed economica, Paris 1997.
- LAMARQUE Éric, MAYMO Vincent, économie et gestion de la banque, édition Dunod, 2015.
- ROUACH M, NAULLEAU G, le contrôle de gestion bancaire et financier, 3ème édition, banque Editeur, Paris 1998.
- TROUILLAUD Elodie, BADOUC Michel, réinventer le marketing de la banque et de l'assurance : du sens du client au néomarketing, revue banque édition, France, 2004.

Articles et revues

- BRACK Estelle, innovation et bancarisation, étude de cas : mobile banking , Africabanking forum, Abidjan, mai 2013.
- Gaëlle T.T, Votsoma D & Emmanuel M.S, analyse de l'adoption du mobile banking dans une économie en développement: une application au Cameroun, global journal of management and business research, 2020.
- GOLVAN.Y, marketing bancaire et planification, revue banque, 1979.
- LAZREG Mohammed, les impacts des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur la performance des banques algériennes, revue des sciences économiques de gestion et des affaires, n°18, année 2017.

- MICHEL Bernard, banque et nouvelles technologies, horizons bancaires n°316, février 2003.
- POUSTTCHI K, SCHURIG M, assessment of today's mobile banking applications from the view of customer requirements, copyright 2004 IEEE, Hawaii, 2004.
- TCHENG Henri, HUET Jean-Michel, VIENNOIS Isabelle et ROMDHANE Mouna, les télécoms ; facteur de développement en Afrique, l'expansion management review 2008.

Textes juridiques et règlements

Instruction n°06-2008 du 30 octobre 2008 portant l'établissement des situations comptables mensuelles.

Code de la banque et code des assurances, ed Berti 2003.

Règlement Axa mobile banking service, annexe 1 au règlement homebanking du 14/10/2019.

Travaux universitaires

- BRAHIMI Thiziri, BOUMGHAR Lynda, l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : Cas de la BEA, agence « 034 » de Tizi-ouzou, mémoire de master, université de Tizi-ouzou, 2015/2016.
- Justin K.V, nature juridique du mobile banking et la protection de ses consommateurs, diplôme de licence en droit économique et social, université officielle de Ruwenzori.
- RABEHAJA.T, le mobile banking, mémoire de master en droit des affaires, université d'Antananarivo, 2015/2016.
- OMEROVIC Nervan, banques digitales : évolution ou révolution ?, travail de bachelor réalisé en vue de l'obtention du bachelor HES, HEG-GE, juillet 2020.
- RAKOTOVAO A, enjeux du mobile banking, un instrument d'inclusion financière sur l'épargne, mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme de licence en économie, université d'Antananarivo, 2017/2018.

Sites Internet

- <https://www.andese.org/contributions/chroniques-de-nadia-antonin/481-les-dangers-des-applications-bancaires-sur-smartphone.html>
- <https://www.agenceecofin.com/banque/2404-56384-bpce-lance-la-premiere-banque-mobile-en-algerie-en-s-appuyant-sur-la-technologie-de-fidor-bank>
- <https://www.algerie-eco.com/2017/04/22/evolution-timide-de-banque-mobile-algerie/>

- <https://www.algerie-eco.com/2020/04/11/m-paiement-le-lancement-du-projet-est-prevu-avant-la-fin-de-lannee/>
- <https://www.banquemondiale.org/fr/news/press-release/2015/04/15/massive-drop-in-number-of-unbanked-says-new-report>
- <https://www.blogs.worldbank.org/psd/e-money-mobile-money-mobile-banking-what-s-the-difference>
- <https://www.banxybank.com/fr/appli-en-details>
- <https://www.journaldunet.com/ebusiness/internet-mobile/1009553-monde-le-nombre-d-abonnes-au-telephone-mobile/>
- <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/download/3183/3084/>
- <https://www.lesclesdelabanque.com/web/Cdb/Entrepreneurs/Content.nsf/DocumentsByIDWeb/AMNAW3?OpenDocument>
- <https://mbamci.com/le-mobile-banking-dans-les-pays-en-voie-de-developpement/>
- <https://www.migrosbank.ch/fr/personne-privee/e-banking/smartphones.html>
- <http://www.prestadesk.com/moneytransfer/index.php/qui-sommes-nous/comprendre-le-mobile-banking>
- <http://www.revue-banque.fr/risques-reglementations/article/quelle-place-pour-mobile-money-dans-systeme-moneta>
- <https://recrutement.bpce.fr/le-groupe/nos-entreprises/natixis/>
- <http://uis.unesco.org/fr/glossary-term/technologies-de-linformation-et-de-la-communication-tic>

Les virements:

- Virements P2P
- Virements interbancaires
- Virements différés
- Virements permanents

Les types de comptes:

- Compte chèque en DZD
- Comptes épargne en DZD
- Compte devise en EUR
- Compte devise en USD
- Compte devise en CAD

Les cartes de débit: + Gestion des cartes

- Carte CIB
- Carte Visa Gold
- Carte Visa Platinum

Services complémentaires:

- Demande de chèque
- Réclamation
- Demande de cheque de banque
- Opposition sur cheque
- Demande de relevé de compte
- Demande d'informations
- Conditions de banque
- Contact

Gamme épargne:

- Epargne rémunérée 3,25%
- Epargne non rémunérée
- Compte Mon Projet

Aide & contact:

- Appel CRC
- Email CRC

App Screenshots:

- Home Screen:** Profile of Mariem Belhadj, menu items: Mes virements, Mes comptes, Mes documents, Mes cartes, Mes chèques, Services complémentaires, Géolocaliser une agence, Inviter des amis, Partager l'application, Aide & contact, Déconnexion.
- Account Overview:** Shows a balance of 320,000,00 DZD, a transaction of -10,000,00 DZD (Fund reservation), and another of -10,000,00 DZD (Card transaction).
- Transaction Details:** Shows a cash deposit of +10,000,00 DZD and a generic transaction of -10,000,00 DZD.
- Send Money:** Shows a transaction of -10,000,00 DZD with a 'Send money' button.
- Login/Registration:** Fields for Email, Mot de passe, and Mot de passe oubliée? with buttons SE CONNECTER and ENREGISTRER.

