

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE



MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR



ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOULOU D MAMMARI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET
DES SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de master

Spécialité : Economie monétaire et bancaire

Thème

**La dématérialisation des prestations des services dans
les banques algériennes**

Cas du CPA agence 120 Tizi-Ouzou

Présenté par :

**BEN SAIDJ Nadia
AMZIANE Kenza**

Dirigé par :

Mme SBIHI-YADDADEN Djamilia

Membres de jury :

Présidente : TAOUCHE SAMIA, M.A.A, UMMTO.

Rapporteur : SBIHI-YADDADEN Djamilia, M.C.B, UMMTO

Examinatrice : BOULIFA Yamina, M.A.A, UMMTO

Promotion 2022/2023

Remerciement

"Nous souhaitons exprimer notre profonde gratitude envers Dieu qui nous a permis d'être bienportant afin d'effectuer ce travail du début jusqu'à la fin.

Nous remercions nos parents pour leur soutien inestimable tout au long de ce travail de binôme. Leur amour, leurs encouragements et leur compréhension ont été les piliers sur lesquels nous avons pu construire notre mémoire.

Nous tenons à exprimer toute notre gratitude à notre promotrice Madame yadadane sbihi Djamila de l'ummo, qui nous a prodigué un précieux encadrement tout au long de cette expérience. Nous remercions aussi le directeur de l'agence CPA où nous avons effectué notre stage pratique, et tout le personnel du CPA. C'est grâce à leur soutien et à leurs conseils que nous avons pu accomplir ce travail à deux personnes avec succès.

Nos remerciements vont aussi au membre du jury, pour l'honneur qu'ils nous ont fait en acceptant d'évaluer ce travail et de participer à la soutenance

Et enfin, nous sommes reconnaissants envers tous les enseignants de l'Université MOULOUK MAMMARI de TIZI-OUZOU (UMMTO) pour leur contribution à notre formation EMB et également à nos camarades, amis proches pour leurs aides précieuses leur aide et leur soutien tout au long de ce voyage académique. Vos conseils, vos commentaires et vos encouragements ont été précieux.



Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

*A mes chers parents à qui je dois tout. Qui m'ont Soutenus et encouragé
pour*

que je puisse mener à bien mes études.

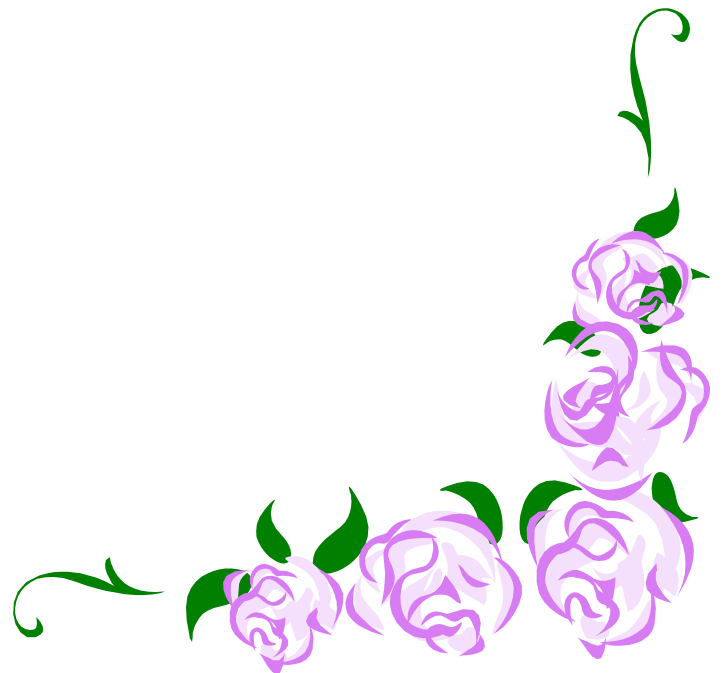
A mon fiancé : Mourad osm

A mes frères : Chabane , Mayas.

A mes sœurs :Hadjira et Imili.

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

NADIA 





Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

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

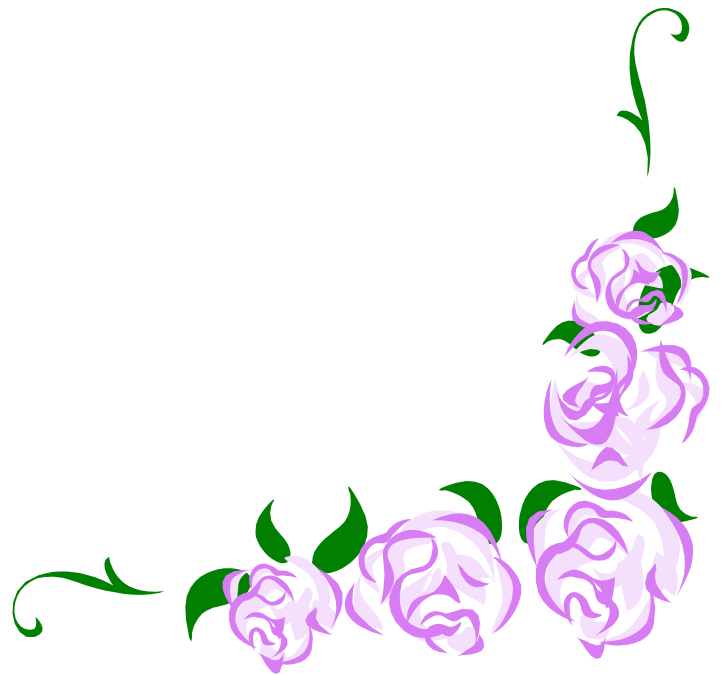
A mes frères

A ma sœur

A ma grand-mère

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

KENZA 



Sommaire

Introduction générale.....	1
Chapitre 1 : Cadre théorique et conceptuel de la dématérialisation des prestations des services dans la banque	5
Section 01 : les concepts de la digitalisation	6
Section 2 : la banque face a sa transformation digitale.....	21
Section 03 : les outils digitaux et les services en ligne de la banque digitale	35
Chapitre 2 : Impact de la dématérialisation sur la rentabilité des banques et sur la fonction risque et contrôle	41
Section 01:l'impact de la digitalisation sur la Rentabilité des banques	42
Section2: les avantages et les inconvénients de la dématérialisation des prestations des services bancaires.	49
Section 03 : Impact de la digitalisation bancaire sur les fonctions risques et contrôle	55
Chapitre 3: Effets de la dématérialisation sur la rentabilité du CPA agence 120 Tizi-Ouzou.	62
Section 01 : Présentation de l'Agence d'accueil CPA : Agence 120 de Tizi Ouzou.	64
Section 2 : Les services en lignes et les outils digitaux du CPA	67
Section 3 : Effets de la digitalisation des prestations des services sur la rentabilité du CPA	85
Conclusion générale	95
Bibliographie.....	98
Annexes.....	103

Introduction générale

La dématérialisation des prestations des services dans le secteur bancaire représente une transformation majeure, à la croisée de l'innovation technologique et de l'évolution des pratiques financières. Cette évolution a été impulsée par l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) qui ont bouleversé la manière dont les services bancaires sont fournis, gérés et consommés. Dans un contexte où l'accès à des services financiers efficaces et sécurisés est essentiel pour la croissance économique et la stabilité, la dématérialisation offre des opportunités significatives tout en présentant des défis importants.

En Algérie, les banques ont commencé à intégrer les technologies de l'information et de la communication dans leur processus de prestation de services pour répondre aux exigences du contexte économique. Cependant, la transformation numérique des banques algériennes est encore à un stade préliminaire et nécessite des efforts considérables pour atteindre plus de performance, le secteur bancaire est devenu l'une des industries les plus digitalisées, une situation qui s'est accentuée durant la pandémie alors que les paiements transferts d'argent et signature de contrats sont de plus en plus réalisés en ligne.

La dématérialisation des services bancaires a un impact significatif sur la rentabilité et l'expérience client des banques. En effet, elle permet de réduire les coûts liés aux opérations manuelles et à la gestion des documents physiques, la mise en place des services en ligne, tel que la banque en ligne, la gestion des comptes en ligne et la réalisation de transactions en ligne, elle permet également d'améliorer la gestion des risques et la conformité réglementaire et les amendes. Par ailleurs, la dématérialisation des services bancaires soulève des défis importants en termes de sécurité des données et de protection de la vie privée des clients.

La digitalisation est aussi un élément majeur de gestion des ressources humaines et d'amélioration de la motivation du personnel bancaire, grâce à la réduction des missions front-office comparativement aux activités back-office. De même, la digitalisation favorise une meilleure organisation du travail, une bonne gestion de la file et donc une satisfaction des clients internes. Ceci étant et c'est par rapport à l'amélioration de la rentabilité que la digitalisation des services offre de grandes opportunités aux banques. En effet, même avec un coût d'investissement relativement élevé, la digitalisation pourrait avoir un impact sur l'amélioration de la rentabilité bancaire du fait qu'elle favorise une baisse importante des charges de structure et de fonctionnement dont notamment les charges du personnel. Les charges de structures représentent des montants exorbitants (BAM). Ces charges sont relatives

à la fois au nombre de guichets ouverts, aux coûts des immobilisations et aux charges de personnel, résultat de la recherche d'une accélération du processus de l'inclusion bancaire. En effet, vu le faible taux de bancarisation et les retards en matière d'inclusion financière, les banques ont adopté pendant de longues années la stratégie de proximité client. Aller vers le client là où il se trouve, fut considéré comme un moyen efficace d'amélioration de la bancarisation et de généralisation des services bancaires. Cependant, ces dernières années, ces charges ont commencé à peser de manière importante sur la rentabilité des banques lorsque ces dernières ont été amenées à poursuivre leur stratégie de croissance externe, en tenant des parts dans le capital des banques africaines. Une rationalisation des charges à travers l'accélération de la digitalisation des services bancaires serait-elle en mesure d'améliorer la rentabilité bancaire en réduisant le coût du risque. Cette contribution s'intègre dans cette logique. Il y a lieu de soulever les apports de la digitalisation des services bancaires dans l'amélioration de la rentabilité, mesurée à la fois par le produit net bancaire que par la rentabilité des actifs bancaires.

C'est dans ce contexte que s'inscrit notre problématique, de ce fait nous allons essayer de répondre à la problématique suivante : Comment la dématérialisation des prestations des services bancaires affecte-t-elle la rentabilité des banques algériennes ?

Afin de répondre à cette question, nous devons d'abord apporter des éléments de réponses aux interrogations suivantes :

1 Comment les banques adaptent-elles leur modèle économique à la suite de la dématérialisation des services bancaires.

2 Dans quelle mesure la dématérialisation des services bancaires améliore-t-elle la satisfaction des clients ?

3 Comment la dématérialisation des services bancaires affecte-t-elle les coûts d'exploitations des banques ?

Pour cela nous avons identifié trois objectifs principaux à prendre en considération qui sont :

□ **L'impact de la dématérialisation sur les coûts opérationnels de la banque et sur sa rentabilité.**

□ **Identifier les opportunités de revenus supplémentaires pour les banques résultant de la dématérialisation des services bancaires, et évaluer leur contribution à la rentabilité globale des banques.**

□ **Examiner les stratégies mises en place par les banques pour atténuer les risques liés à la dématérialisation des services bancaire.**

Motivation du choix du thème

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

Méthodologie de recherche

Afin d'atteindre notre objectif d'étude, nous avons mis en place une méthode en deux parties :

1. Une approche théorique qui vise à maximiser la digitalisation à travers la consultation des livres, des articles, des mémoires, des thèses et des sites internet.
2. Une approche empirique qui permet l'études des prestations des services bancaires au sien du CPA .

Plan de travail

Afin de donner quelques effets de réponse a notre problématique nous avons structuré notre travaille en 3 chapitres

Le premier chapitre aborde le cadre théorique conceptuelle des dématérialisations des services bancaires, il s'agit de mettre l'accent sur les raisons de la digitalisation bancaire ainsi que les outilles et les services banque digitale. Le deuxième traite les avantages et les inconvénients de la digitalisation bancaire, plus particulièrement l'impacte de la digitalisation sur la rentabilité des banques troisième section :se concentre sur l'impact de la dématérialisation sur la rentabilité des banques. Le troisième chapitre se consacre à l'étude les effets de la dématérialisation sur la rentabilité du CPA agence 120 de tizi Ouzou, nous présentons CPA, et exposerons notre expérience ainsi nous nous focalisons sur l'analyse et l'interprétation des résultats de la recherche liée aux effets de la digitalisation sur la rentabilité du CPA.

Chapitre 1 :

Cadre théorique et conceptuel de la dématérialisation des prestations des services dans la banque

Introduction

Dans un monde en perpétuelle mutation, marqué par des avancées technologiques fulgurantes, le secteur bancaire algérien n'échappe pas à la révolution numérique qui redéfinit fondamentalement la manière dont les services financiers sont conçus, livrés, et consommés. La dématérialisation des prestations de services, un élément clé de cette transformation, émerge comme une force motrice qui redessine les contours mêmes de l'industrie bancaire dans notre pays.

Ce chapitre, intitulé « Cadre Théorique et Conceptuel de la Dématérialisation des Prestations de Services dans les Banques » vise à éclairer les fondements théoriques et les concepts de la digitalisation dans le secteur bancaire.

La digitalisation des prestations de services bancaires ne se limite pas à la simple adoption de nouvelles technologies, elle remet en question les modèles traditionnels de prestation de services, les normes de sécurité, la gestion des données, et les interactions humaines au sein des banques. Elle révolutionne la manière dont les clients accèdent à leurs comptes, effectuent des transactions, et interagissent avec leurs conseillers financiers.

Au-delà des avantages évidents en termes d'efficacité et de commodité, la dématérialisation soulève également des questions cruciales en matière de protection des données personnelles, de sécurité des transactions, et de l'inclusion financière. Les défis sont nombreux, mais les opportunités sont tout aussi importantes.

Ce chapitre explore les bases théoriques de la digitalisation des prestations des services bancaires, et comment les banques face a la transformation digitale, et puis les outils digitaux.

Section 01 : généralités sur la digitalisation

La digitalisation est une révolution qui a transformé notre monde à une vitesse fulgurante, constitue un phénomène incontournable de l'ère moderne. Au cœur de cette transformation se trouvent les technologies de l'information et de la communication, et vivons au quotidien. Dans cette section on va aborder quelque concept de la digitalisation.

1.1. La digitalisation

La digitalisation, concept au cœur des transformations du monde contemporain, s'est imposée comme un facteur majeur de redéfinition des paradigmes économiques et sociaux.

1.1.1. Définition

« La digitalisation fait référence aux mutations impulsées par la rapide expansion des technologies numériques, engendrant des changements profonds dans la création de valeur, les interactions sociales, la gestion des activités commerciales, et en fin de compte, notre manière de penser. »¹

Selon Patrick STORHAYE, dans ses réflexions, propose une définition éclairante de la digitalisation. Il affirme que « la révolution digitale résulte de la combinaison entre la numérisation de l'information et sa mise en réseau à l'échelle mondiale. Elle présente incontestablement des caractéristiques comparables : une transformation profonde, sans précédent à la fois par son intensité et sa rapidité. Bien que ses origines soient technologiques, ses retombées sociales sont considérables, irréversibles, inéluctables et infinies. »²

Dans la même veine, cet auteur identifie la digitalisation au sein des ressources humaines comme « le processus par lequel une activité ou une entreprise intègre le numérique dans ses opérations, en utilisant des supports et des solutions numériques, et adopte la culture digitale dans ses méthodes de travail ainsi que dans les comportements individuels et collectifs. »³

« La transformation digitale peut être définie comme une révolution des méthodes, englobant l'automatisation et la simplification des procédures. Cette évolution vise à accélérer et optimiser les échanges internes ainsi que ceux entre une institution financière et ses clients ou partenaires. La digitalisation émerge comme un secteur propice à la création de valeur et aux opportunités commerciales. »⁴

La digitalisation implique la transformation d'objets, d'outils, de processus ou même de professions en code informatique, avec pour objectif de les remplacer et de les améliorer en termes de performance. Actuellement, nous assistons à une digitalisation encore plus étendue et efficace, englobant des exemples tels que les caisses automatiques, les systèmes de répondeurs automatisés et la communication via les réseaux sociaux. Cette digitalisation est

¹F. FERHANE, L'impact du marketing digital sur la performance des entreprises : cas d'un échantillon d'entreprises Algériennes. Thèse de doctorat, sciences économiques : université Djilali Liabes, 2018-2019, p 250.

² Bernard MARTORY, Daniel CROZET : « La gestion des ressources humaines, pilotage social et performances », 9^{ème} édition, édition Dunod, 2016, Paris, p24

³ L. FLORES : « Mesurer l'efficacité du digital », édition Dunod, 2012, p33

⁴ AIT OUHAMMOU, Mariem ; AIT TALEB, Nezha ; KHARIF, Mohammed. Transformation digitale : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier- Mars 2019 Page 200

devenue un phénomène intrinsèque, fusionnant l'avènement d'Internet et les avancées quotidiennes dans le domaine informatique.

1.1.2. L'histoire et l'évolution de la digitalisation

L'histoire de la digitalisation, également connue sous le terme de « numérisation, » concerne la conversion de données, de processus et d'informations en formats numériques. Voici une brève rétrospective de l'histoire de la digitalisation :

1.1.2.1. Débuts de la numérisation

Les premiers travaux de numérisation ont commencé au 19^e siècle avec l'invention de machines telles que le télégraphe et le téléimprimeur, qui ont permis de convertir des signaux en données numériques.

1.1.2.2. Les ordinateurs

L'invention de l'ordinateur dans les années 1930 a marqué une étape cruciale dans la digitalisation. Les ordinateurs ont permis de stocker, de traiter et de transmettre des données sous forme numérique.

1.1.2.3. Les premiers formats numériques

Les années 1950 ont vu l'émergence des premiers formats de données numériques, tels que le code ASCII, qui a permis de représenter du texte en binaire.

1.1.2.4. La révolution de l'Internet

L'histoire d'Internet remonte à 1958 avec la création de l'ARPA (Advanced Research Project Agency) par le département américain de la Défense. En 1963, Joseph Carl Robinet Liquider a été nommé à la tête des programmes « Behavioral Sciences and Command and Control ».

En 1965, des chercheurs ont réussi à connecter des ordinateurs au MIT et en Californie. L'ARPA a accéléré le processus de connexion des ordinateurs, et en 1971, Ray Tomlinson a créé le premier programme d'e-mail. En 1983, l'ARPA a introduit le protocole TCP/IP, donnant naissance à Internet sous sa forme moderne. Entre 1991 et 1997, le web a connu une croissance de 850 % par an, évoluant vers le web 2.0.

➤ Les Étapes d'Évolution du Web

Le web est devenu une technologie majeure du 21^e siècle, transformant notre vie quotidienne et bouleversant les pratiques commerciales et sociales. Son évolution peut être divisée en quatre phases majeures.

- **Web 1.0**

Le web 1.0, également appelé web traditionnel, était statique et axé sur la distribution d'informations entre 1995 et 2003.⁵ Les sites se concentraient sur les produits et impliquaient peu les utilisateurs. Les coûts des programmes et logiciels propriétaires étaient élevés.

- **Web 2.0**

Le web 2.0, ou web participatif, est un système d'information mondial dans lequel tout internaute peut être actif. Les consommateurs et utilisateurs sont impliqués, et la technologie a permis une interaction plus poussée entre les utilisateurs.⁶

- **Web 3.0**

Le web 3.0, ou web sémantique, vise à organiser les informations en fonction du contexte et des besoins de chaque utilisateur, en accordant une attention particulière à la signification des données. Il lie davantage le monde réel et virtuel.⁷

1.1.2.5. La numérisation des médias :

Les années 1980 et 1990 ont vu la numérisation des médias, notamment la musique (avec les CD audio), la photographie (avec les appareils photo numériques) et la télévision.

1.1.2.6. La numérisation des processus d'entreprise :

Dans les années 2000, les entreprises ont massivement adopté la numérisation pour automatiser leurs processus, améliorer l'efficacité et réduire les coûts.

1.1.2.7. La montée du Cloud Computing

Le Cloud Computing a permis de stocker et de gérer des données numériques de manière décentralisée, ce qui a ouvert de nouvelles possibilités pour les entreprises et les utilisateurs.

⁵V. FAIVET, A. GUEDJ, stratégie e-marketing, MA Edition 2, Paris, 2013, p.162.

⁶ T. LIBAERT, M. WESTPHALEN, Communicator : Le guide de la communication d'entreprise, 6^{ème} Ed, Dunod, Paris, 2012, p 205

⁷V. FAIVET, A. GUEDJ, Stratégie e-marketing, MA Edition 2, Paris, 2013, p.165.

1.1.2.8. La numérisation des services

Les services en ligne, tels que la banque en ligne, les plateformes de réservation, et les médias sociaux, ont radicalement changé la manière dont les gens accèdent à des services et interagissent avec les entreprises.

1.1.2.9. L'intelligence artificielle et l'automatisation

L'utilisation de l'intelligence artificielle et de l'automatisation continue de transformer la numérisation en permettant des analyses de données plus avancées et des processus automatisés.⁸

La digitalisation a eu un impact massif sur presque tous les aspects de notre vie, des communications à l'économie, en passant par la culture. Elle a permis d'accélérer les échanges d'informations, d'améliorer l'efficacité et de stimuler l'innovation. Cependant, elle soulève également des questions liées à la sécurité des données, à la vie privée et à l'accès équitable aux technologies numériques.

1.2. La banque en ligne

La banque en ligne revêt une importance croissante dans le monde moderne, apportant de nombreux avantages aux clients, aux banques et à l'économie en général.

1.2.1. Définition

La définition de la banque en ligne peut varier légèrement selon les auteurs, mais en général, elle fait référence à une institution financière qui offre des services bancaires via Internet, sans avoir besoin d'une présence physique dans une succursale. Certains auteurs mettent l'accent sur l'utilisation des technologies numériques pour fournir ces services, tandis que d'autres insistent sur le fait que les banques en ligne sont souvent moins coûteuses que les banques traditionnelles en raison de leur modèle opérationnel basé sur le numérique. En fin de compte, les définitions peuvent varier, mais l'idée principale est celle d'une banque qui opère principalement en ligne, offrant des services bancaires par le biais de sites web et d'applications mobiles.

Dans le but de mieux comprendre la définition de la banque en ligne, nous allons présenter différentes définitions selon divers auteurs.

Selon la Banque de France « La banque en ligne est un mode de distribution de produits et services bancaires sur Internet, délivrés sous l'égide d'établissements de crédit. »⁹

⁸ <https://www.valnaos.com/ia-et-automatisation-le-duo-gagnant-pour-votre-entreprise/>, Consulté le 13/09/23.

⁹ <https://www.banque-france.fr/>, Consulté le 03/09/2023.

Jean Dermine : « La banque en ligne désigne la prestation de services bancaires par voie électronique, à travers Internet. Elle permet aux clients d'effectuer diverses opérations financières, telles que la consultation de comptes, les virements, le paiement de factures, et ce, sans avoir à se rendre physiquement dans une agence bancaire. »¹⁰

Organisation Mondiale de la Banque : « La banque en ligne, ou banque électronique, se réfère à la fourniture de services bancaires via des canaux électroniques, tels qu'Internet ou les applications mobiles. Elle permet aux clients d'accéder à leurs comptes, de gérer leurs finances et d'effectuer des transactions en ligne. »¹¹

Ces définitions mettent en avant le rôle central d'Internet dans la prestation de services bancaires, tout en soulignant la variété des services disponibles, allant de la gestion de comptes à la réalisation de transactions financières, le tout sans nécessiter la présence physique en agence.

1.2.2. Évolution de la banque en ligne

Les grandes institutions bancaires étendent leurs activités aux quatre coins du monde, que ce soit en Europe, en Amérique ou en Afrique. En conséquence, elles élargissent leur portefeuille de services en incluant des options d'investissement dans l'immobilier et l'industrie. Ces dix dernières années ont également été marquées par l'émergence de comptes bancaires sans besoin de passer par une banque traditionnelle, ainsi que par l'avènement des services bancaires en ligne. Actuellement, les entreprises de technologie financière (Fintechs) commencent à attirer l'attention des clients bancaires et à gagner des parts de marché significatives, défiant ainsi les banques classiques.

1.2.2.1. La banque en ligne sur le continent Américain

La popularité du terme « en ligne » a émergé sur le continent américain à la fin des années 1980, faisant référence à l'utilisation de terminaux, de claviers et de moniteurs pour accéder aux systèmes bancaires via des lignes téléphoniques.

En décembre 1980, l'United American Bank, une banque communautaire basée à Knoxville, Tennessee, a pionnièrement proposé les premiers services bancaires par ordinateur. Elle s'est associée à Radio Shark pour développer un modem sécurisé personnalisé qui permettait à ses clients d'accéder en toute sécurité à leurs informations bancaires en ligne.

¹⁰ JEAN Dermine, Banque numérique et désorganisation du marché : un sentiment de déjà-vu ? Rev. De la stabilité financière. P 19-28

¹¹ <https://www.banquemondiale.org/> Consulté le 03/09/23.

Les services initialement offerts au cours de la première année comprenaient le paiement des factures, la consultation des soldes de compte et les demandes de prêts. Des milliers de clients étaient prêts à payer de 25 à 30 dollars par mois pour ce service. En 1981, d'autres grandes banques américaines, dont Citibank, Chase Manhattan, Chemical et Manufacturer Hanover, ont suivi l'exemple de l'United American Bank en proposant des services bancaires à domicile via le système vidéotex¹². Cependant, cette approche a connu un échec commercial et n'a pas réussi à gagner en popularité.

Ce n'est qu'au cours des années 1990, avec la démocratisation d'Internet dans les foyers, que les banques ont commencé à considérer sérieusement les services bancaires en ligne comme une stratégie essentielle. La Stanford Fédéral Crédit Union a marqué l'histoire en devenant la première banque à proposer des services bancaires en ligne via Internet pour l'ensemble de ses membres en octobre 1994.

Au milieu et à la fin des années 1990, le secteur financier a été témoin d'une vague de fusions et d'acquisitions qui a considérablement élargi la clientèle des banques. Cela a incité les banques à se tourner vers Internet pour maintenir et fidéliser leurs clients. Progressivement, les banques ont créé des sites web, initialement principalement à des fins publicitaires, mais elles ont ensuite enrichi ces sites avec des informations sur leurs services et produits traditionnels, ainsi que sur la qualité des services proposés via ce nouveau canal de distribution.¹³

1.2.2.2. La banque en ligne sur le continent Européen

En Europe, l'émergence de la banque en ligne a débuté dès les années 1980 avec l'introduction du Minitel, offrant des services d'épargne et de courtage en Bourse. Ce n'est qu'au milieu des années 1990 que l'ouverture de comptes en ligne a commencé à se répandre, puis ce n'est qu'au cours des années 2000, avec le développement des banques et assurances en ligne, que les services bancaires tels que les chèquiers et les cartes ont progressivement été généralisés.

a) La grande Bretagne

Dans les années 1980, les banques britanniques ont été pionnières dans la diffusion d'informations en ligne via le réseau téléphonique ou Prestel (abrégié de « Presse

¹² MERBOUTI Amina, MESTOUR Ouardia, Mémoire master « la banque en ligne (e-Banking) état des lieux en Algérie ».2018/2019

¹³ <https://jeretiens.net/histoire-de-la-banque-en-ligne/>, consulté le 14/09/2023 à 12h25.

Téléphone »). La Nottingham Building Society (NBS) a marqué un jalon en 1983 en lançant le tout premier service de banque en ligne à domicile britannique, connu sous le nom de « home Link ». Ce système permettait aux clients de consulter leurs relevés bancaires en ligne, d'effectuer des transferts et de payer des factures.

