

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU  
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES  
SCIENCES DE GESTION  
DÉPARTEMENT DES SCIENCES FINANCIERES ET COMPTABILITE



## *Mémoire de fin d'études*

*En vue de l'obtention du Diplôme de Master académique en Science  
Financière et Comptabilité*

*Option : Finance et banque*

### *Thème*

**Utilisation et apport des Technologies de l'Information et de la  
Communication (TIC) au sein des banques :**  
**Approche comparative, agence ArabBanking Coporation (ABC) et  
agence Banque Extérieure d'Algérie (BEA) de Tizi-Ouzou.**

**Réalisé par:**

MEZIANI Melina

HARCHEB Amokrane

**Sous la direction de :**

M.MOKRANE Ali

**Membre de jury :**

**President:**Mr KABENE Ahmed, MCB, UMMTO

**Examineur:**Mr ARHAB Samir, MAA, UMMTO

**Rapporteur:**Mr MOKRANE Ali, MCA, UMMTO

*Promotion 2021-2022*

## *Remerciement*

*Nous exprimons notre reconnaissance et nos remerciements à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.*

*Notre première reconnaissance va à notre encadreur M. MOKRANE ALI, maitre de conférences à l'université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou, pour avoir bien voulu diriger ce travail, et qui nous a guidés, encouragé et conseillé tout au long de notre préparation de ce mémoire.*

*Nous présentons nos remerciements également aux membres du jury M. KABENE AHMED et M.ARHAB SAMIR pour avoir accepté d'évaluer ce travail.*

*À tous les enseignants du département de gestion qui ont sus nous donner une formation appréciable tout au long de notre cursus.*

*Notre reconnaissance va également à tout le personnel l'agence ABC et l'agence BEA de la wilaya de Tizi-Ouzou, Tous particulièrement madame ABIDI.H et monsieur OUTAYEB.R nos encadreurs en stage pratique.*

## *Dédicace*

*Je dédie ce modeste travail :*

*À mes chers parents, qui ont été toujours à mes côtés et m'ont toujours soutenu tout au long de ces longues années d'études. En signe de reconnaissance, qu'ils trouvent ici, l'expression de ma profonde gratitude pour tout ce qu'ils ont consenti d'efforts et de moyens pour me voir réussir dans mes études.*

*À mes Frères,*

*À tous ma famille et mes amis(es),*

*À toute personne qui occupe une place dans mon cœur.*

*À tous ceux qui ont contribué à ma réussite de près ou de loin.*

*Melina.*

## *Dédicace*

*Je dédie ce mémoire,*

*À mes chers parents,*

*À mes chères sœurs,*

*À toute personne qui occupe une place dans mon cœur.*

*Je dédie ce travail à tous ceux qui ont participé à ma  
réussite.*

*Amokrane.*

## *Liste des abréviations*

## Liste des abréviations

---

### Liste des abréviations :

**ABC** : Arab Banking Coporation

**ADSL** :Asymétric Digital Subscriber Line

**AML** : Anti Blanchiment d'Argent

**APS** : Algérie Presse Service

**AT** : Wimax

**BEA** : Bnaque Extérieur d'Algérie

**BIAM** : Banque Industrielle de l'Algérie et de la méditerranée

**BSC** : ArabBankingCoporative

**CAAR** : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance

**CIB** : Carte Interbancaire

**CMC** : Conseil de la Monnaie et du Crédit

**DAB** : Distributeur Automatique de Billets.

**EAI** : Entreprise Application Intégration

**EDI** : Echange de Données Informatisé

**ERP** : Entreprise Ressource Planning

**GAB** : Guichet Automatique Bancaire

**GED** : Gestion Electronique des Documents

**GIE** : Groupement d'Intérêt Economique Monétique

**GRC** : Gestion de la Relation Client

**HTML** : Hyper TextMarkupLanguage

**IFC** : Société Financière Internationnal

**IP** : Internet Protocol

**IRC** : Internet Relay Chat

**ITU** : Union Inernationale de la Télécommunication

**KYC** :Know Your Costumer

**LAN** :Local Area Network

## Liste des abréviations

---

**MAN** : Metropolitan Area Network

**MENA** : Middle East and North Africa

**NIP** : Numéro d'Identification Personnel

**OCS** : Ouverture Compte

**OGA** : Outil de Gestion Abonnement

**PAN** : Personal Area Network

**PC** : Post Christum/ Ordinateur Personnel

**PDG** : Président Directeur Général

**PIN** : Personal Identification Number

**PME** : Petite et Moyenne Entreprise

**PNB** : Produit National brut

**RBE** : Registre des Bénéficiaires Effectifs

**RE** : Resultat d'Exploitation

**RIB** : Relevé d'Identité Bancaire

**RIM** : Réseau des Irrigants Méditerranéens

**RN** : Resultat Net

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

**SCM /GCL** : Gestion de la Chaîne Logistique

**TAIC** : The Arab Investment Company

**TCP** : Transmission Control Protocol

**TIC** : Technologie de l'Information et de la Communication

**TPE** : Terminal Paiement Electronique

**VPN** : Virtual Private Network

**WAN** : Wide Area Network

# *Sommaire*

# Sommaire

---

<b>INTRODUCTION GENERAL</b> .....	<b>11</b>
 <i>Chapitre I: Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) adoption et leurs effets sur les entreprises</i>	
<b>Introduction</b> .....	<b>16</b>
<b>Section 1 : Approche globale sur Les Technologies de l'Information et de la Communication</b> .....	<b>17</b>
<b>Section 2 : Adoption et utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication dans les entreprises</b> .....	<b>24</b>
<b>Section 3 : Les effets des TIC sur les entreprises</b> .....	<b>34</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>44</b>
 <i>Chapitre II : Utilisation et apport des TIC dans le secteur bancaire</i>	
<b>Introduction</b> .....	<b>46</b>
<b>Section 1 : Introduction des TIC dans les banques</b> .....	<b>47</b>
<b>Section 2 : Utilisation des TIC et leur apport dans le secteur bancaire</b> .....	<b>56</b>
<b>Section 3 : Les TIC et le secteur bancaire algérien</b> .....	<b>62</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>67</b>
 <i>Chapitre III : L'adoption des (TIC) et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou</i>	
<b>Introduction</b> .....	<b>69</b>
<b>Section 1 : Présentation des organismes d'accueils : ArabBankingCoperation et Bnaque Extérieur d'Algérie de Tizi Ouzou</b> .....	<b>70</b>
<b>Section 2 : L'utilisation des TIC par l'agence ABC et l'agence BEA</b> .....	<b>77</b>
<b>Section 3 : Apport des TIC dans l'agence ABC et dans l'agence BEA</b> .....	<b>87</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>91</b>
 <b>CONCLUSION GENERAL</b> .....	 <b>93</b>

# *Introduction générale*

# Introduction générale

---

## 1. Intérêt et choix du sujet

Au cours des dernières années, la société a pris un véritable tournant en devenant de plus en plus technologique. Désormais, la majorité de la population de la planète a accès à Internet, Smartphones, Tablettes ou Ordinateurs; l'ère est à la High-tech, au numérique, à la domotique et à l'intelligence artificielle, elles facilitent le quotidien de l'individu dans divers contextes de vie (apprentissage, déplacements, travail, etc.) et cela quelle que soit sa localisation.<sup>1</sup>

On reconnaît généralement comme une évidence les liens de causalité entre le développement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et l'accélération du développement de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), en effet cette dernière les a défini comme étant l'économie basée sur le savoir, mais aussi comme l'économie postindustrielle, nouvelle économie, économie cognitive ou même économie de l'apprentissage par d'autres économistes.<sup>2</sup>

Les TIC font partie des grandes innovations, ces nouveaux moyens électroniques prennent de l'ampleur, de nombreuses sociétés, comme les États-Unis, le Canada et la France, sont devenues des sociétés informatisées offrant de diverses opportunités dans tous les domaines (santé, éducation, commerce,...etc.) pour leurs citoyens.<sup>3</sup> Cependant il est nécessaire de maîtriser et appliquer les TIC afin de participer à l'activité de la société.

Elles ont bouleversé le monde du travail et de l'entreprise, tant dans la gestion et l'organisation que dans la diversité et la multiplicité des produits, participent dans la création d'emplois ainsi à la croissance économique, dont le monde bancaire.

Les TIC rendent souvent de grands services, à l'exemple de tous les systèmes de gestion des commandes dans les restaurants qui permettent de ne plus repasser par la cuisine, ou les outils de suivi logistique dans les entrepôts qui offrent au personnel d'être notifiés de l'avancement des tâches sans consultation des supports papiers ou terminaux informatiques statiques, par exemple. Ils favorisent également le travail collaboratif en décloisonnant les modes opératoires habituels.

---

<sup>1</sup>Jonathan .T « Quel est l'impact de la technologie dans nos vies? ».

<sup>2</sup> France, H ET Patrick, P « Les TIC au cœur de la transformation des entreprises », P.02.

<sup>3</sup><https://journals.openedition.org/apliut/2889>, consulté le 12/10/2022 à 22h07.

## Introduction générale

---

En effet, les Technologies de l'Information et de la Communication ont ouvert un nouvel horizon pour les banques en changeant de façon profonde et durable la nature de leurs services financiers, et cela en intégrant en temps réel des services bancaires (DAB, GAB, TPE, carte bancaire, etc.) au profit de la clientèle. Avec ces nouveaux moyens technologiques, la banque doit revoir sa politique et sa stratégie et se voit contrainte de suivre ce développement, et revoir son passage du marketing traditionnel vers un marketing relationnel visant les clients tout en intégrant les TIC et en favorisant l'offre des services via ces outils afin de mieux répondre à leurs besoins et désirs.

L'utilisation des TIC au sein des banques permet d'améliorer la qualité des services et d'être très performantes au niveau du marché mondial, elles contribuent aux créations de nouveaux circuits de vente à distance (le commerce électronique), surtout grâce à l'utilisation d'Internet. Les TIC ont conduit à l'apparition de la monétique, ce qui a permis à de nombreuses institutions bancaires de participer activement à la réduction de paiement par chèque et le passage au paiement par carte bancaire.

La banque devient interactive en multicanale, les TIC permettent l'utilisation de la téléphonie mobile pour effectuer des opérations bancaires, et ainsi bénéficier de plusieurs prestations bancaires en temps réel sans même avoir recours à se déplacer et avec moins de coût.<sup>1</sup>

L'Algérie a multiplié depuis quelques années les initiatives tendant à favoriser l'accès à ces technologies en tant qu'outils modernes de communication et d'échanges, les TIC sont devenus des moyens incontournables à l'amélioration et modernisation du système de paiement, mais si l'usage de l'Internet comme technologie de l'information et la communication se généralise de plus en plus en Algérie, son implication dans le développement économique reste très limité.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> BOUCHELIT Rym « les perspectives d'e-banking dans la stratégie e-Algérie 2013 », thèse doctorat en science économique, université Abdou BekrBelkaid-Tlemcen, 2014-2015, P.19.

<sup>2</sup>Idem, P.19.

# Introduction générale

---

## 2. L'objet de recherche

Notre objet de recherche est de déterminer l'impact et l'introduction des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) au sein des agences bancaires. En d'autres termes, nous allons étudier le degré d'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication et leurs apports dans les banques, à travers le cas des agences de la wilaya de Tizi-Ouzou : Arab banking coporating et Banque Extérieur d'Algérie.

Notre question centrale suscite plusieurs questions secondaires, notamment:

- Comment les entreprises ont intégré les TIC et quel est leur apport ?
- Quels sont les outils technologiques utilisés par les banques?
- Quel est l'impact des TIC sur les banques ?
- Quelles est le degré de l'utilisation des TIC au sein de l'agence ABC et l'agence BEA ?
- Quelles est l'apport des TIC dans chacune des agences ABC et BEA ?

## 3. Méthodologie de recherche

Pour répondre aux questions posées en problématique, nous comptons adopter la démarche suivante :

D'une part, une approche théorique concernant l'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans les banques. Nous nous appuyerons sur une étude documentaire basée sur la consultation des différentes revues, sites Internet, ouvrages, travaux et thèses réalisées sur le sujet pour la compréhension des concepts relatifs à notre problématique.

D'autre part, nous comptons sur une approche de terrain à travers :

- Une recherche documentaire et des enquêtes auprès de deux agences bancaires ABC Bank et la banque BEA de la wilaya de Tizi-Ouzou à travers une approche comparative.
- Une enquête qualitative (questionnaire) auprès d'un échantillon qui représente les clients et les employés des agences bancaires ABC Bank et BEA de la wilaya de Tizi-Ouzou.

## 4. Plan de recherche

Notre travail de recherche, comprend trois chapitres :

Dans le premier chapitre intitulé « **les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) : Adoption et leur effets sur les entreprises** ». D'une part nous allons présenter les différents concepts et les notions de base des Technologies de l'Information et de Communication (TIC), ainsi que l'intégration et son utilisation au sein des entreprises, ainsi que l'effet qu'elles ont sur les organismes.

Dans le deuxième chapitre « **Utilisation et apport des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans le secteur bancaire** ». Ce chapitre abordera l'implication des TIC au sein des banques ainsi que l'avantage qu'elles apportent au sein de celle-ci, ensuite une partie sera dédiée à l'adoption de ces outils par les banques algérienne et leur influence sur le relationnel et le professionnel.

Dans le troisième chapitre « **l'adoption des TIC et leurs apports au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence Arabbankingcoporative (ABC) et l'agence de la Banque Extérieur d'Algérie (BEA) de la wilaya de Tizi-Ouzou** ». Nous allons présenter un cas pratique où nous avons récolté des informations sur l'apport des TIC au sein de deux agences bancaire : La Banque Extérieur d'Algérie et ABC Bank, à travers une étude comparative grâce à des sondages et questionnaires, qui nous ont permis de récolter les données qualitatives et quantitatives, afin d'en déduire les résultats de notre étude.