**CATALOGUE
DES CONDITIONS TARIFAIRES**

PARTICULIERS



OCTOBRE 2020

Vous trouverez dans ce catalogue les principaux tarifs des produits et services applicables à la clientèle des particuliers. Les tarifs sont exprimés en dinars algériens et toutes taxes comprises.

Toutes ces informations vous seront utiles pour choisir les produits et les services les mieux adaptés à vos attentes.

Veillez noter également que toute prestation non mentionnée dans le présent catalogue fera l'objet d'une facturation préalablement présentée par votre conseiller de clientèle.

Vous pouvez également retrouver l'intégralité des conditions tarifaires sur le site web de Natixis Algérie **www.natixis.dz**

Pour toute demande d'information complémentaire, n'hésitez pas à contacter votre conseiller clientèle.

Le Taux de Base (TR) est le taux de référence interne fixé par la banque à 6 % en HT.

1. COMPTES ET SERVICES DIVERS :

OPERATIONS ET SERVICES AUX COMPTES		
NATURE D'OPERATION	COMMISSION EN TTC	DATE DE VALEUR
FRAIS DE GESTION ET DE TENUE DE COMPTE		
Compte chèque	1 500 DA/ Trimestre	J
Ouverture compte chèque et délivrance d'un chéquier	Gratuit	
Ouverture compte épargne	Gratuit	
Frais de gestion de compte épargne	Gratuit	
Taux d'intérêt	3,25% ⁽¹⁾	J
Ouverture d'un compte épargne sur livret	Gratuit	
Ouverture d'un compte devises	Gratuit	
Offres conventionnées	Selon convention ⁽²⁾	
Frais de clôture de compte	Gratuit	
Commission sur compte inactif ⁽³⁾	2 000 DA/Trimestre	J
PRESTATIONS DIVERSES		
Gestion de portefeuille Droit de garde pour les bons de caisse	Com fixe 0,5 % l'an + TVA, maximum 59 500 DA	J
Allocations touristiques	1 190 DA	J
FRAIS DIVERS		
Frais de recherche	2 000 DA	J
Frais de duplication de document conforme à l'original	500 DA + frais de recherche	J
Duplicata d'avis d'opération	500 DA	J
DEMANDE D'HISTORIQUE		
Relevé trimestriel	Gratuit	
Relevé une fois/mois	Gratuit	
Demande de relevé de compte : Intermédiaire Duplicata Antérieur à 6 mois	500 DA	J
Successions	5 950 DA	J
Attestations diverses	2 500 DA	J
LOCATION DE COFFRES FORTS ⁽⁴⁾		
Modèle 36 x 14,50	9 520 DA/ An	J
Modèle 36 x 15,50	14 280 DA/ An	J
Modèle 36 x 30	17 850 DA/ An	J
Modèle 36 x 48	21 420 DA/ An	J
Cautionnement de la location des coffres	11 900 DA	J
LES INCIDENTS		
Opposition sur chèque/ chéquier	1 500 DA	J
Opposition sur bon de caisse	1 190 DA	J
Saisie arrêt	2 500 DA	J
ATD (avis à tiers détenteur)	2 500 DA	J

- (1) Les intérêts produits sur compte épargne sont soumis au régime fiscal sous les conditions suivantes :
Montant des intérêts inférieurs à 50 000 DZD : 1%. Montant des intérêts égal ou supérieur à 50 000 DZD : 10%.
- (2) Voir les conditions spécifiques aux conventions dédiées.
- (3) Commission sur compte inactif : Commission prélevée sur un compte n'ayant enregistré aucun mouvement au débit ou au crédit pendant une période donnée. (Pour plus d'informations, merci de vous rapprocher de votre gestionnaire de compte)
- (4) Selon disponibilité au niveau de l'agence.