Pour effectuer un transfert ou régler une facture, les clients devaient envoyer un avis écrit avec les détails du bénéficiaire à la NBS, qui intégrait ensuite ces informations dans le système « Home Link ». Les bénéficiaires typiques comprenaient des entreprises de services publics tels que les fournisseurs de gaz, d'électricité et de téléphone, ainsi que d'autres banques. Les informations de paiement étaient saisies dans le système NBS par le titulaire du compte via Prestel, puis la NBS envoyait un chèque au bénéficiaire et un avis contenant les détails du paiement était transmis au titulaire du compte. Ce n'est qu'en 1996 que l'OP Financial Group est devenue la deuxième banque en ligne au monde après la Stanford Federal Crédit Union et la première en Europe.

b) La France

À l'époque du Minitel, c'est-à-dire au milieu des années 1980, des acteurs du marché tels que Cortal (une filiale de BNP Paribas qui fusionnera ultérieurement avec l'allemand Consors) proposaient principalement des services d'épargne, puis de courtage en Bourse, sans possibilité d'ouvrir un compte bancaire. À la fin des années 1990, l'essor d'Internet a commencé à se faire sentir, notamment chez les particuliers. Cependant, il a fallu attendre jusqu'en 1994 avec l'apparition de « Banque Directe » pour voir apparaître ce type de service, bien qu'il fût encore embryonnaire.

C'est pourquoi à partir de 1999, de nouvelles enseignes ont émergé dans le domaine des banques à distance. Parmi celles-ci, en 2000, ING Direct a été fondée et est depuis devenue la première banque en ligne en France. Cependant, à ses débuts, elle était principalement axée sur l'épargne et ces établissements ne parvenaient pas vraiment à attirer un grand nombre de clients.

Une deuxième vague de banques en ligne, connues sous le nom de « bancassureurs », est apparue sur Internet. Ces banques étaient les filiales d'entreprises telles qu'Axa, qui a acquis « Banque Directe », et AGF (futur Allianz), et elles ont fait leur entrée sur le marché au début des années 2000 en proposant une gamme complète de services bancaires traditionnels.

Elles ont introduit de véritables comptes bancaires avec des moyens de paiement tels que des cartes et des chéquiers.

À partir de 2002, de nouveaux acteurs sont entrés en scène, notamment des sociétés qui étaient à l'origine spécialisées dans le courtage en ligne et qui ont élargi leur offre pour inclure l'épargne et les comptes courants. Parmi eux, on peut citer Boursorama Banque, devenue une filiale de la Société Générale, Fortuneo, rattachée au Crédit Mutuel, et le lancement de BforBank par le Crédit Agricole. Les grandes banques traditionnelles sont également entrées en jeu à ce moment-là, consolidant ainsi leur présence sur le marché.

1.2.2.3. La banque en ligne sur le continent Africain

Diverses régions telles que l'Amérique et l'Europe ont été des destinations privilégiées jusqu'à présent. Cependant, il existe aujourd'hui un nouvel eldorado géographique convoité, à savoir l'Afrique, dont l'économie affiche une croissance moyenne de 5% par an. Face à l'afflux massif de clients attirés par les opportunités économiques de la région, les banques africaines commencent à embrasser la numérisation. Cette approche permet de réaliser une gamme variée d'opérations bancaires à distance en toute sécurité, offrant des avantages considérables en termes d'efficacité et de réduction des coûts, à la fois pour les institutions financières et les titulaires de compte.

a) En Afrique du Nord

Plusieurs groupes bancaires ont récemment développé des plateformes de banque en ligne pour attirer de nouveaux clients via le numérique. Au Maroc, le groupe bancaire puissant Attijari Wafa a introduit en 2016 une banque en ligne appelée « L'BANKALIK », spécialement conçue pour la clientèle jeune, ciblant les personnes âgées de 18 à 34 ans, comme indiqué sur son site web.

De plus, la filiale marocaine du groupe Société Générale propose également une solution innovante appelée « BANKATY », qui permet l'ouverture de comptes bancaires en ligne et l'accès à divers services bancaires complémentaires.

En Algérie, le groupe BPCE (Banque populaire des caisses d'Epargne), présent depuis plus de deux décennies, a lancé en 2018 l'offre « BANXY » dans le but de renforcer sa position sur le marché des clients particuliers, étant donné que ce segment de marché est principalement dominé par les banques publiques.

Cette innovation a pu se faire grâce à la solution technologique développée par la Fintech allemande rachetée par le groupe en 2016.¹⁴

b) Le Nigéria

Sun Trust Bank Nigeria est un établissement bancaire fondé par le célèbre homme d'affaires nigérian, DANGOTE. Elle a officiellement débuté ses opérations en 2016 et a son siège social à Lagos. Cette nouvelle banque propose des produits bancaires accessibles via des canaux électroniques tels que la téléphonie mobile et Internet. Elle offre également la possibilité d'ouvrir un compte bancaire entièrement en ligne en seulement 8 minutes via son site web. Dans un environnement bancaire nigérian compétitif comprenant environ 15 acteurs bancaires et un potentiel de 40 millions de clients, cette banque se démarque grâce à son approche de service innovante.

c) L'Afrique du Sud

L'Afrique du Sud offre plusieurs options de banque en ligne, notamment Discovery Bank, Bank Zéro, et Tym Bank, qui a récemment fait son entrée dans le secteur bancaire sous la direction du milliardaire Patrice MOTSEPE. Cette entreprise permet d'ouvrir un compte bancaire en ligne en seulement 5 minutes et propose divers services complémentaires tels que les transferts d'argent et un conseiller en épargne.

Les marchés bancaires de l'Afrique du Sud, du Nigeria et de l'Afrique du Nord sont plus développés que ceux de la plupart des pays d'Afrique subsaharienne. En théorie, les offres de banques en ligne répondent aux besoins des clients de ces régions.

1.3. FINTECH.

1.3.1. Définition de Fintech.

Le terme « Fintech » trouve son origine dans les années 1980 c'est la contraction des mots « finance » et « technologie ». Une entreprise Fintech est une entreprise qui développe des technologies numériques innovantes pour améliorer les services financiers. L'objectif principal d'une Fintech est d'offrir des services financiers plus efficaces à moindre coût.

En général, les entreprises Fintech sont des startups, c'est-à-dire de jeunes entreprises qui prévoient une croissance significative et basent leurs opérations sur l'innovation.

¹⁴ <https://fintalk-mag.com/2018/12/04/quelles-sont-les-banques-en-ligne-en-africaines/>, consulté le 23/08/2023 à 16 :30.

Parallèlement, certains grands groupes ayant une longue histoire d'innovation dans le secteur des services financiers ont parfois adopté une approche similaire à celle des startups fintech. Les jeunes entreprises fintech rencontrent également un succès fulgurant, dépassant rapidement la taille de leurs start-ups.¹⁵

Le terme « Fintech » englobe diverses activités et structures, que ce soit en tant que banque en ligne ou en tant que fournisseur de services tels que les paiements, l'assurance, les conseils financiers ou même l'aide à la prise de décision pour les projets d'investissement.

En réalité, l'acronyme « Fintech » reflète bien les différents types d'acteurs et de services associés. Il s'agit généralement de startups ou de petites et moyennes entreprises qui développent des innovations technologiques et les utilisent pour perturber le secteur financier. Grâce à ces innovations, elles transforment la manière dont le public interagit avec les institutions financières, en proposant des solutions novatrices qui révolutionnent l'expérience client.

Ces entreprises exploitent le numérique pour mettre en œuvre leurs innovations, sachant que les clients recherchent de plus en plus des offres avantageuses et adaptées à leurs besoins. L'arrivée des Fintechs a radicalement changé la perception des services financiers, dans un contexte où les services peuvent être exécutés en quelques clics et de manière instantanée. Cette demande croissante de personnalisation des services témoigne d'une perturbation majeure initiée par les clients, encourageant ainsi le développement des Fintechs dans les secteurs bancaires et financiers, offrant la possibilité d'avoir une banque accessible partout sur un appareil mobile, avec des fonctionnalités personnalisables pour chaque profil de client.

1.3.2. Evolution de fintech.

On peut raisonnablement estimer que les premières transactions monétaires par téléphone portable ont vu le jour à la fin des années 90. À cette époque, il était possible d'acheter du crédit-temps directement depuis son téléphone portable, puis de recharger le crédit de tiers. Parallèlement, sur Internet, les premières interfaces ont été développées pour permettre aux utilisateurs de consulter à distance l'état de leurs comptes bancaires et d'effectuer des transferts d'un compte à un autre. Les premiers sites de gestion boursière en ligne ont également vu le jour, tandis que PayPal a été créé pour faciliter les paiements sur les sites d'achat et de vente entre particuliers. Plus tard, la technologie des blockchains a émergé avec le bitcoin.

¹⁵ Tchalo Dymilne Benta Nana, mémoire sur l'impact des fintechs dans la banque disponible sur <https://www.ummtto.dz>, Consulté le 20/09/2023.

À l'origine, ces innovations étaient le fruit du travail des programmeurs, issus du monde de la technologie, qui étaient sollicités pour créer des interfaces répondant aux besoins émergents de la sphère dématérialisée ouverte par Internet. Cependant, durant les années 2000, le développement était principalement axé sur le commerce électronique. Ce n'est qu'après la crise de 2008 que de plus en plus de startups ont été fondées par d'anciens banquiers ou traders contraints de quitter leur emploi. Ils se sont associés à des programmeurs qui avaient déjà de l'expérience dans le secteur financier pendant les périodes de prospérité. Ces startups ont utilisé des technologies innovantes pour repenser les services financiers et bancaires. Elles ont souvent introduit de nouveaux axes non explorés, ainsi que des services en ligne de meilleure qualité, moins coûteux, plus simples et plus accessibles à distance. Un terme a été créé pour désigner ces startups : la FinTech, qui met la technologie au service de la finance.

La FinTech se caractérise par deux aspects : elle repose sur une maîtrise du numérique, mais surtout, elle place le client au centre de ses modèles en cherchant à répondre à ses nouveaux besoins. Les offres sont diverses, mais aucune entreprise n'a pour objectif de couvrir l'ensemble du secteur bancaire. Au contraire, elles se positionnent sur des domaines spécifiques, parfois négligés ou laissés pour compte, voire des niches, notamment dans de nouveaux espaces où les réglementations sont moins contraignantes.

L'évolution rapide de la FinTech et du numérique en général, la poursuite des innovations ne peut se faire que grâce à l'adoption des technologies Big Data. Ces technologies permettent de gérer d'importantes quantités de données, souvent variées et dispersées géographiquement. Dans ce contexte, certaines solutions sont de nature propriétaire, tandis que d'autres reposent sur des approches collaboratives et partagées. Le choix entre ces deux options revêt une grande importance, car il a un impact significatif sur la transparence des opérations.¹⁶

¹⁶S. Bourjois, sur « Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au Développement Dans Techniques Financières et Développement » 2016/3-4 (n° 124), pages 7 à 26

1.4. Néo-banques.

1.4.1. Définitions des néo-banques.

Une néo-banque est une banque dont les services sont accessibles principalement en ligne. Les néo-banques sont généralement exclusivement accessibles depuis une application via un smartphone. Elles ne doivent pas être confondues avec les banques en ligne, qui n'ont pas d'agences bancaires mais disposent d'une licence bancaire et sont majoritairement détenues par des banques traditionnelles.¹⁷

1.5. La différence entre banque digitale et banque en ligne.

1.5.1. La banque digitale ;

C'est l'automatisation de chaque étape de la relation bancaire, et qu'elle va bien au-delà d'une plateforme de banque en ligne. Les services bancaires digitaux comportent une transformation complète vers un environnement numérique (front-end, back-end et tout ce qui se trouve entre les deux), les services bancaires numériques s'appuient sur des données massives, des analyses et l'adoption de toutes les nouvelles technologies pour améliorer l'expérience client.

1.5.2. La banque en ligne ;

C'est une banque en ligne, comme son nom l'indique, est une banque dématérialisée. C'est à dire qu'il ne dispose pas d'agences bancaires physiques dans les rues comme les banques traditionnelles. Les clients peuvent ouvrir un compte bancaire ou gérer leurs compte en se connectant sur le site internet de la banque en ligne ou sur l'application mobile de la banque en ligne.¹⁸

1.6. Le E-Banking

Avant de s'étendre plus en profondeur dans ce travail, il est opportun de définir dès à présent le terme « e-Banking ». La définition de l'e-Banking, contraction de « électronique Banking », varie fortement d'un auteur à l'autre et suivant les sources consultées. De plus, une multitude de termes foisonnent dans ce domaine.

1.6.1. Définition

Le terme « e-Banking » est souvent utilisé comme un terme « parapluie » qui englobe diverses formes et composants du secteur bancaire en ligne.

¹⁷<https://fr.m.wikipedia.org>Neobanque>, consulté le 20/09/23.

¹⁸<https://www.budgetbanque.fr/banque/banque-ligne-definition,consulter> le 19/09/23.

Selon les observations de ZOLAÏT, POLASIK et WISNIEWSKI, l'e-Banking peut être défini comme l'ensemble des services bancaires offerts aux clients par le biais de plateformes électroniques.¹⁹

D'autre part, selon BURR, l'e-Banking implique l'établissement d'une connexion électronique entre une institution bancaire et son client dans le but de faciliter, superviser et gérer les transactions financières que le client souhaite réaliser.²⁰

L'e-banque est un terme plus général qui englobe toutes les opérations bancaires électroniques, y compris celles effectuées via des guichets automatiques (DAB), des services de téléphonie mobile, des kiosques bancaires en libre-service, des services de messagerie électronique, etc. Les principales caractéristiques de l'e-banque sont les suivantes :

- Elle inclut un large éventail de services bancaires électroniques, ce qui signifie que la banque peut offrir des services en ligne, mais aussi via d'autres canaux électroniques tels que les distributeurs automatiques de billets (DAB) ou les systèmes de paiement mobiles.
- L'e-banque peut être proposée par des banques traditionnelles, des banques en ligne, des fintechs ou d'autres institutions financières.
- Elle ne se limite pas nécessairement aux services bancaires aux particuliers. Les entreprises peuvent également utiliser des services d'e-banque pour gérer leurs opérations financières.

Ces définitions reflètent la nature globale et interconnectée de l'e-Banking, qui couvre un large éventail de services et d'interactions électroniques entre les banques et leurs clients.

Le tableau ci-dessous présente une compilation de définitions provenant de différentes sources. Les éléments essentiels de chaque définition ont été mis en évidence pour une meilleure compréhension.

¹⁹https://www.researchgate.net/publication/228163479_Empirical_analysis_of_internet_banking_adoption_in_Poland , consulté le 16/07/2023 à 11h20.

²⁰<https://www.longdom.org/articles/the-impact-of-ebanking-on-customer-service-and-profitability-of-banks-inghana.pdf>, consulté le 16/07/2023 à 12h15.

Tableau n° 1: les différentes définitions de E-Banking selon différentes sources

<i>La définition</i>	<i>La source</i>
La banque électronique fait référence à la fourniture de produits et services bancaires de détail et de faible valeur via des canaux électroniques. Ces produits et services peuvent inclure la collecte de dépôts, les prêts, la gestion de comptes, la fourniture de conseils financiers, le paiement électronique de factures et la fourniture d'autres produits et services de paiement électronique tels que la monnaie électronique.	Peggy M Lee, Sunil Wahal (2004)
La banque électronique ou E-Banking est une forme de banque où un compte est géré via Internet plutôt qu'à une succursale bancaire, ou en plus de celle-ci.	British Bankers' Association. Gloss Ary Prenhall. Online Gloss Ary
La banque électronique est un terme générique désignant le processus par lequel un client peut effectuer des transactions bancaires électroniques sans se rendre physiquement dans une institution en dur. La banque sur ordinateur (PC Banking) et la banque sur Internet ou en ligne sont les désignations les plus couramment utilisées. Il convient cependant de noter que les termes utilisés pour décrire les différents types de banque électronique sont souvent employés de manière interchangeable.	Financial Crimes enforcement Network (Fincen). 2000
E-Banking , web-Banking, pc-Banking, net-Banking, homebanking, etc. Différents termes désignent la banque par Internet. Grace au web. Vous avez la possibilité de gérer votre compte depuis votre domicile.	Agence Wallonne des Télécommunications (AWT), 2006
L'e-Banking est un service fourni par plusieurs banques. il permet aux clients de mener des transactions bancaires à travers l'Internet en utilisant un PC, mobiles, minitel, etc.	DINIZ, 1997
L'e-Banking est un canal de distribution et de livraison des services financiers par multimédia, et d'une façon globale moins coûteuse.	STAMOULIS, 1999
Etablissement bancaire pouvant gérer de l'argent électrique, qui permet, en accédant son site Web, d'effectuer des opérations bancaires à partir d'un ordinateur. Une banque virtuelle permet. Entre	Office québécois de la langue française, « Le grand

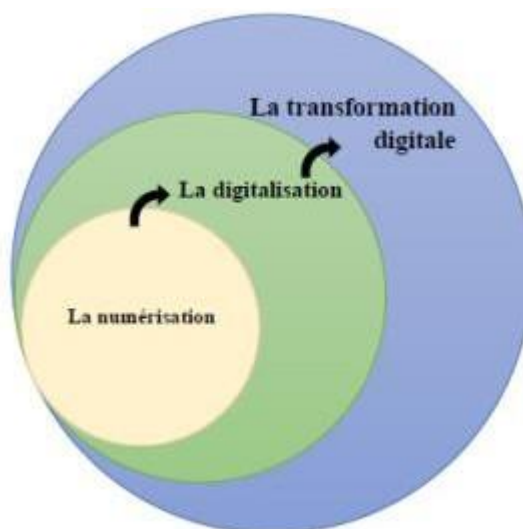
autres, de vérifier le solde de son compte, de faire des virements, de régler des factures et de commander des chèques.	dictionnaire terminologique »
<i>La banque électronique</i> implique à la fois l'utilisation des distributeurs automatiques de billets et le traitement instantané des achats au détail.	Prenhall, Online Glossary.

Source : DENOEL.C, « L'e-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? » Master en Sciences de Gestion, école de gestion de l'Université de Liège, disponible sur http://www.cedricdenoel.be/doc/cedric_denoel-memoirev1.01

Section 2 : la banque face à sa transformation digitale

Dans le domaine bancaire, la transformation digitale représente un nouveau modèle qui engendre de nouvelles sources de revenus et améliore l'expérience client et permet la création de modèles commerciaux modernes, dynamiques et non conventionnels. Elle doit être suffisamment adaptable sur le plan technologique, structurel et culturel pour s'ajuster en permanence à l'évolution rapide des environnements commerciaux et technologiques.

Figure n° 1: Etapes de transformation entre les termes : numérisation, digitalisation, transformation digitale



Source : adapté par l'auteur par référence à ELHALI. A & AL (2022) « La crise du COVID-19 un élan à la transformation digitale au Maroc », Revue Française d'Economie et de Gestion.

2.1. La transformation digitale des banques : peut-être définie comme une approche qui facilite la conversion de l'information analogique en format numérique en utilisant les technologies de l'information. Cela permet ensuite de traiter et d'échanger cette information entre différents systèmes d'information via les réseaux numériques, aussi bien au sein des institutions bancaires et d'assurance que dans leurs systèmes d'information, ainsi qu'avec les dispositifs personnels des clients. ²¹

2.1.1. La stratégie des transformations des banques traditionnelles aux banques digitales ²²

Il existe trois grandes stratégies de transformation digitale les plus célèbres dans le secteur bancaire. Le choix de l'approche doit tenir compte des spécificités de la banque (Clients, positionnement sur le marché, culture, infrastructure actuelle...) et doit être en adhérence avec sa stratégie globale.

2.1.1.1. Digitalisation du front office uniquement

Cette stratégie vise à numériser les canaux d'interaction de la banque avec ses clients en développant des services bancaires en ligne et des solutions de banque mobile, tout en préservant les processus, la structure organisationnelle, la culture et l'infrastructure de la banque. Bien que cette approche puisse être considérée comme une étape initiale cruciale, elle ne représente pas l'objectif final pour la plupart des banques. Elle se caractérise par sa facilité de mise en œuvre, son faible coût, et sa capacité à répondre aux premières attentes des clients. Cependant, son impact demeure limité en matière d'amélioration de l'efficacité opérationnelle (PwC, 2017).

2.1.1.2. Digitalisation de front to back

- Superviser le lancement sur le marché d'une application mobile permettant la collecte précoce des pièces justificatives directement par les conseillers (simplification du processus KYC et constitution des dossiers).
- Conclure la mise en œuvre d'un partenariat avec un leader du marché dans le domaine de l'externalisation des processus métier (BPO) pour la dématérialisation des dossiers clients.
- Fournir un soutien actif lors de la mise en place des processus de gestion des dossiers clients dans l'application Business Process Manager AP pian.

²¹<https://www.itesoft.com/fr/>, livre, blanc, la banque face à sa transformation digitale. Consultée le 08/06/23, page 01.

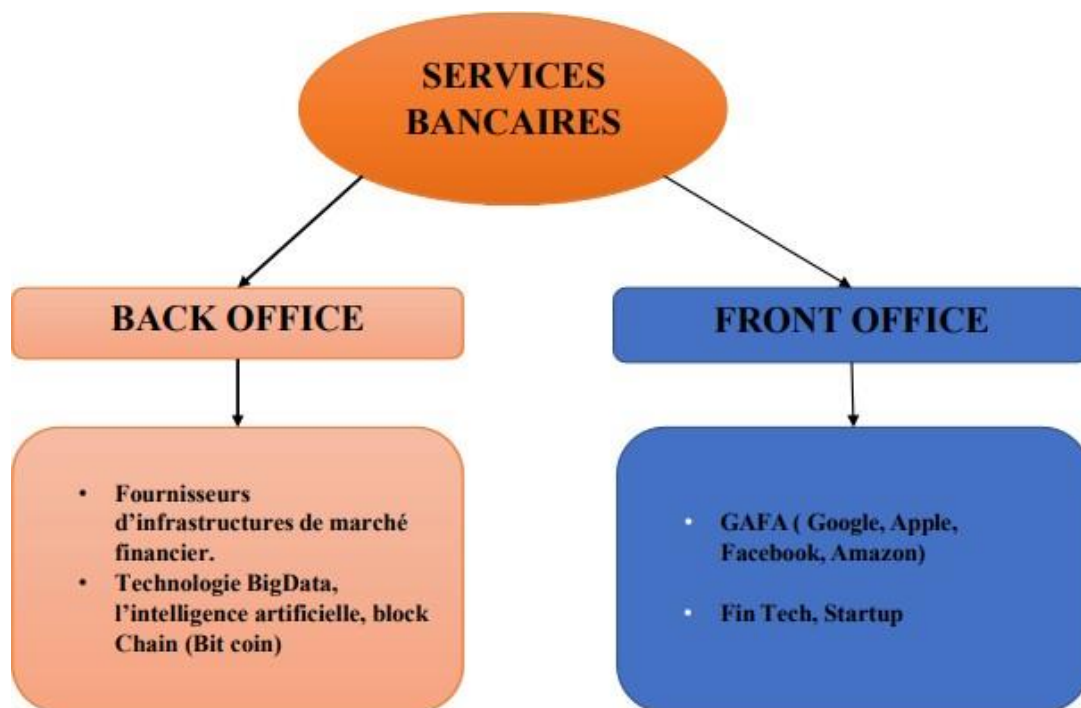
²² BOULAHROUZ et BOURABAH, Mémoire master, « La digitalisation du secteur bancaire », 2021/2022, page 22.

2.1.1.3. Digitale native

Cette astuce consiste à inspirer une rubrique individuelle de composition boursière basée sur une base totalement numérique. Les digitales natives représentent une prise inéluctable pour les banques. Cependant, elles rencontrent elles-mêmes un nombre incontesté de difficultés pour attirer leurs clients et les fidéliser. L'usage de stratégies fondées sur le mobile, les

communautés et le physical représente une approche intéressante d'ajustement aux besoins des digitales natives. La production de produits bancaires numériques ne les empêche pas de stimuler de nouvelles formes de banque et des modes d'investissement majoritairement participatifs qui, à terme, pourraient bouleverser le système boursier traditionnel.

Figure n° 2: Les nouveaux acteurs des services bancaires²³



Source : BOULAHROUZ et BOURABAH, Mémoire master, < La digitalisation du secteur bancaire >,2021/2022, page 23

2.1.2. Une transformation encore incomplète

Consultation de comptes en ligne et sur mobile, souscription de contrat sur le net... les

²³ BOULAHROUZ et BOURABAH, Mémoire master, < La digitalisation du secteur bancaire >,2021/2022, page 23

banques ont déjà développé une offre de services numériques assez étoffée. Mais selon McKinsey, il faut aller encore plus loin. « Les banques n'ont que partiellement adapté leurs processus et leurs systèmes d'information au nouvel environnement, offrant ainsi à leurs clients une expérience encore en décalage avec leurs attentes », estime le cabinet de conseil.²⁴

2.1.2.1. Accélérer la transformation :²⁵

2.1.2.1.1. Optimiser la relation client : L'optimisation de la relation client est au cœur de la transformation numérique de la filière. Il s'agit tout d'abord de préserver sa clientèle, devenue de plus en plus volatile. Mais il s'agit également de s'ouvrir à de nouveaux

Marchés. Ainsi la banque sur mobile est promise à un bel avenir par les analystes, que ce soit en France mais aussi dans les pays émergents. Dans ces derniers, peu de citoyens possèdent un compte bancaire. En revanche, ils sont quasiment tous équipés d'un mobile. Développer le paiement sur smartphone, et tous les services bancaires qui peuvent y être attachés, est donc une formidable opportunité commerciale.

2.1.2.1.2. Dématérialisation et automatisation des processus

La première est : La dématérialisation des flux entrants et des documents internes. C'est grâce à

Cette dématérialisation que les données clients vont pouvoir être exploitées numériquement dans les différentes applications métier, évitant les saisies manuelles inutiles avec ses risques d'erreurs et faisant gagner en productivité.

La dématérialisation des documents présente également des avantages significatifs en matière de Produit Net Bancaire, de réduction des délais de traitement, de diminution des coûts liés aux opérations administratives en coulisses et d'amélioration de la sécurité (Charlotte & Serge, 2014).

Cette dématérialisation peut s'illustrer de plusieurs manières et peut aller jusqu'à la

Non matérialisation :

✓ Mise en place de salles de courriers électroniques (tri et redistribution automatique de tous les courriers en version électronique),

✓ Indexation automatique des documents clients,

²⁴ <https://www.itesoft.com/fr/>, livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 06, consulté le 16-06-23.

²⁵ –Ibid.

✓ Constitution d'archives électroniques, lecture automatique de documents, etc.

L'automatisation des opérations de tri, d'indexation, de saisie et des étapes de gestion des dossiers clients (workflow) offre des gains significatifs en termes d'efficacité et de sécurité en remplaçant des tâches qui étaient autrefois manuelles, souvent sujettes à des erreurs (à cause de la nécessité d'un retraitement manuel) et chronophages.

En parallèle, la dématérialisation instaure un suivi et une traçabilité inédits des processus, contribuant à renforcer leur sécurité (Ryma & Lila, 2020, p. 12). Le concept de coffre-fort électronique illustre les avantages potentiels offerts par la technologie et le numérique en général pour les institutions bancaires : économie de temps, stockage sécurisé et partage de documents, réduction des coûts (liés au stockage et à la transmission). De plus, le coffre-fort électronique ouvre de nouvelles opportunités de revenus complémentaires : une tarification basée sur le volume des dossiers à stocker et la proposition de services supplémentaires (certification électronique de la date de dépôt et de son immuabilité, partage du coffre-fort, etc.).

La deuxième étape est l'automatisation des processus : L'automatisation s'applique aussi aux différents processus métier front-office et back-office. En les industrialisant, elle va permettre d'éviter les erreurs d'interprétation et de mieux répondre aux obligations réglementaires. En facilitant la navigation entre les applicatifs des systèmes

D'information « legacy » (souvent construits en silos dans les banques traditionnelles) et évitant les ressaisies inutiles et autres tâches à faible valeur ajoutée, elle va permettre de limiter les risques d'erreurs, fournir une vue 360° du client, nécessaire à une meilleure qualité de service, mais aussi permettre de gagner en efficacité et en expérience employé. Les banques vont ainsi pouvoir déployer des ressources back-office vers des activités middle-office à plus forte valeur ajoutée pour la relation client et pour l'activité de la banque.