## *Chapitre I :*

*Les Technologies de l'Information et de  
la Communication (TIC) adoption et  
leurs effets sur les entreprises.*

## Introduction

Les entreprises sont contraintes au changement organisationnel et de leur processus par lequel elles doivent s'adapter en continu ou par rupture sous anticipation aux évolutions de son environnement. Les TIC constituent un nouvel élan dans la société, il s'agit d'intégrer ces nouvelles technologies au fonctionnement des entreprises afin de dégager des bénéfices, ce qui induit des changements spectaculaires dans leur évolution.

L'avantage le plus couramment évoqué au sein d'une entreprise pour les outils technologiques de type ordinateur portable ou Smartphone, est d'augmenter les performances de productivité soit d'améliorer la réactivité dans la relation client ou les tâches<sup>1</sup>. Dans la mesure où ces outils se sont imposés à eux depuis des décennies, ils sont nécessaires à leur maintien et leur croissance.

Dans ce premier chapitre nous allons présenter les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), leur évolution au cours de ces dernières années ainsi que leur intégration dans les entreprises et le monde du travail et leurs apports depuis leur adoptions.

---

<sup>1</sup> LEJEUNE Yannick : « TIC 2025 les grandes mutations », France, 2012, P.12.

## Section 1 : Approche globale sur Les Technologies de l'Information et de la Communication

Les TIC englobent les techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations, principalement l'informatique, internet et les télécommunications. Elles sont définies par « ... des technologies récentes issues du mariage de l'informatique, le traitement, la conservation et le transport de textes, de sons... en plus des traditionnelles données numériques... elles se caractérisent par une grande diversité d'objets numérisés..., une grande capacité de diffusion et de transport en réseau..., une forte interactivité avec les utilisateurs...». <sup>1</sup>

Autrement dit, ces technologies rassemblent des techniques d'informatiques, de télécommunications et d'internet, ces dernières permettent de transformer, produire ou échanger l'information sur le plan quantitatif et qualitatif en temps réel et en temps très réduit.

**1. Définition des concepts :** Nous allons définir les différents concepts reliés aux TIC :

### 1.1. Technologie

« La technologie est l'élaboration et le perfectionnement des méthodes permettant l'utilisation efficace des techniques diverses prises isolément, en groupe ou dans leur ensemble qu'il s'agisse de technique ou mécanique, physique ou intellectuelle en vue d'assurer le fonctionnement des mécanismes de production, consommation de l'information, de la communication, des loisirs, de la construction et la destruction, ainsi que des activités de la recherche artistique et scientifique. La technologie est un ensemble de savoir, de procédé et d'outil qui mettent en œuvre les découvertes et les applications scientifiques les plus récentes dans les domaines de l'informatique et la communication. ». <sup>2</sup>

La technologie désigne l'ensemble des outils et des matériels utilisés afin d'arriver au résultat prémédité par l'organisme, il permet d'avoir un ensemble de connaissances et de pratiques liées à un domaine particulier.

---

<sup>1</sup><https://www.rapport-gratuit.com/generalite-sur-levolution-technique-des-tic/> , Consulté le 20-08--2022 à 22h56.

<sup>2</sup> Dictionnaire, Microsoft Encarta, 2009,193-2008 Microsoft Corporation.

## 1.2. Information

« L'information est une donnée, transformée est structurée sous forme conventionnelle et intelligible pour être insérée dans une dynamique de diffusion et/ou d'échange (pour être communiquée). L'information seule n'est pas un savoir. Pour qu'elle le devienne, il faut des structures conceptuelles qui la supportent et lui donnent du sens. L'information n'est pas neutre ». <sup>1</sup>

L'information désigne un ensemble de données et de connaissance ayant un sens plus précisément avoir des renseignements sur une personne, un objet, un événement. Cette information peut être présentée sous différentes formes, un texte, une image, un son, vidéo...etc.

## 1.3. Communication

« La communication est l'action, le fait de communiquer d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un, l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène, et l'action. D'informer et de promouvoir son activité auprès du public, d'entretenir son image, par tout procédé médiatique ... alors la communication c'est existé aux yeux de grand public qui se situe à l'extérieur de l'entreprise.

La communication est d'une autre manière un ensemble d'interaction, c'est-à-dire permanentes de sorte qu'il est difficile de trouver un début et une fin au processus de communication du fait de sa circularité. On ne peut pas ne pas communiquer, c'est à la diversité des modes et formes d'expression qu'il est fait références : parole, écrit, mais aussi le regard, les gestes, les actions, sont des moyens de communication. » <sup>2</sup>

La communication désigne l'ensemble d'interaction entre un individu qui institue une relation avec quelqu'un ou plusieurs, pour transmettre ou échanger des idées, des connaissances, émotions, aussi bien par la langue orale ou par écrit avec d'autres moyens : signe, geste, musique, ...etc.

---

<sup>1</sup>BOULC Stephan, « Donnée Information communication tentative de définition », COTA édition, 2005, PDF, P.1.

<sup>2</sup>LAMIZET Bernard, SJLEM Ahmed, dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de la communication, paris, 1997. P.121.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

De nos jours on parle d' « informatique de communication » ; la télécommunication cette communication c'est développer avec l'intranet, il ne s'agit plus de traiter des données : les ordinateurs sont utilisés pour envoyer du courrier (messagerie), partager les agendas, diffuser la documentation, etc.<sup>1</sup>

Les télécommunications sont toute transmission et réception à distance de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de renseignements de toutes natures<sup>2</sup>. Elles sont considérées comme des technologies et techniques appliquées dans les entreprises et les ménages. Elles sont définies comme étant un ensemble de procédés de transmission d'informations à distance (télégraphe, téléphone, télex, fax).

## 1.4. Informatique

Il est défini comme une science qui s'occupe du traitement automatique de l'information par l'utilisation des technologies (ordinateur).

-L'informatique est considérée comme un support des connaissances des communications, dans les domaines techniques, économiques, social. Il permet d'enrichir plusieurs fonctions notamment : la gestion des entreprises et les échanges financiers ; communications de toutes sortes ; contrôle des robots dans les usines et la conception de machines ; l'intelligence artificielle: la compréhension des images, de la vidéo, du langage, de la robotique ; synthèse d'images pour le cinéma ou la télévision.<sup>3</sup>

-L'informatique est un domaine incontournable dans la vie courante, Actuellement, il fait partie du quotidien de l'homme, un outil indispensable privé et personnel qui lui permet d'actualiser les bases de données et l'information électroniques d'un organisme, et permet par la suite de s'évaluer et se développer librement. L'informatique a construit le passé, construit le présent et construira certainement le futur. Sans informatique il n'y aura n'y de nouvelles technologies et n'y d'avenir meilleur.

---

<sup>1</sup><https://www.techno-science.net/definition/3982.html> \ , Consulté le 16-08-2022 à 18h39.

<sup>3</sup><https://journals.openedition.org/activites/4941> \ , Consulté le 16-08-2022 à 19h55.

## 1.6. Mondialisation

- La mondialisation est « l'internationalisation croissante des marchés de biens et de services, du système financier, des entreprises, des secteurs d'activités, de la technologie et de la concurrence ».

La mondialisation de l'économie peut également être vue comme :

«L'accélération sans précédent de la liberté de localisation des firmes dans l'espace mondial».<sup>1</sup>

- La mondialisation désigne l'accroissement des mouvements de biens, de services, de main-œuvre, et capital à l'échelle nationale, il s'agit d'un processus de liberté et fluidité de ces échanges par le progrès des technologies.

## 2. Aperçue des TIC

### 2.1. Définition des Technologies de l'Information et de Communication

Selon le grand dictionnaire terminologique ; les TIC sont :

« L'ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évaluées du multimédia et des télécommunications qui ont permis l'émergence des moyens de communications plus efficace, en améliorant le traitement, la mise en mémoire, la diffusion et l'échange de l'information ».<sup>2</sup>

Les TIC se composent de 2 technologies qui sont l'information et la télécommunication, elles contribuent à la création de la valeur ajoutée des entreprises et leurs développements :

- L'information sert à la fois la diffusion de l'information et d'outil ou une manière d'organisation à fin d'assurer sa domination sur le gouvernement de l'entreprise
- La télécommunication est la transmission de l'information en utilisant des technologies électronique, informatique, de transmission filaire, optique ou électromagnétique.

---

<sup>1</sup> El mouhoubmouhoud « les différentes composantes de la mondialisation » 5ème édition, Paris, 2017, P.P.8, 17

<sup>2</sup><https://hal-amu.archives-ouvertes.fr/hal-02048883/document>, Consulté le 22-08-2022 à 16h01.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

Selon CHARPENTIER la définition des TIC est ainsi :

« Les (TIC) sont un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger de l'information, plus spécifiquement des données numérisées. La naissance de ces TIC est due notamment à la convergence de trois activités. Au sens strict, les TIC sont composées :

- Du domaine des télécommunications qui comprend lui-même les services et les équipements;
- Du domaine de l'informatique qui comprend le matériel, les services et les logiciels ;
- Du domaine de l'audiovisuel qui comprend principalement la production et les services audiovisuels ainsi que l'électronique grand public. »<sup>1</sup>

Les Technologies de l'Information et de la Communication, sont définies comme l'ensemble des outils, services et techniques utilisé dans le fonctionnement, et la transformation, le stockage, la communication, le partage, l'échange de l'information ainsi la création, il s'agit principalement de l'informatique, d'internet, de télécommunication, etc.

Elle permet le partage de l'information, une interactivité, un asynchronisme et peuvent favoriser aussi bien le travail individuel que le travail collectif, elles permettent de passer progressivement d'un espace limité à un espace de communication entre tous les acteurs du monde.

## 2.2. Les caractéristiques générales des TIC

Les TIC se caractérisent comme suite<sup>2</sup> :

- **Innovantes** : les TIC permettent d'apporter des nouveaux moyens de communication, de travailler, de s'exprimer, d'apprendre avec une vitesse accélérant de plus en plus.
- **Rapides** : les TIC sont un phénomène qui permet d'améliorer la circulation de l'information plus rapidement qu'avant, ce qui aide à la réduction du temps.

---

<sup>1</sup>ANDERSON Nzuzituzolana, « Apport de la gestion de l'écoute client à l'amélioration de la qualité des services offerts, cas de canal+ » mémoire de master, Institut de commerce, France, 2014, P.13.

<sup>2</sup>M. NGASSI-NGAKEGNI Ghynel& M. SAKANDE Souleymane « Impact des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sur le tissu productif des biens et services au Maroc », Université : Institut National de Statistique et d'Economie Appliquée - Option : Statistique.2011.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

- **Mobiles** : les TIC permettent aussi la miniaturisation des appareils et les supports d'information.
- **Abordables (coût, convivialité)**: le coût des TIC est abordable ce qui les rend accessible à chaque individu notamment de par leur facile utilisation.
- **Puissantes et grandes** : la capacité des outils des TIC (appareils et logiciels) s'accroît de plus en plus.

## 2.3. L'Origine des TIC

Les Technologies d'Informations et de Communication (TIC), ont une très longue histoire derrière elles, qui a commencé par l'invention de l'écriture en Mésopotamie 3300 ans avant JC, puis l'invention de l'imprimerie.

- En 1453, en Europe, l'invention de Gutenberg (la typographie et la presse à imprimer) a permis largement la diffusion d'information.
- En 1793 « Claude CHAPPE » a créé un système qui s'appelle « Sémaphore » qui est considéré comme le premier réseau de télécommunication.
- Enfin en 1832, l'apparition de télégraphe électrique, puis 1876 « Alexander Graham BELI » invente le téléphone et « Thomas EDISSON » invente la phonographie en 1877.
- Ensuite, l'histoire s'accélère et une série de découvertes scientifiques vont se compléter pour donner naissance à des technologies de la communication de plus en plus performantes qui réduisent à chaque fois la distance entre les Hommes. Lan THURING crée le premier ordinateur en 1943,
- En 1969, à marquer la création de réseaux ARPANET à USA qui a permet à deux ordinateurs de communiquer à distance, puis l'ordinateur individuel (PC) est présenté en 1974.
- En 1981, le réseau postal Français met en place le minitel, connectant ainsi des milliers d'individus entre eux, c'est un événement de vente par correspondance électrique et par des sites de rencontres.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

Les années 1990, marquent l'événement de l'internet et de World Wide Web (WWW), c'est la révolution qui a été marquée par la convergence des technologies de l'audio-visuel, de la télécommunication et de l'informatique. L'internet est en fait l'appellation de réseau informatique qui relie des millions d'ordinateurs et leur permet de communiquer entre eux grâce à un système universel de transmission de données appelé le protocole TCP/IP.<sup>1</sup>

## 2.4. L'évolution des TIC

Les progrès technologiques du 20<sup>ème</sup> siècle ont transformé le majeur parti du travail "physique" à une "connaissance". C'est pourquoi, nous sommes maintenant une société de l'information dans une économie du savoir.

« La révolution des TIC fonde sur les avancées scientifiques et techniques en matière d'électronique et d'information, de télécommunications aussi et elle se déploie en plusieurs étapes (Pinte, 2006) ». <sup>2</sup>

L'évolution de l'informatique et des télécommunications à mener la révolution des TIC, ces progrès se situant dans le prolongement de ceux enregistrés depuis plus longtemps dans les domaines de l'électronique et de la téléphonie. Elle se développe aussi grâce à un contexte de libéralisation des marchés, mondialisation des échanges et d'individualisation des comportements.

- Années 1960: automatisation de la logistique administrative (comptabilité, facturation, gestion des stocks).
- Années 1970: automatisation de la production industrielle (robotique, productique).
- Années 1980: automatisation du travail individuel de bureau (passage de l'informatique répartie et distribuée).
- Année 1990: automatisation des processus de communication.
- Année 2000: automatisation des échanges économiques (commerce électronique).

---

<sup>1</sup><https://flagelleurmental.wordpress.com/2009/02/17/a-propos-des-technologies-de-l-information-et-de-la-communication/>, Consulté le 24-08-2022 à 22h49.