2. OPÉRATIONS DE CAISSE ET DE PORTEFEUILLE :

AU DÉBIT		
NATURE D'OPERATION	COMMISSION EN TTC	DATE DE VALEUR
LES RETRAITS		
Retrait espèce par chèque	Gratuit	
Chèque guichet	238 DA	J-1
Retrait espèce déplacé	Gratuit	
Retrait espèce sur compte épargne /livret d'épargne magnétique	Gratuit	
VIREMENT ORDONNÉ		
Même agence	Gratuit	
Inter agence	Gratuit	
interbancaire	100 DA	J-1
Virement sur compte épargne/ livret d'épargne magnétique	Gratuit	
Mise à disposition nos caisses	1 190 DA	
Virement RTGS urgent (moins 1M DA)	1 785 DA	J-1
Virement RTGS = >1MDA de 1 000 000 à 5 000 000 DA de 5 000 000 à 10 000 000 DA Plus de 10 000 000 DA	2 380 DA 3 570 DA 11 900 DA	J-1
Rejet d'un virement reçu par le client Natixis Algérie	Gratuit	
LES PRÉLEVÈMENTS		
Paiement d'un Prélèvement : Même agence Inter agence Interbancaire	Gratuit Gratuit Gratuit	
Rejet d'un prélèvement reçu par le client Natixis Algérie	297,50 DA	J
Opposition sur avis de prélèvement	178,50 DA	J
LE CHÈQUE		
Paiement de chèque	60 DA	J-1
Rejet d'un chèque émis ⁽⁴⁾ (Chèque impayé)	1 190 DA	J-1
Présentation de chèque émis en interdiction	1 190 DA	J-1
Émission de chèque sans provision	1 190 DA Avec risque de pénalités supplémentaires	J-1
LE CHÈQUE DE BANQUE		
Émission de chèque de banque	1 190 DA	J-1
Opposition sur chèque de banque	2 000 DA	J-1
AU CRÉDIT		
NATURE D'OPERATION	COMMISSION EN TTC	DATE DE VALEUR
LES VERSEMENTS		
Versement espèces	Gratuit	
Versement déplacé sur compte client (autre agence Natixis Algérie)	Gratuit	
Versement par un tiers sur compte client	Gratuit	
LES VIREMENTS		
Virement reçu Même Agence Inter Agence Inter bancaire	Gratuit Gratuit Gratuit	
Virement RTGS urgent	Gratuit	
Virement RTGS reçu sur compte épargne	Gratuit	
Rejet virement émis par le client Natixis Algérie	Gratuit	
LE CHÈQUE		
REMISE DE CHÈQUES À L'ENCAISSEMENT		
Encaissement chèque Natixis Algérie Encaissement chèque autres banques	119 DA 238 DA	J
Remise de chèque à l'encaissement sur compte épargne/ livret d'épargne magnétique	Gratuit	
Rejet d'un chèque remis ⁽⁵⁾ (Chèque Impayé)	1 190 DA	J

Représentation de chèque à l'Encaissement		
Encaissement chèque Natixis Algérie	119 DA	J
Encaissement chèque autres banques	238 DA	
Annulation de chèque de banque	1 190 DA	J

(4), (5) Gratuité des rejets de chèques dus à un incident technique

3. FINANCEMENTS :

LES PRÊTS

Nature d'opération	Commission ⁽⁶⁾
--------------------	---------------------------

PRÊT HABITAT

AMÉNAGEMENT AVEC HYPOTHÈQUE

Frais de dossier	1% avec min de 3 000 DA et max de 20 000 DA
Taux d'intérêt	TR + marge
Commission de remboursement par anticipation	2%
Pénalité de retard	TC + Pénalité

AMÉNAGEMENT SANS HYPOTHÈQUE

Frais de dossier	1% avec min de 3 000 DA et max de 20 000 DA
Taux d'intérêt	TR + marge
Commission de remboursement par anticipation	2%
Pénalité de retard	TC + Pénalité

EXTENSION / SURÉLEVATION

Frais de dossier	1% avec min de 3 000 DA et max de 20 000 DA
Taux d'intérêt	TR + marge
Commission de remboursement par anticipation	2%
Pénalité de retard	TC + Pénalité

ACHAT D'UN BIEN IMMOBILIER FINI NEUF OU ANCIEN

Frais de dossier	0,5% avec un min de 5 000 DA et max de 50 000 DA
Taux d'intérêt	TR + marge
Commission de remboursement par anticipation	2%
Pénalité de retard	TC + Pénalité

ACHAT EN VENTE SUR PLAN

Frais de dossier	0,5% avec un min de 5 000 DA et max de 50 000 DA
Taux d'intérêt	TR + marge
Commission de remboursement par anticipation	2%
Pénalité de retard	TC + Pénalité

TR = Taux de référence de la banque

TC = Taux Contractuel

(6) Commissions du prêt habitat en HT

4. EPARGNE ET PLACEMENT :

NATURE

INTÉRÊT CRÉDITEUR

Compte épargne	Veuillez vous rapprocher de votre conseiller de clientèle pour consulter la grille de rémunération.
Livret d'épargne Magnétique	

EN DINARS

Dépôts à terme et bons de caisse libres	Veuillez vous rapprocher de votre conseiller de clientèle pour consulter la grille de rémunération.
---	---

EN DEVISE

NATURE

TAUX

Comptes devises	Conditions banque d'Algérie
Dépôt à terme devises	Conditions fixées périodiquement par la banque d'Algérie

Les taux sont indiqués sur une base annuelle.

En cas de remboursement anticipé les conditions sont les suivantes :

A- Lorsque le remboursement intervient au bout d'une durée de trois (03) mois au minimum suivant la date de souscription, le client ne perçoit pas de rémunération.

B- Lorsque la demande de remboursement intervient après la période de trois (03) mois et avant l'échéance initialement prévue, le taux d'intérêt servi sera celui en vigueur au dernier quantième du dernier trimestre calendaire précédent immédiatement la date de remboursement, diminué d'un (1%) point de pourcentage.