2.1.2.1.3. Plus d'intelligence artificielle

De plus en plus, le conseil aux clients peut lui aussi être informatisé. « L'une des grandes évolutions de la filière est d'intégrer plus d'intelligence artificielle dans les services proposés aux clients. Cette IA va par exemple être capable de les conseiller sur tel ou tel produit, en fonction de leurs demandes. Ce conseil "automatisé" devrait prendre de l'essor et représente déjà une demande forte de nos clients », explique Julien Maldonado, Directeur Conseil Industrie financière chez Deloitte France. La transformation numérique de la filière

est donc loin d'être terminée, elle n'en est même qu'à ses premiers pas. La banque du futur reste à inventer. Des pistes d'évolution font cependant déjà l'unanimité. Les banques de demain seront plus connectées, plus interactives et surtout plus proches de leurs clients.²⁶

2.1.2.2. Les banques optimisent leur processus client grâce à l'Automatisation intelligente :²⁷

Face à une concurrence variée, les banques historiques sont confrontées à l'émergence de nouveaux acteurs ces dernières années, tels que les fintechs et les néo-banques, ainsi que des entreprises du domaine de l'internet et du numérique (connues sous le nom de « GAFÀ »), les opérateurs télécoms et les acteurs de la grande distribution. Dans le but de réduire leurs coûts et d'améliorer l'expérience client, les acteurs traditionnels ont entrepris d'examiner leurs processus internes et externes, qui comprennent toujours de nombreuses tâches manuelles non productives, l'accès à diverses applications obsolètes et des processus avec différents niveaux de normalisation. L'objectif est de rationaliser, d'optimiser et d'automatiser autant que possible dans une approche axée sur le client.

2.1.2.3. Investissement technologique

2.1.2.1.3.1. Combiner les technologies (BPM, RPA et IA) : Pour relever ces défis, les banques historiques ont la possibilité d'utiliser individuellement ou en combinaison des technologies telles que le BPM (Gestion des Processus Métiers), la RPA (Automatisation des Processus Robotiques) et l'intelligence artificielle (IA). Alors que le BPM vise à optimiser l'exécution des processus métiers par leur formalisation et leur numérisation, la RPA se charge des tâches répétitives et normalisées (telles que la copie et le collage de données identiques entre différentes applications), tandis que l'IA intervient dans l'analyse et le traitement du volume croissant de documents. SOFT est une société spécialisée dans les logiciels de dématérialisation de documents et d'automatisation de ces derniers. Elle est cotée à la bourse de Paris et traite des courriers électroniques et de messages clients. Elle identifie les demandes les plus fréquentes, évalue leur degré d'urgence et assiste les conseillers dans leur traitement. Cela inclut également les chats bots qui facilitent le démarrage des interactions et des processus.

Selon les données de **Capgemini3**, 40 % des institutions bancaires et d'assurance à

²⁶ <https://www.itesoft.com/fr/>, livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 06, consulté le 25/06/2023.

²⁷ <https://www.itesoft.com/fr/>, livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 08, consulté le 25/06/2023.

l'échelle mondiale ont déjà adopté la RPA, que ce soit pour des démonstrations visant à valider un concept (appelées "proof of concept" ou POC), dans des phases pilotes ciblées ou en production pour un ou plusieurs processus métiers.

2.1.2.4. Contractualisation en ligne, et kyc amélioré :

2.1.2.4.1. Signature électronique de documents engagements :

En ce qui concerne l'amélioration de l'expérience client "sans couture", 68 % des banques ont identifié la dématérialisation de certains documents clients et 48 % la signature électronique de documents engageants parmi leurs cinq principales initiatives digitales d'ici à 2020. Cette transition vers une plus grande fluidité et automatisation du processus de souscription entraîne progressivement la disparition des tâches traditionnelles liées à l'activité commerciale.

Selon l'agence de notation digitale D-Rating, 61 % des banques françaises ont déjà intégré la signature électronique pour l'ouverture d'un compte courant. Cela s'accompagne de procédures de vérification de la clientèle (KYC - "know your customer") conformes à la réglementation, visant à prévenir la fraude et le blanchiment d'argent.²⁸

Figure n° 3: Signature électronique



Source : Itosoft, livre blanc, la banque face à sa transformation digitale

2.1.2.4.2. Egalité entre papier et numérique :

L'automatisation et l'industrialisation, facilitées par la contractualisation en ligne d'un processus qui était auparavant manuel, sont rendues possibles grâce à un ensemble de mesures

²⁸ <https://www.itesoft.com/fr/> livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 08, consulté le 25/06/2023.

visant à établir une égalité entre les formats papier et numérique, selon l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR), l'organe de régulation du secteur financier. Désormais, le support électronique est généralement privilégié par défaut, sauf si le client s'y oppose expressément.

Pour accompagner ces évolutions, l'Ordonnance du 4 octobre 2017 sur la dématérialisation des relations contractuelles dans le secteur financier s'appuie largement sur les services de confiance définis par le règlement européenne IDAS, tels que la signature électronique. En résulte un important gain d'efficacité et d'économie pour les acteurs du secteur financier, ainsi qu'une amélioration notable en termes de rapidité et de fluidité pour les consommateurs, comme le souligne l'ACPR²⁹.

2.1.2.4.3. KYC et lutte contre la fraude et le blanchiment des capitaux

La contractualisation en ligne apporte des avantages tels que la réactivité, la performance, la compétitivité et la traçabilité, tout en modernisant l'expérience client à l'ère numérique. Elle permet également aux banques de respecter leurs obligations réglementaires en matière de connaissance client, dans le but de lutter contre la fraude, le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme (LCB-FT).

Dans le cadre de la contractualisation en ligne, la connaissance du client est rendue possible grâce à un contrôle automatique en temps réel des pièces fournies par le client, telles que les justificatifs d'identité, de domicile, de revenus et le relevé d'identité bancaire. L'utilisation de l'intelligence artificielle et la consultation de référentiels externes permettent de vérifier la validité, la conformité, l'authenticité et la cohérence entre les différents documents soumis. De plus, une authentification sécurisée du client est effectuée par l'envoi d'un mot de passe à usage unique lors de la signature du contrat, accompagnée d'une signature électronique certifiée conforme au règlement européen Eidos.

Par ailleurs, le parcours de contractualisation en ligne est configuré en fonction des besoins et des exigences de l'émetteur du contrat, comprenant des étapes telles que la constitution du dossier, l'authentification, la signature, le consentement et les relances par e-mail ou SMS. Enfin, un système de pilotage permet de suivre et d'agir en temps réel sur l'ensemble des dossiers en cours de traitement, notamment en identifiant rapidement ceux nécessitant une gestion personnalisée, comme la demande de compléments d'information, par

²⁹ <https://www.itesoft.com/fr/> livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 09, consulté le 25/06/2023.

exemple.³⁰

2.1.2.5. Un nouveau modèle bancaire à l'ère du digital :³¹

2.1.2.5.1. Transformation du business modèle

Dans un contexte marqué par des évolutions conjoncturelles majeures, les banques doivent réexaminer leur modèle économique afin de s'adapter à l'écosystème en constante évolution.

Cela implique le renforcement de leur réseau d'agences, l'exploration de nouvelles idées pour les services à offrir et la quête de sources de revenus additionnelles.³²

2.1.2.5.2. Renforcement du réseau d'agences³³

Étant donné que le réseau d'agences des banques de détail constitue une part significative de leurs coûts opérationnels, et compte tenu de la diminution constante de la fréquentation en agences, la plupart de ces banques ont ajusté leur modèle d'affaires en privilégiant la proximité comme avantage concurrentiel potentiellement décisif, notamment lors de l'ouverture de comptes bancaires. L'objectif est moins de réduire radicalement le nombre d'agences, mais plutôt de perfectionner la configuration des outils de géomarketing en mettant en avant la géographie des dépôts dans leurs stratégies d'implantation.

De nouveaux concepts d'agences ont ainsi émergé, souvent modernisés. Certaines agences sont partiellement ou totalement automatisées, offrant des espaces conviviaux équipés de tablettes et d'écrans tactiles à leurs clients. Les banques ont poussé plus loin leur réflexion en envisageant "l'agence du futur", mieux alignée sur les besoins des clients tout en étant plus rentable. La spécialisation des réseaux est également en cours d'étude : par exemple, par segment de clients considérés comme stratégiques, ou en fonction de types de besoins spécifiques.

³⁰ (<https://www.itesoft.com/fr/> livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 09, consulté le 28/06/23.

³¹ MESLEM.ABIR, <les normes requises pour la concrétisation de l'économie numérique en Algérie : cas de la banque nationale d'Algérie >, revue recherche économique contemporaine vol 06,06-04-2023, page 495.

³² ibid.

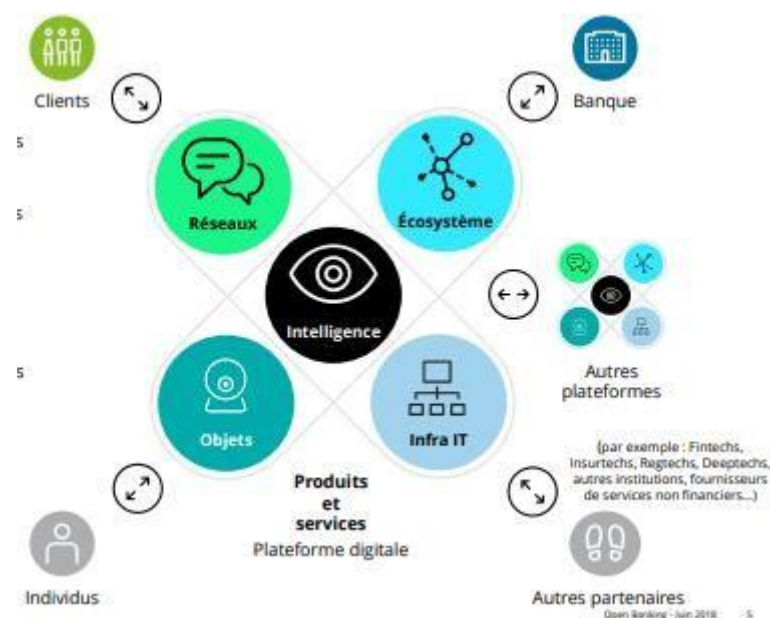
³³ MESLEM.ABIR, <les normes requises pour la concrétisation de l'économie numérique en Algérie : cas de la banque nationale d'Algérie >, revue recherche économique contemporaine vol 06,06-04-2023, page 495.

2.1.2.6. D'un écosystème fermé à un écosystème ouvert, au sein duquel la création de valeur est multidirectionnelle :³⁴

Dans le futur, en tant qu'institutions bancaires orientées vers l'ouverture, la compétition et la quête de parts de marché évolueront selon les axes suivants : Proposer une gamme d'outils et de solutions numériques performants (comme des plateformes digitales hautement performantes).

Collaborer avec un écosystème de partenaires en partageant des données, des algorithmes et des transactions.

Figure n° 4 : Un nouvel écosystème ouvert



Source : <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/services-financier/articles/open-banking-la-revolution-de-l-industrie-bancaire.html>, juin 2018, page 05.

2.1.2.7. La transformation digitale et les métiers bancaire

2.1.2.7.1. Mutation du métier de gestionnaire de back office : un gestionnaire en backoffice est chargé de traiter les opérations financières liées aux agences bancaires.

³⁴<https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/services-financier/articles/open-banking-la-revolution-de-l-industrie-bancaire.html>, juin 2018, page 05.

L'évolution de ce rôle s'effectue à travers la dématérialisation des moyens de paiement et par des ajustements dans les activités et compétences requises.

Dans cette perspective, une amélioration des compétences et une montée en gamme sont envisageables pour ce poste. Le gestionnaire en backoffice pourrait élargir ses responsabilités en incluant des tâches de contrôle, bien que cela ne modifie pas fondamentalement la nature de son travail. Cela pourrait lui laisser plus de temps libre, lui permettant de renforcer les interactions avec les clients. Pendant ce temps, certaines de ses tâches antérieures pourraient être transférées vers le middle office. La réussite de ce rôle dépendrait davantage des compétences relationnelles du gestionnaire en backoffice vis-à-vis des clients. Cette nouvelle configuration élargit considérablement le domaine d'intervention des gestionnaires en backoffice, leur permettant d'engager des opérations allant de la simple vérification de conformité à des interactions directes avec les clients finaux.³⁵

2.1.2.7.2. Mutation du métier de conseiller clientèle particuliers

Au sein d'une banque, le conseiller clientèle joue un rôle central en tant qu'intermédiaire principal entre la banque et le client. Ce conseiller écoute les besoins du client et le guide dans le choix des différents produits et services bancaires, afin de répondre au mieux à ses attentes. Cependant, l'émergence du numérique continue de perturber la nature même de ce métier.

Cela se manifeste à travers la diminution de la fréquentation des agences et l'usage croissant des canaux à distance pour les opérations bancaires courantes (comme les virements ou la modification des limites de retrait).

De nos jours, les clients sont de plus en plus informés, parfois même davantage que les conseillers eux-mêmes, et recherchent des solutions précises. Les activités et compétences associées au métier de conseiller clientèle évoluent donc vers une orientation davantage centrée sur la relation client et les conseils. Dans ce nouveau contexte technologique, les banques doivent s'adapter, quelle que soit la voie empruntée par le client. Pour les conseillers, l'accent doit être mis sur la personnalisation et la pertinence des services offerts. Ils doivent désormais exercer leur métier en utilisant les outils de la nouvelle génération rendus possibles par Internet. Il est important de souligner que la nature intrinsèque de la banque en tant qu'institution de proximité, de relation et de confiance renforce l'importance stratégique des conseillers clientèle dans la prestation de services bancaires. Par conséquent, ces conseillers

³⁵ALEXANDRE.H, « Plateformes et évolution du système bancaire. » Université Paris- Dauphine. 2017, p27, Consulté le 19/08/2023.

doivent s'adapter aux nouvelles habitudes des clients.

2.1.2.7.3. Mutations du métier de directeur d'agence

Le rôle du directeur d'agence est essentiel pour le succès de la distribution bancaire de l'agence qu'il supervise. Le directeur d'agence doit jongler entre plusieurs rôles : financier, commercial et gestionnaire. Sa responsabilité est de développer l'activité de son agence dans la région géographique dont elle relève.

Avec l'avènement du numérique, le poste de directeur d'agence peut gagner en influence et en autonomie. La digitalisation offre l'opportunité d'évaluer plus efficacement les performances de ses collaborateurs grâce à des outils d'indicateurs de performance disponibles sur les tablettes, en complément des indicateurs traditionnels de rendement du personnel. Les avantages du numérique devraient simplifier la pratique de ce métier, notamment en automatisant certaines tâches de contrôle. Les gestionnaires d'agences joueront également un rôle plus prépondérant dans la satisfaction client, tout en renforçant leurs compétences en matière de gestion d'équipe.³⁶

2.1.2.8. L'innovation dans les services et modernisation des systèmes informatiques :³⁷

Un autre axe de développement pour les banques réside dans la revitalisation de leurs activités et dans la création d'une atmosphère plus conviviale autour de leurs produits et services. Le recours au numérique et à l'évolution des nouvelles technologies représente un moyen d'atteindre ces objectifs, permettant aux banques de développer des applications ludiques et intuitives (permettant, par exemple, aux clients de gérer leurs comptes à distance) et d'amplifier les interactions avec les clients via des canaux multiples (Denis, 2019). C'est ainsi que naissent les e-agences, qui visent également à renforcer leur présence en ligne et à rivaliser avec les banques en ligne proposées par les assureurs ou les grands groupes de distribution.

2.1.2.9. La création d'espaces multifonctionnels digitaux

Les avancées technologiques ont un impact direct sur plusieurs types d'opérations bancaires. Les modèles traditionnels sont confrontés à une concurrence directe de la part des systèmes de paiement en ligne tels que PayPal, Apple Pay, Google Android Pay, etc. Les évolutions technologiques se manifestent également à travers les opérations effectuées via des distributeurs automatiques, des porte-monnaie électroniques avec ou sans contact, et d'autres

³⁶ www.journalducum.com la transformation digitale, consulté le 15/8/2023

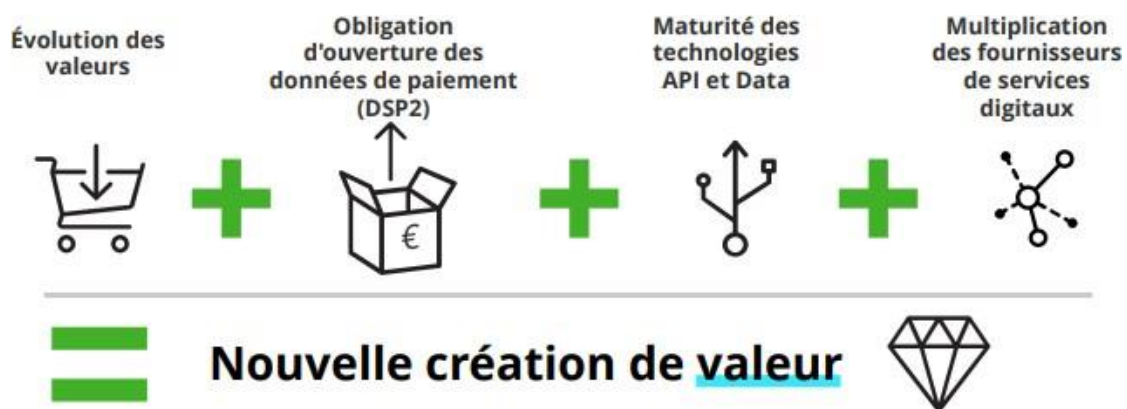
³⁷ MESLEM.ABIR, « les normes requises pour la concrétisation de l'économie numérique en Algérie : cas de la banque nationale d'Algérie », revue recherche économique contemporaine vol 06,06-04-2023, page 495.

innovations similaires.

Dans la gestion des actifs, la prolifération des robot-conseillers et des simulateurs de crédit en ligne réduit la nécessité de faire appel aux conseillers en agence. Les plateformes de finance participative (comme le crowdfunding et le crowdlending) offrent la possibilité, bien que de manière encore limitée, de répondre aux besoins en fonds propres et en crédit des PME. Face à ces nouvelles formes de relations, les banques de détail mettent en place des "agences du futur" ou "agences nouvelles générations" équipées des dernières technologies pour répondre à la demande, réelle ou supposée, d'une hyperconnectivité et d'une recherche d'immédiateté de la part des clients.

2.1.2.10. Ce nouvel écosystème résulte des évolutions sociétales, réglementaires et technologiques, et d'une concurrence accrue :³⁸

Figure n° 5 : Nouvel écosystème de création de valeur



Source : <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/services-financier/articles/open-banking-la-revolution-de-l-industrie-bancaire.html>, juin 2018, page 05.

2.2. Les causes de la transformation des banques :

La digitalisation est un processus complexe qui peut être motivé par plusieurs causes et facteurs. Voici quelques-unes des principales raisons pour lesquelles les entreprises et les institutions, y compris les banques, optent pour la digitalisation :

³⁸ <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/services-financier/articles/open-banking-la-revolution-de-l-industrie-bancaire.html>, juin 2018, page 06.

2.2.1. La Crise des surprimes de 2008

La crise de 2008 a éclaté dans un contexte de mondialisation et d'excès dans le secteur bancaire. Elle a pris naissance aux États-Unis, précisément dans le domaine des prêts hypothécaires à haute risque, puis s'est répandue à l'échelle mondiale en raison de la titrisation des créances américaines à risque, transformées en obligations et vendues à des investisseurs du monde entier. Les conséquences de cette crise ont été catastrophiques, entraînant des pertes considérables estimées à 500 milliards de dollars. Cela s'est manifesté par une importante dévaluation des actifs bancaires en raison de la réduction de la rentabilité des activités liées aux marchés financiers, ainsi qu'une perte générale de confiance dans les investissements boursiers.³⁹

Cette crise a mis en lumière de nombreux scandales, incitant les banques à travailler activement pour restaurer leur réputation et leur image. Elles ont consacré une part importante de leur budget marketing à cette tâche. Il est important de noter que toutes les institutions bancaires ne se sont pas retrouvées impliquées dans les mêmes pratiques illégales, car certaines ont continué à exercer leur activité avec intégrité et professionnalisme malgré ce contexte difficile.

Malgré les défis auxquels elles ont été confrontées, les banques ont réussi à développer de nouveaux modèles et de nouvelles offres pour répondre aux nouvelles attentes. Cependant, elles doivent aller encore plus loin.

Pour maintenir un système fortement endetté et éviter une crise profonde et incontrôlable, il a été choisi de faire peser le fardeau sur les épargnants, les encourageant à prendre des risques élevés pour obtenir un rendement minimal sur leurs investissements. Dans le même temps, les banques ont été poussées à accélérer leur transformation, car elles ne disposaient plus de sources de revenus suffisantes pour couvrir à la fois leurs coûts de fonctionnement et les exigences de capital et de réserves. Ainsi, les banques ont été orientées vers la voie du numérique, considérée comme porteuse de croissance

2.2.2. La concurrence des nouveaux entrants⁴⁰

La concurrence dans le secteur bancaire évolue rapidement avec l'arrivée de nouveaux acteurs. En plus de la compétition traditionnelle entre les banques établies, de nouvelles alternatives bancaires émergent sur le marché. Ces nouveaux venus se positionnent en tant

³⁹<https://hal.science/hal-03143880/document>, consulté le 30/07/23.

⁴⁰<https://hal.science/hal-03143880/document>, consulté le 30/07/23.

qu'acteurs plus responsables, plus axés sur les besoins des clients, et plus engagés envers la communauté.

Face à cette nouvelle réalité, l'industrie bancaire est confrontée à un défi majeur : elle doit repenser son offre de services pour faire face à cette concurrence tout en préservant son rôle de tiers de confiance privilégié pour les clients. Le marché bancaire subit une transformation profonde en raison de l'arrivée de ces nouveaux acteurs et des avancées technologiques. On peut citer des évolutions telles que la montée en puissance des courtiers, le développement des Fintech, l'exploitation du Big Data, la menace des géants de la technologie (GAFA) et l'émergence de la technologie Blockchain.

Ainsi, le secteur bancaire est en train d'entrer dans une ère de révolution digitale, l'obligeant à s'adapter rapidement aux nouvelles exigences du marché, telles que celles que les nouveaux entrants ont déjà suivi.

Section 03 : les outils digitaux et les services en ligne de la banque digitale

Dans l'ère numérique d'aujourd'hui, les banques ont évolué bien au-delà de leurs fonctions traditionnelles pour répondre aux besoins d'une clientèle de plus en plus connectée. Cette section explore l'univers passionnant de la banque digitale, en mettant en lumière les outils technologiques et les services en ligne qui ont révolutionné la manière dont nous gérons nos finances. Découvrez comment les applications mobiles, les plateformes en ligne et les innovations numériques transforment l'expérience bancaire, offrant plus de commodité, de rapidité et d'efficacité que jamais auparavant. Plongez dans cet univers en constante évolution où la finance rencontre la technologie pour créer de nouvelles opportunités et simplifier la gestion de vos affaires financières.⁴¹

3.1. Les outils digitaux bancaire

Les outils digitaux bancaires revêtent une importance cruciale dans le paysage financier moderne. Ils transforment fondamentalement la manière dont les clients interagissent avec leurs banques en offrant une commodité inégalée. Grâce à des applications mobiles conviviales, les clients peuvent gérer leurs comptes, effectuer des transactions, consulter leurs soldes en temps réel et payer leurs factures en quelques clics, sans avoir à se rendre physiquement en agence. De plus, les outils digitaux renforcent la sécurité des

⁴¹ Ilaria Dalla Pozza, Lionel Texier (2017), Vers un nouveau concept de proximité dans la relation conseiller-client : le cas de la banque et de l'assurance, *Gestion* 2000 34 (1), 141-156, p 150.

opérations financières grâce à l'authentification à deux facteurs et à la surveillance constante des activités suspectes. Ils permettent également aux banques de réduire leurs coûts opérationnels et d'améliorer leur efficacité grâce à l'automatisation des processus. En somme, les outils digitaux bancaires sont un catalyseur essentiel de la transformation du secteur bancaire, offrant des avantages significatifs tant aux clients qu'aux institutions financières.

Les outils digitaux bancaires englobent une gamme diversifiée de technologies et de solutions. Parmi les plus notables, on peut citer :

3.1.1. Les applications bancaires

Les banques ont rapidement adopté les applications bancaires pour répondre aux besoins croissants de leurs clients en matière de services digitalisés. Ces applications fournissent un moyen extrêmement pratique d'accéder à ses comptes bancaires à tout moment et de n'importe où à travers un smartphone ou une tablette. Elles sont facilement téléchargeables depuis des magasins d'applications bien connus tels que Google Play et l'App Store, ce qui les rend accessibles à un large public.

Pour utiliser ces applications, les clients doivent d'abord enregistrer leur compte en utilisant les identifiants fournis par leur banque. Une fois connectés, ils peuvent effectuer une gamme étendue d'opérations, notamment la consultation de leur solde, la visualisation des transactions récentes, le virement de fonds entre comptes, le paiement de factures et bien plus encore. De plus, ces applications sont souvent équipées de mesures de sécurité robustes pour garantir la confidentialité et la sécurité des données des clients.

L'adoption généralisée des applications bancaires témoigne de l'engagement des banques à offrir des solutions de plus en plus conviviales et accessibles dans un contexte de digitalisation croissante. Ces outils numériques jouent un rôle clé dans la modernisation du secteur bancaire, offrant aux clients une expérience bancaire plus pratique et efficace.⁴²

3.1.2. SMS Banking

Le SMS Banking permet aux clients d'obtenir des informations bancaires où qu'ils se trouvent⁴³. Le SMS Banking est devenu un outil essentiel dans le paysage bancaire numérique. Cette solution permet aux clients d'obtenir des informations bancaires importantes où qu'ils se

⁴² <http://cnra.dz>, Consulté le 03/09/2023.

⁴³ M.A. Almumani (2013), « Impact of Managerial Factors on Commercial Bank Profitability : Empirical Evidence from Jordan », International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences 3 (3) : 298-310. P 98.

trouvent, offrant ainsi une grande flexibilité et un accès constant à leurs comptes. Pour accéder à ce service, les clients doivent souscrire à un contrat spécifique avec leur banque, ce qui leur permet de recevoir des SMS réguliers fournissant des informations sur leur compte.

Ces SMS peuvent être envoyés de manière hebdomadaire pour tenir les clients informés de leur solde et de leurs transactions récentes. De plus, les clients peuvent également solliciter des informations spécifiques en envoyant des demandes par SMS avec des mots-clés appropriés et un code d'accès. Cela offre une interaction directe et instantanée avec leur banque, améliorant ainsi l'expérience bancaire et renforçant leur contrôle sur leurs finances. Le SMS Banking est un exemple illustrant comment les banques adoptent des outils digitaux pour offrir des services pratiques et accessibles à leurs clients dans un environnement en constante évolution.

3.1.3. E-mails :

Les e-mails sont utilisés pour entrer en contact avec une banque, notamment avec un conseiller, en cas de besoin d'informations ou de réclamations. Il s'agit d'un service couramment utilisé sur Internet qui permet l'envoi de messages sous forme de fichiers.