<sup>2</sup> BEN ABOU Djilaili, « Management des savoir et développement des compétences a l'heure des TIC », Thèse de doctorat, université Abou Bakr BELKAID, TLEMCEM, 2016, P.19.

## **Section2 : Adoption et utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication dans les entreprises**

Les systèmes d'information couvrent trois grands domaines qui se sont historiquement développés les uns après les autres : L'automatisation des tâches opérationnelles, l'aide à la prise de décision et plus récemment la communication.

L'arrivée des TIC à contribuer à la manipulation de l'information, et imbriqué dans le fonctionnement et la structure de l'organisation, elles représentent un moyen essentiels et multidimensionnel pour accroître les capacités de l'entreprise dans les processus de prise de décision et d'organisation.

La compétitivité et la productivité des entreprises sont de plus en plus dépendantes de l'efficacité, de la pertinence et de l'utilisation de la technologie de l'information et de la communication (TIC). Les TIC sont devenues un nouveau vecteur de plus en plus important de la croissance économique de l'entreprise, elles changent le comportement personnel (structure transversale), développement des compétences et ont des impacts sur l'organisation du travail.<sup>1</sup>

### **1. L'intégration des TIC dans les entreprises**

L'introduction de nouvelles technologies de l'information aboutissent à l'usage de nouveaux systèmes d'information qui ont un effet sur la dynamique du changement organisationnel. Deux visions ont été proposées :

-Le déterminisme technologique : qui considère la technologie comme une variable motrice impliquant les changements observés dans l'organisation.

-La Vision interactionniste : qui est plus récente, qui reconnaît à la fois les capacités structurantes des technologies et le rôle de contexte social.<sup>2</sup>

Avec la mondialisation du marché dans les années 1960, les entreprises ont cherché à combiner efficacité locale (maintien des unités de commandement régionales avec des structures fonctionnelles simples) et efficacité globale (protection des unités administratives contre les masses), il a fallu adopter la forme des divisions.

---

<sup>1</sup> LAUDON.K et LAUDON.J « Les système d'information des gestions : gérer l'entreprise numérique », Preson Edition le renouveau pédagogique, INC.2006

<sup>2</sup>Reix Robert, « Système d'information et management des organisations », 5<sup>e</sup> édition, 2016, P.6.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

L'utilisation stratégique des TIC se développe rapidement, dépassant les prévisions faites au début des années 1980, presque tous les systèmes commerciaux étant gérés via des systèmes assistés par ordinateur. Ils'agit d'une nécessité pour les organisations de s'adapter à leur environnement et à leurs besoins concurrentiels.

## 1.1. Les TIC utilisées par les entreprises

Avec le développement des Technologies de l'Information et de la Communication les entreprises ont vu nécessaire d'adopter différents outils informatiques, des éléments permettant la structure de l'organisme. L'intégration des TIC implique des choix déterminants quant à la conception de l'organisation, car elles ont un impact direct sur ses propriétés structurelles. Parmi ces choix on cite le choix de partage de l'information entre les acteurs, au degré d'introduction de ces outils.

### 1.1.1. Les supports de communication intégrer

Il s'agit des supports suivant :

#### 1.1.1.1. Micro- ordinateur

L'ordinateur a permis l'automatisation des calculs qui s'est faite par le biais de la carte et du ruban perforés. La première génération d'ordinateurs a marqué l'électronique, la deuxième génération voit le jour grâce à l'invention du transistor qui fonctionnait avec un système circuit imprimé, dans la troisième génération ce dernier est remplacé par le circuit intégré, la quatrième génération des ordinateurs est née grâce à la mise au point des microprocesseurs qui ont entraînés une miniaturisation des composants de l'ordinateur.<sup>1</sup>

Selon le nombre d'utilisateurs pris en charge, les ordinateurs peuvent être classés en<sup>2</sup> :

-**Ordinateur central** (mainframe): avec des grandes capacités de calcul et de stockage et une prise en charge d'un grand nombre d'utilisateurs ;

-**Ordinateur** (mini-ordinateur ou serveur) : avec une puissance moyenne et une prise en charge de plusieurs utilisateurs dans le cadre d'un service ;

---

<sup>1</sup> BOULENOURA N-O, « les Nouveaux Supports de Communication TIC : Facteur de Différenciation dans l'activité Bancaire », Mémoire de Magister, UMMTO, 2014, P6.

<sup>2</sup> SORNET Jaques, HENGOAT Oona, LE GALLO Nathalie, «Système d'information de gestion ; tout en un », Edition Dunod, Paris, 2010, P.67.

-**Ordinateur personnel** (micro-ordinateur ou PC) : possédant une capacité variable, en fonction des besoins d'un seul utilisateur a un seul poste de travail.

## 1.1.1.2. Logiciel

À coté de l'architecture matérielle, le micro-ordinateur dispose d'une architecture logicielle. Les logiciels facilitent la communication homme-machine, la gestion de l'exploitation(le système d'exploitation, comme WINDOWS de Microsoft, gère les différents composants matériels en les partageants entre les programmes)<sup>1</sup>, ils contribuent aussi à la construction des programmes, et gères les communications avec d'autres machines.

## 1.1.1.3. Réseaux

Un réseau est un ensemble d'équipement interconnectés qui permet le partage des ressources et l'échange des informations.

### A. Objectif du réseau

Le réseau permet<sup>2</sup> :

- Le partage de données, de fichiers, d'applications, de matériels (imprimantes, disque durs) ;
- Les échanges interpersonnels (messagerie, visioconférence) ;
- La communication entre processus (échange de données entre différents application, pilotage synchronisé de machines industrielles) ;
- La suppression de la redondance des matériels, des données, des applications et cela grâce aux synergies de partages des équipements ;
- La réduction du temps d'accès aux données ;

### B. Les types de réseau

IL y'as plusieurs types de réseau les plus connus sont<sup>3</sup> :

- a) **PAN network (personnel)**: Désigne un réseau restreint d'équipements informatiques habituellement utilisés dans le cadre d'une utilisation personnelle.

---

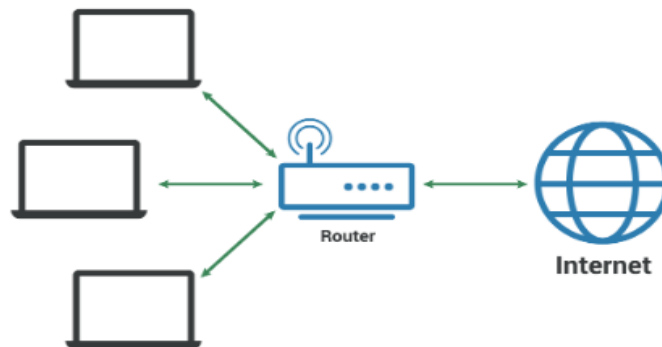
<sup>1</sup> SORNET Jaques, HENGOAT Oona, LE GALLO Nathalie, «Système d'information de gestion ; tout en un », cit op, P.71

<sup>2</sup>Delmond, M.H., Petit,Y et Gautier,J.M.« Management des systèmes d'information », Cit .op. P .74

<sup>3</sup>Delmond, M.H., Petit,Y et Gautier,J.M.« Management des systèmes d'information », Cit .op. P .08

- b) **LAN network (local)** : Il est constitué d'un ensemble d'ordinateurs et de périphériques reliés entre eux par des liaisons physiques (des câbles notamment). Ces ordinateurs et périphériques communiquent entre eux via des protocoles communs. Seuls les utilisateurs autorisés peuvent y accéder .on peut prendre comme exemple l'intranet qui est un service sue le réseau local.<sup>1</sup>

**Figure 01** : Réseau LAN network



Source : <https://www.ionos.fr/digitalguide> consulté le 11.09.2022

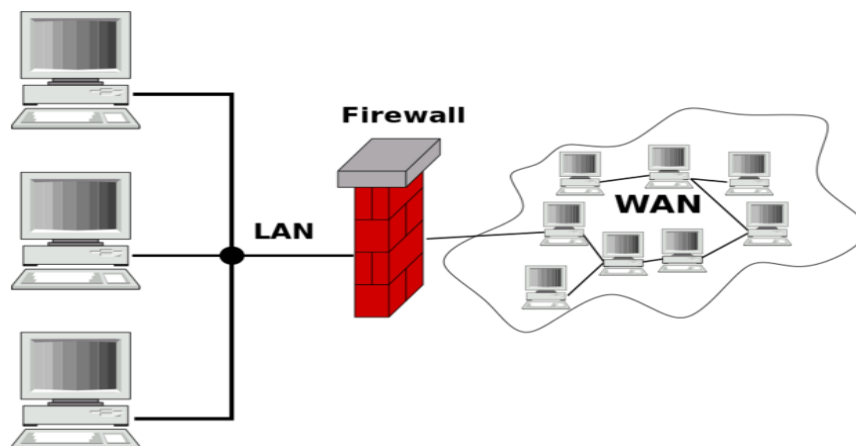
- c) **MAN network** : Il permet d'interconnecter des utilisateurs et des ressources informatiques dans une zone ou une région géographique plus grande que celle couverte par un réseau local (LAN Network), Il désigne également l'interconnexion de plusieurs réseaux locaux au moyen de lignes de base, dites dorsales<sup>2</sup>.
- d) **WAN network** : consiste à établir une connexion entre un opérateur et le réseau d'un client via une ligne louée. Le plus connu des WAN est internet.

---

<sup>1</sup> BELAID Nassima et ARKOUB Chabha, « Services d'accélération des applications et optimisation des liens WAN (WAAS : Wide Area Application services) au niveau de la CNAS d'Alger », 2015,P.7.

<sup>2</sup> BELAID Nassima et ARKOUB Chabha, « Services d'accélération des applications et optimisation des liens WAN (WAAS : Wide Area Application services) au niveau de la CNAS d'Alger » ; Cit, OP,P.8.

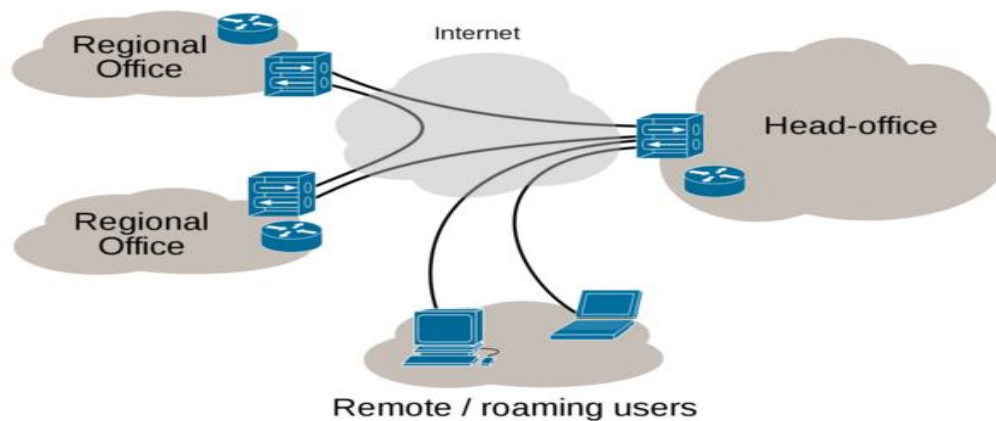
**Figure 02:** Réseau WAN network



Source : <https://www.ionos.fr/digitalguide> consulté le 11.09.2022

- e) **VPN network** : il s'agit d'un réseau privé virtuel, un tunnel sécurisé à l'intérieur d'un réseau (Internet notamment). Il permet d'échanger des informations de manière sécurisée et anonyme en utilisant une adresse IP différente de celle de l'outil utilisé.<sup>1</sup>

**Figure 03 :** Réseau VPN network



Source : <https://www.ionos.fr/digitalguide> consulté le 11.09.2022

<sup>1</sup> BELAID Nassima et ARKOUB Chabha, « Services d'accélération des applications et optimisation des liens WAN (WAAS : Wide Area Application services) au niveau de la CNAS d'Alger », cit,op.P.8.

## 1.2. Illustration des TIC dans le cadre applicatif et fonctionnel

Après avoir expliqué la notion des TIC d'une manière conceptuelle, il reste nécessaire d'illustrer ce que sont ces technologies dans le cadre applicatif et fonctionnel. Cela porte sur des familles d'application qui sont au nombre de quatre <sup>1</sup> :

- La communication : On y trouve : Internet, Intranet et Extranet.
- La gestion des données : dans laquelle se présentent le GRM, le GED et l'EDI.
- L'intégration matérielle : on trouve le Groupware, l'EAI et l'PGI ou l'ERP.
- La modélisation des tâches ou de savoir-faire : dans laquelle se situe le workflow.

### 1.2.1. La communication

#### 1.2.1.1. L'internet

« Le terme internet fait communément référence au réseau, de couverture mondiale, qui rassemble utilisateurs et système informatique. Ce réseau de télécommunication est composé d'un grand nombre de réseaux interconnectés, qui relie plusieurs centaines de millions d'ordinateurs entre eux sur l'ensemble de la planète. Ainsi internet est qualifié de "réseau des réseaux" ». <sup>2</sup>

Internet est un outil de stockage, de partage et de transmission rapide d'informations sous forme électronique à tous les utilisateurs via des lignes directes ou des modems connectés à des lignes téléphoniques à haut débit telles que l'ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line). Il permet d'accéder à des ressources informatiques, de les partager, et de réaliser de nombreux services basés sur le transfert d'informations.

Internet est un réseau qui met à la disposition de ses utilisateurs une multitude de services et d'outils pour faciliter la communication. On peut les classer comme suit <sup>3</sup>:

#### A. Le World Wide Web (www) ou toile d'araignée mondiale

Une interface qui permet d'ouvrir le réseau Internet au grand public en facilitant la consultation des sites et un accès très rapide à une vaste étendue d'informations, présentées

---

<sup>1</sup> BOULENOURA N-O, « les Nouveaux Supports de Communication TIC : Facteur de Différenciation dans l'activité Bancaire », Cit, op. P.31.