5. OPÉRATIONS À L'INTERNATIONAL :

NATURE D'OPERATION	COMMISSION EN TTC	DATE DE VALEUR
Commission sur rapatriement/cession	0.1%	
Transfert	Marge de change : 0.1% (sur le cours moyen pondéré des achats devises sur le marché interbancaire des changes) + com BA de 0,10%	Date de paiement

6. MONÉTIQUE :

SERVICES ET OPERATIONS MONETIQUE ⁽⁷⁾

NATURE D'OPÉRATION	Commission	Date de valeur
Délivrance d'une carte interbancaire CLASSIQUE	508 DA	J
Délivrance d'une carte interbancaire GOLD	1 017 DA	J
Remplacement d'une carte interbancaire CLASSIQUE (après perte ou vol de la 1ère)	508 DA	J
Remplacement d'une carte interbancaire GOLD (après perte ou vol de la 1ère)	1 190 DA	J
Renouvellement à échéance d'une carte CLASSIQUE	508 DA	J
Renouvellement à échéance d'une carte GOLD	1 190 DA	J
Opposition sur carte bancaire pour perte ou vol (CLASSIQUE ET GOLD)	500 DA	J
Modification du plafond d'utilisation de la carte CLASSIQUE et GOLD (Retrait et Paiement)	Gratuit	
Retrait d'espèces DAB NATIXIS ALGERIE	Gratuit	
Retrait d'espèces DAB/GAB autres banques	Gratuit	
Paiements effectués chez les commerçants adhérents au réseau CIB	Gratuit	
Réédition du code confidentiel	500 DA	J
Consultation de solde	Gratuit	
Résiliation d'une carte "Classique" ou "Gold"	Gratuit	

(7) Pour cartes CIB délivrées avant le lancement de la Banque mobile



La Banque
Mobile

 **NATIXIS**
التيكسيس الجزائر
ALGÉRIE
BEYOND BANKING

CATALOGUE DES CONDITIONS TARIFAIRES

BANXY

A large, expressive purple brushstroke graphic that curves across the page. The text 'OCTOBRE 2020' is written in white, bold, uppercase letters across the middle of the stroke.

OCTOBRE 2020



La Banque
Mobile



**Conditions et tarifs applicables aux clients utilisateurs
de Banxy, la banque mobile de Natixis Algérie.
(Octobre 2020)**

Voici les principales conditions tarifaires appliquées aux opérations bancaires des utilisateurs de Banxy, la banque mobile de Natixis Algérie. Les frais et commissions sont exprimés en TTC (TVA en vigueur 19%).

Toutes ces informations vous seront utiles pour choisir les produits et les services les mieux adaptés à vos attentes.

Pour toute précision complémentaire, n'hésitez pas à prendre contact avec notre centre de relation client joignable au **+213 21 98 86 86**.

1. COMPTES ET SERVICES DIVERS :

NATURE D'OPERATION	COMMISSION EN TTC	DATE DE VALEUR
LES COMPTES⁽¹⁾		
FRAIS DE GESTION ET DE TENUE DE COMPTE		
Compte chèque	375 DA/Trim	J (Frais prélevés trimestriellement)
Ouverture compte chèque et délivrance d'un chéquier	Gratuit	
Ouverture du compte épargne	Gratuit	
Frais de gestion de compte épargne	Gratuit	
Taux d'intérêt	3,25% ⁽²⁾	J
Frais de clôture de compte	Gratuit	
Relevé trimestriel	Gratuit	
Relevé une fois/mois	Gratuit	
Demande de relevé de compte : intermédiaire duplicata antérieur à 6 mois	500 DA	J-1
Commission sur compte inactif ⁽³⁾	2 000 DA/Trim	J
FRAIS DIVERS		
Frais de recherche	2 000 DA	J
Frais de duplication de document conforme à l'original	2 000 DA + Frais de recherche	J
Frais de fourniture de preuve électronique pour toute opération via télé compensation	200 DA	J
Fourniture d'avis d'opération	300 DA	J
Allocations touristiques	1 190 DA	J
Successions	5 950 DA	J
Attestations diverses	2 500 DA	J
Frais de livraison de documents	1 190 DA	J
LES INCIDENTS		
Opposition sur chèque/ chéquier	1 500 DA	J
Opposition sur bon de caisse	1 190 DA	J
Saisie arrêt	2 500 DA	J
ATD (Avis à tiers détenteur)	2 500 DA	J

- (1) La banque se réserve le droit de suspendre l'accès au service en ligne en cas d'absence de mouvements créditeurs d'un montant minimum de 10 000.00 DA durant les 180 jours qui suivent l'ouverture de compte.
- (2) Les intérêts produits sur compte épargne sont soumis au régime fiscal sous les conditions suivantes :
Montant des intérêts inférieurs à 50 000 DA : 1%. Montant des intérêts égal ou supérieur à 50 000 DA : 10%.
- (3) Commission sur compte inactif : Commission prélevée sur un compte n'ayant enregistré aucun mouvement au débit ou au crédit pendant une période donnée (Pour plus d'informations, merci de vous rapprocher de votre gestionnaire de compte)

2. OPÉRATIONS DE CAISSE ET DE PORTEFEUILLE :

AU DÉBIT		
NATURE D'OPERATION	COMMISSION EN TTC	DATE DE VALEUR
LES RETRAITS		
Retrait espèce par chèque	Gratuit	
Chèque guichet	238 DA	J
Retrait espèce déplacé	Gratuit	
LES VIREMENTS		
VIREMENT ORDONNÉ		
P2P Vers un compte Banxy ou Natixis Algérie Virement interbancaire	Gratuit Gratuit 100 DA	J-1
Mise à disposition nos caisses	1 190 DA	J-1
Virement RTGS urgent	1 785 DA	J-1
Rejet d'un virement reçu par le client Natixis Algérie	Gratuit	

LES PRELEVEMENTS

Paielement d'un prelevement	Gratuit	
Rejet d'un prelevement reçu par le client Natixis Algérie	297,50 DA	J-1
Opposition sur avis de prelevement	178,50 DA	J-1