3.1.4. Guichets Automatiques Bancaires (GAB) :

Les guichets automatiques bancaires fonctionnent 24h/24 et 7j/7, et sont généralement situés près des agences bancaires ainsi que dans les grandes surfaces commerciales. Ils offrent aux clients la possibilité de réaliser diverses opérations bancaires, telles que les retraits, les virements, les consultations de solde, les demandes de chèquiers, les relevés de comptes, et même l'encaissement de chèques dans les nouveaux distributeurs disponibles dans les agences digitales. L'utilisation des GAB nécessite une carte de guichet automatique et un code PIN personnel.⁴⁴

3.1.5. Les cartes bancaires :

Lors de l'ouverture d'un compte bancaire, les clients ont la possibilité de choisir parmi différents moyens de paiement. La carte bancaire est l'option préférée en raison de sa praticité et de sa sécurité par rapport aux chèques⁴⁵.

⁴⁴ André Michaud 1970, Actes du Septième Colloque sur l'Histoire de l'Informatique et des Transmissions, p 24.

⁴⁵ Gough, Belinda ; Du Toit, Trudie (20 Décembre 2007). FCS Hospitality Generics L3. Cape Town : Pearson Education South Africa. P. 120.

Figure n° 6 : la carte CIB



Source : Société générale visa gold-Allotech-dz.

Il existe plusieurs types de cartes bancaires, chacune présentant ses spécificités. Par exemple, la carte de retrait classique est principalement destinée aux retraits d'argent aux guichets automatiques (GAB) nationaux. Cependant, la carte Visa, largement répandue dans le pays, offre une grande souplesse d'utilisation, permettant à ses détenteurs d'effectuer des retraits d'argent et des paiements à l'échelle internationale. Cette variété de cartes offre aux citoyens algériens des options diverses pour répondre à leurs besoins en matière de transactions financières.

3.1.6. Call center :

Le centre d'appels joue un rôle fondamental dans la transformation numérique des banques, en servant de plateforme téléphonique essentielle permettant aux clients d'accéder à des informations, de soumettre des réclamations et de faire part de leurs suggestions. Ces centres sont de plus en plus intégrés aux agences digitales, offrant la possibilité d'engager des visioconférences avec des conseillers pour une assistance approfondie, illustrant ainsi leur importance cruciale dans le processus de digitalisation bancaire.

3.1.7. L'agence digitale :

L'agence digitale est un espace libre-service bancaire qui vise à offrir aux clients une expérience plus autonome tout en les familiarisant avec les produits numériques de la banque. Il s'agit d'un environnement conçu pour accompagner et sensibiliser les clients aux divers services bancaires dans le contexte de la digitalisation. Cette initiative permet aux citoyens algériens de s'adapter progressivement aux nouvelles technologies financières et de bénéficier

des avantages de la banque digitale tout en recevant un soutien et des informations essentielles pour leur utilisation.

3.2. Les services en ligne de la banque

Les services en ligne de la banque, également connus sous le nom de services bancaires en ligne, font référence à un ensemble de prestations financières et bancaires accessibles par le biais d'Internet ou d'applications mobiles. Ces services permettent aux clients d'effectuer diverses opérations financières et de gestion de compte sans avoir à se rendre physiquement dans une agence bancaire.⁴⁶

Les services bancaires en ligne peuvent varier d'une banque à l'autre, mais voici généralement les types de services en ligne que l'on peut trouver dans les institutions bancaires : (voir les détails dans le cas pratique).

- **Consultation de Compte** : Les clients peuvent vérifier leur solde de compte courant, d'épargne ou de carte de crédit en ligne.
- **Virements de Fonds** : Les virements entre comptes, que ce soit au sein de la même banque ou vers d'autres banques, peuvent être effectués via les services bancaires en ligne.
- **Paiements de Factures** : Il est possible de payer des factures d'électricité, d'eau, de téléphone, de gaz, etc., en utilisant les services bancaires en ligne. Certains services permettent même de configurer des paiements automatiques.
- **Historique des Transactions** : Les clients peuvent consulter l'historique détaillé de leurs transactions passées.
- **Commande de Chéquiers** : La commande de chèquiers peut être réalisée en ligne.
- **Demandes de Prêts** : Les clients peuvent soumettre des demandes de prêts personnels ou hypothécaires en ligne, ainsi que suivre le statut de leur demande.

⁴⁶ Jean-François Notebaert, Djamchid Assadi, Laurence Attuel-Mendes (2008), L'individualisation de la relation client sur Internet : une analyse comparative du service client en ligne des banques françaises, Revue management et avenir, 174.

- **Gestion des Cartes Bancaires** : Les services en ligne permettent de gérer les paramètres des cartes de crédit et de débit, y compris le blocage en cas de perte ou de vol.
- **Transferts Internationaux** : Certains services en ligne offrent la possibilité d'effectuer des transferts internationaux vers d'autres pays.
- **Alertes et Notifications** : Les clients peuvent configurer des alertes et des notifications pour être informés des activités de leur compte.
- **Service Client en Ligne** : Les clients peuvent contacter la banque via des canaux de messagerie en ligne, des formulaires de contact ou des chat bots pour obtenir de l'aide ou des réponses à leurs questions.
- **Conseils en Investissement** : Certaines banques proposent des services de conseil en investissement en ligne pour aider les clients à gérer leurs placements financiers.
- **Sécurité Renforcée** : Les services bancaires en ligne mettent généralement l'accent sur la sécurité, avec des mesures telles que l'authentification à deux facteurs (2FA) pour protéger les comptes des clients.
- **Crédit aux particuliers**, les technologies digitales permet de réaliser à distance l'ensemble des étapes de demande de crédit.

Il est important de noter que la disponibilité de ces services peut varier d'une banque à l'autre, et que la réglementation bancaire peut influencer les fonctionnalités spécifiques offertes par chaque institution. Les clients sont encouragés à contacter leur banque pour obtenir des informations spécifiques sur les services bancaires en ligne disponibles pour leur compte.

Chapitre 2

**Impact de la dématérialisation sur la
rentabilité des banques et sur la fonction
risque et contrôle**

Section 01 : l'impact de la digitalisation sur la Rentabilité des banques

La rentabilité d'une banque se réfère à sa capacité à générer des profits suffisants à partir de ses activités, une fois que les dépenses liées à ces activités ont été déduites, afin d'assurer sa viabilité à long terme. L'évaluation de la rentabilité est effectuée en prenant en compte les actifs et principalement les capitaux propres de l'institution.

Évaluer la rentabilité des banques n'est pas une tâche aisée. D'une part, les opérations bancaires sont complexes à appréhender, et d'autre part, cette complexité découle en grande partie des charges fixes et des coûts de soutien importants.

Le concept de rentabilité est lié aux idées de performance et d'efficacité. On peut considérer la performance comme le résultat obtenu à partir d'une tâche donnée. Dans le contexte bancaire, la performance peut concerner divers aspects tels que l'organisation, la stratégie adoptée et les résultats financiers. Par conséquent, elle se définit comme la capacité d'une banque à optimiser l'utilisation de ses ressources disponibles.

L'analyse de la rentabilité bancaire peut être abordée à travers l'utilisation d'indicateurs de gestion issus du bilan, de l'hors-bilan et du compte de résultats. Le bilan bancaire constitue une représentation schématique de l'ensemble des transactions bancaires qui ont engendré des mouvements de trésorerie. Ces transactions sont classées par ordre d'importance et de risque.

Parmi les indicateurs importants de la rentabilité bancaire, le coefficient d'exploitation, le produit net bancaire, les fonds propres et le solde gestion.⁴⁷

1.1. La rentabilité et coefficient d'exploitation bancaire :

Le coefficient d'exploitation revêt une importance cruciale en tant qu'indicateur de la rentabilité, jouant un rôle essentiel dans le domaine financier. Il sert à évaluer la part des bénéfices bancaires consacrée aux dépenses fixes. Depuis l'année 2008, les institutions bancaires ont entrepris des démarches visant à réduire leurs coûts afin d'améliorer leur rentabilité globale. Le coefficient d'exploitation devient ainsi un moyen de mesurer l'efficacité de ces efforts. En effet, plus ce coefficient est bas, plus la rentabilité de la banque est élevée.

Un coefficient très bas peut dissimuler une situation de liquidité et de solvabilité insuffisante. A contrario, un coefficient élevé peut résulter de facteurs non récurrents comme

⁴⁷ AMAHZOUNE. G & BENNIS. L (2022) « Le Maroc à l'ère numérique : L'impact du digital sur la rentabilité "cas du secteur bancaire marocain » », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 5 : Numéro 2 » pp :517 – 536.

des dépréciations ou encore des charges exceptionnelles.

$$\text{Coefficient d'exploitation} = \frac{\text{total des dépenses opérationnelles}}{\text{Revenus d'exploitation}}$$

48

•**Dépenses Opérationnelles Totales** : Il s'agit de toutes les dépenses engagées par la banque pour mener ses activités opérationnelles. Cela inclut les salaires et avantages sociaux des employés, les frais de location, les coûts de marketing, les frais généraux, les frais de technologie, les dépenses de conformité, etc.

De ce fait La digitalisation a permis aux banques de réduire considérablement leurs coûts opérationnels. Les processus manuels coûteux ont été automatisés, ce qui a entraîné des économies de main-d'œuvre et de ressources matérielles. Par exemple, la numérisation des processus de traitement des chèques, des paiements et des prêts a permis de réduire les erreurs et de libérer du temps et des ressources.

•**Revenus d'Exploitation** : Les revenus d'exploitation représentent les recettes générées par les activités principales de la banque, notamment les intérêts et les commissions issus des prêts, des dépôts, des opérations de trading, des services de gestion de patrimoines ce revenu a augmenté considérablement après la digitalisation de ces services.⁴⁹

Les charges d'exploitation : On utilise également souvent le terme de frais généraux. Ces ressources sont assez intuitives. On y trouve en synthèse :

- Les charges de personnel
- La Fiscalité
- L'immobilier
- L'IT
- La logistique (électricité, eau, transport de fonds, nettoyage...)

Ces charges d'exploitation sont observées à la loupe car on les compare la plupart du

⁴⁸ <https://banque.ooreka.fr/astuce/voir/511213/coefficient-d-exploitation>, consulté le 30-08-23

⁴⁹Ibid.

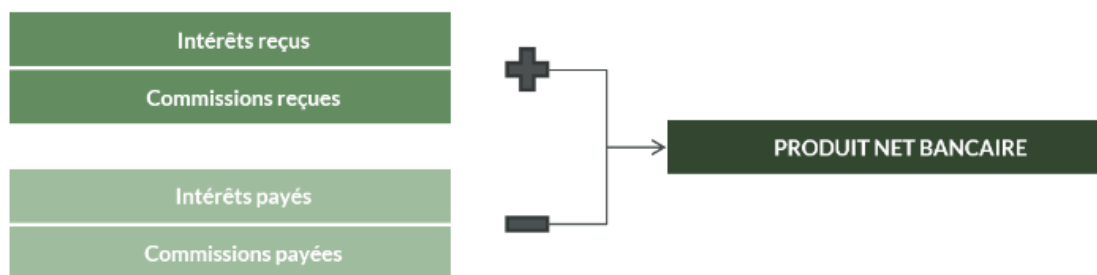
temps au **PNB** de manière à cerner **l'efficacité** de tel ou tel établissement bancaire.⁵⁰

1.2. Le concept de produit net bancaire

Le produit net bancaire (PNB) représente un indicateur complet qui englobe la totalité des activités exercées par une banque, couvrant ses différentes fonctions telles que l'intermédiation financière et les transactions sur les marchés financiers, et il détermine la marge brute de la banque. Le PNB est calculé en soustrayant la somme des charges d'exploitation de la somme des produits d'exploitation. Les principaux éléments qui constituent le PNB sont les suivants (Giraud, 2012) :

- Les intérêts perçus de la clientèle et les intérêts versés à des tiers ;
- Les revenus générés par le portefeuille de titres et les participations détenues ;
- Les autres produits issus des activités bancaires (principalement les commissions de services).⁵¹

Figure n° 7 : Exemple composantes du produit net bancaire



Exemple composantes du Produit Net Bancaire

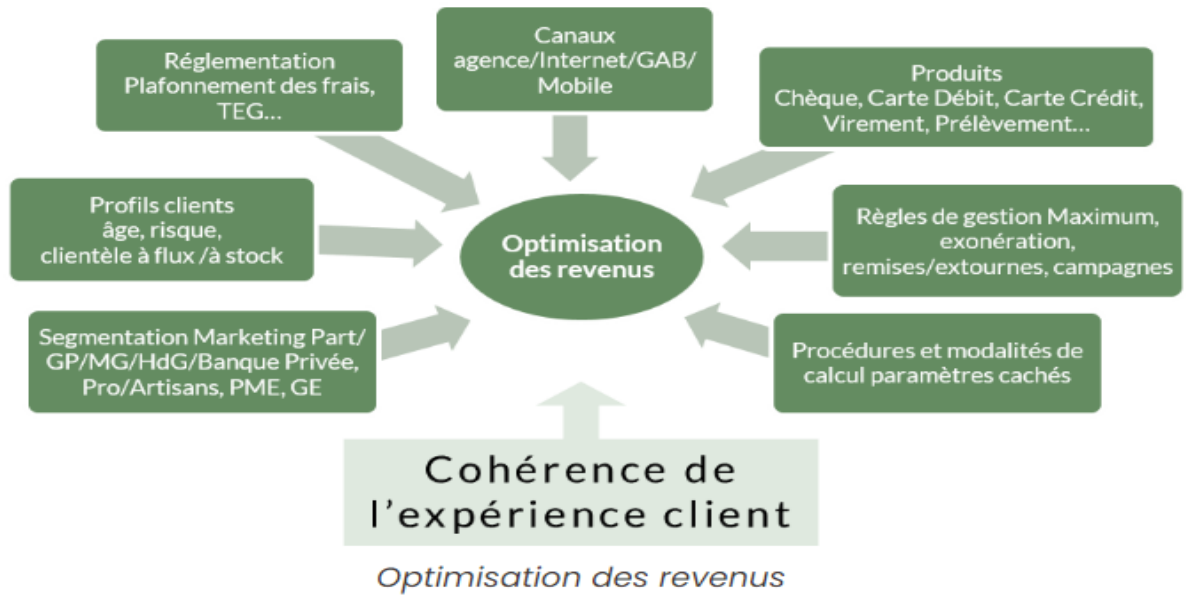
Source : <https://www.7experts.com/>, Auteur: Elodie Leclere

Lors des missions d'optimisation de PNB que nous menons nos clients, cela consiste donc à ajuster différents paramètres :

⁵⁰Elodie Leclere, <https://www.7experts.com/>, <comment fonctionne un compte résultat bancaire>, consulté le 15/09/23.

⁵¹AMAHZOUNE. G & BENNIS. L (2022) « Le Maroc à l'ère numérique : L'impact du digital sur la rentabilité "cas du secteur bancaire marocain » », Revue Internationale des Sciences de Gestion «Volume 5 : Numéro 2» pp :517 - 536

Figure n° 8 : Optimisation des revenus

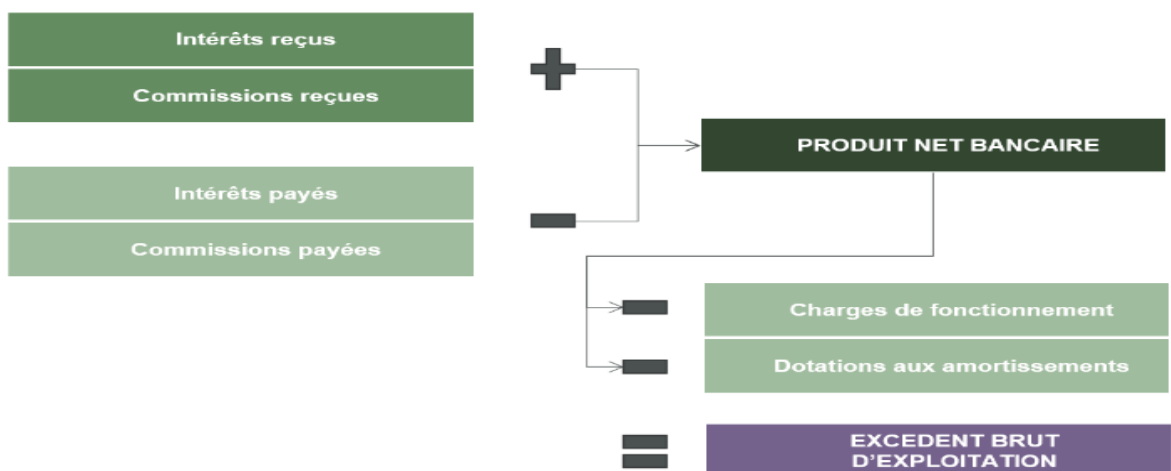


Source : Elodie Leclere, <https://www.7experts.com/>, <comment fonctionne un compte résultat bancaire>, consulté le 15/09/23.

1.2.1. Excédent brut d'exploitation (EBE)

Après avoir soustrait les charges d'exploitation, on obtient une perspective plus dégagée du résultat de la banque. Il ne reste plus qu'à déduire les montants que la banque alloue aux amortissements qu'elle doit effectuer (les dotations aux amortissements) afin d'obtenir l'Excédent Brut d'Exploitation (EBE) de la banque.

Figure n° 9 : Calcul de l'excédent brut d'exploitation



Source : Elodie Leclere, <https://www.7experts.com/>, <comment fonctionne un compte résultat bancaire>, consulté le 15/09/23.

Cet Excédent représente ce que la banque a réellement gagné.

$$\text{L'excédent brut d'exploitation (EBE)} = \text{VA} + \text{subventions d'exploitation} - \text{impôts et taxes} - \text{Charges de personnel}$$

1.2.2. Les fonds propres de la banque : principaux déterminants de la rentabilité bancaire

Les fonds propres désignent les ressources fournies à une banque par ses actionnaires ou d'autres investisseurs, ainsi que les bénéfices accumulés qui n'ont pas été distribués. Ils sont constitués de deux parties distinctes :

- **Les fonds propres de base:** également appelés noyau dur, regroupent d'une part le capital social, les réserves consolidées et le report à nouveau créditeur.

- **Les fonds propres complémentaires:** comprennent des éléments tels que les instruments de la dette subordonnée à terme et les titres participatifs. (S.De.Coussergues, 1996).

L'importance des fonds propres dans l'évaluation de la rentabilité bancaire est considérable. En effet, tant les recherches théoriques que les études empiriques convergent pour reconnaître que l'augmentation des fonds propres constitue une source de bénéfices pour les banques. Dans leur quête pour étendre leurs engagements, les banques cherchent à accroître leurs fonds propres. Cependant, l'augmentation des prêts engendre un accroissement du risque d'insolvabilité, ce qui peut entraîner la création de prêts non performants et exposer la banque à un risque de liquidité. Dans ce contexte, les réglementations prudentielles imposent une plus grande vigilance de la part des banques dans leur prise de risques. Ainsi, la réglementation prudentielle intègre les évolutions majeures de l'environnement afin d'assurer une couverture adéquate des risques.

L'intégration des fonds propres dans le développement des activités bancaires peut être considérée comme une orientation stratégique visant à inciter les banques à privilégier le développement de leurs activités qui nécessitent moins de ressources propres. Les fonds propres demeurent l'indicateur prédominant pour évaluer la rentabilité bancaire. Entre 1993 et 2014, le secteur bancaire marocain a été marqué par l'adoption de trois lois bancaires successives, visant à transposer les réglementations prudentielles pour tenir compte des particularités propres aux banques marocaines et à leur niveau de maturité. L'objectif de ces

lois était d'atténuer le niveau d'exposition des banques marocaines au risque de défaillance.⁵²

Figure n° 10: un exemple d'un bilan bancaire simplifié

	ACTIF	PASSIF	
1	Prêts interbancaires	Emprunts interbancaires	1
2	Crédits clientèle	Dépôts de la clientèle	2
	Divers	Divers	
3	Portefeuille titres	Certificats de dépôt	3
		Obligations	
4	Immobilisations	Fonds propres	5

Source : <https://www.economie.gouv.fr/>

1.3. Le (ROE) et la rentabilité bancaire

Un autre indicateur significatif est le coefficient net d'exploitation, qui met en rapport les frais généraux avec le produit net bancaire (PNB), mesurant ainsi la proportion du PNB absorbée par ces frais.

Pour analyser la relation entre la digitalisation des services bancaires et la rentabilité, nous allons utiliser un indicateur approprié :

⁵². AMAHZOUNE, G & BENNIS, L (2022) « Le Maroc à l'ère numérique : L'impact du digital sur la rentabilité "cas du secteur bancaire marocain" », Revue Internationale des Sciences de Gestion «Volume 5 : Numéro 2» pp :517 – 536.

1.3.1. Le retour sur fonds propres (RoE), calculé en rapportant le résultat net aux fonds propres pondérés.

L'amélioration de la rentabilité bancaire passe par l'amélioration de ce ratio. L'augmentation du ratio peut se faire de plusieurs manières :

- A. Augmenter le résultat net tout en maintenant les fonds propres stables ;
- B. Stabiliser le résultat net tout en augmentant les fonds propres, souvent par des stratégies de fusion ;
- C. Augmenter à la fois le résultat net et les fonds propres.

Cependant, il est clair qu'une croissance constante du produit net bancaire est essentielle pour maintenir cette tendance. En d'autres termes, pour accroître la rentabilité, il est crucial que le taux de croissance du PNB soit en augmentation constante, afin de générer d'avantage de bénéfices.

À cet égard, la maîtrise des coûts liés aux risques et à la gestion des risques est essentielle pour stabiliser le PNB, ce qui permettrait de maintenir un niveau de rentabilité significatif.

La gestion efficace des coûts liés aux risques est directement liée aux provisions pour créances en souffrance, tandis que les coûts de gestion des risques sont influencés par les charges générales d'exploitation.

Enfin, pour mieux comprendre la relation entre la digitalisation des services et la rentabilité bancaire, il est essentiel d'examiner la composition du produit net bancaire (PNB) afin de distinguer l'évolution de la marge générée par les services par rapport à celle générée par les activités d'intermédiation traditionnelles. Parallèlement, les coûts liés à la digitalisation des services peuvent être évalués en analysant les charges de structure, qui comprennent les frais d'exploitation, les dépenses liées au personnel et les coûts d'immobilisation.⁵³

⁵³ AMAHZOUNE. G & BENNIS. L (2022) « Le Maroc à l'ère numérique : L'impact du digital sur la rentabilité "cas du secteur bancaire marocain » », Revue Internationale des Sciences de Gestion «Volume 5 : Numéro 2» pp :517 – 536.

Section2: les avantages et les inconvénients de la dématérialisation des prestations des services bancaires.

Aujourd'hui, le développement de l'autonomie des clients représente un gain de coût pour la banque car le conseiller n'est plus nécessaire pour réaliser des demandes et opérations devenues simples. L'arrivée de ce changement implique un bouleversement sans précédents dans la relation commerciale bancaire qui est sujette à une mutation profonde de l'activité avec des nouveaux standards de fonctionnement qui viennent changer les règles du jeu notamment dans l'approche client qui impacte positivement la rentabilité bancaire.

La démocratisation de la dématérialisation dans le domaine bancaire permet de répondre à certains des enjeux majeurs du secteur. Parmi eux, on peut citer: l'accroissement du produit net bancaire, la réduction des délais et des coûts du back office, l'amélioration de la qualité du service front office et la sécurité des processus en investissant dans la mise en place d'un système efficace, les décideurs du secteur bancaire pourraient mettre sur pied des projets révolutionnaires.

2.1. La dématérialisation des prestations des services présente plusieurs avantages importants qui ont impacté sa rentabilité :

- **La Réduction du coût :**⁵⁴

LEMAITRE (1997) souligne que le coût d'ouverture d'une agence est largement supérieur à celui de l'ouverture d'un site internet. Il souligne aussi qu'une transaction effectuée par automate coûte deux fois moins qu'en agence, trois fois moins par téléphone et sept fois moins par internet. L'internet a fortement réduit le coût de livraison de la plupart des services financiers. La rentabilité d'une banque dépend en partie de ses coûts. Parmi ceux-ci, les coûts de transactions sont primordiaux. Les technologies digitales ont grandement contribué à une réduction des coûts de compilation, de traitement et de distribution de l'information.

la dématérialisation permet aux banque de réduire les coûts liés à la gestion des documents papier, tels que l'impression l'envoi postale et le stockage physique. en automatisant les processus et en favorisant l'utilisation des supports numérique, les banques peuvent économiser sur les dépenses liées à la logistique papier

⁵⁴ <https://blog.atlmoneytransfer.com/> ,consulté le 01/07/23.

•**Amélioration de l'efficacité opérationnelle:**⁵⁵ la dématérialisation permet d'accélérer les processus d'éliminer les tâches manuelle de réduire les délais de traitement. les transactions peuvent être effectuées plus rapidement, ce qui améliore la satisfaction des clients et réduit les coûts opérationnels liées aux délais de traitement

•**Augmentation de la productivité:**⁵⁶ en automatisant les tâches répétitives et en simplifiant les processus, la dématérialisation permet aux employés de se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée. Cela peut augmenter leur productivité et libérer du temps pour se concentrer sur des activités stratégiques

De même, le coefficient net d'exploitation est un ratio important qui rapporte les charges de structure au PNB, il mesure la part du PNB qui est consommée par ces charges. Pour cerner la relation d'impact entre la digitalisation des services bancaires et la rentabilité des banques, nous allons retenir un indicateur pertinent, celui du RoE, calculé à partir du résultat net pondéré par les fonds propres. Améliorer la rentabilité bancaire consiste à améliorer ce ratio. Il est clair que l'augmentation du ratio peut se faire de trois façons différentes :

- a. Augmenter le résultat net pour un niveau de fonds propres relativement stable ;
- b. Stabiliser le résultat net et augmenter les fonds propres, suite à des orientations stratégiques telles que les stratégies de rapprochement ;
- c. Augmenter et le résultat net et les fonds propres.

Ceci étant, il est clair que seul un produit net bancaire en perpétuelle augmentation permettrait de préserver la tendance. Autrement dit, pour que la firme bancaire dégager plus de rentabilité, il est important que le taux d'accroissement du PNB soit ascendant, en vue de dégager plus de bénéfices.

A ce niveau, la maîtrise des coûts du risque et des coûts de gestion des risques s'avère très importante à assurer une stabilité du PNB, capable à même de dégager un niveau de rentabilité est important

⁵⁵ <https://fr.linkedin.com/pulse/10-avantages-cl%C3%A9s-de-la-digitalisation-pour-une-banque-wallamayika#:~:text=Am%C3%A9lioration%20de%20la%20conformit%C3%A9%20r%C3%A9glementaire,erreurs%20et%20de%20non%2Dconformit%C3%A9,Consulté le 09/09/23.>

⁵⁶ Ibid.

•**Réduction du risque et de la fraude** :⁵⁷ la dématérialisation permet de renforcer la sécurité des transactions et de réduire les risques de fraude, les données numériques peuvent être cryptées et sécurisées, ce qui rend plus difficile l'accès non autorisé aux informations sensibles. De plus, les outils d'analyses des données peuvent aider à détecter les activités frauduleuses et à prévenir les risques

Cette maîtrise des coûts des risques est liée au niveau des dotations aux provisions pour créances en souffrance, tandis que les coûts de gestion des risques sont dépendants des charges générales d'exploitation.

•**Simplifier l'accès aux processus bancaires**⁵⁸

L'entreprise permet à un plus grand nombre de demander un crédit entièrement en ligne. Outre la simplicité du processus, c'est la rapidité du traitement des demandes qui fait la force de l'entreprise. En effet, les demandeurs de prêt reçoivent une réponse en 24 heures ouvrées en moyenne, ce qui est bien plus rapide que ce que proposent les services bancaires classiques.

•**Le prix**⁵⁹

En termes de tarifs, les banques digitales restent, globalement, imbattables.

Au niveau des banques algériennes, la digitalisation des services, en assurant un gain de temps remarquable, un meilleur positionnement concurrentiel et des relations durables et interactives avec les clients a favorisé également une augmentation de la rentabilité.