<sup>2</sup> DUFOUR.A et GHERNOUTI-HELIE (D).S, internet, Ed. Presses Universitaire de France, 2006, p.05.

<sup>3</sup> SHANEZ Amirouche . TAYEB Chabi : « L'impact des Technologies de L'Information et de la Communication Sur la Performances des Entreprises ». Revue du développement et des Prospectives Pour Recherches et études, 2017.P.24.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

sous forme d'archives, de revues, de livres et de documents de bibliothèques publiques et universitaires, à usage professionnel, etc.<sup>1</sup> cette dernière est la plus utilisée sur le réseau télématique Internet.

## **B. La messagerie électronique « courrier électronique »**

Un service qui permet aux utilisateurs habilités de saisir, d'envoyer ou de consulter en hors ligne des courriels, n'imposant aucune réforme des structures organisationnelles existantes, et n'est adopté que par les entreprises les plus réactives au changement. Ce dernier est l'instrument de communication le plus utilisé dans les entreprises.

## **C. Forum « newsgroup »**

Un service qui permet de discuter et d'échanger sur des sujets précis, chaque utilisateur peut lire à tout moment les interventions de tous les autres et apporter sa propre contribution sous forme d'articles, par exemple : les protocoles de chat et IRC (Internet Relay Chat). Une communication qui permet à plusieurs personnes ayant le même intérêt de créer un salon virtuel et de communiquer en temps réel. C'est une des fonctions des outils de téléconférence.<sup>2</sup>

## **D. Site Web**

C'est un ensemble de pages web fondées sur un langage nommé HTML (mais pouvant contenir d'autres choses), organisées de façon plus ou moins hiérarchique, et hébergées sur un (parfois plusieurs) serveurs situés quelque part dans le monde. Pour être visible sur le marché, les entreprises ont tout intérêt à se doter d'un site web. Sa fonction la plus courante est donc celle d'une vitrine virtuelle, pour présenter les différents produits et services de l'entreprise.

### **1.2.1.2. L'intranet**

« Dans son sens originel et le plus restrictif, le terme intranet désigne la transposition des standards, des protocoles et des outils en vigueur dans l'internet public au sein des réseaux locaux privés d'entreprises ».<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> BOULOUC. P, « Les NTIC : comment en tirer profit ? », Ed. Dunod, Paris 2003, P.178.

<sup>2</sup> <https://www.ionos.fr>, Consulté le 19-09-2022 à 16h18.

<sup>3</sup> SAADOUN MELISSA, « Avec le temps », Edition d'organisation, Paris 1998, P.143.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

L'intranet est un réseau informatique propre à l'entreprise, permet aux membres d'une même organisation d'avoir tous accès aux bases, et de communiquer par voie électronique et en toute sécurité.

L'intranet permet une transformation majeure des flux d'informations au sein de l'entreprise. L'avantage de ce réseau interne tient à sa sûreté, (le réseau est sécurisé, c'est-à-dire que seuls les membres autorisés peuvent y accéder), à sa rapidité (échange en temps réel) et à sa transversalité. En effet l'intranet présente de nombreux avantages<sup>1</sup> :

- Simplifiez l'accès à l'information et améliorez la communication.

- Normes émergentes pour le codage de l'information (HTML).

- Gestion simplifiée des postes utilisateurs

- Réduire les coûts d'exploitation.

- 

Accédez à des documents tels que des rapports annuels, des répertoires de recherche et des bases de données d'entreprise.

### 1.2.1.3. L'extranet

L'extranet est un réseau informatique privé ouvert au public qui s'appuie sur l'Internet, permet de faire circuler l'information et la partager entre une entreprise et ses clients, ses fournisseurs, employés, partenaires de manière sécurisée, à un coût moins élevé que les échanges informatisés utilisés jusqu'à récemment.<sup>2</sup>

On peut citer comme exemple : le système bancaire électronique et le système d'achat en ligne utilisé par les entreprises commerciales, boutique en ligne ou même les compagnies aériennes, etc. L'extranet a plusieurs avantages ;

- Optimise et améliore les produits et services client, ouvre de nombreuses possibilités tels que gérer le compte à distance, permet l'achat et la commande en ligne sans avoir besoin de se déplacer ;

- Circulation de l'information entre l'entreprise et les clients de manière rapide, fluide et fiable.

---

<sup>1</sup> COURBON Jean Claude, TAJAN Silvine, « Groupware et intranet », Edition Dunod, Paris, 1999. P.145.

<sup>2</sup> MADOUR Karima et TIZA Zahia, « Le degré d'intégration des NTIC dans les PME et PMI Algériens le cas de Wilaya de Tizi Ouzou », Mémoire de licence, Université de formation continue, 2012/2013, p. 12.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

- la sécurité du réseau, l'accès semi-privé, est contrôlé et limité par des niveaux de privilège d'accès qui permettent aux utilisateurs enregistrés d'accéder sans ce déplacement.
- la connectivité, accès 24h/24 et 7j/7 depuis n'importe quel appareil mobile.
- Accélérer les tâches en temps réel, et de modifier la dynamique du travail.

## 1.2.2. Gestion des données

Désigne l'ensemble des pratiques nécessaires pour l'importation, le stockage, l'exploration et l'archivage des données qui sont nécessaires aux activités de l'entreprise, on distingue :

### 1.2.2.1. Gestion de la Relation Client

La GRC peut se définir comme étant « L'ensemble des moyens mis en œuvre, organisationnels, technique, humain pour gérer cette relation d'un nouveau type avec le client ».<sup>1</sup>

Il s'agit de créer une relation unique et personnelle avec chaque client, puisque il représente le véritable patron de l'entreprise, qui d'un simple clic de souris, peut lancer une commande. Ce nouveau canal d'échanges entre client et fournisseurs, s'ajoute à ceux déjà existants : vente directe, via un distributeur, par téléphone, dans des boutiques, etc. Il est donc très important de coordonner ces différentes options d'interaction pour obtenir des informations pertinentes et surtout homogènes sur chaque client.

### 1.2.2.2. Echange de Données Informatisées

L'EDI s'agit « D'un système d'informations associés à plusieurs entreprises devenant partenaires ; ce sont des systèmes d'information globaux ».<sup>2</sup>

L'EDI se distingue d'un envoi de données via la messagerie par les aspects de structuration et de normalisation des informations. Les données sont déterminées par un format, une codification et une définition précise.

### 1.2.2.3. La gestion électronique de document

---

<sup>1</sup> MEKHNACHI Karim, « e – économie, édition d'organisation », Paris 2000, P.28

<sup>2</sup> PATERYON Emmanuel – Arnaud, Robert SALAMON, « Les nouvelles technologies de l'information et l'entreprise ».1996, P.68.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

Selon L'APROGED (Association française des professionnels de la GED) définit la GED comme «l'ensemble des techniques permettent de dématérialiser, classer, gérer, stocker et distribuer des informations documentaires sous forme électronique ». <sup>1</sup>

Il peut être plus au moins complexe selon le nombre d'utilisateur qui peuvent y accéder, et selon les traitements que l'on désire effectuer sur les documents. Néanmoins, le fonctionnement d'un tel système repose toujours sur la même séquence fondamentale : Acquisition, traitement, restitution, diffusion de l'information.

### 1.2.3. Gestion des matérielles

Désigne l'ensemble des processus, activités et transactions de nature administrative qui ont trait aux services de gestion. On distingue :

#### 1.2.3.1. Entreprise Application Intégration

L'EAI consiste à créer des relations entre les applications. Le programme des solutions EAI<sup>2</sup> :

- L'interface différentes applications d'une manière facile ;
- La gestion des échanges à partir d'une plate-forme unique ;
- Le développement étape par étape : Il s'agit de créer un plateau entre les différents progiciels de l'entreprise. Les nouveaux projets d'EAI proposent une plate-forme située au cœur du réseau et qui centralise au sein d'un même référentiel les liens et les interactions entre les applications.

#### 1.2.3.2. Entreprises Ressource Planning

« Les ERP sont des progiciels qui couvrent toutes les fonctions de l'entreprise ; les achats, les ventes, les stocks, la finance, la logistique et la fabrication. Ils ont la vertu d'amener les entreprises à adopter un même mode de fonctionnement, d'avoir une vision financière intégrée, de partager les mêmes informations en évitant les doubles saisies et les interfaces informatiques ». <sup>3</sup>

L'ERP entreprise ressource planning, en français progiciel de gestion intégré. L'ERP est une application informatique qui permet de centraliser et de gérer l'ensemble des processus d'une

---

<sup>1</sup><https://www.archivage-numerique.fr/ged/>, Consulté le 03-10-2022 à 10h43.

<sup>2</sup><https://blog.hubspot.fr/marketing/eai-definition>, Consulté le 10-10-2022 à 12h55

<sup>3</sup> QUELENNEC Claude, « ERP, levier de transformation de l'entreprise », édition Lavoisier, 2007, Paris, P.17.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

entreprise, elle permet l'intégration des systèmes d'information de gestion de manière continue.

### 1.2.3.3. Groupware

C'est un processus de travail de groupe désignant les outils informatiques, facilitant le travail d'équipe de projet, il offre une meilleure complémentarité à la messagerie électronique. Ce genre de logiciel utilise tous type de réseaux, publique ou privé et bien entendu internet, intranet et extranet. Ce dernier ouvre la voie vers une nouvelle façon de travailler, car il permet la coordination, la coopération et la communication.

### 1.2.4. La modélisation des tâches

Selon la définition donnée par CIGREF :

« Un workflow est un outil informatique dédié à la gestion des procédures. Cet outil définit, gère et exécute des procédures en exécutant des programmes dont l'ordre d'exécution est prédéfini dans une représentation informatique de la logique des procédures. Une procédure est un ensemble coordonné d'actions ou d'opérations qui sont reliées en série ou en parallèle, dans le but d'atteindre un objectif commun ». <sup>1</sup>

Les applications de Workflow permettent la circulation automatique des documents, leur traitement dans les délais prescrits par les opérateurs tout au long des différents processus et un feed-back rapide à l'opérateur concerné. L'information final est stockée dans une base de données et retournée à l'émetteur pour information et action éventuelle.

## Section 3 : Les effets des TIC sur les entreprises

Les TIC ont un impact sur l'ensemble des fonctions de l'entreprise. Elles représentent aujourd'hui un outil majeur de la compétitivité et de développement de l'entreprise. C'est ainsi que le Web devient un vecteur de communication incontournable.

La mise en place des TIC dans l'entreprise insiste sur l'affaiblissement correspondant de la hiérarchie, les mutations affectant non seulement des niveaux mais aussi des activités hiérarchiques. Les TIC tendent à transformer l'entreprise traditionnelle en une entreprise

---

<sup>1</sup>BRIFAUT Jean Pierre « Systèmes d'information en gestion industrielle », 1999 ,p.43.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

numérique ou les informations sont véhiculées grâce à des systèmes d'informations numériques.<sup>1</sup>

## 1. L'implication des TIC dans les différentes fonctions de l'organisme

Avec leurs intégration sur l'ensemble de l'entreprise et en influençant sur la stratégie, la structure et l'organisation de travail, les TIC affectent toutes les fonctions de l'entreprise.

### 1.1. Les TIC et la gestion ressources humaines

Ils'agit d'adhérerlestechologies àlacultured'entrepriseetdepermettreaux employésdes'intégrerrapidementetefficacement..LesTIContfacilitéledéveloppementdel'apprentissageenligneou«e-learning»,unoutilquelesentreprisesutilisentparfoispourdévelopperlescompétencesdeleursemployés.Les entreprises ont recours à la messagerie instantanée (outil mi-chemin entre l'e-mail et le téléphone), pour développer les échanges entre employés.

Selon l'Union Européenne l'e-Learning est « L'utilisation des nouvelles technologies multimédias de l'Internet pour améliorer la qualité de l'apprentissage en facilitant d'une part l'accès à des nouvelles ressources et des services, d'autres part les échanges et la collaboration à distance ».<sup>2</sup>

Ces plateformes d'apprentissage permettent<sup>3</sup> :

- Une formation«enfaceàface»,oùleformateuretl'apprenantsontàproximité,oud'uneformation«àdistance»,oùleformateur n'apasdecontactdirectavecl'apprenant.Ilpermetunecomcommunicationsynchronedirecteetinstantanéesansperdre detempsendéplacement.

- La circulation des informations, estl'unedessourcesd'unecomunicationréussie.LagénéralisationdesTICestunoutilprivilégiépourfaciliterleséchanges.

---

<sup>1</sup>Abdelkader RACHEDI « L'apport des T.I. C sur la performance de l'entreprise algérienne », thèse doctorat, Université de SAIDA,2015, P.78.

<sup>2</sup><https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52002PC0751> , Consulté le 25-09-2022 à14h26.

<sup>3</sup><https://www.cegelem.fr/actualites/limpact-des-nouvelles-technologies-sur-les-ressources-humaines>, Consulté le 15-09-2022 à 11h15.

-  
Stockez les données et transformez les informations en connaissances et en valeur ajoutée pour l'entreprise. Elles doivent repenser leurs systèmes organisationnels pour s'adapter à ces évolutions et comprendre comment utiliser les TIC comme outil stratégique de communication interne et de gestion d'équipe.

## **1.2. Les TIC et la logistique**

Le SCM ou la GCL est « la gestion de la chaîne logistique », est considéré comme le nerf de bataille logistique. L'objectif est de globaliser, de consolider et d'optimiser les flux d'information, du fournisseur jusqu'au distributeur, tout au long de la chaîne de valeur.