LE CHEQUE

Paielement de chèque	60 DA	J-1
Rejet d'un chèque émis ⁽⁴⁾ (Chèque impayé)	1 190 DA	J-1
Présentation de chèque émis en interdiction	1 190 DA	J-1
Emission de chèque sans provision	1 190 DA Avec risque de pénalités supplémentaires	J-1

LE CHEQUE DE BANQUE

Emission de chèque de banque	1 190 DA	J
Opposition/Annulation d'un chèque de banque	2 000 DA	J

AU CRÉDIT

NATURE D'OPERATION	COMMISSION EN TTC	DATE DE VALEUR
--------------------	-------------------	----------------

LES VERSEMENTS

Versement espèce	Gratuit	
Versement déplacé sur compte client (Autre agence Natixis Algérie)	Gratuit	
Versement par un tiers sur compte client	Gratuit	

LES VIREMENTS

Virement reçu	Gratuit	
Virement RTGS urgent	Gratuit	

REMISE DE CHÈQUES À L'ENCAISSEMENT

Encaissement chèque Natixis Algérie	Gratuit	
Encaissement chèque autres banques	Gratuit	
Rejet d'un chèque remis (Chèque Impayé) ⁽⁵⁾	1 190 DA	J
Représentation de chèque à l'encaissement		
Encaissement chèque Natixis Algérie	Gratuit	
Encaissement chèque autres banques	Gratuit	
Annulation de chèque de banque	1 190 DA	J

(4),(5) Gratuité des rejets de chèques dus à un incident technique.

3. OPÉRATIONS À L'INTERNATIONAL :

NATURE D'OPERATION	COMMISSION EN TTC	DATE DE VALEUR
Commission sur rapatriement/cession	1 %	J+1
Transfert ⁽⁶⁾	Marge de change : 0,1% (sur le cours moyen pondéré des achats devises sur le marché interbancaire des changes) + com BA de 0,10%	Date de paiement

(6) Exécution de l'opération au niveau des agences Natixis Algérie (Hors application Banxy)

4. MONÉTIQUE:

SERVICES ET OPERATIONS MONETIQUE CIB

NATURE D'OPERATION	COMMISSION EN TTC	DATE DE VALEUR
Délivrance d'une carte interbancaire GOLD	Gratuit	
Cotisation annuelle de la carte interbancaire GOLD	Gratuit	
Remplacement d'une carte interbancaire GOLD (après perte ou vol, détérioration)	1 190 DA	J
Renouvellement à échéance d'une carte GOLD	1 190 DA	J
Opposition temporaire sur carte bancaire	Gratuit	
Opposition définitive sur carte bancaire	500 DA	J
Personnalisation du plafond hebdomadaire de la carte	Gratuit	
Retrait d'espèces DAB NATIXIS ALGERIE	Gratuit	Jour de transaction
Retrait d'espèces DAB/GAB autres banques	Gratuit	Jour de transaction
Paiements effectués chez les commerçants adhérents au réseau CIB	Gratuit	
Rédition du code confidentiel	500 DA	J
Consultation de solde	Gratuit	
Résiliation d'une carte Gold	Gratuit	

SERVICES ET OPERATIONS MONETIQUE CARTE VISA

	VISA GOLD	VISA PLATINUM	
Cotisations annuelles de la carte VISA (Formule libre)	14 000 DA	35 000 DA	J
Cotisations annuelles de la carte VISA (Formule épargne)	Gratuit*	Gratuit*	
Remplacement d'une carte VISA (Après perte, détérioration ou vol)	10 000 DA	20 000 DA	J
Renouvellement à échéance d'une carte VISA (Formule libre)	14 000 DA	35 000 DA	J
Renouvellement à échéance d'une carte VISA (Formule épargne)	Gratuit*	Gratuit*	
Opposition temporaire sur carte VISA	Gratuit	Gratuit	
Opposition définitive sur carte VISA	1 000 DA	1 000 DA	J
Personnalisation du plafond hebdomadaire de la carte	Gratuit	Gratuit	
Rédition du code confidentiel	1 000 DA	1 000 DA	J
Réinitialisation d'une carte VISA	Gratuit	Gratuit	
Commission de retrait sur les DAB	1%+ 2€	1%+ 2€	
Commission de paiement sur TPE/ En ligne	1%	1%	

*Sous réserve du maintien du niveau d'épargne exigé : Carte VISA Gold 200 000 DA/ Carte VISA Platinum 500 000 DA

5. APPLICATION BANXY :

UTILISATION DE L'APPLICATION BANXY

NATURE D'OPÉRATION	Commission
Téléchargement de l'application Banxy	Gratuit
Abonnement Banxy (IOS & Android)	Gratuit
Création d'un compte utilisateur	Gratuit
Réinitialisation du mot de passe d'accès à l'application	Gratuit
Création du Super Pin	Gratuit
Réinitialisation du Super Pin	Gratuit
Changement ou mise à jour de données personnelles	Gratuit
Transfert de l'application sur un autre appareil téléphonique (Binding)	Gratuit



NATIXIS

ALGÉRIE تنيكسيس الجزائر

BEYOND BANKING

Immeuble Le Ksar, lot 34/35
Zone d'affaire Mercure
Tél: +213 23 92 43 43
16312 Bab Ezzouar - Alger
contacts@algerie.natixis.com
www.natixis.dz



Annexe 3

Interview

Dans le cadre de la préparation du mémoire de master en finance et banque intitulé « La mise en place du système m-banking, cas Natixis Algérie », nous avons établi un ensemble de questions afin de récolter quelques informations concernant le service Banxy Bank et le m-banking au sein de la banque Natixis. Ci-joint une copie du questionnaire, nous vous prions de bien vouloir nous le renseigner.