Par ailleurs, pour passer ses ordres de Bourse, les banques digitales font nettement mieux que les banques traditionnelles en matière tarifaire. Même si on note de fortes disparités d'un établissement à l'autre, les courtiers en ligne sont en moyenne trois fois moins chers que les banques de réseaux.

En effet, les spécialistes de l'épargne ne facturent aucun droit de garde, contrairement à certaines banques. Ces frais additionnels censés rémunérer la conservation des titres trouvent d'ailleurs difficilement leur justification aujourd'hui.

⁵⁷ <https://www.youtube.com/@SalesforceFrance>, < les enjeux de la digitalisation bancaire >, Consulté le 17/09/2023.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ <https://investir.lesechos.fr/placements/quotidien/avantages-et-inconvenients-des-banques-100-numerique-1851033>, consulté le 10-09-23.

Réaliser ses transactions par Internet est moins coûteux que par téléphone, le passage d'ordre en agence se révélant le plus onéreux.

•La souplesse d'utilisation⁶⁰

En s'appuyant sur les nouvelles technologies via Internet tout d'abord, puis par les smartphones et les tablettes, les banques digitales ont bouleversé la relation entre les établissements de crédit et leurs clients. UFC-Que Choisir.

Cette analyse de la rentabilité peut être approchée à partir du PNB, du résultat d'exploitation ainsi qu'au niveau des charges d'exploitation bancaire. L'analyse de la rentabilité bancaire serait également approchée par le retour sur investissement des fonds propres mesuré par le RoE.

A ce niveau, il est important de signaler que l'analyse de l'évolution des fonds propres, sur les 10 dernières années permet de relater une nette amélioration. En effet, considérés comme la capitalisation des firmes bancaires, les fonds propres ont connu une nette augmentation, résultat à la fois des stratégies de croissance que de la nécessité de satisfaire les normes prudentielles.

De même, il est possible de relater une stabilité du produit net bancaire au cours de la période d'analyse.

•Une extension géographique⁶¹

Grace à la mise en œuvre des nouvelles technologies d'informations et de communications, les banques disposent aujourd'hui d'une meilleure couverture internationale. Les clients peuvent désormais gérer leurs comptes, 24H/24, à travers des sites web, des applications mobiles de partout dans le monde. Grace au service en ligne, la banque n'est plus contrainte d'offrir ses services sur une base régionale, son accessibilité aux différents canaux électroniques lui permet d'offrir ses services partout dans le monde ce qui peut attirer de nouveaux clients et renforcer la clientèle plus large peut se traduire par une augmentation des dépôts et des revenus.

⁶⁰ <https://www.youtube.com/@SalesforceFrance<les enjeux de la digitalisation bancaire>>, Consulté le 17/09/2023.

⁶¹ <https://fr.linkedin.com/pulse/10-avantages-cl%C3%A9s-de-la-digitalisation-pour-une-banque-wallamayika#:~:text=Am%C3%A9lioration%20de%20la%20conformit%C3%A9%20r%C3%A9glementaire,erreurs%20et%20de%20non%2Dconformit%C3%A9>, Consulté le 09/09/23.

2.2. Les inconvénients de la dématérialisation des prestations des services bancaires

Les outils numériques sont de nouveaux moyens de communication et de commercialisation, mais pas sans prix puisque l'accès à distance étant plus facile, il y a une répercussion négative sur la fréquentation des agences. Les clients ont de nouvelles habitudes de consommation et sont à la recherche de rapidité, simplicité, qualité, reconnaissance et efficacité. Ainsi, les agences bancaires et les conseillers doivent être réactifs, s'adapter à l'évolution des nouvelles technologies progressive⁶².

Chaque médaille possède un revers, les avantages montrent des inconvénients. La virtualité est le principal handicap du service digital. Le service direct pose un souci comme le paiement par chèque ou en espèce s'avère compliqué

Malgré de nombreux avantages de cette dernière mai il est également important de prendre en compte les inconvénients potentiels associées à ce systèmes financier en pleine expansion qui peuvent affecter la rentabilité des banques

- Coût initiaux élevés** : la mise en place d'une infrastructure numérique robuste nécessite des investissements importants en terme de technologie, de développement de logiciels, de formation du personnel et de sécurité informatique. Ces coûts initiaux peuvent peser sur la rentabilité à court terme.

- Fraude et sécurité** : Aujourd'hui la question de la protection des consommateurs contre les fraudes est prépondérante, d'autant plus que l'on sait que l'imagination débordante des fraudeurs est sans limite. Or à l'heure où les banques cherchent à développer leur stratégie de digitalisation, la sécurité semblerait être un revêt important afin de gagner l'appui et la confiance de leurs usagers.

la digitalisation bancaire expose les banques à des risques accrus de cybercriminalité, de fraude en ligne et de vol d'identité. Les attaques informatiques peuvent entraîner des pertes financières importantes et endommager la réputation de la banque, ce qui peut avoir un impacte négatif sur sa rentabilité.⁶³

- Dépendance à la technologie**: la dépendance croissante à la technologie expose les banques à des risques opérationnels en cas de pannes de système, de dysfonctionnement technique ou de cyberattaques. Ces interruptions de service peuvent

⁶²<https://www.youtube.com/@SalesforceFrance><les enjeux de la digitalisation bancaire. Consulté le 17/09/2023.

⁶³ ibid.

entraîner des perturbations pour les clients et entraîner des coûts supplémentaires pour rétablir les opérations normales.

• **L'impossibilité de déposer de l'argent liquide et les gros retraits sont impossibles** : C'est probablement le talon d'Achille des banques en ligne. En effet, comment déposer des espèces dans une banque qui ne possède pas d'agences ? Mis à part les banques en ligne qui sont filiales de banques traditionnelles et par lesquelles on peut passer pour effectuer ces versements, la seule solution consiste à se rendre dans un bureau de poste pour effectuer le dépôt par l'intermédiaire du mandat de compte. Cette solution ne peut être cependant que très temporaire, car c'est un service facturé par le bureau de poste, et à la charge du client. En clair, si un consommateur est souvent amené à faire des dépôts en espèces, garder un compte courant dans une agence traditionnelle est clairement le choix le plus judicieux. Les montants des retraits au niveau des distributeurs sont limités. La banque à distance ne substitue pas la banque traditionnelle.

La banque digitale ne peut pas proposer de découvert bancaire à son client en l'absence de financement. La confiance ne s'établit pas entre le client et son conseiller. Le manque de la rencontre physique en est la cause.

• **Le manque de contact humain** : avec les interactions en face à face avec les employés de la banque peuvent diminuer. Certains clients peuvent préférer une interaction personnelle et avoir besoin de conseils ou d'assistance en personne. L'absence de contact humain direct peut entraîner une perte de confiance ou de satisfaction pour certains clients.

Selon (LAMIRAULT, 2017) les clients veulent une relation "à la carte" avec leurs banques pour les opérations du quotidien. En revanche, pour les produits et services engageants, ils préfèrent garder une relation physique avec un conseiller. Le besoin du contact humain mais aussi, la sécurité et la confiance, restent fondamentaux.⁶⁴

• **Le blanchiment d'argent**

La matérialisation de la relation entre le client et son conseiller est de nature propice à favoriser toutes sortes de délinquances comme par exemple le blanchiment d'argent. En effet le numérique complexifie le travail des banquiers qui doivent connaître en profondeur leurs clients à travers de simples vérifications d'identité ou des contrôles plus stricts sur la capacité

⁶⁴ <https://www.youtube.com/@SalesforceFrance> < les enjeux de la digitalisation bancaire. Consulté le 18/09/2023.

financière du client. Or, la connaissance du client est au cœur des préoccupations des organismes financiers ainsi que les Etats qui ont décidé de lutter ardemment contre le blanchiment d'argent, le financement du terrorisme ou autre opération illicite, ils ont instauré le principe de KYC. (Know your Customer)

•**Complexité technique** : les services bancaires numériques peuvent parfois être complexes à utiliser, en particulier pour les clients moins familiers avec les technologies. Les interfaces complexes, les processus d'authentification compliqués ou les difficultés de navigation peuvent frustrer les clients et rendre leur expérience moins agréable.

•**Problème technique et indisponibilité** : les pannes techniques, les problèmes de connexions internet ou les temps d'indisponibilité des services en ligne peuvent perturber l'expérience client, les clients peuvent avoir des difficultés à accéder à leur compte, effectuer des transactions ou obtenir de l'aide en cas de besoin.

•**Sécurité et protection des données** : bien que la digitalisation offre de nombreux avantages, elle expose également les clients à certains risques liés à la sécurité des données, les cyberattaques et les fraudes en ligne peuvent compromettre la confidentialité des informations sensibles des clients.⁶⁵

Section 03 : Impact de la digitalisation bancaire sur les fonctions risques et contrôle

La fonction de contrôle et de gestion des risques de la digitalisation dans le secteur bancaire est essentielle pour garantir que l'adoption de technologies digitales se déroule de manière sécurisée et conforme aux réglementations en vigueur.

3.1. Rôle de la Fonction de Contrôle et de Risque de la Digitalisation

La digitalisation a apporté de nombreux avantages au secteur bancaire, tels que la rapidité des transactions et la commodité pour les clients. Cependant, elle a également introduit de nouveaux défis, notamment en matière de cybersécurité, de protection des données et de conformité réglementaire, qui sont particulièrement pertinents dans le contexte

⁶⁵ <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/avantages-inconvenients-banques-en-ligne-pour-professionnels/#:~:text=Les%20paiements%20en%20ch%C3%A8que%20et%20en%20esp%C3%A8ces%20son%20compliqu%C3%A9s&text=Par%20exemple%2C%20les%20paiements%20par,de%20patrimoine%20sont%20moins%20d%C3%A9velopp%C3%A9s.,> consulté le 23/08/23.

du pays. La fonction de contrôle et de risque dans le cadre de la digitalisation a pour mission de gérer ces défis de manière proactive. Son rôle comprend les éléments suivants :

3.1.1. Identification des Risques

La première étape consiste à identifier les risques potentiels associés à l'utilisation de technologies digitales, tels que les cyberattaques, les pannes de systèmes, les erreurs humaines, et les risques de conformité.

3.1.2. Évaluation des Risques

Une fois les risques identifiés, ils sont évalués en termes de leur impact potentiel sur la banque et de la probabilité de leur occurrence. Cette évaluation permet de hiérarchiser les risques en fonction de leur gravité.

3.1.3. Mise en Place de Contrôles

Sur la base de l'évaluation des risques, des contrôles sont mis en place pour réduire les risques à un niveau acceptable. Cela peut inclure des mesures de sécurité informatique, des procédures opérationnelles, des politiques de conformité, et des normes de gestion des fournisseurs de technologie.⁶⁶

3.1.4. Surveillance Continue

Les équipes de contrôle surveillent en permanence les activités digitales de la banque pour détecter les signes de risques émergents ou de comportements anormaux. Cela peut impliquer l'utilisation de technologies de détection d'anomalies.

3.1.5. Conformité Réglementaire

La fonction de contrôle veille à ce que la banque respecte toutes les réglementations applicables en matière de sécurité des données, de protection de la vie privée et de lutte contre le blanchiment d'argent. Elle assure également la conformité aux normes internes de la banque.

3.1.6. Gestion des Incidents

En cas d'incident de sécurité ou de violation de données, les équipes de contrôle sont chargées de gérer la réponse à l'incident, de coordonner les efforts de remédiation, et de prévenir de futures occurrences.

⁶⁶ Loi de simplification et de clarification du droit et d'allègement des procédures promulguée le 13 mai 2009.

3.1.7. Audit Interne⁶⁷

L'audit interne joue un rôle essentiel en évaluant périodiquement l'efficacité des contrôles en place et en fournissant des recommandations pour les améliorer si nécessaire.

3.1.8. Communication et Rapports

La fonction de contrôle et de risque communique régulièrement avec la direction et les parties prenantes pour fournir des informations sur l'état des risques et des contrôles. Elle contribue également à la sensibilisation des employés à la sécurité digitale.

La fonction de contrôle et de gestion des risques de la digitalisation joue un rôle vital pour permettre aux banques de tirer parti des avantages de la technologie digitale tout en minimisant les risques potentiels. Elle nécessite une expertise approfondie en matière de sécurité informatique, de conformité réglementaire et de gestion des risques pour assurer un environnement bancaire sécurisé et fiable.

3.2. Les risques liés à la digitalisation

La digitalisation rapide de notre monde moderne a apporté de nombreux avantages, mais elle a également engendré des défis et des risques significatifs. Cette transformation numérique a créé un environnement où les données personnelles sont souvent collectées sans le consentement des individus, exposant ainsi la vie privée à des menaces. La protection des données personnelles devient donc une préoccupation majeure pour les citoyens et les autorités algériennes.

De plus, la dépendance croissante aux technologies expose les entreprises et les gouvernements en Algérie à des vulnérabilités en matière de sécurité informatique, notamment les cyberattaques. Les institutions bancaires et les entreprises du pays doivent renforcer leurs mesures de cybersécurité pour protéger les informations sensibles et garantir la stabilité de leurs opérations financières. Il est donc essentiel en Algérie de comprendre les risques liés à la digitalisation pour élaborer des stratégies efficaces de protection des données et de cybersécurité, afin de préserver la confiance des citoyens et la stabilité économique du pays.⁶⁸

⁶⁷ <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Eyrolles>, Consulté le 15/08/2023.

⁶⁸ La cybersécurité est le domaine de la protection des systèmes informatiques, réseaux, et données contre les menaces en ligne, telles que les attaques informatiques, les virus et les tentatives de piratage, dans le but de garantir la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des informations.

3.2.1. Risques liés à la gouvernance des données

Les avancées technologiques dans le secteur de la banque et de l'assurance ont engendré une prolifération de données, souvent générées sans le consentement des individus, via les technologies mobiles et les réseaux sociaux. La collecte, le partage, et l'analyse de ces données représentent un risque potentiel pour les entreprises, en particulier lorsqu'il s'agit de données sensibles telles que financières ou médicales. Par exemple, une multinationale de l'industrie bancaire a souligné que l'utilisation de drones pour l'inspection des bâtiments peut être intrusive pour les citoyens et susciter des préoccupations en matière de protection des données.

De plus, la gestion inadéquate des canaux de génération de données et des flux de diffusion peut entraîner des problèmes de débordement de données, ce qui est particulièrement préoccupant dans le domaine de la banque et de l'assurance. Cette situation nécessite une approche plus sophistiquée de gestion des données. Certaines entreprises du secteur ont exploré l'utilisation de la technologie cloud pour piloter ce cycle d'exploitation des données. Cependant, cela soulève également des défis liés à la souveraineté des données, qui doivent être abordés avec précaution pour assurer la conformité et la sécurité des informations sensibles.

3.2.2. Les risques associés aux relations avec des parties tierces

Les risques associés aux relations avec des parties tierces dans le contexte bancaire numérique sont de plus en plus préoccupants. L'adoption de la technologie numérique ouvre la porte à de nouvelles parties prenantes telles que les clients, les fournisseurs, les partenaires, etc., mais cela comporte également son lot de défis en matière de gestion de ces relations.

Par exemple, certaines banques ont signalé que l'utilisation de la technologie blockchain pour établir des smart contracts a engendré un surplus de formalités et de rigidité dans leurs relations client-fournisseur, compliquant parfois la gestion des transactions financières. Ces défis reflètent la nécessité pour les institutions bancaires du pays de trouver un équilibre entre l'adoption des nouvelles technologies et la gestion efficace de leurs relations avec les parties tierces, afin de garantir la sécurité, la transparence et l'efficacité dans le secteur bancaire algérien en constante évolution.

Les réseaux sociaux, bien qu'utiles pour la communication et le marketing, doivent être manipulés avec précaution par les banques, car ils peuvent entraîner des problèmes de

surexposition et de réputation. Des situations où des commentaires négatifs ou des informations sensibles se propagent rapidement sur les réseaux sociaux peuvent affecter la réputation d'une institution bancaire.

De plus, dans le secteur bancaire, l'utilisation des technologies mobiles comporte des risques en ce qui concerne l'établissement de relations efficaces avec les clients. Il est devenu difficile pour les banques de se démarquer parmi les nombreuses applications mobiles et les sites d'e-commerce, ce qui peut même susciter la confusion et la méfiance chez les clients.

Enfin, plusieurs banques sont de plus en plus conscientes des risques associés à l'essor de la technologie blockchain pour leurs modèles économiques et leur rôle au sein du paysage socio-économique global. La blockchain peut apporter des avantages en termes de sécurité et d'efficacité, mais elle nécessite également une gestion prudente pour minimiser les risques liés à la conformité réglementaire et à la sécurité des données financières.⁶⁹

3.2.3. Risques liés au pilotage des technologies digitales

Les risques associés à la gestion des technologies digitales sont également pertinents dans le secteur bancaire. Les entreprises bancaires du pays se trouvent souvent confrontées à des défis considérables en raison de la rapidité de l'évolution technologique. Les départements informatiques doivent acquérir rapidement une expertise dans ces technologies pour répondre aux besoins immédiats de leurs activités, sinon elles risquent de se heurter à des problèmes de « Shadow IT », où des solutions technologiques sont mises en place sans l'approbation du département informatique central.

De plus, la maîtrise rapide des technologies digitales peut être difficile, d'autant plus que le développement de compétences numériques peut être prolongé en cas de pénurie d'experts, ce qui peut entraîner des coûts importants en termes de temps et d'efforts. Ces coûts peuvent également être rapidement réduits à néant en raison de l'évolution constante et de l'obsolescence fréquente des technologies digitales, ce qui est particulièrement préoccupant dans le secteur bancaire du pays où la sécurité des données est cruciale.

En fin de compte, comme ailleurs, les banques doivent rester vigilantes pour éviter les risques potentiels de mimétisme et de surdimensionnement lors de l'adoption de nouvelles technologies, en particulier avec l'arrivée imminente des technologies quantiques, qui

⁶⁹ Jean Dermine, 2013, Gouvernement d'entreprise des banques : évitement du risque ou prise de risque Revue d'économie financière, 195-210, p 88.

pourraient perturber davantage le paysage financier. La gouvernance de l'infrastructure technologique et la gestion des risques numériques demeurent des préoccupations essentielles pour les institutions bancaires du pays.

3.2.4. Autres risques

Complexité accrue : La digitalisation des banques peut rendre les opérations commerciales plus complexes en raison de la nécessité de gérer de multiples systèmes et technologies.

Dépendance technologique : La dépendance à l'égard des technologies numériques crée des vulnérabilités potentielles en cas de panne ou de dysfonctionnement.

Gestion des données : La collecte et la gestion des données sont essentielles, mais elles peuvent entraîner des problèmes de protection de la vie privée et de conformité réglementaire.

Obsolescence rapide : Les technologies évoluent rapidement, ce qui peut rendre les investissements obsolètes plus rapidement que prévu.

Résistance au changement : Les employés peuvent être réticents à adopter de nouvelles technologies, ce qui peut entraver la mise en œuvre de la digitalisation.

Coûts élevés : L'investissement initial dans la digitalisation peut être significatif, y compris les coûts de formation et de mise à jour des technologies.

Concurrence accrue : La digitalisation peut ouvrir la porte à une concurrence plus féroce, car de nouvelles entreprises numériques peuvent entrer sur le marché.

Gestion du temps : La gestion du temps peut devenir un défi, car les outils numériques peuvent potentiellement créer des distractions et des surcharges d'informations.

Impact sur l'emploi : L'automatisation et la digitalisation bancaires en Algérie peuvent affecter les emplois traditionnels et nécessiter une adaptation de la main-d'œuvre.

Conclusion

La dématérialisation des prestations de services dans les banques algériennes, marquée par la digitalisation croissante, l'émergence des banques en ligne, des néo-banques et de l'e-Banking, représente une évolution significative du secteur financier. Cette transition vers des

services bancaires numériques offre une plus grande accessibilité et efficacité pour les clients, tout en permettant aux banques de réduire leurs coûts opérationnels.

Cependant, cette transformation n'est pas sans ses défis. Les risques liés à la sécurité des données et à la cybercriminalité sont devenus des préoccupations majeures. Les banques doivent investir dans des mesures de sécurité robustes pour protéger les informations sensibles de leurs clients et garantir la confiance dans leurs services numériques.

En fin de compte, la dématérialisation des services bancaires en Algérie représente une opportunité pour l'efficacité et l'accessibilité, mais elle nécessite une gestion prudente des risques et des investissements continus dans la sécurité pour assurer le succès à long terme de cette transition vers le numérique.

Chapitre 3 :

Effets de la dématérialisation sur la rentabilité du CPA agence 120 Tizi-Ouzou

Introduction au chapitre

Le secteur bancaire en Algérie, tout comme de nombreux autres secteurs, a subi des transformations à la suite de l'avènement de la digitalisation à l'échelle mondiale. Il devient de plus en plus dynamique et s'engage résolument dans un processus de modernisation.

Aujourd'hui l'Algérie dispose de multiples opportunités qui lui permettent de tirer profit de l'économie numérique. Au cours des dernières années, l'État algérien a mis en place des politiques publiques directement liées au développement du secteur numérique dans le pays. En témoigne le classement de l'Algérie à la 76ème position à l'échelle mondiale en ce qui concerne l'adoption des technologies de l'information et de la communication, la téléphonie mobile à haut débit et le nombre d'utilisateurs d'internet, d'après le rapport du Forum Économique Mondial (FEM) sur la compétitivité mondiale pour l'année 2019 (Mehenni, 2019). Ainsi, l'adoption des nouvelles technologies en Algérie est en constante progression, un signe encourageant pour l'avenir.

Le gouvernement algérien a établi un cadre réglementaire complet pour superviser la digitalisation dans le secteur bancaire. Cela comprend la création d'un système de télé-compensation interbancaire pour faciliter la compensation électronique des opérations financières et l'introduction de nouveaux services de paiement. Trois sous-directions ont été créées pour la modernisation des paiements, couvrant la compensation des transactions de paiement, la gestion des plateformes de connexion interbancaire, et la supervision des transactions par carte. De plus, une réglementation a été promulguée en 2018 pour encadrer le commerce électronique et les modes de paiement.

Malgré une adoption progressive des nouvelles technologies en Algérie, la numérisation des services financiers reste limitée, ce qui pourrait affecter la rentabilité à long terme du secteur. Cependant, il y a un intérêt croissant à adopter la digitalisation dans le secteur financier, avec une modernisation des systèmes financiers des banques publiques. En 2018, plusieurs banques publiques ont entrepris cette modernisation pour répondre à la loi de finances exigeant l'utilisation de terminaux de paiement électronique par les commerçants d'ici fin 2019, ce qui pourrait potentiellement améliorer leur rentabilité en réduisant les coûts de traitement des transactions.

La Banque Nationale d'Algérie a ouvert une agence digitale en octobre 2018 pour externaliser certains services aux clients, ce qui pourrait contribuer à une meilleure efficacité opérationnelle et, par conséquent, à une rentabilité accrue. D'autres banques, comme BNP Paribas El Djazair et Natixis Algérie, ont également adopté des approches numériques pour

rester compétitives sur le marché et améliorer leur rentabilité.

Dans ce chapitre nous allons voir le cas de crédit populaire Algérie nous allons aborder les services digitalisés par cette banque et leur impacte sur sa rentabilité:

Section 01 : Présentation de l'Agence d'accueil CPA : Agence 120 de Tizi Ouzou.

Dans cette section nous allons essayer de présenter l'Agence d'accueil qui est la CPA << Crédit populaire d'Algérie >>, qui est l'une des plus grandes banques algériennes.

1.1. Historique de crédit populaire d'Algérie.

Le CPA est créé en 1966 par l'ordonnance n : 66-366 du 29/12, avec un capital initial de 15 millions de DA, ces statuts ont été arrêtés par l'ordonnance n 67/78 du 11/03/67.⁷⁰ Dans les dispositions générales de ses statuts, le CPA est conçu comme une banque générale et universelle, réputée commerçante dans ses relations avec les tiers.

La banque a hérité des activités gérées par des banques populaires qui existaient à l'époque coloniale. Elle a donc bénéficié du patrimoine de ces banques qui ont été dissoutes le 31 /12/66. Il s'agit des banques suivantes :

- Banque populaire commerciale et industrielle d'Alger, d'Oran, de Constantine et Annaba et banque régionale du crédit populaire d'Alger.

-Les structures du CPA en 1972, ont été par la suite renforcées par la reprise d'autre banque étrangère, à savoir : la société Marseillaise du crédit, la banque mixte Algérie-Miser et la compagnie française de crédit populaire d'Alger.

En avril 1997, le CPA a obtenu son agrément auprès de la banque d'Algérie, après avoir satisfait aux conditions d'éligibilité fixées par la loi 90/10 sur la monnaie et. le crédit.

En tant qu'entreprise publique économique et sous la forme juridique de société par action, il est placé sous la tutelle du ministère des finances et doté d'un capital social de 29,3 milliards DA.⁷¹

L'année 2008, était pour CPA, l'année de confirmation d'une santé financière durable d'engagements significatifs dans les secteurs de l'économie, notamment le secteur de l'équipements et de l'industrie, de coopération féconde avec les acteurs bancaires nationaux et d'intégration des techniques nouvelles de financement de l'investissement qui, des lors,

⁷⁰ <https://www.cpa-bank.dz> la banque, <présentation du CPA. Consulter 16/09/23.

⁷¹ A. Malki, <<la gestion obligataire au sein des banques : cas du CPA >> Ecole supérieure des banques, Alger 2008, p134.

assurent une plus grande implication de la banque au cœur de l'économie, en qualité d'acteur financier majeur et incontournable.

Le CPA en 2010, dispose d'un réseau bancaire encadré par 15 groupes d'exploitation répartis sur tout le territoire national.

Actuellement, le capital social de la banque a 48 milliards de DA avec l'Etat comme seul propriétaire des actions qu'il gère par l'intermédiaire du holding financier.

Le réseau d'exploitation de la banque se compose de 142 agences réparties à travers le territoire national et encadrées par 15 groupes d'exploitation.⁷²

1.2. Présentation de CPA Tizi Ouzou, Agence 120.

Le CPA, agence 120 est une agence principale située au boulevard colonel Amirouche, dans le chef-lieu de la commune de Tizi-Ouzou, Algérie. Elle est créée en 1966 et chargée d'accomplir les opérations couramment traitées par une banque commerciale.

Cette agence est dotée d'un comité de crédit présidé par le directeur d'agence et regroupant le sous-directeur, les charges d'études et éventuellement le chef du service exploitation. Ce comité est chargé de se prononcer sur les demandes de crédits induites par la clientèle.

Le directeur est doté d'un certain pouvoir de décision en matière de financement qui lui est attribué par la direction générale de la banque sous forme de délégation.

1.3. Les missions de CPA.

La mission du CPA englobe plusieurs responsabilités essentielles, notamment :

Promouvoir le développement du BTPH, les secteurs de la santé et médicaments, le commerce et la distribution, l'hôtellerie, ainsi que le tourisme, des médias, de la PME/PMI et de l'artisanat.

La collecte de fonds sous diverses formes.

L'amélioration de son fonds de la part de marché de la banque dans la région commerciale pour développer son fonds de commerce.

Le soutien financier de l'économie, et l'intermédiation entre les clients et leurs fournisseurs étrangers.

L'examen, la décision et la mise en place de crédit conformément aux règles internes.

⁷²A. Malki, << la gestion obligataire au sein des banques : cas du CPA >> Ecole supérieure des banques, Alger 2008, p13.

<https://www.dentex.dz> > crédit populaire d'Algérie CPA, Consulté le 17/09/2023.

1.4. Les produit de CPA.

Le CPA a plusieurs produits pour ces clients :

1.4.1. Pour les particuliers ;

Crédit pour l'achat de logements auprès de particuliers, crédit pour l'achat d'un logement neuf ; crédit pour la construction ou l'extension d'une maison.

1.4.2. Pour les entreprises

Crédit d'investissement et le crédit d'exploitation.

1.4.3. Pour les professionnels

Le CPA offre un financement au secteur médical pour l'installation en cabinet, l'acquisition ou le renouvellement d'équipements.