Avec l'avènement des nouvelles technologies, la logistique conditionne l'ouverture vers la plus forte proximité possible et l'interactivité. Elle optimise la communication en proposant d'accéder à l'intimité du client.<sup>1</sup>

La gestion intégrée et optimisée des flux constitue un véritable levier pour la performance de la chaîne logistique, levier d'autant plus important que l'approche en soit globale. Pour un bon fonctionnement du SCM quatre clés sont nécessaires :

### **1.2.1. Le positionnement**

Ça veut dire le choix d'orientation stratégique et structurelle pour optimiser les opérations logistiques. Les éléments à prendre en compte sont les objectifs financiers et commerciaux mais aussi l'engagement de ressources humaines dans le processus.

### **1.2.5. L'intégration**

C'est-à-dire les moyens mis en place pour synchroniser l'ensemble de la chaîne logistique, la capacité à développer des relations de coopérations, le partage de l'information entre les partenaires.

### **1.2.6. La réactivité**

---

<sup>1</sup> KHELIL Abderrazek, « L'impact des NTIC sur le marketing bancaire », Revue des sciences humaines, Université Mohamed Khider Biskra N°09, 2006, pp. 34, 35.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

S'adapter aux besoins du client et aux contraintes du marché pour assurer les meilleurs performances de production, et ce à travers les veilles d'information et la flexibilité. La réactivité concerne toute la chaîne logistique.

**1.2.7. La mesure** Elle permet d'évaluer l'évolution de la chaîne logistique.

## **1.3. Les TIC et le mangement**

Les Technologies de l'Information et de Communication mettent à disposition une énorme source d'information, rapidité d'accès, interactif, transversalité, disponibilité immédiate. L'usage des TIC permet aussi aux managers d'avoir une meilleure maîtrise des flux d'information, des flux économiques et une meilleure sécurité des informations de l'entreprise elle permet de surcroît d'éviter les déperditions d'information.

L'impact des TIC sur le management revient à se positionner alors sur un certain nombre de points qui sont <sup>1</sup> :

- Permettre de relier les postes de travail entre salariés à distance, cela renforce leurs « mobilité » : ont abouti à un travail plus collectif ;
- matérialise la relation de confiance entre l'entreprise et les employés ;
- Une plus grande flexibilité de la gestion ;
- Une évolution du système de valeur de l'entreprise ;
- Un contrôle renforcé du travail et facilite la circulation d'informations, l'entreprise peut ainsi développer l'autonomie des employés et donc les responsabiliser.

## **1.4. Les TIC et le système d'information**

Les TIC permettent la collecte, le stockage, le traitement, et la communication de l'information, ces technologies augmenter le volume des informations à traiter, la capacité de mémorisation, la vitesse de traitement des données et des informations tout cela est assuré par une gestion électronique des informations qui permet à l'entreprise de : queder disposer d'unemined'informations plus fiablesetaccessibles<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup><http://irenekabadjeu.unblog.fr/impact-des-tic-sur-le-management/>, Consulté le 02-10-2022 à 22h51.

<sup>2</sup> JACKY Akoka et ISABELLE Comyn-Wattiau, « encyclopédie de l'information et des systèmes d'information » .P.62

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

Les Technologies de l'Information et de la Communication, rendent le Système d'Information plus performant aussi bien pour les informations opérationnelles que les informations décisionnelles.<sup>1</sup>

- Informations opérationnelles : amélioration des opérations de collecte (scan, capteur, numérisation, ...), de traitement (amélioration des applications, ...) et de diffusion (partage en réseau),
- Informations décisionnelles : amélioration des opérations de stockage (performance, coût, fiabilité, ...) et de traitement des informations opérationnelles (amélioration des applications). Les TIC permettent de partager l'information, réduire les délais, traiter l'information en temps réel, etc.

## 1.5. Les TIC et la fonction commerciale

L'activité commerciale étant considérée comme la principale porte d'entrée des flux financiers dans beaucoup d'unités économiques. Les entreprises, mesurent leurs performance commercial avec les coûts et l'amélioration de la qualité des produits ou services en raison (augmentation du nombre de commandes, des ventes, réduction de délai de livraison, des délais crédit client avec une augmentation des délais fournisseurs) ainsi que l'amélioration du taux de rotation des stocks.

## 1.6. Les TIC et la fonction comptable

L'utilisation des technologies relatives à l'information et à la communication, peut permettre un certain nombre d'impacts sur la fonction comptable, à savoir <sup>2</sup>:

- Intégration des étapes du cycle d'exploitation (achat, fabrication, expéditions, facturation, paiement, etc.) pour aboutir à la comptabilisation automatique des écritures traduisant les événements de la vie de l'entreprise ;
- Permettre le lien entre la comptabilité financière et la comptabilité de gestion à partir de la même source d'information ;

---

<sup>1</sup> Idem .P.64

<sup>2</sup> FIDELE. Nwamen. « Impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance commerciale des entreprises », Revue, 2006.P. 125.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

- Réduction des erreurs de saisie et information plus fiable et faciliter les transactions comptables ;
- Facilitation des taches de contrôle automatique de l'information comptable et financière ;
- Intégration de toutes les données de gestion au sein de bases communes cohérentes et partagées par tous les modules fonctionnels ;
- Permettre un reporting financier et pilotage de la performance plus efficace.

## 2. L'influence des TIC sur les activités des organismes

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont un impact considérable sur le fonctionnement des entreprises, elles deviennent des outils indispensables au service de la stratégie de l'entreprise, elles contribuent à améliorer le fonctionnement des processus, en termes de capacité et de qualité.

### 2.1. Apport des TIC sur la prise de décision

L'information à un rôle déterminant dans la compétitivité des organisations, car l'efficacité décisionnelle repose sur la capacité de disposer d'information utile au moment opportun. Dans l'organisation, l'appropriation exclusive d'une information privilégiée peut créer un avantage concurrentiel permettant de soutenir la compétitivité.<sup>1</sup>

Les TIC peuvent être utilisés pour gérer les informations les plus importantes de l'entreprise, qui vont donc prendre une importance stratégique.

On parle de veille stratégique et d'intelligence économique, qui vont permettre à l'entreprise de mieux connaître son environnement, que ce soit ses clients, ses fournisseurs, et ses partenaires, mais aussi ses concurrents, les TIC sont aussi « un moteur de l'évolution de nouveaux couples produits marchés, sur de nouveaux modes de gestion stratégique dans un environnement concurrentiel, de plus en plus turbulent. À travers les TIC, le dirigeant de Nemer Rabima, Hamdani Nadjat, Kara Ibtissam, « Impact des TIC sur le processus de décision stratégique une étude basée sur un échantillon des PME Algériennes dans le secteur des services ».2015 l'entreprise maîtrise l'information. Ce qui permet à l'entreprise de

---

<sup>1</sup> Nemer Rabima, Hamdani Nadjat, Kara Ibtissam, « Impact des TIC sur le processus de décision stratégique une étude basée sur un échantillon des PME Algériennes dans le secteur des services ».2015.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

contrôler ses systèmes productifs, de gestion commerciale, financière, humaine et informationnelle ».<sup>1</sup>

Les technologies de l'information et de la communication permettent une meilleure :

- Diffusion de l'information, un accès facile à celle-ci, donc un partage à priori des informations plus facile.
- Le développement en matière de technologies de l'information et de la communication a permis aux entreprises de se doter de nouveaux moyens et supports pour échanger, diffuser l'information en réduisant les contraintes en termes de temps et d'espace.
- Les technologies de l'information et de la communication visent souvent à fournir « la bonne information » aux décideurs. Les technologies de l'information et de la communication limitent le risque de déformer le sens de l'information, en la rendant plus pertinente.
- L'accès à l'information par un grand nombre de personnes dans l'entreprise peut contribuer à la décentralisation de la prise de décision.

## 2.2.Effet des TIC sur le contrôle organisationnel

Les TIC jouent un rôle au cœur du processus de contrôle, du fait qu'elles contribuent à la transmission de l'information et la contribution à la coordination au sein des organisations.

Comme l'indique ZUBOFF, la technologie « accroît de manière forte les capacités d'enregistrement, de stockage, d'analyse et de transmission de l'information, une façon qui répond aux contraintes de flexibilité, de prévision, de rapidité, d'indépendance spatiale, de volume et de complexité. La technologie a une capacité unique de restructurer les opérations qui dépendent de l'information à des fins de transaction, d'analyse, de contrôle, ou de communication ».<sup>2</sup>

Les TIC fournissent des informations essentielles et des capacités de surveillance pour les processus de contrôle. Ils sont utilisés pour influencer le contrôle des sous-actions, y compris la supervision directe, grâce à la capacité de suivre les actions et de donner des instruc-

---

<sup>1</sup> FIDELE. Nwamen. « Impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance commerciale des entreprises », Revue, Cit op pp.111 ,121.

<sup>2</sup> LECLERCQ-VANDELANNOITTE Aurélie, « victime ou coupable ? Repenser le rôle du contrôlé dans la relation entre contrôle, information et technologies de l'information », la revue Système d'information et management 2017,P. 49 à 80.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

tions en temps réel. Ils contribuent également à une gestion ciblée en clarifiant les responsabilités et en communiquant des informations sur les objectifs et les résultats à atteindre.

Elles rendent le travail plus visible et sont de fait susceptibles d'affecter la capacité de contrôle du manager et plus largement, la relation managériale. En outre, la capacité de mémorisation des TIC permet d'enregistrer les performances et de tracer en permanence les actions des collaborateurs : le contrôle des managers ne se limite donc plus à l'observation des actions, ou à la supervision directe, mais peut porter également sur les actions passées.

## 2.3. Impact des Tic sur le travail

Le rôle des TIC apparaît déterminant pour l'activité quotidienne des employés (y compris ceux qui ne sont pas utilisateurs), pour l'organisation de l'entreprise, pour ses décisions stratégiques et les changements qu'elle connaît.

Le travail à distance ou télétravail peut être vu comme un moyen d'aménager son temps de travail. Il se caractérise principalement par le recours aux télécommunications, et l'exécution d'un travail en un lieu différent du lieu de travail traditionnel.

Le CARTAL définit le télétravail « Comme une modalité d'exécution du travail exercé à distance, à temps plein ou à temps partiel, en utilisant les modes de communication électroniques, informatiques et télématique ».<sup>1</sup>

C'est la nouvelle forme de travail où les technologies de l'information et de communication ont, certainement, le plus de résultats visibles car « Un télétravailleur est d'abord celui ou celle qui, s'il était coupé des télécommunications, serait incapable d'exercer son activité professionnelle ».<sup>2</sup>

Cela se traduit par la délocalisation physique du travailleur par rapport à son lieu habituel de travail au sein de l'entreprise vers, soit son domicile, soit un centre spécialisé de télétravail ou des bureaux partagés communiqués.

Très peu, voire aucune entreprise ne peut se passer de nouvelles technologies pour se simplifier le travail, rien qu'en utilisant un simple traitement de texte, le téléphone ou tous les moyens de communication électronique tels que les emails, les réseaux sociaux, les messageries instantanées etc.

---

<sup>1</sup> SAADOUN Melissa , « Avec le temps », Edition d'organisation ,1998.p105.

<sup>2</sup> ETTUIGHOFFER Denis, « L'entreprise virtuelle », Edition d'organisation, paris, 2002, p25.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

Certaines caractéristiques de l'impact des TIC sur le travail ont été établies, elles dessinent des tendances qui s'exercent dans des proportions souvent importantes <sup>1</sup>:

- La remise en cause des cadres traditionnels de l'espace et du temps de travail notamment manifestés par le télétravail et le travail nomade.
- L'abstraction liée à la dématérialisation des tâches ou à l'emploi d'interfaces homme-machine numérisées, où il n'y a pas de support ou d'intervention physique;
- La transparence et la traçabilité : Toute activité du réseau peut être stockée et son enregistrement est accessible à des tiers ;
- L'abondance de l'information, celle qui concerne directement l'entreprise grâce à ses bases de données interrogeables ou ses tableaux de reporting, ainsi que l'information accessible par les réseaux ouverts vers l'extérieur : Internet, Extranet, échange de données informatisé (EDI) ;
- Une interactivité plus grande des utilisateurs, rendus beaucoup plus accessibles et rapidement « sollicitables ».
- Un recours accru à l'écrit, qui constitue l'essentiel des échanges d'informations numérisées entre utilisateurs ;
- Une dynamique de changement produite par la fréquence de l'évolution du système d'information et du renouvellement de ses outils.

### 3. Stratégie de l'entreprise face aux TIC

Les stratégies d'usage des TIC ne sont pas forcément homogènes dans les entreprises. Elles changent selon la nature de l'organisation, la nature des acteurs et leurs comportements. Il s'agit d'évaluer le niveau de changement de la stratégie de l'entreprise par rapport à l'introduction des outils TIC, de même que les implications sur la cohérence « stratégie d'entreprise / stratégie TIC » et de connaître le niveau de conscience des dirigeants quant à l'importance des TIC.

L'implantation des TIC dans les entreprises performantes semblent dégager un consensus sur le fait que les TIC sont implantés pour soutenir la stratégie préétablie. Dans ce

---

<sup>1</sup>Vancrayelynghe, Charlotte « Quels impacts ont les technologies de l'information et de la communication dans l'activité des cadres et qu'en est-il de leur perception par rapport à la déconnexion ? » 2017-2018, P.8..

## Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

cas-là l'implantation des outils technologiques n'a pas engendré des modifications en termes de stratégie.

« Les NTIC constituent un avantage concurrentiel » et « l'introduction des NTIC à induit des modifications dans la stratégie ». <sup>1</sup> Une grande proportion des entreprises TIC performantes, juge l'existence d'un bon niveau de cohérence entre les outils technologiques introduits et la stratégie d'entreprise. Une cohérence qui laisse entendre un alignement acceptable entre les TIC utilisées et la stratégie d'entreprise.

Cela implique, d'une part, que les objectifs en termes de performance fixés par les dirigeants sont soutenus par les outils technologiques nécessaires. Et d'autre part, que le comportement des dirigeants est réfléchi, puisqu'ils adoptent les solutions TIC compatibles et nécessaires au soutien de leur stratégie, ou encore que le temps passé a permis aux acteurs des entreprises d'assurer une certaine cohérence entre les deux volets.