1. Quelles sont les motivations qui vous ont conduit à introduire le service Banxy au sien de votre banque ?
2. Depuis combien de temps l'application Banxyest-t-elle disponible ?
3. Quels sont les avantages de l'application Banxy ?
4. Avez-vous rencontré des contraintes ou des difficultés lors de la mise en place du service Banxy?
5. Le service est-il rentable ?
6. L'application Banxy comprend combien d'adhérents ?
7. Peut-on utiliser l'application Banxy en dehors du pays ?
8. L'application est-elle dotée d'un système de sécurité suffisant pour d'éventuel piratage ?
9. Pourquoi la mise en place de ce service a pris du retard ?

Annexes 04

Questionnaire quant à l'utilisation de la banque mobile BANXY par les clients de la banque NATIXIS.

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de fin d'étude, sur la mise en place de la banque mobile Banxy, nous souhaitons connaître les attentes des clients vis-à-vis de ce service.

Madame, monsieur, nous vous prions de bien vouloir prendre quelques instants afin de répondre aux questions qui suivent.

Nous portons à votre connaissance que les données recueillies ne serviront qu'à des fins de recherche dans le cadre de notre travail.

Nous vous prions de bien vouloir vous exprimez dans les rubriques "Autres". Vos idées et vos avis sont essentiels à notre recherche.

Nous vous remercions vivement de votre collaboration.

Questions

1. Détenez-vous un Smartphone ou une tablette numérique ?

Oui

Non

2. Etes-vous intéressé utilisateur de la banque mobile Banxy ?

Oui

Non

❖ Si c'est non ;

3. Pour quelle(s) raisons(s) n'êtes vous pas intéressé par la mise en place de l'application mobile BANXY ?

Je ne sais pas l'utiliser

Je n'ai pas d'internet mobile

Je n'ai pas l'équipement adéquat

Par manque de sécurité

Cela me paraît compliqué

- Je n'y vois pas l'utilité/ l'intérêt
- Le cout
- Autres réponses.

4. Y a-t-il une agence Natixis Algérie près de votre lieu de résidence ?

- Oui
- Non

5. Quel âge avez-vous ?

- 18-30
- 31-40
- 41-60
- 60 ans et plus

6. Quel est votre sexe ?

- Masculin
- Féminin

7. Quel type de profession exercez-vous ?

- Agriculteur exploitant
- Cadre et profession intellectuelle supérieur
- Artisan, commerçant, chef d'entreprise
- Profession intermédiaire (santé, fonction publique, enseignant, technicien...)
- Profession libérale
- Employé
- Etudiant
- Retraité
- Inactif

❖ Si c'est oui ;

3. Comment avez-vous connu l'application mobile Banxy ?
 - Par internet
 - Sur les réseaux sociaux
 - Recommandé par un ami
 - Recommandé par la banque elle même
 - Autres
4. Où avez-vous récupéré vos moyens de paiement (carte bancaire et chéquier) ?
 - Au sein de l'agence
 - A la maison
 - Dans un lieu que j'ai choisi
5. Pour quelle(s) raison(s) votre choix s'est orienté vers la banque mobile Banxy ?
 - La facilité d'utilisation
 - La rapidité
 - La sécurité
 - Le coût
 - L'accessibilité
 - Autres
6. A quelle fréquence utilisez-vous l'application mobile Banxy ?
 - Tous les jours ou presque
 - Plusieurs fois par semaine
 - Une fois par semaine
 - Plusieurs fois par mois
 - Plus occasionnellement
 - Uniquement lorsque je suis notifié de nouvelles opérations
7. Quels types d'opérations bancaires effectuez-vous à l'aide de votre compte Banxy?
 - Je fais des virements entre mes comptes ou à d'autres bénéficiaires
 - Gestion des cartes CIB et VISA

- Commande de chéquier
- Souscription d'un produit bancaire
- J'effectue des paiements
- Pour obtenir la mise à jour du solde de mon compte
- Je ne fais pas d'opérations bancaires

8. Veuillez évaluer votre satisfaction globale quant à l'utilisation de l'application mobile Banxy (1 étant le plus bas et 5 étant le plus élevé)

- 1 2 3 4 5
-

9. Y a-t-il une agence Natixis Algérie près de votre lieu de résidence ?

- Oui
- Non

10. Quel âge avez-vous ?

- 18-30
- 31-40
- 41-60
- 60 ans et plus

11. Quel est votre sexe ?

- Masculin
- Féminin

12. Quel type de profession exercez-vous ?

- Agriculteur exploitant
- Cadre et profession intellectuelle supérieur
- Artisan, commerçant, chef d'entreprise

- Profession intermédiaire (santé, fonction publique, enseignant, technicien...)
- Profession libérale
- Employé
- Etudiant
- Retraité
- Inactif



Table des matières

Table des matières

Table des matières

<i>Remerciements</i>	<i>I</i>
<i>Dédicaces</i>	<i>II</i>
<i>Liste des abréviations</i>	<i>III</i>
<i>Liste des tableaux et figures.</i>	<i>IV</i>
<i>Sommaire</i>	<i>VI</i>
<i>Introduction générale</i>	<i>1</i>
 <i>Chapitre I : Cadre théorique sur l'activité bancaire.</i>	
Introduction	4
Section 1 : Généralités sur les banques	5
1. Définition de la banque	5
1.1. Définition économique	5
1.2. Définition juridique	5
2. L'évolution historique de la banque.....	6
2.1. Les origines de la banque remontent à l'antiquité.....	6
2.2. Le moyen âge et les bases de la banque moderne	6
2.3. De la renaissance au 19 ^{ème} siècle.....	7
3. Les types de banque	8
3.1. La banque publique	8
3.2. La banque commerciale	8
3.3. La banque coopérative.....	8
3.4. La banque centrale	9
4. Le bilan de la banque	9
5. Les facteurs d'environnement commercial d'une banque.....	10
5.1. La concurrence	10