1.5. Les principes du CPA

Le CPA est guide par ces valeurs :

1.5.1. Professionnalisme :

Est ancre dans la culture de la banque, il est reconnu par les clients qui ont confiance en elle. La banque renforce en permanence son expertise et favorise l'échange d'expérience pour servir au mieux ses clients.

1.5.2. Esprit d'équipe :

La banque prône l'écoute, le dialogue, et tire profit des différentes analyses. Elle cultive la diversité des talents et des cultures au sein du groupe pour accroître son efficacité collective.

1.5.3. L'innovation :

C'est la capacité à s'adapter au changement, à introduire de nouvelle approche tant pour la banque que pour son environnement immédiat. Cela permet la recherche, le développement et le lancement de nouveaux produits afin d'anticiper les besoins des clients.

Le CPA possède un vaste réseau bancaire constituée de quinze groupes d'exploitation repartis sur l'ensemble du territoire national. Chaque client bénéficie ainsi de la présence du CPA sur son marché local, ainsi que de l'étendue de son réseaux international de correspondants bancaires de premier plan.⁷³

⁷³ Ben hamou El Djida, Djerrou Kahina, Mémoire de Master, < les nouveaux moyens de paiement : de la carte bancaire au portemonnaie électronique cas CPA de tizi Ouzou agence 120>.

La proposition du réseau CPA met l'accent sur une relation personnalisée, une écoute de qualité, et une confidentialité totale, grâce à une gamme complète de produits et de services.⁷⁴

Section 2 : Les services en lignes et les outils digitaux du CPA

L'objectif de cette section est d'aborder les différents services en lignes proposés par le CPA les différents outils qui ont mis en place pour répondre aux différents besoins de leurs clients et surtout comment ses outils ont participé à la santé financière de la banque. Nous allons voir leur fonctionnement et les procédures que le client de cette banque doit suivre pour adhérer à ces services.

2.1. Les services en lignes proposés par le CPA agence 120 Tizi-Ouzou.

2.1.1. E-Banking

Figure n° 11 : La banque à distance



Source : site officiel de l'agence 120 CPA

Le Crédit Populaire d'Algérie propose à ses clients la solution e-banking, qui leur permet de consulter leurs comptes en toute sécurité, de suivre en temps réel leurs opérations bancaires, et d'effectuer des transactions.

Le service e-banking comprend la possibilité de soumettre des ordres de virement à distance, notamment le service de Virement Unitaire et Multiple. Ce dernier est une offre de banque à distance qui permet à la clientèle de la banque, qu'il s'agisse de particuliers ou d'entreprises, d'utiliser un canal de distribution "e-Banking" via Internet et l'application Mobile CPA. Ce canal permet d'initier, de signer et de transmettre à distance des ordres de virement, sans avoir besoin de se rendre physiquement aux guichets de la banque.

En d'autres termes, le service "e-Banking" de la banque prend en charge les ordres de

⁷⁴ <https://www.ummtto.dz> consulter le 18/09/23.

virement émis de manière électronique par ses clients, en vue de les traiter soit dans le cadre des transactions interbancaires (par le biais du système ATCI, excluant le système ARTS), soit dans le cadre des transactions intra bancaires (c'est-à-dire entre des comptes au sein de la même agence ou entre différentes agences).

2.1.1.1. Abonnement E-banking:

Pour profiter des avantages de l'abonnement e-Banking, l'agence cpa fournira un code confidentiel pour le client ainsi qu'un nom d'utilisateur pour un accès sécurisé.

Grâce au service e-banking, vous aurez une vue complète sur l'ensemble de vos comptes 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

Le service e-banking va nous permettre de :

- Accéder à notre compte à tout moment, 24h/24 et 7j/7.
- Commander un chéquier à distance.
- Initier, signer et transmettre des ordres de virement unitaires et/ou multiples à distance, à n'importe quel moment et depuis n'importe quel endroit, en utilisant le service e-Banking via Internet.
- Suivre l'évolution des ordres de virement unitaires et/ou multiples qu'on transmet à la banque pour qu'ils soient exécutés.
- Gérer l'ensemble des comptes à distance, 7 jours/7, 24h/24, et aussi souvent qu'on le souhaite ;
- Consulter toutes nos opérations avec un historique allant jusqu'à 365 jours ;
- Effectuer une recherche et trouver les opérations qui nous intéressent (par date, par montant d'opération, etc.) ;
- Télécharger les relevés en formats PDF, EXCEL et CSV ;
- Télécharger en format PDF et imprimer les relevé d'identité bancaire (RIB) ;
- Consulter le cours des Devises à travers la consultation du cours de banque ;
- Convertir la monnaie à travers le convertisseur et à l'aide du taux de change en place ;
- Envoyer les fichiers de virements en toute sécurité ;
- Signer les ordres de virements ;
- Consulter l'état des ordres de virements ... et bien plus encore.

2.1.1.2. L'accès au service e-Banking

L'accès au service e-Banking nécessite un abonnement préalable auprès de l'Agence de domiciliation des comptes. L'agence nous communiquera un identifiant et un mot de passe

qui nous permettra d'accéder au site e-Banking.

- Connexion à la plateforme e-Banking: <http://ebanking.cpa-bank.dz/fr/>

Figure n° 12 : La plateforme E-banking



Source : <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/>

•Accueil

Une fois connecté à la plateforme e-Banking, on peut accéder aux différents services auxquelles nous avons souscrits lors de notre abonnement comme présenté dans la figure ci-dessous :

Figure n° 13 : l'accueil



Source : <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/>

Dont le client va trouver les éléments suivants :

- 1.La liste des agences
- 2.ses opérations
- 3.Répartition des avoirs
- 4.le convertisseur de devises et taux de change,
- 5.paramètre, profil utilisateur,
- 6.information de sécurité,
- 7.changement de mot de passe
- 8.changement de la langue de la plateforme
- 9.remise en attente de signature

2.1.1.3. Les condition pour bénéficié du service E-Banting:

- Être titulaire d'un ou plusieurs compte(s) ouvert(s) auprès de la Banque ;
- Ayant déjà souscrit un abonnement e-Banking ;
- Avoir adhérer au service des ordres de virements unitaires et/ou multiples à distance.

A noter que : L'accès au service E-Banking est conditionné par l'introduction sur le clavier virtuel de l'Identifiant personnel et du Mot de Passe confidentiel, attribués par la banque lors de la souscription au service « e-Banking », constituant ainsi une marge supplémentaire de sécurité par rapport au clavier ordinaire.

2.1.2. Le e-paiement

2.1.2.1. Présentation du service:

Le e-CPA est un service monétique adossé à la carte CIB, il permet d'effectuer à distance, via internet, et en toute sécurité des opérations d'achat des biens et de services auprès des sites web marchand algérien, acceptent le paiement en ligne par carte interbancaire CIB.

2.1.2.2. Comment être adhérent au service e-CP@

- 1- approcher en premier dans votre agence bancaire.
- 2-demander selon le choix et le profil la carte CIB : classic/Gold,corpar@te,ou corpor@te+,elles sont toute doté automatiquement du service e-CP@
- 3-Signer le contrat d'adhésion au niveau de l'agence domiciliaire.
- 4-recevoir un mailler(sous plis scellé)contenant: un nom d'utilisateur et un mot de passe qui permet de s'inscrire sur le site internet : [cpa-bank.dz/Espace cartes](http://cpa-bank.dz/Espace%20cartes).

C'est la première étape pour pouvoir effectuer des opérations e-commerce en toute sécurité.

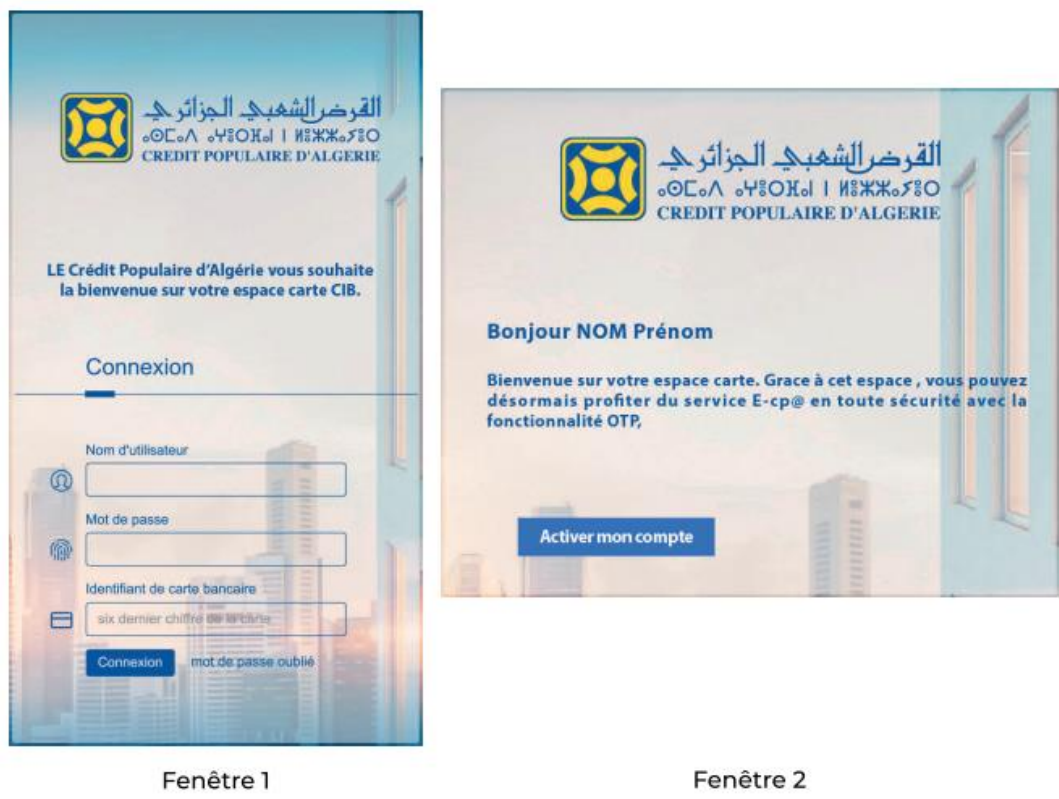
2.1.2.3. Description de la procédure de l'inscription

1 après réception de Nom d'utilisateur et mot de passe de l'agence domiciliaire on dirige sur le site internet et on clique sur Espace carte pour effectuer les inscription.

2/Page login: Authentifiez vous par l'introduction des information se trouvant dans mail remis par l'agence de domiciliation a savoir:

- Nom d'utilisateur.
- Mot de passe.
- Les 6 derniers chiffres de votre carte bancaire CIB.

Figure n° 14 : Procédure de l'inscription



Source : site officiel de l'agence 120 CPA

2.1.2.4. Comment effectuer une opération d'achat

- Etre connecter au site web marchand
- sélectionner la prestation qui nous intéresse
- sélectionner le moyen de paiement par carte CIB
- suivre les procédures qui affichent sur cette fenêtre

Le paiement par carte sur internet nécessite habituellement les informations suivant:

- Le numéro de la carte CIB
- Le numéro de CCV2 les 3chiffre au dos de la carte
- Date d'expiration de la carte
- Nom et prénom

vous recevez un SMS sur votre mobile

sous cette forme:

"CPA votre mot de passe OTP
de paiement électronique à usage unique
est : xxxxxx".

ce SMS reçu par le mobile appelé (sms otp) un mot de passe a usage unique destiné à sécurisé les transactions en ligne effectuées par la carte CIB, valable pour une seul et unique transaction.

2.1.2.5. Le protocole OTP:

L'OTP, **One Time Password en anglais ou le Mot de Passe à Usage Unique** est (mot de passe dynamique) destiné à sécuriser les transactions en ligne effectuées par les porteurs de cartes CIB (**Classique / Gold**) et (**Corpor@te / Corpor@te+**), valable pour une seule et unique transaction.

En effet, à l'occasion d'une opération de paiement en ligne sur le site d'un Web Marchand Algérien et après avoir effectué l'inscription sur « Espace Cartes » sur le site "www.cpa-bank.dz" et l'introduction du numéro de carte CIB, de la date d'expiration et du CVV2 sur le site Web Marchand Algérien, un SMS particulier est envoyé au porteur, valable uniquement pour finaliser la transaction de e-paiement en cours.

Vous recevrez un nouveau mot de passe à chaque opération de e-paiement.

Le SMS otp est une mesure d'amélioration du procédé d'authentification et de sécurisation de l'opération e-commerce.

2.1.3.EDI (services des ordres de virement par échange de données informatisé)

Entreprise/Banque

Figure n° 15 : EDI



Source : site officiel de l'agence 120 CPA

Le service des ordres de virements par échange de données informatisées consiste à échanger des données informatisées à distance entre l'entreprise et la Banque via le canal e-banking déjà opérationnel.

Si on souhaite transférer de l'argent d'un compte bancaire à un autre. Au lieu de remplir un chèque papier ou de se rendre en personne à la banque, on peut utiliser l'EDI. Cela fonctionne comme ceci :

- fournir à notre banque les détails du virement, tels que le montant à transférer, le compte de destination, et d'autres informations nécessaires.
- La banque cpa convertit ces informations en un format électronique spécial, généralement un fichier informatique.
- Ce fichier est ensuite envoyé électroniquement à la banque du destinataire par le biais d'un réseau sécurisé.
- La banque du destinataire reçoit le fichier, le décode et effectue le virement sur le compte du destinataire.

Tout cela se fait de manière automatisée et sécurisée, ce qui permet de gagner du temps et de minimiser les erreurs humaines. L'EDI est donc un moyen efficace pour les banques de gérer les ordres de virement et d'autres transactions financières grâce à la technologie informatique.

La solution de transfert de fichiers via les EDI consiste à:

La solution WEB EDI permet aux clients de la banque de transférer des fichiers de virements dans des conditions de sécurité raisonnables.

Les services mis en place sont destinés aux clients Entreprises de la banque selon les dispositions de la norme sur les virements par EDI établie par la Banque d'Algérie.

Accéder au service de transfert de fichiers par EDI:

•Nouveaux abonnés :

Pour les nouveaux abonnés, l'accès au service de transfert de fichiers nécessite un abonnement préalable aux services e-Banking. Pour cela, le client doit contacter l'agence où se trouvent ses comptes et demander un abonnement aux services internet e-Banking et aux services WEB EDI. Une fois inscrit, l'agence lui fournira un nom d'utilisateur et un mot de passe personnels, lui permettant d'accéder aux services auxquels il s'est abonné.

•Anciens abonnés au service internet :

Le fait d'être déjà abonné au service internet e-Banking de la banque, on peut se rapprocher de notre agence afin de demander une souscription aux services WEB EDI.

Le service web EDI vous garantit :

•Une sécurité raisonnable

Une sécurité raisonnable et une célérité dans le traitement des opérations qui se font sans se déplacer auprès de l'agence bancaire.

Rapidité

•Les échanges électroniques offrent des gains de productivité grâce à la rapidité d'exécution des opérations.

Efficacité

- La qualité des traitements est accrue par l'élimination du risque d'erreur de saisie ;
- Les paiements sont facilités et accélérés.
- Intégrité des opérations
- Non altération en ligne des données échangées.

Fiabilité

•La fiabilité des messages est renforcée par différents contrôles : intégrité, traçabilité des messages et authentification des partenaires.

Confidentialité

- Confidentialité des informations échangées.
- Accessibilité et commodité
- Ce service est accessible 24H/24 et 7J/7 à partir de n'importe quel ordinateur doté d'une connexion internet

2.1.4. Pré-domiciliation

Instituée par la note de la banque d'Algérie N17/2016/DGC du 13/06/2017, la pré-domiciliation électronique des opérations de commerce extérieur est impérative et préalable de toute modalité physique de domiciliation dédites opérations au niveau de l'Agence.

Elle concerne aussi les biens, les opérations d'importation de bien et services que les opérations d'exportation de service.

2.2. Les outils digitaux de CPA 120.

Les outils digitaux disponibles au sein de CPA agence 120 est :

2.2.1. L'application mobile : [CPA Mobile] ;

C'est une nouvelle application mobile de CPA « CPA Mobile », cette application permet aux clients du CPA d'effectuer des transactions de banque a distance ; des virements, commandes de chèques via le portable.

L'application mobile Banking offrant une série d'avantage lies a la mobilité notamment, car permet aux clients d'exécuter des opérations financière de manière simple et flexible.

L'application « CPA Mobile», permet au client de suivre l'état de ces comptes a partir de son smartphone, est une application gratuite téléchargeable sur App Store et Play Store.⁷⁵

C'est une application qui permet à ses utilisateurs de consulter et de gérer leur compte à partir de leur Smartphone en ligne et en tout sécurité à tout moment 24h/24 et 7j/7.

Le service mobile CPA, (via internet), qui permet aux clients depuis leur téléphone mobile [smartphone, tablette] A :

- Consulter leur solde (Dinars, devise, épargne) et l'historique des transactions.
- Effectuer des virements domestiques (inférieur à un 01 million de dinars) à distance en toute sécurité au profit d'un ou de plusieurs, bénéficiaires sans se déplacer à son agence de domiciliation (ceux domicilié au CPA et également ceux domicilié chez les confrères) ;
- Commander votre chéquier à distance ;
- Recevoir le relevé d'identité bancaire RIB, par SMS ou par email ;
- Contacter l'agence par email ou par téléphone en toute sécurité].
- Localiser l'ensemble de l'agence et déterminer l'itinéraire exact de l'agence domiciliataire.
- Surveiller la courbe de l'évolution de solde ;
- Convertir les devises ;

⁷⁵<https://www.ummo.dz>>la transformation digitale dans la banque en Algérie. Consulter le 19/09/23.

- Personnaliser les comptes

Cette application mobile, a eu un impact significatif sur le CPA elle améliore l'efficacité des opérations bancaires, réduisant les couts liés aux succursales physiques, et en attirant de nouveaux utilisateurs. Cela a permis aux CPA de réduire les charges d'exploitation, stimulant ainsi la croissance de sa clientèle et sa rentabilité globale

2.2.2. La dématérialisation du chèque :

Lorsque la banque reçoit le chèque le processus va le remplacer par des transactions électroniques ;(en a détaillé dans les services digitaux de cpa)

La dématérialisation des chèques permet d'optimiser leur traitement et leur encaissement tout en accélérant et sécurisant le processus.

La dématérialisation de cheque a bénéfices :

- Minimiser le temps des saisies des informations ; et limiter le temps de classement et d'archivage des documents.

- Raccourcir le temps de traitement ; et améliorer la gestion de la trésorerie.

- Recentrer les collaborateurs sur des opérations à plus forte valeur ajoutée.⁷⁶ [on a détaillé plus dans le service comment les en dématérialise].

Cette opération impact positif sur la rentabilité de cette agence par plusieurs façons :

La rédaction des couts de traitement ; la dématérialisation élimine les couts liés à la manipulation physique des chèques.

Améliorer l'efficacité de transactions ; ces transactions électroniques sont plus rapides et efficaces que le traitement manuel des chèques, qui permet aux CPA de gagner du temps et d'offrir les meilleurs services à ces clients.

Réduction des risques de fraudes ; le chèque dématérialiser plus sécurisés que le chèque papier.

2.2.3. SMS BANKIG ;

C'est un nouveau service destiné aux clients qui ont des cartes CIB ET VISA, permet de recevoir des SMS au plan transactionnel, Le SMS communique les messages tels que ;

Les opérations effectuées par carte CIB /VISA.

⁷⁶<https://www.spigraph.fr/content/download/31094/887374/version/11/file/fiche-Demat-cheque.pdf> consulter le 18/09/23.

La date et l'heure des transactions ;

Type de transaction ;

Le solde restant sur la carte.

L'introduction du SMS Banking, est améliorer la prestation des services financières et permet à la banque de réduire les couts opérationnels en automatisant de nombreuses opérations bancaires ce qui limite le besoin de personnel en agence et de traitement manuels, et aussi d'attirer de nouveaux clients par rapport à la facilité d'accès aux services bancaire par le biais du SMS, et l'amélioration de la gestion des comptes, et la réduction des fraudes

2.2.4. Les cartes bancaires :

Le CPA propose une gamme des cartes bancaires variées et diversifiées. Grâce a ses cartes, le CPA facilite la vie quotidienne de ses clients. Et mis à la disposition de ses clients un système de paiements électronique disponible 7h/7,24h/24\, permet de régler ses services sur les terminaux de paiements électronique TPE et le guichet automatiques de billets GAB, et aussi par distributeur automatiques bancaire DAB.

Lorsqu'un client ouvre un compte bancaire, il a la possibilité de choisir un ou plusieurs modes de paiement. Parmi ces options, la carte bancaire est particulièrement populaire auprès des clients bancaires en raison de sa commodité et de sa sécurité par apport autres.

La carte bancaire est un moyen de paiement pratiques qui évite le déplacement avec beaucoup d'espèce et sécurisé. Le CPA proposent plusieurs catégories a des différents services :

2.2.4.1. La carte CIB classique :

La carte CIB classique est une carte qui règle les achats et services et effectues des retraits sur tous les DAB.

La carte CIB classique de CPA est une carte nominative sécurisée et a débit immédiat. Elle permet la disponibilité d'argent 24h/7j. Cette carte a la rapidité, la sécurité, et la disponibilité.⁷⁷ Est une carte de retrait sur DAB et aussi acceptez chez le commerçants dotées d'un terminal de paiement électronique.

Validité de la carte CIB CPA classique :

Votre carte est valide pour une durée de deux (02) années, son renouvellement est automatique, sauf en cas d'annulation par votre banque.

⁷⁷ <https://www.cpa.dz>. Consulté le 18/09/2023.

La carte CIB est renouvelée automatiquement sauf avis contraire du Porteur, et ce deux (02) mois avant sa date d'expiration.

2.2.4.2. Avantage de CIB.

- Simplicité d'utilisation ;
- Accessibilité 24h/24 et 7j/7.
- Paiement chez tous les commerçants dotes de TPE ;
- Assistance disponible ;
- Sécurité renforcée [carte à puce] ;
- Disponibilité à travers l'ensemble des agences.

2.2.4.3. La carte CIB GOLD.

La CIB gold, carte au plafond conséquent, vous offrira de nombreux avantages, cette carte du CPA a pour régler vos achats et services sur les Terminaux de Paiement Electronique (TPE) et effectuer des retraits sur tous les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) connectés au réseau monétique interbancaire CIB.

2.2.4.4. Validité de la carte CPA CIB Gold :

Cette carte est valide pour une durée de deux (02) années, son renouvellement est automatique, sauf en cas d'annulation par votre banque.

La carte CIB est renouvelée automatiquement sauf avis contraire du Porteur, et ce deux (02) mois avant sa date d'expiration.

Figure n° 16: la carte Gold.



Source : site officiel cpa.dz

2.2.4.5. Avantage de carte gold.

- Simplicité d'utilisation ;
- Accessibilité 24h/24 et 7j/7.
- Paiement chez tous les commerçants dotes de TPE ;

- Facile à utiliser ;
- Service assistance disponible ;
- Sécurité renforcée [carte à puce] ;
- Disponibilité à travers l'ensemble de nos agences.

2.2.4.6. Carte CPA CIB Corpor@te.

La carte bancaire professionnelle s'est imposée au fil des années comme un outil de travail indispensable qui permet à son détenteur de gérer plus aisément ses dépenses professionnelles. Le CPA a bien compris cela et a mis à ses clients service la carte CPA/CIB Corporate, à usage domestique, émise en faveur des entreprises et professionnels pour couvrir leurs différentes dépenses.

La carte CPA/CIB « Corpor@te » est adossée à des comptes : professionnels, grandes entreprises, entités publiques. Dans le titulaire de la carte AFFAIRES CPA/CIB « Corpor@te » est une personne physique « habilitée ou mandatée » par l'entreprise détentrice du compte.

La Carte AFFAIRES CPA/CIB « Corpor@te » :

Une carte « CIB » Interbancaire, dotée d'un code confidentiel (retrait et paiement) et d'un mot de passe (paiement sur internet). Ce nombre de Carte affaire CPA/CIB « Corpor@te » à tirer est déterminé par l'entreprise selon ses besoins.

2.2.4.7. Les services adossés à la carte AFFAIRES CPA/CIB « Corpor@te » sont :

- Le paiement auprès des commerçants sur TPE, retrait d'espèces sur les automates bancaires (Optionnel), le paiement sur en ligne auprès des Web-marchands, doivent être affiliés au Réseau Monétique Interbancaire), le retrait auprès des DAB/GAB

- Les services non autorisés sur la Carte AFFAIRES CPA/CIB « Corpor@te » sont :

La consultation des soldes des comptes auxquels elle est rattachée.

Les virements de compte à compte ;

L'impression du RIB ;

La commande de chéquier ;

SMS CARDS ;

E-Banking.

Figure n° 17: la Carte CPA CIB Corporate et la carte Corpor@te.



Source : site officiel cpa.dz

2.2.4.8. Avantage de carte corporate.

Moyen idéal pour régler les dépenses professionnelles,

Argent disponible 24h ;

Carte sécurisée ;

Permet d'adosser plusieurs cartes à un seul compte ;

La Carte «Corpor@te+» permet d'identifier clairement (imprimé sur le recto de la carte) le nom de l'entreprise distinctement du nom du titulaire de la carte.

Permet le paiement auprès des commerçants dotés TPE ;

Permet le retrait d'espèces sur les automates bancaires (Optionnel) ;

Permet le paiement sur internet auprès des Web-marchands.

2.2.4.9. La carte Corpor@te+.

Figure n° 18: La carte Corpor@te+.



Source : : site officiel cpa.dz

Plafond avantageux ;

Moyen idéal pour régler les dépenses professionnelles ;

La Carte «Corpor@te +» permet d'identifier clairement (imprimé sur le recto de la carte) le nom de l'entreprise distinctement du nom du titulaire de la carte.

Argent disponible 24h ;

Carte sécurisée ;

Permet d'adosser plusieurs cartes à un seul compte ;

Permet le paiement auprès des commerçants sur TPE ;

Permet le retrait d'espèces sur les automates bancaires (Optionnel) ;

Permet le paiement sur internet auprès des Web-marchands

2.2.4.10. Carte internationale ;

C'est une carte de retrait et de paiement électronique, qui permet d'effectuer des transactions en devise sur des distributeurs des billets et les TPE, ainsi qu'Internet dans tous les pays du monde.

2.2.4.11. Carte VISA Classique ;

Figure n° 19: Carte VISA Classique



Source : site officiel cpa.dz

2.2.4.12. Les avantages de carte VISA Classique ;

-**LA DISPONIBILITE** ; le client dispose de son argent 24h/24 et 7j/7 a tous les distributeurs automatiques de billets.

-**LA RAPIDITE** ; le retrait et le paiement effectuer en quelque secondes et en tout sécurité.

-**LA COMMONDITE** ; vous pouvez réglez vos dépenses lors de vos déplacements prives ou professionnels, chez tous les commerçants.

-**Avec la Carte visa classique ;**

La tarification des commissions est en dinars ;

Des paiements simples de vos achats auprès des commerçants accrédités par VISA à l'étranger,

Permet d'effectuer les achats en ligne, de réserver et payer votre séjour à l'étranger, réserver ou acheter vos billets d'avion,

Permet de faire des retraits sur les distributeurs automatiques DAB affichant le logo VISA à l'étranger,

Service assistance gratuite, par téléphone, disponible 24h/24, 7j/7, même à l'étranger

2.2.4.13. Carte VISA Gold

Figure n° 20 : Carte VISA Gold



Source : : site officiel cpa.dz

2.2.4.14. Les avantages de carte VISA Gold ;

-LA SIMPLICITE ; lors de déplacements à l'étranger, les clients peuvent retirer son argent à tous les DAB et payer auprès de tous les commerçants affichant le logo international. En Algérie, il peut utiliser ses cartes pour payer tout achat auprès des commerçants situés en zone sous douanes et affichant le logo international.