Ce résultat peut être soutenu par le raisonnement suivant : l'alignement stratégique implique la concentration des efforts de l'entreprise sur l'exploitation des activités existantes. Désormais, cela est vérifié dans le cadre des entreprises TIC performantes, car les avantages procurés par l'usage des TIC sont plus dans le cadre d'exploitation que dans le cadre d'exploration.

La fonctionnalité en terme stratégique accordée aux outils technologiques, est un autre élément intéressant. Les entreprises ont en vue d'améliorer la compréhension de leur environnement, notamment en terme de changement dans les règles de concurrence, et utilisent les TIC (Internet, bases de données externes) dans l'esprit affirmé précédemment par PDG de BIG INFORMATIQUE « ... à partir du moment où nous sommes constamment connecté à l'Internet, cela nous donne la possibilité de voir ce qui se fait chez nos concurrents et par conséquent d'améliorer le business et la stratégie. ». <sup>2</sup>

Les banques ont connu de profondes mutations ces vingt dernières années, se traduisant notamment par un renforcement important de l'intensité concurrentielle. Dans ce contexte plus difficile, ils doivent trouver des solutions pour rester compétitives.

---

<sup>1</sup> A. BENDIABDELLAH, D. BENABOU, A. CHELIL, « L'apport des TIC à la réalisation des performances des entreprises algériennes » Mars 2006 .P.58.

<sup>2</sup>Idem ,P.60.

# Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC ) adoption et leurs effets sur les entreprises

---

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, les banques exercent une variété d'activités innovantes. Le développement des différents types de technologie informatique permet la promotion de l'innovation dans le domaine bancaire.

La banque est étroitement liée aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, nous entendons par là le développement de l'internet ainsi que l'usage de la messagerie, qui lui sont favorables pour diminuer les coûts d'exploitation des banques, et qui constituent de fait un cycle technologique de base. Les nouvelles technologies ont désormais été adoptées et développées de manière à contrecarrer et faire face à la concurrence.

En effet, c'est un moyen qui procure à la banque un avantage concurrentiel, lui permettant non seulement d'augmenter sa part de marché, mais aussi d'en conquérir d'autres tout en essayant de préserver et de fidéliser ses clients potentiels.<sup>1</sup>

## Conclusion

L'intégration des nouvelles technologies dans les entreprises fait la différence avec le modèle traditionnel, et c'est qu'en pleine révolution numérique, les entreprises qui ne disposent pas des nouveaux outils numériques perdent suffisamment de points sur le marché des entreprises. Aujourd'hui, les entreprises doivent s'adapter à la technologie et être aussi à jour que possible. L'environnement concurrentiel dans lequel évoluent les entreprises les oblige à se renouveler en permanence et à investir dans les nouvelles technologies. C'est pourquoi la technologie est de plus en plus présente dans les entreprises.

En effet, les TIC ont joué le rôle déterminant de facteurs de croissance, en transformant l'organisation de la production, de la commercialisation, des relations clients et du fonctionnement interne des sociétés. Seulement, la composante humaine de l'entreprise a été également profondément affectée. Un nombre fortement croissant de salariés utilisant les TIC, une approche plus large apparaît nécessaire pour analyser leur condition d'usage et leur impact sur le contenu du travail.

---

<sup>1</sup> BELABDI Mohamed, « Détermination du profit des utilisateurs d'internet-banking au Québec », Mémoire présenté comme exigence pour l'obtention d'une Maîtrise en Administration « MBA recherche », 2010, P,15.

Chapitre I : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC )  
adoption et leurs effets sur les entreprises

---

*Chapitre II :*

*Utilisation et apport des TIC dans le secteur  
bancaire*

### Introduction

L'innovation technologique a contribué à la modernisation du secteur bancaire. La technologie a transformé l'accès aux services et produits financiers, cela a donné plus de choix aux consommateurs.

Les changements les plus importants concernent l'épargne, par exemple, effectuer des paiements ou contracter un emprunt en Suisse. L'innovation se concentre sur l'optimisation de la qualité de service aux clients. Tout devrait être plus rapide et plus facile, notamment en ce qui concerne les paiements et les crédits.

Dans la situation actuelle, force est de constater que les banques investissent massivement dans la technologie et la digitalisation de leurs activités. Les innovations technologiques ont amélioré l'interaction entre les institutions bancaires et leurs clients. Cela leur permet également d'améliorer davantage la qualité de leurs services. Les établissements bancaires peuvent recourir abondamment aux nouvelles technologies pour mettre en place la meilleure stratégie de communication avec les clients et partenaires. L'important est de satisfaire les utilisateurs.<sup>1</sup>

Ce chapitre s'intéressera sur l'introduction et l'utilisation des Technologie de l'Information de la Communication au sein du secteur bancaire, ensuite nous analyserons les différents apports quelles entraînent, et une section se concentrera sur l'adoption des TIC par les banques algériennes.

---

<sup>1</sup> <https://www.gtechnologies.ch/innovations-bancaires/> , consulté le 24-10-2022

### Section1 : Introduction TIC dans les banques

Les banques ont toujours utilisé des solutions technologiques pour répondre aux besoins de leurs clients. La carte bancaire a été la première innovation du système bancaire. Cependant, les institutions financières ont mis du temps à adopter les nouvelles technologies par crainte d'une baisse des niveaux de sécurité. Aujourd'hui, ces nouvelles technologies permettent de renforcer la relation client tout en enrichissant les services proposés.<sup>1</sup>

En outre, il modernise les systèmes informatiques, qui sont de plus en plus importants pour l'amélioration des opérations bancaires. Les banques font la différence grâce à une innovation de confiance pour garantir la meilleure expérience client possible.

#### 1. Numérisation du secteur bancaire

##### 1.1. Informatisation et l'automatisation du secteur bancaire

L'automatisation n'a rien de nouveau dans le secteur bancaire, avec l'introduction du premier guichet automatique bancaire (GAB) EN 1969, l'automatisation s'est installée. Depuis, les guichets automatiques sont permis au secteur bancaire de se concentrer davantage sur le service à la clientèle et d'autres besoins bancaires.

Avec l'invention d'Internet et des téléphones portables, les services bancaires mobiles ont émergé, libérant les caissiers des tâches de base comme retirer de l'argent et vérifier les comptes.<sup>2</sup>

Depuis la révolution industrielle, l'automatisation a eu un impact majeur sur la productivité économique dans le monde entier. Aujourd'hui, l'automatisation augmente la productivité des employés et améliore les résultats commerciaux. Les tâches répétitives qui dominaient autrefois la main-d'œuvre sont maintenant remplacées par des tâches plus exigeantes sur le plan intellectuel. Cela facilite la refonte des processus, améliore l'expérience client et permet des opérations plus efficaces.

Qu'ils agisse de traiter de gros volumes de demandes de renseignements et de recommandations de clients, de lutter contre la criminalité financière ou de gérer la gestion courante des comptes, l'automatisation peut réduire les coûts commerciaux et la gêne des

---

<sup>1</sup>Meriem HaouatAsli « Open innovation : quels enjeux pour le secteur bancaire ? ».2012.

<sup>2</sup>Ketty Colom « Comment l'automatisation modifie le secteur bancaire ».2019.

clients.<sup>1</sup> Elle libère également le personnel des tâches qui nécessitent une précision fastidieuse adaptée aux logiciels, leur permettant de se concentrer sur la création de valeur commerciale grâce à un service personnalisé avec une touche humaine, là où les robots ne le peuvent pas. Les clients d'aujourd'hui augmentent leur appétit pour le numérique, et la pandémie qu'a connue le monde en 2020 accélère cette tendance.

Pour concurrencer les nouveaux entrants numériques perturbateurs dans le secteur bancaire, les banques en place doivent défier la complexité des systèmes existants et devenir agiles à tout prix. Dans le même temps, la conformité aux réglementations anti-blanchiment d'argent (AML) et à la connaissance de la clientèle (KYC) nécessite l'analyse des données et le contrôle de la qualité du crédit pour atténuer le risque réglementaire. L'automatisation intelligente peut prendre en charge ce paysage en évolution rapide. De la création de meilleures interactions client axées sur la valeur sur les canaux numériques et à l'automatisation transparente de la surveillance de la fraude.<sup>2</sup>

### 1.2. L'évolution des banques par les TIC

Les personnes en contact avec les institutions bancaires perçoivent des changements, en effet la banque recherche de meilleurs moyens de gestion des services personnalisés et à la numérisation de l'accès à ces services, émergence des distributeurs automatiques de billets et des banques.

Internet et les réseaux électroniques sont de nouveaux canaux de vente. Un nouvel outil d'achat qui impacte fortement les transactions inter entreprises sur la nature de la relation entre clients et fournisseurs<sup>3</sup>: collaboration en ligne de la chaîne d'approvisionnement, automatisation des processus d'achat, négociations en ligne. La vente multi canal est un problème critique et souvent insoluble pour de nombreuses entreprises aujourd'hui.

Les banques veulent investir davantage dans les nouvelles technologies pour gagner en efficacité et sa productivité et sa capacité technique à traiter les informations résultant de la disponibilité du marché telles que les campagnes de communication, les offres promotionnelles, les niveaux d'activité et les demandes des clients. Maîtriser les coûts et

---

<sup>1</sup> Johnson Matthey « politique de lutte contre la criminalité financière ».2019, PP.1-10.

<sup>2</sup> Idem, PP.1-10.

<sup>3</sup> Eric Brousseau et Nicolas Curien « économie de l'internet », revue économique ,P.52.

réaliser des économies d'échelle, la rentabilité d'une banque est pénalisée par les coûts opérationnels (frais généraux ou frais de structure), notamment les coûts de réseau.<sup>1</sup>

Le cadre bancaire a subi de nombreux changements induits par divers facteurs. Changements à la fois de l'environnement socio-économique et des habitudes de consommation. L'impact des technologies de l'information et de la communication et Les réseaux du secteur bancaire en particulier sont reconnus depuis les années 1970. Les TIC ont entraîné une double évolution au sein de la banque, sue le traitement interne de l'information et développement des relations intra-professionnelles, d'autre part, au sein du réseau inter bancaire. En revanche, ils ont été configurés comme suit: Excellent accès aux marchés des capitaux et a facilité la création de marchés électronique dans le monde.

## **2. Adoption des nouvelles technologies par la banque**

### **2.1. Le réseau SATIM**

Le réseau SATIM est l'un des instruments techniques interbancaires d'accompagnement du programme de développement et de modernisation des banques et particulièrement des promotions de paiements par carte.

Les missions principales de SATIM se situent sur trois (03) axes :

- Assure la personnalisation des chèques pour les établissements bancaires.
- Le développement et la gestion de système monétique interbancaire basé sur l'utilisation d'un réseau de transmission de données et de personnalisation des cartes à puce interbancaire sécurisée.
- La modernisation des instruments de paiements de masse par la carte interbancaire. La SATIM met en place le retrait par carte interbancaire à partir des DAB et GAB en mettant en place le (RMI).<sup>2</sup>

Les avantages liés aux fonctionnements de cette société est la disponibilité du service (système opérationnel H 24/24 et J 7/7) et la disponibilité de l'argent en tout moment et surtout de la sécurité.

---

<sup>1</sup> MAHMOUDI Roza et AMRAOUI Anis « L »introduction des TIC dans le domaine bancaire », Mémoire UMMTO.2019.P.14.

<sup>2</sup> BEZZOU Fatima, HAMACHE Souad : « Essai d'analyse des coûts d'installations des réseaux de communication bancaire », Master, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, juin 2015. PP. 30-33

### 2.2. Le RMI

Le RMI (réseau monétique interbancaire) a été mis en place en 1996, sous la gestion de la SATIM, c'est un système de paiement en ligne qui constitue un projet ambitieux afin de permettre aux banques adhérentes au RMI d'élargir leurs réseaux et d'accepter des paiements par carte interbancaire (CIB). Ce réseau autorise les transactions émanant du web via les sites des commerçants connectés à ce système tout en réduisant les coûts de maintenance et d'évolution.

L'adhésion au RMI nécessite la réalisation de plusieurs conditions telles que :

- La signature d'une convention interbancaire ;
- La signature de contrat commerçant entre la banque acquéreur et son commerçant, en double exemplaire (un pour la banque et l'autre pour le commerçant).

Le RMI assure :

- La mise en disposition de DAB par RMI aux banques adhérentes ;
- L'intégration de terminaux de paiement électronique (TPE) ;
- L'interbancaire des transactions de retrait et de paiement effectués sur le RMI pour tous les porteurs des banques adhérentes ;
- Assurant les échanges de flux financiers entre adhérents et organismes de compensations.

### 2.3. Banque à distance

L'internet est accessible à une vaste clientèle, avec un coût d'équipement très abordable, une facilité d'utilisation, une multiplication des possibilités d'accès (téléphone, câble, web-phone), ainsi qu'une forte standardisation des technologies de l'internet offrent un cadre d'utilisation international.<sup>1</sup>

Une banque mobile souhaitait faciliter la vie de ses utilisateurs, en plus des services traditionnels qui permettaient de visualiser les entrées et sorties d'argent. Certaines des fonctionnalités innovantes qui ont depuis été reproduites par les banques traditionnelles et en ligne incluent :

---

<sup>1</sup> BERNARD Michel, « Banque et nouvelles technologies », Edition Horizons bancaire, numéro 316, février 2003, P. 21.

- Solde du compte en temps réel. Grâce aux notifications, les clients peuvent savoir exactement combien d'argent restant dans leur compte courant. Classification des dépenses. Observer la nature des dépenses selon différents postes budgétaires (logement, repas, vacances, loisirs, etc.).
- Blocage et déblocage automatique des cartes bancaires. En cas de vol ou de perte du moyen de paiement, la banque peut immédiatement bloquer la carte bancaire.
- Modifiez les limites de paiement et de retrait. Ces limites peuvent être ajustées en cas de dépenses imprévues.
- Transfert immédiat par SMS. Avec l'IBAN on peut effectuer des transferts et transaction à d'autre compte.