Table des matières

5.2. La réglementation.....	10
5.3. La technologie	10
Section 2 : L'activité bancaire avant l'avènement de la technologie de l'information et de la communication	12
1. L'activité d'intermédiation financière des banques	12
1.1. Les deux processus de financement d'une économie.....	12
1.1.1. La finance directe	12
1.1.2. La finance indirecte	12
1.2. L'intermédiation financière, fournisseur de liquidité.....	13
1.3. L'intermédiation financière et l'asymétrie de l'information.....	13
1.4. Les autres fonctions de l'intermédiaire financier	14
1.4.1. Les activités de marché	14
1.4.2. Les prestataires de services	14
2. L'activité d'intermédiation de bilan des banques.....	14
2.1. La distribution de crédit	14
2.1.1. La différenciation des crédits selon la durée	15
2.1.2 La différenciation des crédits selon la fonction.....	15
2.1.3. La différenciation des crédits selon la forme	16
2.1.3.1. Le prêt simple.....	16
2.1.3.2. Le découvert bancaire	16
2.1.3.3. L'escompte commercial	16
2.1.3.4. Le crédit de mobilisation des créances commerciales.....	16
2.1.3.5. L'affacturage	16
2.1.3.6. Le crédit-bail	16
2.1.3.7.L'engagement par signature	17
2.2. Laréception des dépôts publics	17

Table des matières

2.2.1. Les ressources rémunérées	17
2.2.1.1. Les ressources rémunérées à vue	17
2.2.1.2. Les ressources rémunérées à terme	17
2.2.2. Les ressources non rémunérées	18
2.3. La mise à la disposition des moyens de paiement et leur gestion	18
2.3.1. Les principaux instruments de paiement	18
2.3.1.1. Le chèque	18
2.3.1.2. Le virement	18
2.3.1.3. L'avis de prélèvement automatique	19
2.3.1.4. Le titre interbancaire de paiement	19
Section 3 : L'adoption des TIC par les banques.....	20
1. Définition des TIC	20
2. Evolution des produits et services grâce aux TIC	20
2.1. Le rapport à l'espace	21
2.2. Le rapport au temps	21
2.3. La dématérialisation des produits et services	21
3. L'adoption des nouvelles technologies par les banques.....	21
3.1. La monnaie électronique	21
3.1.1. La carte bancaire	22
3.1.2. La carte à puce.....	22
3.1.3. Les DAB/GAB	22
3.1.4. Les TPE	23
3.2. L'adoption d'internet par les banques	24
4. Les TIC, un avantage pour les banques.....	26
Conclusion.....	27

Table des matières

Chapitre II : Emergence de m-banking dans le monde.

Introduction	28
Section 1 : Fondement théorique du m-banking	29
1. Définition du m-banking	29
2. Historique du m-banking.....	30
2.1. L'essor de la téléphonie mobile	30
2.1.1. L'évolution de la téléphonie mobile.....	30
2.1.2. Les catégories d'usage de la téléphonie mobile pour accéder aux services financiers mobiles	31
2.1.2.1. L'utilisation du mobile comme instrument de paiement.....	31
2.1.2.2. L'utilisation du mobile dans les services bancaires	32
2.2. Le faible taux de bancarisation dans le monde.....	32
2.2.1. Les facteurs liés au faible taux de bancarisation	33
2.2.1.1. Du côté de l'offre des services bancaires	33
2.2.1.2. Du côté de la demande des services bancaires	33
2.2.2. Le rôle du m-banking dans la diminution du taux des populations non bancarisées	34
Section 2 : Fonctionnement du m-banking	35
1. Typologie des services m-banking	35
1.1. M-banking via SMS	35
1.2. M-banking via USSD	36
1.3. M-banking via WAP	36
2. Pratiques du m-banking.....	36
2.1. Les opérations spécifiques du m-banking	36
2.1.1. La réception et la collecte des fonds	36
2.1.2. La mise à la disposition et la gestion des moyens de paiement	37
2.2. Fonctionnement d'une application mobile de m-banking.....	38

Table des matières

2.2.1. Installation de l'application mobile et ouverture de compte.....	38
2.2.2. Les différents services offerts par le m-banking	39
2.2.2.1. La consultation du solde.....	39
2.2.2.2. Effectuer des virements	39
2.2.2.3. Effectuer des paiements.....	39
2.2.2.4. Autres services	40
3. Avantages du m-banking.....	40
3.1. Avantages pour la banque	40
3.2. Avantages pour les clients	41
3.2.1. Une alternative	41
3.2.2. Un confort	41
Section 3 : Evolution du m-banking dans le monde.....	43
1. Le mobile banking dans certains pays développés.....	43
1.1. First Direct en Grande-Bretagne	43
1.2. Banque direct en France	44
1.2. L'abandon des agences par les clients, en Suisse et aux États-Unis.....	44
2. Le mobile banking dans certains pays émergents	45
2.1. Le mobile banking en Chine	45
2.2. Le mobile banking en Afrique	47
2.2.1. Le taux de m-banking dans certains pays africains.....	47
2.2.2. Algérie ; passage de la bancarisation de la population par le m-banking	49
Conclusion.....	51
 <i>Chapitre III : Etude de cas pratique; le m-banking au sein de la banque Natixis Algérie.</i>	
Introduction	52
Section 01:Le m-banking au niveau de la banque Natixis Algérie.....	53