-LA SECURITE ; Cette carte est protégée par un code secret, les clients peuvent la conserver précieusement. En cas de perte ou de vol, ils peuvent immédiatement faire opposition et, à compter de ce moment-là, plus aucune transaction ne sera possible sur votre compte.

-Disponibilité ; le client dispose de son argent 24H/24 et 7j/7 à tous les distributeurs automatiques de billets portant le logo VISA.

-Commodité ; En plus du cash dont vous disposez, réglez ses dépenses lors de ses déplacements privés ou professionnels, chez tous les commerçants affichant le Logo

-Rapidité ; Vos retraits et paiements s'effectuent en quelques secondes et en toute sécurité.

-Convivialité ; Avec votre carte CPA/Visa vous appartenez à un nouveau monde. Toutes les opérations réalisées avec la carte sont soumises à la consultation du solde en compte et honorées à concurrence d'un solde suffisant.

-Innovation ; les deux cartes du CPA sont dotées d'une Puce électronique conforme aux normes internationales EMV (Europay, Mastercard, Visa), cela permet aux clients de bénéficier des dernières technologies en termes de sécurité.

-Sérénité ; Grâce a la carte CPA/Visa Gold, les clients, effectués des paiements via le net, notamment pour la réservation de chambres d'hôtels et la location de voitures. Cette prestation de paiement via le net, est conditionnée par la signature d'une lettre d'engagement auprès de l'agence de domiciliation.

2.2.4.15. La carte Mastercard :

La carte Mastercard Platinum est un instrument de paiement et de retrait pratique, fiable et sécurisé, a usage exclusif de son porteur, utilisée uniquement a l'étranger. Cette carte permet à son détenteur, d'effectuer des ; Retraits d'espèces auprès des distributeurs et guichets automatiques de billets (DAB/GAB) Affichant la marque << Mastercard>>. Et paiement d'achats de biens et/ou de prestations de services, en ligne sur les sites web marchands acceptant la carte CPA/Mastercard<< Platinum >> ; et aussi les paiements auprès des commerçants ou prestataires de services, équipes de terminaux de paiement électroniques << TPE >>, affichant la marque « Mastercard » ou le logo.

2.2.4.16. Le fonctionnement de la carte CPA Mastercard Platinum

La carte CPA Mastercard Platinum est un moyen de paiement à l'étranger garantissant des plafonds de retrait et paiement importants.

A l'octroi de la carte, un code pin confidentiel est remis au client qui devra le saisir à chaque utilisation de la carte.

2.2.4.17. Services et avantages associés

Les utilisant votre carte CPA Mastercard Platinum, pouvant :

- Accéder au carré vip/lounge des aéroports et de profiter du service conciergerie
- Bénéficier de diverses réductions sur client, et aussi de réservations d'hôtels et centres de villégiature.

- Réservations de vols et de billets de train, Louer des voitures de votre choix : voitures de luxe, les monospaces, les fourgonnettes, et plus encore, et de louer des voitures avec service chauffeur.

- Accéder aussi aux offres promotionnelles dans différentes enseignes de renom.

2.2.4.18. Service CPA SMS CARDS

Grâce au service CPA SMS CARDS, les clients reçoivent partout et à tout moment les informations relatives à ses opérations effectuées par carte.

L'introduction de ces cartes bancaires au sein de cette agence a eu un impact significatif sur sa rentabilité. Les cartes bancaires ont contribué à augmenter les revenus grâce aux frais de service et d'interchange, tout en réduisant les coûts opérationnels liés à la manipulation de liquidités. De plus, elles ont élargi la base de client en attirant de nouveaux clients et en fidélisant ceux déjà existants, ce qui a généré une croissance des dépôts et des revenus.

Ces cartes bancaires ont également amélioré l'accessibilité aux services bancaires, renforce la sécurité des transactions, et permis une meilleure gestion des données pour des offres de produits plus ciblées. En conséquence, elles ont contribué de manière positive à la rentabilité globale de l'Agence.

2.3. WEB MARCHAND

Le site web constitue une vitrine des activités ou des services offerts. Visité et consulté par les internautes, quelle que soit leur position géographique, il constitue bien souvent la première image d'une entreprise. Les utilisations dans le cadre de la digitalisation peuvent s'avérer moins coûteuses en matière de communication, dans la mesure où le canal est déjà connu par le public.⁷⁸

Afin d'intégrer le site web d'une entreprise à la plateforme des paiements en ligne, l'entreprise doit adresser à sa banque domiciliaire qui sollicitera le GIE monétique pour statuer sur la demande d'intégration. Une fois l'accord obtenu, un contrat d'adhésion est établi entre la banque et web marchand.

Clients sont en quête d'encore plus de confort de ;

Facile, rapide et sécurisé, Le paiement en ligne est devenu aujourd'hui un des modes de paiement le plus demandé par les clients...

Les clients qui ont souhaité proposer le paiement en ligne et devenir web marchand, Il suffit de déposer votre dossier en ligne en cliquant sur le lien suivant : <https://cibweb.dz/fr/>.

2.3.1. Les conditions d'éligibilité pour un demandeur profil web-marchand.

Être inscrit au registre de commerce ou au registre de l'artisanat et des métiers ;

⁷⁸ Guide pour la digitalisation des paiements des états membres de l'UEMOA

Être inscrit dans le fichier national des "e-fournisseurs" auprès du centre national du registre du commerce (code E-commerce) ;

La plateforme de web marchand a eu un impact notable sur la rentabilité de cette Agence, cette solution a permis d'élargir les canaux de distribution des produits et d'attirer un nouveau segment de clients qui préfèrent les transactions en ligne. Les frais de transaction et les commissions générés par les transactions effectuées sur la plateforme de web marchand ont contribué à augmenter les revenus de l'Agence, et aussi renforce la relation avec les commerçants et les entreprises clientes, augmentant ainsi les dépôts et les services bancaires associés. En conséquence, le web marchand a eu un impact positif sur la rentabilité globale du CPA en diversifiant ses sources de revenus et en favorisant la croissance de la clientèle

Section 3 : Présentation, analyse et interprétation des résultats de l'impacte de la digitalisation sur l'amélioration de la rentabilité aux scènes du CPA.

3.1. Présentation des services digitalisés au sein du CPA (le service back office ou les chèques et les effets de commerce sont dématérialisés):

3.1.1. La télé-compensation au niveau du CPA joue un rôle significatif dans l'amélioration de sa rentabilité en réduisant les coûts, en améliorant l'efficacité opérationnelle et en renforçant la gestion des risques, ce qui se reflète souvent dans ses résultats financiers.

Au niveau du CPA pour l'instant seulement le chèque qui est dématérialisé.

La télé-compensation des chèques est généralement gérée en back office Lorsque la banque CPA reçoit un chèque d'une autre banque confrère, elle l'envoie à son service de back office pour le traitement. Voici comment cela se passe généralement :

•**Réception du chèque** : Le chèque est initialement reçu au guichet de la banque, qui est une partie du front office. Cependant, une fois qu'il est déposé ou encaissé, il est généralement transféré au service de back office pour le traitement ultérieur.

•**Numérisation des chèques** : Lorsqu'un client dépose un chèque à la banque, le chèque papier est scanné pour créer une image numérique de celui-ci. Cette image numérique est ensuite enregistrée dans le système informatique de la banque.

•**Transmission des données** : Une fois l'image du chèque numérisé, les données associées à ce chèque, telles que le numéro de compte du bénéficiaire, le montant, le numéro de chèque, etc., sont extraites électroniquement et associées à cette image. Ces données sont transmises à un système central de traitement.

•**Validation du chèque** : Avant de valider un chèque et de créditer le compte du bénéficiaire, la banque effectue plusieurs vérifications. Voici quelques-unes des vérifications courantes :

•**Signature et date** : La banque vérifie la signature sur le chèque pour s'assurer qu'elle correspond à la signature enregistrée du titulaire du compte. Elle vérifie également que la date du chèque est valide (c'est-à-dire qu'elle n'est pas postdatée).

•**Solde du compte** : La banque vérifie si le compte du payeur dispose de suffisamment de fonds pour couvrir le montant du chèque. Si le solde est insuffisant, le chèque peut être rejeté.

•**Chèque volé ou perdu** : La banque vérifie si le chèque est signalé comme volé ou perdu dans ses bases de données internes ou dans des bases de données partagées avec d'autres institutions financières.

•**Chèque contrefait** : Les banques utilisent des systèmes de détection de fraude pour identifier les chèques contrefaits ou altérés.

•**Enregistrement précédent** : La banque vérifie si le chèque n'a pas déjà été encaissé auparavant pour éviter les paiements en double.

•**Validation et crédit** : Si toutes les vérifications sont concluantes, la banque valide le chèque et crédite le compte du bénéficiaire avec le montant correspondant. Le chèque est alors considéré comme encaissé.

•**Aller et retour des chèques** : Une fois le chèque validé et crédité, il peut être retourné à la banque de l'émetteur (la banque de la personne qui a écrit le chèque) pour compensation. Cela signifie que la somme du chèque est transférée électroniquement de la banque du bénéficiaire à la banque de l'émetteur.

Ce mécanisme de télé-compensation a amélioré la rentabilité de l'agence CPA d'une manière suivante:

•**Réduction des coûts opérationnels** : La télé-compensation permet de réduire

considérablement les coûts liés à la manipulation physique des chèques. Les banques économisent sur les dépenses liées au tri, à la vérification, à l'acheminement, au stockage et à la gestion des chèques papier. Cette réduction des coûts opérationnels se traduit directement par une amélioration de la rentabilité, car une plus grande partie des revenus générés par les services bancaires reste disponible pour les bénéficiaires.

•**Réduction des pertes liées à la fraude** : Les systèmes de télé-compensation sont souvent équipés d'outils de détection de fraude avancés. En identifiant plus rapidement les chèques contrefaits ou altérés, les banques peuvent réduire les pertes liées à la fraude, ce qui contribue à améliorer la rentabilité.

•**Meilleure gestion des risques** : Les données collectées grâce à la télé-compensation peuvent être utilisées pour l'analyse des risques. Les banques peuvent prendre des décisions de prêt plus éclairées et gérer plus efficacement leurs risques de crédit, ce qui peut réduire les pertes potentielles.

3.1.2. Espace digital du CPA :

Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) agence 120 de Tizi-Ouzou a procédé,(le jour) à l'inauguration de son premier espace digital en libre-service, dans le cadre de la dématérialisation et l'amélioration des services de cette banque publique.

L'ouverture de cet espace digital, de par sa portée qualitative, conforte les actions de modernisation entreprises par la banque CPA

Figure n° 21 : tablettes digitales



Source : site officiel du CPA

• Cette démarche intervient dans le cadre de la stratégie de modernisation de la banque, déjà engagée à travers l'implémentation de "nombreux" projets structurants tels

que le développement de l'activité monétique et le système d'information de la banque.

Figure n° 22 : accueil service digital



Source : site officiel du CPA

Cet espace digital en libre-service 24h/24 et 7 j/7, est doté de : deux bornes tactiles connectées, permettant à la clientèle **la consultation des comptes, l'accès à l'application e-banking, les opérations de virements de compte.** et à l'ensemble des services qu'elle propose (qu'on a déjà vu dans les explications précédente)

Il permet également d'effectuer des opérations de paiement en ligne telles que le règlement des redevances locatives (AADL) ainsi que le paiement des factures et autres prestations auprès de 25 web-marchands.

- Deux autres automates sont disponibles au niveau de cet espace dont un distributeur automatique de billets (**DAB**) ainsi qu'un guichet automatique bancaire (**GAB**) qui permettent aux porteurs de cartes CIB et Dahabien de procéder aux opérations de retrait et de consultation de solde.(voir les détails dans les outilles)

En outre, le DAB et le GAB permettront "incessamment", selon le directeur général , d'effectuer des opérations de changement de code de carte bancaire (code PIN), d'activer leurs cartes, d'éditer un mini relevé des opérations carte mais aussi d'introduire ou de changer leur numéro de téléphone.

3.1.3. Les services qui ne sont pas autorisés au sein du CPA:

3.1.3.1. L'octroi de crédit en ligne

La banque CPA n'accorde pas des crédits en ligne.

la banque CPA nous a expliqué qu'elle propose plusieurs services en ligne qui ont impacté positivement sa rentabilité, à l'exception des crédits en ligne. L'obstacle auquel la

banque CPA a été confrontée durant la digitalisation des services pour ne pas pouvoir accorder des crédits en ligne est lié à :

•**Exigences légales et réglementaires** : Dans de nombreuses juridictions, l'octroi de crédits est soumis à des règles et réglementations strictes. Ces réglementations visent à protéger à la fois les emprunteurs et les prêteurs. c'est nécessaire de fournir des documents physiques ou d'obtenir des signatures manuscrites pour se conformer à ces exigences légales. La dématérialisation complète des documents ne pas être autorisée dans certains cas.

•**Sécurité et vérification de l'identité** : Accorder un crédit en ligne nécessite une vérification minutieuse de l'identité de l'emprunteur pour éviter la fraude. La banque doit s'assurer que l'emprunteur est bien la personne qu'il prétend être, ce qui peut nécessiter la vérification de documents physiques tels que des pièces d'identité. La sécurité des transactions en ligne est également cruciale pour éviter les usurpations d'identité et les fraudes.

•**Évaluation du risque de crédit** : L'octroi de crédits en ligne implique une évaluation minutieuse du risque de crédit de chaque emprunteur. Le CPA doit analyser la solvabilité de l'emprunteur en examinant des informations financières, des antécédents de crédit, et d'autres facteurs. Cette évaluation peut être difficile à effectuer de manière entièrement dématérialisée, car elle repose souvent sur la collecte et l'analyse de documents financiers.

•**Complexité des crédits** : Certains types de crédits, tels que les prêts hypothécaires ou les prêts commerciaux, peuvent être complexes et nécessiter des documents détaillés et des discussions approfondies avec les emprunteurs pour comprendre leurs besoins et leurs capacités financières. Cette complexité peut rendre difficile la fourniture de ces services de manière entièrement en ligne.

•**Confidentialité et protection des données** : Les informations personnelles et financières des emprunteurs doivent être traitées avec le plus grand soin pour garantir leur confidentialité et leur protection. La banque doit mettre en place des mesures de sécurité rigoureuses pour protéger ces données en ligne, ce qui peut être un défi technique et financier.

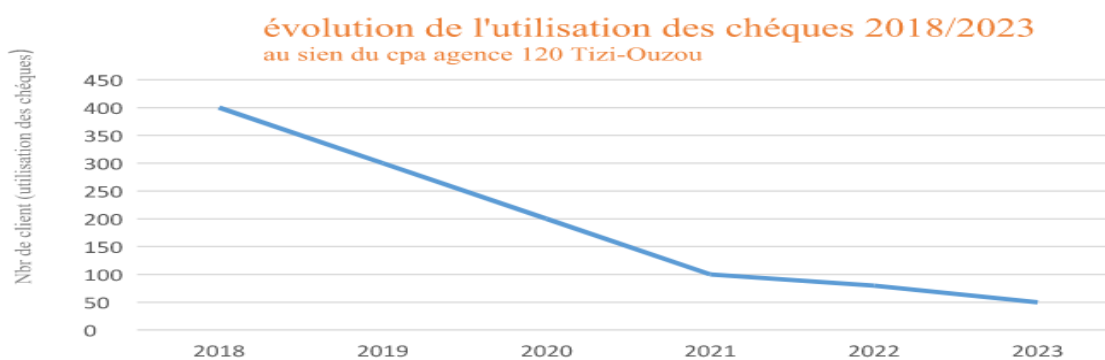
Le CPA ait identifié ces obstacles et ait décidé de ne pas offrir de crédits en ligne pour garantir la conformité aux réglementations, la sécurité des transactions et la qualité du service aux clients. La décision de ne pas offrir de crédits en ligne découle

de considérations liées à la stratégie commerciale et à la complexité des produits de crédit qu'elle propose.

3.2. Analyse et interprétation des données collectées

3.2.1. l'impact de la digitalisation sur le service caisse(front office)

Figure n° 23 : Evolution de l'utilisation des chèques 2018-2023



Source: établi par nos soins, à partir des données collectées.

D'après le schéma, il est clair que l'utilisation des chèques a considérablement diminué au fil des années, incitant les clients à se tourner vers les moyens électroniques pour effectuer leurs opérations de retrait, de virement et de transfert. Contrairement aux chèques, l'utilisation de ces moyens électroniques tels que les cartes bancaires, les applications mobiles, les distributeurs automatiques de billets (DAB) et les guichets automatiques bancaires (GAB) a augmenté. Cette transition a entraîné une réduction des coûts opérationnels, des dépenses liées à la papeterie et des charges de personnel, contribuant ainsi à accroître la rentabilité des institutions bancaires

3.2.2. Les Etats financiers de la banque CPA avant et après la digitalisation

Le compte résultat: Le compte résultat bancaire est un outil essentiel pour évaluer la performance financière d'une banque, notamment sa rentabilité et sa capacité à générer des revenus à partir de ses activités principales. Il est également utilisé par les investisseurs, les régulateurs et d'autres parties prenantes pour évaluer la stabilité et la solidité financière de l'institution financière.

Le compte résultat bancaire comprend généralement les éléments suivants :

- **Les produits d'exploitation** : il s'agit des revenus générés par les activités de prêt, d'investissement et de services financiers de la banque, tels que les intérêts sur les prêts, les commissions, les frais de gestion de compte, etc.

- **Les charges d'exploitation** : ces dépenses englobent les coûts associés à la gestion

quotidienne de la banque, tels que les salaires des employés, les frais généraux, les dépenses liées à la conformité réglementaire, etc.

• **Les produits financiers** : ce sont les gains ou pertes liés aux investissements financiers de la banque, tels que les revenus tirés des titres, des actions, des obligations, etc.

• **Les charges financières** : elles comprennent les intérêts versés sur les emprunts et les financements de la banque.

• **Le résultat net** : il s'agit de la différence entre les produits d'exploitation et les charges d'exploitation, ainsi que les produits et charges financiers. Le résultat net indique si la banque a réalisé un profit ou une perte au cours de la période.

L'analyse comparative des bilans de l'année 2010 et de 2021 avant et après la digitalisation des prestations de services du CPA met en évidence des changements significatifs dans la structure financière de cette banque, en particulier en ce qui concerne les charges d'exploitation, le Produit Net Bancaire (PNB).

Figure n° 24 ; compte résultats 2010 CPA

Année 2010.

(+) Intérêts et produits assimilés	19 592 339
(-) Intérêts et charges assimilées	(4 590 567)
(+) Commissions (Produits)	6 733 061
(-) Commissions (Charges)	(384 651)
(+/-) Gains ou pertes nets sur actifs financiers détenus à des fins de transaction	44 853
(+/-) Gains ou pertes nets sur actifs financiers disponibles à la vente	5 590
(+) Produits des autres activités	1 156 136
(-) Charges des autres activités	(2 705)
Produit Net Bancaire	22 554 056
(-) Charges générales d'exploitation	(7 303 458)
(-) Dotations aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	(1 234 284)
Résultat brut d'exploitation	14 016 314
(-) Dotations aux provisions, pertes de valeur et créances irrécouvrables	(46 148 904)
(+) Reprises de provisions, de pertes de valeur et récupération sur créances amorties	48 955 125
Résultat d'exploitation	16 822 536
(+/-) Gains ou pertes nets sur autres actifs	12 672
(+) Éléments extraordinaires (Produits)	-
(-) Éléments extraordinaires (Charges)	-
Résultat avant impôts	16 835 208
(-) Impôts sur les résultats et assimilés	(3 947 223)
Résultat net de l'exercice	12 887 985

Source : <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/>

Figure n° 25 : compte résultats 2021

Année 2021.

COMPTE DE RÉSULTATS	
	U=Millions DA
(+) Intérêts et produits assimilés	100 508
(-) Intérêts et charges assimilées	-31 166
(+) Commissions (Produits)	6 736
(-) Commissions (Charges)	-351
(+/-) Gains ou pertes nets sur actifs financiers détenus à des fins de transaction	1 287
(+/-) Gains ou pertes nets sur actifs financiers disponibles à la vente	68
(+) Produits des autres activités	4 482
(-) Charges des autres activités	-1
Produit Net Bancaire	81 543
(-) Charges générales d'exploitation	-18 968
(-) Dotations aux amortissements et pertes de valeur sur immobilisations corporelles et incorporelles	-1 645
Résultat brut d'exploitation	60 930
(-) Dotations aux provisions, pertes de valeur et créances irrécouvrables	-37 286
(+) Reprises de provisions, de pertes de valeur et récupération sur créances amorties	14 306
Résultat d'exploitation	37 950
(+/-) Gains ou pertes nets sur autres actifs	4
(+) Éléments extraordinaires (Produits)	-
(-) Éléments extraordinaires (Charges)	-
Résultat avant impôts	37 953
(-) Impôts sur les résultats et assimilés	-7 513
Résultat net de l'exercice	30 441

Source : <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/>

3.2.2.1 Impact de la Digitalisation sur les Charges D'exploitation :

Bien que l'année 2021 a enregistré une augmentation des charges d'exploitation après la digitalisation de -7 303 458 millions DA et l'année 2010 est de -968 000 millions DA contrairement a ce a quoi l'ont pourrait s'attendre, cette augmentation peut être expliqué par l'investissement accru du CPA dans les nouvelles technologies. En réalité la digitalisation a entrainé une réduction des charges d'exploitations ,La mise en place de systèmes informatisés, de plateformes en ligne, et de services bancaires mobiles a permis d'automatiser de nombreuses opérations, réduisant ainsi la dépendance à l'égard des employés et des locaux physiques. Les coûts de maintenance des infrastructures physiques ont également diminué. Les avantages de cette digitalisation sont visibles dans la réduction des coûts liés à la gestion des opérations quotidiennes. Cela est corroborer par l'augmentation du PNB enregistrer en 2021.

Par contre en 2010 la banque dépendait largement d'une main-d'œuvre importante pour gérer un grand nombre de transactions et de services bancaires de manière manuelle. Les coûts liés aux effectifs, aux locaux physiques, à la maintenance des infrastructures, et aux processus papier étaient prédominants.

3.2.2.2. Impact sur le PNB :

L'impact de la digitalisation sur le PNB est particulièrement significatif. **En 2010, le PNB** était relativement modeste de +22 554 056 millions DA, car la banque CPA était limitée dans sa capacité à offrir des services à valeur ajoutée et à atteindre un large public. La digitalisation a permis d'étendre la gamme de produits et de services proposés, ainsi que d'atteindre une clientèle plus diversifiée grâce à une présence en ligne. Cela a entraîné une forte augmentation du **PNB en 2021** qui est de +81 543 000 millions DA.

3.2.2.3. Impact sur L'EBE:

L'EBE en 2010 était 14 016 314 millions DA probablement plus faible en raison des coûts opérationnels élevés, notamment les charges de personnel et les coûts liés à la gestion des opérations manuelles.

L'EBE en 2021 a augmenter de manière significative était de 60 930 000 millions DA grâce à la réduction des charges d'exploitation liées à la digitalisation. Les coûts opérationnels automatisés et la réduction des effectifs ont contribué à cette augmentation.

3.2.2.4. Le résultat net de l'exercice:

Le résultat net en 2010 était **12 887 985 millions DA** également potentiellement moins élevé en raison de ces charges opérationnelles élevées

Le résultat net en 2021 était également augmenté, probablement de manière plus significative que l'EBE, car la banque a pu investir une partie des économies réalisées dans des activités à plus forte marge, ce qui a contribué à une augmentation plus importante du résultat net de **30 441 000 millions DA**.

Outre les charges d'exploitation et le PNB, d'autres phases du bilan ont également été impactées par la digitalisation. Par exemple, les actifs ont pu être réaffectés, avec des investissements dans les technologies numériques et la modernisation des systèmes informatiques. Les passifs ont également été influencés par la manière dont les clients interagissent avec la banque, avec une réduction potentielle des besoins en espèces et une augmentation des dépôts en ligne.

L'effet net de ces changements a été une amélioration de la rentabilité globale de la banque, une meilleure gestion des risques liés aux opérations, et une capacité accrue à s'adapter rapidement aux évolutions du marché.

Conclusion générale

En conclusion le cadre conceptuelle la digitalisation des prestations des services bancaires fournit une base essentielle pour comprendre les tenants et aboutissants de cette révolution dans le secteur financier.

L'avènement de la digitalisation des services bancaires a profondément transformé le secteur financier, obligeant les institutions à s'adapter constamment pour demeurer compétitives dans un environnement concurrentiel sans pitié. Cette transformation va bien au-delà de l'efficacité des outils ; elle influence les comportements et les attentes des clients ainsi que la manière dont le travail est organisé.

Il est désormais indéniable que les systèmes d'information bancaire constituent une base essentielle pour la mise en place de systèmes de gestion performants dans le secteur. À l'ère des nouvelles technologies de l'information et de la communication, les institutions financières doivent s'adapter rapidement pour ne pas être dépassées par les évolutions du marché. Cela implique une adoption complète de la digitalisation à tous les niveaux, ainsi que l'acquisition de personnel qualifié et compétent dans ce domaine.

Les établissements financiers se sont lancés dans une course effrénée vers la maximisation de la performance, la qualité du service à la clientèle, l'efficacité organisationnelle et la rentabilité financière. Ces objectifs sont étroitement liés aux nouveaux canaux de distribution découlant de l'innovation technologique. La digitalisation permet aux banques d'opérer en temps réel, d'intégrer des services en ligne et de réduire considérablement les frais de transaction, autant de facteurs qui impactent positivement la performance globale.

Les opportunités offertes par la digitalisation, telles que la réduction des coûts opérationnels, la fidélisation de la clientèle et les économies d'échelle, sont considérables. Pour rester compétitives et répondre aux attentes des clients exigeants, les banques doivent intégrer pleinement la transformation digitale, tant dans leurs opérations internes que dans leurs relations avec les clients. Cependant, certaines contraintes ont ralenti l'adoption de la digitalisation dans le secteur bancaire, notamment en Algérie, en raison du manque de politique de recherche et d'orientation stratégique. Malgré cela, de nombreuses banques algériennes ont commencé à investir dans la digitalisation, offrant aux clients une gamme étendue de services bancaires plus accessibles et moins coûteux, tout en augmentant leurs propres bénéfices.

Notre état des lieux au sein de l'agence CPA, nous a permis d'explorer en profondeur le différent service en ligne offerts par le CPA, en examinant leur fonctionnement et les

procédures d'inscriptions associées. De plus, nous avons réalisé une analyse approfondie de leur impacte sur la rentabilité de notre banque en se basant sur les états financiers. Les opportunités offertes par la digitalisation, telles que les réductions des coûts opérationnels, la fidélisation de la ligne du CPA a joué un rôle essentiel en améliorant notre rentabilité et en renforçant notre position sur le marché.

En somme, la digitalisation des services bancaire, comme illustré par notre cas pratique au sein du CPA, offre des avantages considérable aux institutions financière .elle contribue a améliorer la rentabilité, a satisfaire les attentes des clients et a garantir une croissance durable dans un environnement en consente évolution. Les banques qui embrassent pleinement cette transformation sont mieux positionnées pour prospérer dans me paysage financier moderne.

Bibliographie

I. Ouvrages

- ALEXANDRE.H, « Plateformes et évolution du système bancaire. » Université Paris-Dauphine. 2017.
- Bernard MARTORY, Daniel CROZET : « La gestion des ressources humaines, pilotage social et performances », 9^{ème} édition, édition Dunod, Paris, 2016.
- Gough, Belinda ; Du Toit, Trudie (20 Décembre 2007). FCS Hospitality Generics L3. Cape Town : Pearson Education South Africa.
- L. FLORES : « Mesurer l'efficacité du digital », édition Dunod, 2012.
- T. LIBAERT, M. WESTPHALEN, Communicator : Le guide de la communication d'entreprise, 6^{ème} Ed, Dunod, Paris, 2012.
- V. FAIVET, A. GUEDJ, stratégie e-marketing, MA Edition 2, Paris, 2013.