### 2.4. Monnaie électronique

La monnaie électronique peut être considérée comme le stockage électronique d'une valeur monétaire sur une carte prépayée ou un appareil électronique (souvent un téléphone portable) qui peut être utilisé par le plus grand nombre de personnes possible pour effectuer des paiements. Le montant déposé constitue également une charge pour l'émetteur de monnaie électronique, de sorte que le client peut demander à tout moment le remboursement des fonds utilisés pour acheter la monnaie électronique.

La monnaie électronique fait désormais partie de la vie quotidienne de milliards de personnes, en particulier dans de nombreux pays en développement où beaucoup n'ont pas accès aux systèmes bancaires.<sup>1</sup>

Les utilisations des cartes peuvent être regroupées en trois niveaux distincts <sup>2</sup>:

- L'identification ;
- Le paiement ;
- Le crédit.

### 2.5. Carte interbancaire

Une carte bancaire est un Support d'identification délivrée par une Banque à son Client pour permettre de remplacer la monnaie et le chèque dans le règlement de ses achats.

---

<sup>1</sup><https://www.imf.org/fr/Blogs/Articles/2021/12/14/blog121421-making-electronic-money-safer-in-the-digital-age> Consulté le 15-10-2022 à 21h39

<sup>2</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Monnaie\\_%C3%A9lectronique](https://fr.wikipedia.org/wiki/Monnaie_%C3%A9lectronique) consulté le 15-10-2022 à 21H58

La carte bancaire a une gamme qui comporte quatre niveaux distincts par les possibilités d'usage : carte badges, cartes nationales, cartes internationales et cartes internationales de prestige :

### **2.5.1. La carte badge**

À deux versions, la carte retrait et la carte jaune. Ces cartes permettent le retrait d'espèces aux guichets automatiques, elles offrent également la possibilité de connaître le solde des comptes et les dernières opérations effectuées.

### **2.5.2. Les cartes nationales**

Ces cartes de niveau 2, sont régies par les accords interbancaires, elles peuvent être personnelles ou professionnelles et offrent deux options : débit rapide ou débit différé.

Dans le premier cas, le compte du porteur est débité dès l'arrivée de la transaction, dans des délais analogues à ceux de l'encaissement d'un chèque. En revanche, dans l'option débit différé, le compte du porteur est débité mensuellement, à date fixe, avec un délai pouvant atteindre quatre à cinq semaines.

### **2.5.3. Les cartes internationales**

Ces cartes, définies par le niveau 3 des accords interbancaires, leur usage est étendu au paiement international. Les cartes bancaires internationales reflètent l'héritage de la situation antérieure à l'interbancaire en étant regroupées en deux réseaux :

- Visa (réseau Carte Bleu) ;
- Eurocard-Mastercard (réseau mutualiste).

Chacun de ces deux types de cartes présente des spécificités. Parmi les similitudes, il faut mentionner tous les usages affectés à la carte nationale tant en matière de retrait que de paiement. Cependant, à ces usages s'ajoute le retrait d'espèces à l'étranger. Les deux cartes offrent, des services et des garanties communes allant bien au-delà des avantages de la carte nationale <sup>1</sup>:

- Une assurance contre la perte ou le vol de carte ;
- Une assurance accident-voyage si les frais ont été réglés par carte ;
- Une assurance invalidité-décès qui couvre le titulaire de la carte.

---

<sup>1</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Monnaie\\_%C3%A9lectronique](https://fr.wikipedia.org/wiki/Monnaie_%C3%A9lectronique) consulté le 20-10-2022 à 12H15

### **2.5.4. Les cartes bancaires internationales prestige**

Ces cartes « haut de gamme » définies par le niveau 04 des accords interbancaires, sont des cartes internationales de paiement qui offrent de multiples services<sup>1</sup> :

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

### **2.5.5. Les cartes à puce**

La nouvelle génération de cartes est souvent appelée carte à mémoire, carte à puce ou carte à micro-processeur. L'utilisation de ces dénominations n'est pas réellement indifférente. La première, carte à mémoire est souvent impropre : toute carte, perforée ou à puces magnétiques, peut constituer un outil de stockage de l'information. Brevetée dès la fin des années 60, les cartes à puce séduisent le secteur bancaire à travers le monde. En 1996, le portefeuille électronique PROTON fait son apparition en Belgique<sup>2</sup>.

Il est intégré directement à la carte de débit depuis 1998. Parmi ces cartes à puce on trouve plusieurs types il y a :

#### **2.5.5.1. La carte à mémoire simple ou carte « porte-jetons »**

Contient une puce au rôle limite au stockage d'informations et utilisée pour le compte ou le décompte des droits du porteur ;

#### **2.5.5.2. La carte à logique câblée**

Dispose de capacités de mémoire moins limitées. Cette carte est également utilisée pour le décompte des droits d'accès à des prestations qui ne sont facturées qu'après consommation.

#### **2.5.5.3. La carte à microcalculateur**

Comporte des fonctions plus étendues. Le minuscule ordinateur qu'elle contient permet de stocker des informations et de gérer toutes ses relations avec son environnement.

---

<sup>1</sup> M. Zollinger, « Monétique et marketing », Edition Librairie Vuibert, février 1989, p.p. 37- 39-41

<sup>2</sup>M. Zollinger, « Monétique et marketing »,cit ,op,14.

### 2.6. Le GAB/DAB

Le GAB est un appareil électronique et électro mécanique permettant d'effectuer des transactions bancaires en libre-service. Différents modèles de GAB permettent de faire des retraits, acceptent des dépôts en espèces ou par chèque, ordonnent des transferts de fonds, impriment des mises à jour de carnets de chèques, augmentent le montant d'une carte d'appel téléphonique voire vendent des timbres-poste. En Suisse, en Espagne, au Portugal (réseau Multibanco) et au Canada, il est aussi possible de régler certaines factures via un GAB.

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

Les GAB permettent l'authentification sécurisée des porteurs de cartes grâce au numéro d'identification personnel (NIP), souvent désigné par sa traduction en anglais Personal Identification Number (PIN).

Certains GAB permettent de changer le NIP. Quelques GAB reconnaissent les cartes à puce.

En Suisse, le terme bancomat fait référence à tous les appareils des établissements bancaires, alors que le terme postomat fait référence uniquement aux appareils de PostFinance.<sup>1</sup>

#### - La différence entre un DAB et un GAB

Un DAB est un appareil moins sophistiqué qu'un Guichet Automatique Bancaire (GAB) qui permet de retirer de l'argent, mais aussi d'effectuer certaines opérations : impression de RIB, dépôt d'espèces, commande ou remise d'un chéquier, consultation des soldes et des dernières opérations, virements, etc. En revanche, le GAB comme le DAB permet de retirer des espèces dès lors que l'utilisateur est porteur d'une carte bancaire.

### 2.7. E-Banking

L'E-Banking (ou banque en ligne) permet de réaliser des opérations bancaires en ligne via un site web. Il s'agit notamment de payer des factures, demander un crédit, déposer des chèques, vérifier le solde de son compte ou encore transférer des fonds. Autrement appelé « banque

---

<sup>1</sup>[http. // fr.Wikipedia.org/Wiki/carte-puce](http://fr.Wikipedia.org/Wiki/carte-puce), consulté le 16-10-2022 à 20h56

Internet » ou encore « banque virtuelle », l'e-banking est incontournable aujourd'hui, à l'ère du tout digital.<sup>1</sup>

Le service bancaire électronique fonctionne selon un système informatique qui enregistre la propriété des fonds et prend en compte les transferts réalisés. Pour y accéder, l'utilisateur a généralement besoin de s'identifier avec un code d'accès (comme un numéro d'identification personnel).

L'e-banking propose de très nombreux services et des fonctionnalités adaptées pour tous les profils. Cela s'accompagne de droits, de responsabilités et de frais à ne pas négliger. Les entreprises ont la possibilité de réaliser des transactions sur le web : ces actions sont cryptées, ce qui assure des transactions plus sûres, transparentes et sécurisées.

Entre autres services proposés par l'e-banking on trouve <sup>2</sup>:

- La consultation des relevés de compte ;
- Le téléchargement de certains documents comme votre avis d'impayés ou encore votre avis de domiciliation ;
- La possibilité de récupérer des informations sur vos virements ;
- Le déclenchement du paiement des salaires par virement ;
- Le paiement des factures et/ou de ses fournisseurs ;
- L'encaissement des créances ;
- La gestion optimale de sa trésorerie, avec un rééquilibrage si besoin via des virements.

### **2.8.Terminal de Paiement Electronique**

La TPE est un appareil électronique de plus en plus utilisé par les commerçants du monde entier. Il est composé d'un boîtier en plastique, d'un écran, d'un clavier et d'un lecteur de carte.

---

<sup>1</sup> KHEDIM Mohammad mehdi : l'adoption de système d'information « l'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien », master, université Abou bakrbelkaid, Tlemcen, 2015-2016, p.67

<sup>2</sup> BOUCHELIT Rym : « les perspectives d'e-banking dans la stratégie e-Algérie 2013 », thèse doctorat, université Abou bakrbelkaid, Tlemcen, 2014-2015, p.p.92, 100.

Il est équipé d'un (pin pad) pour la saisie de code confidentiel et connecté en permanence au centre de traitement de la SATIM. Il met en lien 4 partis indispensables pour valider un paiement :

- Le propriétaire de la carte bancaire ;
- Le commerçant ;
- La banque du commerçant ;
- La banque du propriétaire de la carte.

Par exemple, en France son omniprésence et sa facilité d'utilisation font du terminal de paiement électronique un élément indissociable du paysage des transactions financières.

### **Section 2 : Utilisation des TIC et leur apport dans le secteur bancaire**

Face à la révolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication, le secteur bancaire doit intégrer les nouveaux instruments pour se conformer à ce monde mouvant

Durant les dernières décennies, un certain nombre d'innovation et de révolutions technologiques est intervenus dans le secteur bancaire, notamment en matière d'information, de services et de méthodes de commercialisation.

#### **1. L'utilisation des TIC par les banques**

##### **1.1.La place des TIC au sein des Banque**

La performance des banques a suscité l'importance et l'engouement sur les canaux électroniques de distribution et de communication dans le secteur bancaire. Très peu d'études semblent avoir tenté de connaître les impacts réels du degré d'intégration de ces canaux sur la performance de la banque.

En effet, cette technologie va faire apparaître des opportunités extraordinaires ainsi que des échanges commerciaux de plus en plus dématérialisés. Néanmoins, celle-ci pourrait bien inquiéter quant aux risques en matière de cybercriminalité pesant et sur les biens des particuliers et sur ceux appartenant aux entreprises.

### 1.2.Degré d'utilisation des TIC dans le secteur bancaire

Les banques sont intégrer les technologies de l'information et de la communication dans leurs fonctions et leurs systèmes. Un facteur clé de succès pour une banque elle s'exprimer sous la forme d'un réseau de confiance. L'intégration des TIC doit donc tenir compte de cet aspect.

Les ite Internet est une solution attractive et innovante pour les banques. Cela représente un nouveau canal de sensibilisation et de promotion des produits et services financiers. Les raisons de l'émergence et l'utilisation des technologies de l'information et de la communication :

La première raison est d'approfondir les relations et les échanges avec les clients et d'avoir des opportunités d'élargir le champ de leurs activités. Les répondants ont indiqué un certain niveau de satisfaction quanta introduction des TIC dans leurs institutions, la majorité des banques, étant en mesure d'améliorer la qualité de leurs services et d'améliorer la fiabilité de leurs processus de paiement, accélérer et fidéliser les clients.

### 2. Apport des TIC dans le secteur bancaire

L'impact des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sur la banque en général et comment les personnes en contact avec les institutions bancaires perçoivent ces changements. Recherche de meilleurs moyens de gestion des services personnalisés et numérisation de l'accès à ces services, émergence des distributeurs automatiques de billets et des banques, Internet et les réseaux électroniques sont de nouveaux canaux de vente. Un nouvel outil d'achat qui impacte fortement les transactions inter entreprises sur la nature de la relation entre clients et fournisseurs: collaboration en ligne, intégration de la chaîne d'approvisionnement, automatisation des processus d'achat, négociations en ligne. La vente multi canal est un problème critique et souvent insoluble pour de nombreuses entreprises aujourd'hui.

Les banques veulent investir davantage dans les nouvelles technologies pour gagner en efficacité, et en productivité et capacité technique à traiter les informations résultant de la disponibilité du marché, telles que les campagnes de communication, les offres

promotionnelles, les niveaux d'activité et les demandes des clients, maîtriser les coûts et réaliser des économies d'échelle<sup>1</sup>.

La rentabilité d'une banque est pénalisée par les coûts opérationnels (frais généraux ou frais de structure), notamment les coûts de réseau. Pour surmonter cette situation, les banques doivent jouer un rôle efficace dans la réduction des coûts de production et d'exploitation, l'impact des technologies de l'information et de la communication sur l'offre de produits et services est particulièrement fort là où les biens et services peuvent être numérisés (logiciels, presse, services financiers, etc.), elles peuvent également permettre la création de nouvelles formes d'offres (par exemple, les communications par e-mail).

### **2.1.Diminution des coûts de production**

Pour diminuer leur coût de production, les banques recourent davantage à la mutualisation. Cette dernière leur permet de mutualiser les investissements et réaliser les économies d'échelle en répartissant les coûts fixes sur des volumes plus importants.

### **2.2.Industrialisation de l'ensemble des processus**

Le deuxième objectif suivi par les banques est de parvenir à une automatisation puis à une industrialisation de l'ensemble de leurs processus, les banques doivent élargir leur cible de clientèle demandant d'avoir une vision globale, unique et immédiate de chaque client.