Table des matières

1. Présentation de la banque Natixis	53
1.1. Historique de la banque Natixis	53
1.2. Présentation de la banque Natixis Algérie	53
2. Les missions de la banque Natixis	54
3. Lancement de l'application mobile Banxy par la banque Natixis.....	54
3.1. Présentation de la banque mobile Banxy	54
3.2. Les services offerts par l'application mobile Banxy	55
3.2.1. Ouverture d'un compte chèque en ligne sans aucun déplacement	55
3.2.2. Ouverture d'un compte épargne en temps réel.....	55
3.2.3. Commande de chéquier	55
3.2.4. Virement bancaire	56
3.2.5. Virement pair à pair.....	56
3.2.6. Ouverture d'un compte devise en temps réel	56
3.2.7. Commande de carte de paiement.....	56
3.3. Service complémentaires.....	56
3.3.1. Demande de relevé d'identité bancaire et relevé bancaire	56
3.3.2. Demande de chèque de banque	56
3.3.3. Demande d'informations sur les offres ou les produits, réclamations et suggestions....	57
3.4. Conditions d'accès à la banque mobile Banxy.....	57
3.4.1. Le téléchargement de l'application	57
3.4.2. Les conditions de souscriptions.....	57
3.5. Les conditions tarifaires de l'application mobile Banxy.....	58
Section 2 : Présentation de la méthodologie de recherche.....	59
1. L'étude qualitative.....	59
2. L'étude quantitative.....	59
2.1. L'échantillonnage.....	59

Table des matières

2.2. Le questionnaire	60
2.3. Présentation des volets du questionnaire.....	60
2.3.1. Question sur l'utilisation de la banque mobile Banxy	60
2.3.2. Question d'analyse du comportement du client face à ce service.....	60
2.3.3. Questions d'identifications des sondés	60
2.4. Mode d'administration	61
2.5. Traitement des résultats.....	61
Section 03 : Analyse et interprétation des résultats.....	61
1. L'étude quantitative.....	61
1.1. Analyse et interprétations des résultats par tri à plat.....	62
1.1.1. Les caractéristiques des sondés	62
1.1.1.1. Le genre des clients interrogés	62
1.1.1.2. La tranche d'âge des clients interrogés	62
1.1.1.3. La catégorie socioprofessionnelle des sondés	63
1.1.1.4. Localisation des sondés par rapport à l'agence Natixis	65
1.1.2. L'identification des sondés selon l'utilisation de la banque mobile Banxy	65
1.1.2.1. La possession de Smartphone	66
1.1.2.2. L'utilisation de la banque mobile Banxy	66
1.1.2.3. Le comportement du client vis-à-vis de l'utilisation de la banque mobile Banxy	67
1.1.2.4. Cause de non-utilisation de la banque mobile Banxy	67
1.1.2.5. Le moyen par lequel les interrogés ont pris connaissance de l'existence de la banque mobile Banxy	68
1.1.2.6. Lieu de récupération des moyens de paiements	70
1.1.2.7. Les raisons d'utilisations de la banque mobile Banxy	70
1.1.2.8. La fréquence d'utilisation de la banque mobile Banxy.....	72
1.1.2.9. Les types d'opérations bancaires effectuées à l'aide du compte Banxy	73

Table des matières

1.1.2.10. Evaluation de la satisfaction globale quant à l'utilisation des services Banxy	76
1.2. Analyse et interprétation des résultats par tri croisé.....	77
1.2.1. Croisement entre l'âge et l'utilisation de la banque mobile Banxy	77
1.2.2. Croisement entre la catégorie socioprofessionnelle et l'utilisation de la banque mobile Banxy	78
1.2.3. Le croisement entre la localisation et l'utilisation de la banque mobile Banxy.....	80
Conclusion.....	82
<i>Conclusion générale.....</i>	83
<i>Bibliographie</i>	
<i>Annexes</i>	
<i>Table des matières</i>	
<i>Résumé</i>	

Résumé

La révolution technologique en matière d'information et de communication (TIC) a permis de nouvelles formes de distribution de services bancaires telle la banque à distance. Adopter le m-banking devient une nécessité pour les banques afin de fidéliser leurs clients, attirer de nouveaux, répondre aux exigences de leur nouvel environnement et créer de la valeur. Elles sont aussi tenues de garantir un niveau élevé de sécurité et de qualité aux services offerts, qui sont les préoccupations majeurs des clients. Les banques prévoient d'accélérer la mise en place et l'exploitation d'un système de m-banking moderne, car elle porte des opportunités majeures en termes d'avantages concurrentiels, et elle permet à la banque d'améliorer et de développer sa relation avec les clients en répondant au mieux à leurs exigences.

Mots clés: TIC, m-banking, avantages, clients.

Abstract

The technological revolution in information and communication (technology ICT) enabled new forms of distribution of banking services such as the bank distance. Adopt m-banking becomes a necessity for banks to retain customers, attract new ones, meet the requirements of their new environment and create value. They are also required to ensure a high level of security and quality services, which are the major concerns of customers. Banks plan to accelerate the establishment and operation of a modern m-banking system, because it carries major opportunities in terms of competitive advantage, and it allows the bank to improve and develop its relationship with the customers by responding to their requirements.

Key words: ITC, m-banking, advantage, customers.