II-Thèses et mémoires

- Ben hamou El Djida, Djerrou Kahina, Mémoire de Master, « les nouveaux moyens de paiement : de la carte bancaire au portemonnaie électronique cas CPA de tizi Ouzou agence 120 ».
- BOULAHROUZ et BOURABAH, Mémoire master, « La digitalisation du secteur bancaire »,2021/2022,
- F. FERHANE, L'impact du marketing digital sur la performance des entreprises : cas d'un échantillon d'entreprises Algériennes. Thèse de doctorat, sciences économiques : université Djilali Liabes, 2018-2019.

III-Revues et colloques

- AIT OUHAMMOU, Mariem ; AIT TALEB, Nezha ; KHARIF, Mohammed. Transformation digitale : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier- Mars 2019
- AMAHZOUNE. G & BENNIS. L (2022) « Le Maroc à l'ère numérique : L'impact du digital sur la rentabilité "cas du secteur bancaire marocain » », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 5 : Numéro 2 » pp :517 – 536.
- André Michaud 1970, Actes du Septième Colloque sur l'Histoire de l'Informatique et des Transmissions.
- Ilaria Dalla Pozza, Lionel Texier (2017), Vers un nouveau concept de proximité dans la relation conseiller-client : le cas de la banque et de l'assurance, Gestion 2000 34 (1).

- Jean Dermine, 2013, Gouvernement d'entreprise des banques : évitement du risque ou prise de risque Revue d'économie financière, 195-210.
- JEAN Dermine, Banque numérique et désorganisation du marché : un sentiment de déjà-vu ? Rev. De la stabilité financière.
- Jean-François Notebaert, Djamchid Assadi, Laurence Attuel-Mendes (2008), L'individualisation de la relation client sur Internet : une analyse comparative du service client en ligne des banques françaises, Revue management et avenir, 174.
- M.A. Almumani (2013), « Impact of Managerial Factors on Commercial Bank Profitability : Empirical Evidence from Jordan », International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences 3 (3) : 298-310.
- Malki, « la gestion obligataire au sein des banques : cas du CPA », Ecole supérieure des banques, Alger 2008.
- MESLEM.ABIR, « les normes requises pour la concrétisation de l'économie numérique en Algérie : cas de la banque nationale d'Algérie », revue recherche économique contemporaine vol 06,06-04-2023.
- S. Bourjois, sur « Innovations technologiques et offre de services financiers en appui au Développement Dans Techniques Financières et Développement » 2016/3-4 (n° 124)

IV-Autres Documents

- Guide pour la digitalisation des paiements des états membres de l'UEMOA
- Loi de simplification et de clarification du droit et d'allègement des procédures promulguée le 13 mai 2009.

V-Sites internet

- Elodie Leclere, <https://www.7experts.com/>, « comment fonctionne un compte résultat bancaire », consulté le 15/09/23.
- <http://cnra.dz>, Consulté le 03/09/2023.
- <https://www.budgetbanque.fr/banque/banque-ligne-definition>, consulter le 19/09/23.
- <https://www.ummt0.dz>>la transformation digitale dans la banque en Algérie. Consulter le 19/09/23.
- <https://www.dentex.dz> > crédit populaire d'Algérie CPA, Consulté le 17/09/2023.
- <https://banque.ooreka.fr/astuce/voir/511213/coefficient-d-exploitation>, consulté le 30-08-23
- <https://blog.atlmoneytransfer.com/>, consulté le 01/07/23.

- <https://fintalk-mag.com/2018/12/04/quelles-sont-les-banques-en-ligne-en-africaines/>, consulté le 23/08/2023 à 16 :30.
- [https://fr.linkedin.com/pulse/10-avantages-cl%C3%A9s-de-la-digitalisation-pour-une-banque-walla-mayika#:~:text=Am%C3%A9lioration%20de%20la%20conformit%C3%A9%20r%C3%A9glementaire,erreurs%20et%20de%20non%2Dconformit%C3%A9,Consulté le 09/09/23.](https://fr.linkedin.com/pulse/10-avantages-cl%C3%A9s-de-la-digitalisation-pour-une-banque-walla-mayika#:~:text=Am%C3%A9lioration%20de%20la%20conformit%C3%A9%20r%C3%A9glementaire,erreurs%20et%20de%20non%2Dconformit%C3%A9,Consulté%20le%2009/09/23.)
- [https://fr.linkedin.com/pulse/10-avantages-cl%C3%A9s-de-la-digitalisation-pour-une-banque-walla-mayika#:~:text=Am%C3%A9lioration%20de%20la%20conformit%C3%A9%20r%C3%A9glementaire,erreurs%20et%20de%20non%2Dconformit%C3%A9,Consulté le 09/09/23.](https://fr.linkedin.com/pulse/10-avantages-cl%C3%A9s-de-la-digitalisation-pour-une-banque-walla-mayika#:~:text=Am%C3%A9lioration%20de%20la%20conformit%C3%A9%20r%C3%A9glementaire,erreurs%20et%20de%20non%2Dconformit%C3%A9,Consulté%20le%2009/09/23.)
- <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/Eyrolles>, Consulté le 15/08/2023.
- <https://fr.m.wikipidia.org>Neobanque>, consulté le 20/09/23.
- <https://hal.science/hal-03143880/document>, consulté le 30/07/23.
- <https://hal.science/hal-03143880/document>, consulté le 30/07/23.
- <https://investir.lesechos.fr/placements/quotidien/avantages-et-inconvenients-des-banques-100-numerique-1851033>, consulté le 10-09-23.
- <https://jeretiens.net/histoire-de-la-banque-en-ligne/>, consulté le 14/09/2023 à 12h25.
- <https://www.banque-france.fr/>, Consulté le 03/09/2023.
- <https://www.banquemondiale.org/> Consulté le 03/09/23.
- <https://www.cpa.dz.> Consulté le 18/09/2023.
- [https://www.cpa-bank.dz>la banque, <présentation du CPA. Consulter 16/09/23.](https://www.cpa-bank.dz>la%20banque,%20présentation%20du%20CPA.%20Consulter%20le%2016/09/23.)
- <https://www.cpa-bank.dz>index.php>, agence CPA consulter le 18/09/23.
- <https://www.itesoft.com/fr/> livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 08, consulté le 25/06/2023.
- <https://www.itesoft.com/fr/> livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 09, consulté le 28/06/23.
- <https://www.itesoft.com/fr/> livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 09, consulté le 25/06/2023.
- <https://www.itesoft.com/fr/> ,livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 06, consulté le 16-06-23.
- <https://www.itesoft.com/fr/> ,livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 06, consulté le 25/06/2023.

- <https://www.itesoft.com/fr/>, livre, blanc, la banque face à sa transformation digitale. Consultée le 08/06/23.
- <https://www.itesoft.com/fr/>, livre blanc, la banque face à sa transformation digitale, page 08, consulté le 25/06/2023.
- <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/avantages-inconvenients-banques-en-ligne-pour-professionnels/#:~:text=Les%20paiements%20en%20ch%C3%A8que%20et%20en%20esp%C3%A8ces%20sont%20compliqu%C3%A9s&text=Par%20exemple%2C%20les%20paiements%20par,de%20patrimoine%20sont%20moins%20d%C3%A9velopp%C3%A9s.>, consulté le 23/08/23.
- <https://www.longdom.org/articles/the-impact-of-ebanking-on-customer-service-and-profitability-of-banks-in-ghana.pdf>, consulté le 16/07/2023
- https://www.researchgate.net/publication/228163479_Empirical_analysis_of_internet_banking_adoption_in_Poland, consulté le 16/07/2023
- <https://www.spigraph.fr/content/download/31094/887374/version/11/file/fiche-Demat-cheque.pdf> consulter le 18/09/23.
- <https://www.ummto.dz> consulter le 18/09/23.
- <https://www.valnaos.com/ia-et-automatisation-le-duo-gagnant-pour-votre-entreprise/>, Consulté le 13/09/23.
- <https://www.youtube.com/@SalesforceFrance>, « les enjeux de la digitalisation bancaire», Consulté le 17/09/2023.
- <https://www.youtube.com/@SalesforceFrance> « les enjeux de la digitalisation bancaire », Consulté le 17/09/2023.
- <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/services-financier/articles/open-banking-la-revolution-de-l-industrie-bancaire.html>, juin 2018.
- <https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/services-financier/articles/open-banking-la-revolution-de-l-industrie-bancaire.html>, juin 2018.
- Tchalo Dymilne Benta Nana, mémoire sur l'impact des fintechs dans la banque disponible sur <https://www.ummto.dz>, Consulté le 20/09/2023.
- www.journalducem.com la transformation digitale, consulté le 15/8/2023

Annexes

Contrat relatif aux ordres de virement unitaires et multiples a distance via "e-banking"

**CONTRAT RELATIF AUX ORDRES DE VIREMENT
UNITAIRES ET MULTIPLES A DISTANCE VIA e-Banking**

Le client soussigné (1).....

Représenté par : Madame Mademoiselle Monsieur

Nom : Prénom :

Qualité :

Date et lieu de naissance :

Adresse personnelle :

Pièce d'identité N°..... délivrée le..... par.....

Adresse professionnelle :

Adresse du siège social :

Forme juridique (2).....

Registre de Commerce N°..... Délivré le/../... par.....

N.I.F.....

N°s Tel :

N°s Fax :

E-mail :

Déclare souscrire au service des ordres de virement à distance via e-Banking sur le(s) compte(s) mentionné(s) ci-dessous suivant les conditions générales annexées au verso du présent contrat.

Nature de la Prestation	Canal	N°s de comptes autorisés à débiter
Ordre de virement Unitaire à distance via e- Banking	Internet	N°.....
		N°.....
N°.....		
N°.....		
N°.....		
Ordre de virement Multiple à distance via e- Banking (*)		N°.....

Fait à Le

Signature et cachet de l'agence

Signature précédée
de la mention manuscrite « Lu et approuvé »
Cachet du client

<https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/>

**ENGAGEMENT RELATIF AUX ORDRES DE VIREMENT
REMIS SUR SUPPORT ELECTRONIQUE**

Le client soussigné

Représenté par : Madame Mademoiselle Monsieur

Nom : Prénom :

Qualité :

Date et lieu de naissance :

Adresse personnelle :

Adresse professionnelle :

Adresse du siège social :

Forme juridique :

Registre de Commerce N° Délivré le/...../..... par

N.I.F :

N°s Tel :

N°s Fax :

E-mail :

Déclare accepter de remettre au Crédit Populaire d'Algérie, sur support électronique (flash disc) des ordres de virement suivant les conditions générales annexées au verso du présent Engagement.

Fait à, le

Signature et cachet de l'agence

Signature précédée
de la mention manuscrite « Lu et approuvé »
Cachet du client

<https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/>



IL S'AGIT D'UNE CARTE INTERBANCAIRE À USAGE DOMESTIQUE ÉMISE À L'ATTENTION DES ENTREPRISES ET PROFESSIONNELS POUR COUVRIR LEURS DIFFÉRENTES DÉPENSES.

LA CARTE
Corpor@te+

- Est une carte adossée à des comptes de professionnels, d'entreprises et d'entités publiques.
- Elle est dotée :
 - D'un code confidentiel pour les opérations de retrait et de paiement.
 - Ainsi que d'un mot de passe pour le paiement en ligne.
- Le porteur de la carte est une personne physique mandatée par le titulaire du compte (entreprise).
- Il est possible d'adosser plusieurs cartes au même compte.

LES AVANTAGES DE LA CARTE

- Disponibilité de son argent 24/7.
- Carte sécurisée.
- Moyen idéal pour le règlement des dépenses professionnelles.

LES SERVICES ADOSÉS À LA CARTE

- Paiement auprès de commerçants dotés de TPE (Terminal de Paiement Electronique).
- Retrait auprès de DAB/GAB.
- Le paiement en ligne auprès des web-marchands affiliés au Réseau Monétique Interbancaire.

LA DURÉE DE VALIDITÉ DE LA CARTE

Elle est de trois (03) années, renouvelable par tacite reconduction.

LES PLAFONDS DE RETRAIT ET DE PAIEMENT

Ils sont définis par le client dans la limite des plafonds «mensuels».

La carte Corpor@te+ vous permet de faire des retraits ou de régler des dépenses en Algérie à des hauteurs bien plus importantes qu'avec une carte Corporate classique.
Les plafonds sont modulables, selon les besoins, auprès d'un conseiller.

Source : <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/>

CONTRAT D'ADHESION AU SERVICE « MOBILE CPA »

Le client soussigné⁽¹⁾.....

Représenté par : Madame Mademoiselle Monsieur

Nom : Prénom :

Qualité :

Date et lieu de naissance :

Adresse personnelle :

Pièce d'identité N° délivrée le par

Adresse professionnelle :

Adresse du siège social :

Forme juridique :

Registre de Commerce N° Délivré le/...../..... par

N.I.F. :

N°s Tel :

N°s Fax :

E-mail :

Déclare souscrire au service « Mobile CPA » sur le(s) compte(s) mentionné(s) ci-dessous suivant les conditions générales annexées au verso du présent contrat.

Nature de la prestation	Canal	N° (s) de compte(s) autorisé(s)
- Service Consultation - Service des ordres de virement unitaire à distance via l'application « MOBILE CPA ».	Mobile CPA	N° N° N° N° N° N°

Fait à Le

Signature et cachet de l'agence

Signature du client précédée
de la mention manuscrite « Lu et approuvé »

(1) Nom et prénom ou raison sociale

Liste des illustrations

Liste des tableaux

Tableau n° 1: les différentes définitions de E-Banking selon différentes sources 20

Liste des figures

Figure n° 1: Etapes de transformation entre les termes : numérisation, digitalisation, transformation digitale 21

Figure n° 2: Les nouveaux acteurs des services bancaires 23

Figure n° 3: Signature électronique..... 27

Figure n° 4 : Un nouvel écosystème ouvert 30

Figure n° 5 : Nouvel écosystème de création de valeur 33

Figure n° 6 : la carte CIB 38

Figure n° 7 : Exemple composantes du produit net bancaire 44

Figure n° 8 : Optimisation des revenus 45

Figure n° 9 : Calcul de l'excédent brut d'exploitation 45

Figure n° 10: un exemple d'un bilan bancaire simplifié..... 47

Figure n° 14 : La banque à distance 67

Figure n° 15 : La plateforme E-banking..... 69

Figure n° 16 : l'accueil 69

Figure n° 17 : Procédure de l'inscription 71

Figure n° 18 : EDI..... 73

Figure n° 19: la carte Gold. 78

Figure n° 20: la Carte CPA CIB Corpo rate et la carte Corpor@te. 79

Figure n° 21: La carte Corpor@te+..... 80

Figure n° 22: Carte VISA Classique 81

Figure n° 23 : Carte VISA Gold..... 82

Figure n° 24 : tablettes digitales 87

Figure n° 25 : accueil service digital 88

Figure n° 26 : Evolution de l'utilisation des chèques 2018-2023 90

Figure n° 27 ; compte résultats 2010 CPA..... 91

Figure n° 28 : compte résultats 2021..... 92

Liste des abréviations

AP : Agence Principale.

ATM :Automated Teller Machines

BADR: Banque Agriculture de Développement Rural.

BNA: Banque Nationale d'Algérie.

CIAS: Connecte, Intelligent, Agile, Social.

CIB: Carte Interbancaire.

CRM: Customer relationship management.

DAB: Guichet Automatique de Billet.

DRE: Direction du Réseaux d'Exploitation.

EDI: Echange de Données Informatisées

FRBG: Fonds pour Risques Bancaires Généraux.

GAB: Guichet Automatique de Banque.

GAFA: Google, Apple, Face book ,ET Amazon.

GPS: Global Positioning System.

GRH : Gestion des Ressources Humaines.

IA: Intelligence Artificielle.

KYS: Know Your Customer.

NTIC : Nouvelles technologies de l'information et de la communication

PIN: Personal Identification Numéro.

PNB : Produit national brut.

RIB : Relevé d'Identité Bancaire.

RMI : Réseau Monétique Interbancaire.

ROA: Return On Assets

ROE: Return on equity.

SATIM : Société d'Automatisation et de Transaction Interbancaire et de Monétique.

SMS : Short Message Service.

TIC : Technologies de l'information et de la communication

TPE: Terminal de Paiement Electronique

USB: Universal Serial Bus

Web: World Wide Web

Table des matières

Introduction générale.....	1
Chapitre 1 :	
Cadre théorique et conceptuel de la dématérialisation des prestations des services dans la banque	
Section 01 : généralités sur la digitalisation	6
1.1. La digitalisation	6
1.1.1. Définition	7
1.1.2. L’histoire et l’évolution de la digitalisation	8
1.1.2.1. Débuts de la numérisation	8
1.1.2.2. Les ordinateurs	8
1.1.2.3. Les premiers formats numériques.....	8
1.1.2.4. La révolution de l’Internet.....	8
1.1.2.5. La numérisation des médias :	9
1.1.2.6. La numérisation des processus d’entreprise :.....	9
1.1.2.7. La montée du Cloud Computing	9
1.1.2.8. La numérisation des services.....	10
1.1.2.9. L’intelligence artificielle et l’automatisation	10
1.2. La banque en ligne	10
1.2.1. Définition	10
1.2.2. Évolution de la banque en ligne	11
1.2.2.1. La banque en ligne sur le continent Américain	11
1.2.2.2. La banque en ligne sur le continent Européen.....	12
a) La grande Bretagne.....	12
b) La France	13
1.2.2.3. La banque en ligne sur le continent Africain.....	14
a) En Afrique du Nord	14
b) Le Nigéria	15
c) L’Afrique du Sud.....	15
1.3. FINTECH.....	15
1.3.1. Définition de Fintech.....	15
1.3.2. Evolution de fintech.	16

1.4. Néo-banques.	18
1.4.1. Définitions des néo-banques.	18
1.5. La différence entre banque digitale et banque en ligne.	18
1.5.1. La banque digitale ;	18
1.5.2. La banque en ligne ;	18
1.6. Le E-Banking	18
1.6.1. Définition	18
Section 2 : la banque face a sa transformation digitale.....	21
2.1. La transformation digitale des banques	22
2.1.1. La stratégie des transformations des banques traditionnelles aux banques digitales	22
2.1.1.1. Digitalisation du front office uniquement.....	22
2.1.1.2. Digitalisation de front to back	22
2.1.1.3. Digitale native.....	23
2.1.2. Une transformation encore incomplète	23
2.1.2.1. Accélérer la transformation :	24
2.1.2.1.1. Optimiser la relation client.....	24
2.1.2.1.2. Dématérialisation et automatisation des processus	24
2.1.2.1.3. Plus d'intelligence artificielle	25
2.1.2.2. Les banques optimisent leur processus client grâce a l'Automatisation intelligente :	26
2.1.2.3. Investissement technologique.....	26
2.1.2.1.3.1. Combiner les technologies (BPM, RPA et IA).....	26
2.1.2.4. Contractualisation en ligne, et kyc amélioré :.....	27
2.1.2.4.1. Signature électronique de documents engagements :.....	27
2.1.2.4.2. Egalité entre papier et numérique :	27
2.1.2.4.3. KYC et lutte contre la fraude et le blanchiment des capitaux.....	28
2.1.2.5. Un nouveau modèle bancaire à l'ère du digital :.....	29
2.1.2.5.1. Transformation du business modèle	29
2.1.2.5.2. Renforcement du réseau d'agences.....	29
2.1.2.6. D'un écosystème fermé à un écosystème ouvert, au sein duquel la création de valeur est multidirectionnelle :	30

2.1.2.7. La transformation digitale et les métiers bancaire	30
2.1.2.7.1. Mutation du métier de gestionnaire de back office.....	30
2.1.2.7.2. Mutation du métier de conseiller clientèle particuliers.....	31
2.1.2.7.3. Mutations du métier de directeur d'agence.....	32
2.1.2.8. L'innovation dans les services et modernisation des systèmes informatiques : ...	32
2.1.2.9. La création d'espaces multifonctionnels digitaux.....	32
2.1.2.10. Ce nouvel écosystème résulte des évolutions sociétales, réglementaires et technologiques, et d'une concurrence accrue :.....	33
2.2. Les causes de la transformation des banques :.....	33
2.2.1. La Crise des surprimes de 2008	34
2.2.2. La concurrence des nouveaux entrants.....	34
Section 03 : les outils digitaux et les services en ligne de la banque digitale	35
3.1. Les outils digitaux bancaire	35
3.1.1. Les applications bancaires.....	36
3.1.2. SMS Banking	36
3.1.3. E-mails :	37
3.1.4. Guichets Automatiques Bancaires (GAB) :	37
3.1.5. Les cartes bancaires :.....	37
3.1.6. Call center :	38
3.1.7. L'agence digitale :.....	38
3.2. Les services en ligne de la banque	39

Chapitre 2

Impact de la dématérialisation sur la rentabilité des banques et sur la fonction risque et contrôle

Section 01 : l'impact de la digitalisation sur la Rentabilité des banques	42
1.1. La rentabilité et coefficient d'exploitation bancaire :.....	42
1.2. Le concept de produit net bancaire	44
1.2.1. Excédent brut d'exploitation (EBE).....	45
1.2.2. Les fonds propres de la banque : principaux déterminants de la rentabilité bancaire	46
1.3. Le (ROE) et la rentabilité bancaire	47

1.3.1. Le retour sur fonds propres (RoE), calculé en rapportant le résultat net aux fonds propres pondérés.	48
Section2: les avantages et les inconvénients de la dématérialisation des prestations des services bancaires.	49
2.1. La dématérialisation des prestations des services présente plusieurs avantages important qui ont impacté sa rentabilité :	49
□ La Réduction du coût :	49
2.2. Les inconvénients de la dématérialisation des prestations des services bancaires	53
Section 03 : Impact de la digitalisation bancaire sur les fonctions risques et contrôle	55
3.1. Rôle de la Fonction de Contrôle et de Risque de la Digitalisation	55
3.1.1. Identification des Risques	56
3.1.2. Évaluation des Risques.....	56
3.1.3. Mise en Place de Contrôles	56
3.1.4. Surveillance Continue	56
3.1.5. Conformité Réglementaire	56
3.1.6. Gestion des Incidents	56
3.1.7. Audit Interne	57
3.1.8. Communication et Rapports.....	57
3.2. Les risques liés à la digitalisation	57
3.2.1. Risques liés à la gouvernance des données	58
3.2.2. Les risques associés aux relations avec des parties tierces	58
3.2.3. Risques liés au pilotage des technologies digitales.....	59
3.2.4. Autres risques.....	60

Chapitre 3 :

Effets de la dématérialisation sur la rentabilité du CPA agence 120 Tizi-Ouzou

Introduction au chapitre.....	63
Section 01 : Présentation de l'Agence d'accueil CPA : Agence 120 de Tizi Ouzou.	64
1.1. Historique de crédit populaire d'Algérie.	64
1.2. Présentation de CPA Tizi Ouzou, Agence 120.....	65
1.3. Les missions de CPA.	65
1.4. Les produit de CPA.....	66

1.4.1. Pour les particuliers ;.....	66
1.4.2. Pour les entreprises.....	66
1.4.3. Pour les professionnels.....	66
1.5. Les principes du CPA	66
1.5.1. Professionnalisme :	66
1.5.2. Esprit d'équipe :	66
1.5.3. L'innovation :.....	66
Section 2 : Les services en lignes et les outils digitaux du CPA	67
2.1. Les services en lignes proposé par le CPA agence 120 Tizi-Ouzou.....	67
2.1.1. E-Banking.....	67
2.1.1.1. Abonnement E-banking:.....	68
2.1.1.2. L'accès au service e-Banking	68
2.1.1.3. Les condition pour bénéficier du service E-Banting:	70
2.1.2. Le e-paiement.....	70
2.1.2.1. Présentation du service:	70
2.1.2.2. Comment être adhérent au service e-CP@	70
2.1.2.3. Description de la procédure de l'inscription	71
2.1.2.4. Comment effectuer une opération d'achat	71
2.1.2.5. Le protocole OTP:	72
2.1.3.EDI (services des ordres de virement par échange de données informatisé)	73
2.1.4. Pré-domiciliation	75
2.2. Les outils digitaux de CPA 120.	75
2.2.1. L'application mobile : [CPA Mobile] ;.....	75
2.2.2. La dématérialisation du chèque :.....	76
2.2.3. SMS BANKIG ;.....	76
2.2.4. Les cartes bancaires :.....	77
2.2.4.1. La carte CIB classique :.....	77
2.2.4.2. Avantage de CIB.	78
2.2.4.3. La carte CIB GOLD.	78
2.2.4.4. Validité de la carte CPA CIB Gold :	78

2.2.4.5. Avantage de carte gold.	78
2.2.4.6. Carte CPA CIB Corpor@te.	79
2.2.4.7. Les services adossés à la carte AFFAIRES CPA/CIB «Corpor@te» sont : ..	79
2.2.4.8. Avantage de carte corporate.	80
2.2.4.9. La carte Corpor@te+.	80
2.2.4.10. Carte internationale ;	81
2.2.4.11. Carte VISA Classique ;	81
2.2.4.12. Les avantages de carte VISA Classique ;	81
2.2.4.13. Carte VISA Gold	82
2.2.4.14. Les avantages de carte VISA Gold ;	82
2.2.4.15. La carte Mastercard :	83
2.2.4.16. Le fonctionnement de la carte CPA Mastercard Platinum	83
2.2.4.17. Services et avantages associés	83
2.2.4.18. Service CPA SMS CARDS	84
2.3. WEB MARCHAND	84
2.3.1. Les conditions d'éligibilité pour un demandeur profil web-marchand.	84
Section 3 : Présentation, analyse et interprétation des résultats de l'impacte de la digitalisation sur l'amélioration de la rentabilité aux scènes du CPA.	85
3.1. Présentation des services digitalisés au sein du CPA (le service back office ou les chèques et les effets de commerce sont dématérialisés):	85
3.1.1. La télé-compensation	85
3.1.2. Espace digital du CPA :	87
3.1.3. Les services qui ne sont pas autorisés au sein du CPA:	88
3.1.3.1. L'octroi de crédit en ligne	88
3.2. Analyse et interprétation des données collectées	90
3.2.1. l'impact de la digitalisation sur le service caisse(front office)	90
3.2.2. Les Etats financiers de la banque CPA avant et après la digitalisation	90
3.2.2.1 Impact de la Digitalisation sur les Charges D'exploitation :	93
3.2.2.2. Impact sur le PNB :	93
3.2.2.3. Impact sur L'EBE:	93
3.2.2.4. Le résultat net de l'exercice:	94

Table des matières

Conclusion générale	95
Bibliographie	98
Annexes	103
Liste des illustrations.....	108
Liste des abréviations	110
Table des matières	111

RÉSUMÉ.

La dématérialisation des prestations des services bancaires est le processus de transformation du secteur bancaire en remplaçant les méthodes traditionnelles basées sur le papier par des solutions numériques. Cela comprend la mise en place de services en ligne, d'applications mobiles et d'autres technologies pour rendre les opérations bancaires plus accessibles, efficaces et personnalisées. Cette transition vise à répondre aux besoins changeants des clients, à réduire les coûts opérationnels des banques et à rester compétitif face à l'émergence de nouveaux acteurs numériques dans le secteur financier, cela a participé significativement à l'amélioration de sa performance financières.

Mots-clés: digitalisation, la banque en ligne, fintech, néobanque

ABSTRACT.

The dematerialization of banking services is the process of transforming the banking sector by replacing traditional paper-based methods with digital solutions. This includes implementing online services, mobile apps and other technologies to make banking more accessible, efficient and personalized. This transition aims to meet the changing needs of customers, reduce the operational costs of banks and remain competitive in the face of the emergence of new digital players in the financial sector, this contributed significantly to improving its financial performance.

Keywords: digitalisation, online banking, fintech, neobank