### **2.3.Passage d'une gestion traditionnelle de stock à une gestion de flux**

En interne, les TIC modifient les traitements bancaires en permettant le passage d'une gestion traditionnelle de stock à une gestion de flux, c'est-à-dire le suivi et le contrôle des échanges, avec un double mouvement : une intégration des opérations de bout en bout et leur traitement continu.

## **3. L'impact des TIC sur l'activité bancaire**

### **3.1.Sur l'efficacité des produits**

Concernant l'efficacité des produits, les banques investissent dans le domaine des innovations technologiques afin d'offrir une variété de produits et de services. La technologie a permis aux banques d'étendre la prestation des services par le biais de nouveaux canaux tels que les guichets automatiques, les services bancaires sur internet, les services de distributeurs

---

<sup>1</sup> JEAN-Hervé Lorenzi et JOELLE Durieux « Banque et Fintech : enjeux d'innovation dans la banque de détail », RB édition, Paris, 2016, PP, 36-42.

automatiques de billets sont les plus populaires des canaux de prestation de services dans les banques.

À travers les distributeurs automatiques de billets, les banques ont été en mesure d'offrir divers services comme le transfert électronique de fonds entre les comptes, le paiement de factures, les demandes de solde et les demandes de prêt. L'innovation technologique a aussi permis aux banques d'augmenter leur offre de produits, améliorant ainsi la performance opérationnelle.

### **3.2.Sur la rentabilité bancaire**

La rentabilité peut être définie comme « un indicateur de la capacité d'une banque à supporter les risques et /ou à accroître ses fonds propres ».

La rentabilité est un concept qui peut être défini comme étant la capacité d'un capital investi à produire un revenu, en d'autres termes c'est le rapport entre le résultat et les moyens mis en œuvre pour l'obtenir. La rentabilité financière d'un établissement de crédit se mesure par : L'analyse des soldes de gestion bancaires tels que : Le Produit Net Bancaire (PNB) mesure la contribution spécifique de l'établissement à la richesse nationale, le Résultat Brut d'Exploitation (RBE) faisant apparaître la capacité à engendrer une marge après imputation des frais généraux et des dotations aux amortissements, le Résultat d'Exploitation (RE) après soustraction des provisions d'exploitation qui concrétisent le risque et le Résultat Net (RN) qui revient aux actionnaires après déduction des éléments exceptionnels et divers et des impôts.

Des analystes tels que Forrester Research soulignent également que pour la plupart des nouvelles entreprises cybers, les dépenses d'exploitation représentent toujours en moyenne 170% des revenus en ligne, et le retour sur investissement ne doit pas être considéré comme une mesure de performance "au moins jusqu'à la troisième année d'augmentation". BERNSTEIN(2000), CARMICHEAL(1999)et WILDER(1999) affirment que la principale raison d'envisager le commerce électronique n'est pas le retour sur investissement, mais la capacité d'atteindre des objectifs commerciaux stratégiques.

Active Media a constaté que la majorité des dirigeants qui ont adopté les affaires électroniques l'ont fait pour suivre et protéger leur part de marché. Pendant ce temps, une étude Cyber a révélé que 60% des entreprises adoptant de nouvelles technologies voient leurs ventes augmenter, dont la moitié est due à de nouveaux clients. Les lignes sont essentielles au

succès d'une entreprise. STRAUSS(1994) et MAYERS(1995), de par leurs recherches et expériences respectives, concluent que l'utilisation des technologies de l'information «Internet» apporte des avantages économiques significatifs. Notions de marketing de service et de personnalisation, et de marketing relationnel.

### **3.3.Sur le marketing des services**

Les technologies de l'information et de la communication(TIC), par exemple, permettent une meilleure connaissance des marchés, des clients et des concurrents. Les banques dont le cœur de métier est l'e-services n'hésitent pas à investir dans le high-tech pour améliorer la qualité de leurs prestations. L'utilisation de la technologie Internet a mis au premier plan l'éthique de service des places démarché électroniquement, la perturbation la plus importante du développement technologique, donnant à des millions de consommateurs la possibilité d'apprendre et de commander à distance.

Selon Robert H Smith, la révolution des services sont deux face de la même médaille, car les applications technologiques génèrent de la connaissance, et l'information est utilisé à optimiser les prestations de services.

- La personnalisation des TIC contribuent à une individualisation des offres de produits et services dans une optique de grands volumes et à moindre couts.
- La personnalisation à grande échelle, c offrir à chaque client le choix des produits et services qui répondent le mieux à leur attentes. La technologie qui servait dans les années 1960, uniquement à la production et à la standardisation des produits, est devenu à partir des années 1997 un moyen qui permettait aux managers des entreprises d'identifier des groupes homogènes, ou on pouvait mesurer leurs tailles, et leurs potentiels de valeurs ceci étant du modèle de la segmentation.

### **3.4.Sur la gestion de la relation client**

La focalisation des entreprises sur la diminution des couts et sur leurs produits, font que ces mêmes entreprises négligent de cultiver une relation client efficace. C'est dans ce contexte que le marketing relationnel facilite l'interaction entre les firmes et les consommateurs .Ainsi l'accent mis sur le service et sur le client, conduit les entreprises à se concentrer sur le développement de nouvelles actions marketing pour construire des liens directs avec les clients.

Finalement, les conséquences des nouvelles technologies sur la gestion de la relation client, sont l'accroissement du nombre de niveau par lesquelles les entreprises interagissent avec ses clients en améliorant la qualité des services.

- Au niveau des segments, la constitution de niches et d'offre de services via la personnalisation ;
- Au niveau de l'individualisation, la possibilité des nouveaux outils CRM, contact directs, personnalisations des produits et services ;
- Au niveau du client, la coproduction de produits et de services, l'approche en libre-service, l'utilisation des ressources d'information à l'aide des systèmes informatiques, et cela se fait sans l'implication des employés.

### **3.5.Sur le marketing mix**

L'évolution technologique conduit à remettre en cause le concept traditionnel du « marketing », les « quatre principales variables du marketing mix » sont directement concernées.

Les nouvelles technologies ont virtuellement impacté toutes les disciplines connues de l'Homme, y compris le marketing. Les entreprises disposent aujourd'hui d'un nombre incalculable d'options pour atteindre leurs cibles sur les différents canaux numériques disponibles. Et les consommateurs sont désormais partie prenante des stratégies marketing interactives des marques.

Concrètement, la technologie actuelle a amélioré la capacité des entreprises à collecter et à analyser les données marketing, ouvert de nouveaux canaux de communication avec les cibles et a permis de développer de nouveaux formats de contenu publicitaire. Les technologies du big data, qui collectent un gigantesque volume de données, combinées au data mining, qui trie et analyse ses informations, permettent une meilleure connaissance du client. C'est à partir des méga données du big data que le data mining va extraire l'information pertinente qui aidera l'entreprise à prendre des décisions de marketing stratégique dans le cadre d'une approche « customercentric ».

### Section 3 : Les TIC et le secteur bancaire algérien

Les technologies de l'information et de la communication en provoquant l'apparition de nouveaux acteurs, définissent de nouvelles règles du jeu et composent de nouveaux paysages économiques. Elles offrent de nombreuses opportunités à ceux qui, les premiers, savent les intégrer au sein de leur activité, les combiner pour en tirer le meilleur parti au niveau de la qualité des prestations et les exploiter en vue d'accroître conjointement la valeur perçue par le client et la fidélité du consommateur

D'après l'article publié le 20 décembre 2020 « L'instauration d'un système de paiement électronique efficient et primordial pour les pouvoirs publics algériens », c'est ce qu'a déclaré la GIE monétique Algérie.

#### 1. L'étendue de l'intégration des TIC en Algérie

Le présent papier s'inscrit dans le cadre de la modernisation du secteur bancaire algérien, qui s'est faite en partie grâce à l'introduction des technologies de l'information et de la communication au sein des banques. L'utilisation des TIC se développe très vite, du fait de l'entrée de l'Algérie dans le processus de mondialisation et l'évolution continue et rapide des technologies de l'informatique, de l'électronique et des télécommunications. Les TIC ont bouleversé le monde du travail, tant dans la gestion et l'organisation que dans la diversité et la multiplicité des produits, notamment dans le secteur bancaire.

Même s'il existe une intention déclarée de l'Algérie de devenir un pivot régional des services en matière de TIC, l'Algérie a cependant obtenu la 76<sup>e</sup> place mondiale, en 2019, d'après ce qui a été avancé par l'APS.

Ce progrès doit certes être encouragé mais reste néanmoins modeste au regard des atouts humains, stratégiques et financières que possède l'Algérie. Malgré les capacités stratégiques de cette dernière faisant d'elle une puissance régionale, l'Algérie demeure toujours aux prémices du développement en matière d'économie de marché et de maîtrise des TIC.

Face aux défis de la mondialisation, l'Algérie est aujourd'hui obligée de s'ouvrir à l'économie mondiale. Cela devrait nécessairement passer par son positionnement régional ;

son rôle pivot au sein du Grand Maghreb, qui pourrait être consolidé par sa capacité à acquérir les innovations technologiques de demain. Les vainqueurs dans cette guerre économique vont crayonner l'architecture des forces géopolitiques s'acheminant vers un nouvel ordre mondial mené par ceux qui sauront maîtriser l'intelligence artificielle et les Big Data. <sup>1</sup>

La maîtrise des nouvelles technologies est l'un des aspects majeurs qui vont trancher dans les futurs conflits économiques. Beaucoup ont sans doute remarqué l'orientation du gouvernement depuis l'arrivée du nouveau président vers la fin 2019. Une orientation qui met le curseur sur le développement des nouvelles technologies et des startups, lesquelles sont indéniablement primordiales dans la concrétisation de la vision stratégique liée à l'Algérie de demain. Selon l'Union Internationale de la télécommunication (ITU), sur le plan continental l'Algérie arrive à la 7<sup>ème</sup> position, non loin du Maroc sixième et de la Tunisie cinquième.<sup>2</sup>

### 1.1. L'utilisation d'Internet en Algérie

Le tableau suivant contient des données chiffrées de l'Internet en Algérie pour l'année 2019 :

**Tableau n°1:** Données de l'Internet en Algérie (2019).

Année	2016	Pourcentage (%)
-Abonnés ADSL (Millions)	2 083 114	07.05
-Abonnés Internet 4G fixe	775 792	02.63
-Abonnés Internet mobile 3G	25 214 732	85.36
-Abonnés Internet mobile 4G	1 464 811	04.96
-Abonnés Wimax (AT)	251	00.00
Total abonnés Internet	29 538 700	100

**Source :** Internet en Algérie en 2019, Geekyalgeria.2019.

On remarque dans le tableau précédent que la 3G est à la tête du classement en termes de nombre d'abonnés à internet avec un taux de 85.36%, suivi par l'ADSL avec un taux de 7.05%, ensuite vient la 4G avec un taux de 4.96%, puis la 4G fixe avec un taux de 2.63%. Enfin, Wimax (AT) obtient un taux nul de 00%.

<sup>1</sup> LAZREG Mohammed, SEBBAGH Rafika, « Les impacts des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) sur la performance des banques algériennes », revue, 2017, p.64

<sup>2</sup> <https://www.algerie-eco.com/2017/11/16/indice-de-developpement-tic-monde-lalgerie-arrive-a-102eme-place/> consulté le 22-10-2022

Ainsi, à fin décembre 2021, le nombre d'abonnés à l'Internet fixe dépassait 4,16 millions, soit 9,06% du nombre mondial, et le nombre d'abonnés à l'Internet mobile dépassait 41,78 millions, soit 90,94% du nombre mondial.

Quant à l'internet fixe, l'ARPCE comptabilise 4,16 millions d'abonnés au 31 décembre 2021, contre 3,78 millions durant la même période en 2020.H. Le taux d'évolution à un an de l'Internet de la téléphonie fixe est de10,05%.

### 1.2. Monétique en Algérie

Le paiement électronique est un moyen permettant d'effectuer des transactions incluant professionnelles et particulières pour des échanges de biens et de services sur internet ou par le biais de tout autre réseau sécurisé. La monétique est née de deux inventions : La carte et le lecteur de carte.

Le système de monétique a évolué avec le temps pour inclure de nouvelles technologies telles que la carte à puce, qui a fait en sorte que les paiements bancaires soient simplifiés pour les consommateurs et les commerçants.

La monétique est restée en retrait pendant plusieurs années jusqu'à récemment où on observe des changements significatifs dans le comportement du consommateur, qui est devenu « Anytime, Anywhere, Anydevice » ; un consommateur hyper-connecté, que ce soit au bureau, chez lui, dans les transports, etc. Ce nouveau comportement a obligé les organismes concernés à revoir le fonctionnement de la monétique pour apporter de nouveaux services adéquats au présent profil de leur clientèle.

Les nouveaux moyens de paiement, en Algérie, s'articulent surtout autour de la carte CIB à travers un réseau de paiement interbancaire, qui se compose de banques publiques et privées gérées par la GIE Monétique, laquelle intervient pour la régulation du système de monétique.

- Le développement du système de monétique, en Algérie, a commencé par l'installation du premier Distributeur Automatique de Billets (DAB) en 1997.

- Ensuite, en 2005, s'est établie la première opération de paiement en ligne sur TPE et depuis,

- octobre 2016, le paiement sur internet est officiellement opérationnel. D'ailleurs, on voit se développer de plus en plus le commerce en ligne intimement lié au progrès réalisé sur le système de monétique.

- En septembre 2020, la GIE monétique a recensé environ 3 369 892 de transactions depuis le lancement de l'e-paiement, en 2016.

Des transactions rattachées en grande partie aux services de télécommunication. Le nombre de transactions en ligne, sur l'année 2020, a de loin dépassé celui enregistré durant les 4 années précédentes entre 2016 et 2019 (cela est visible sur le tableau consultable à travers le lien se situant en fin d'article). Pourtant les moyens mis en place par les banques sont les mêmes qu'avant 2020. La tendance liée au paiement en ligne a été accélérée en cette période de crise sanitaire. D'ailleurs, cet état de fait témoigne de l'impact du COVID-19 sur le comportement du consommateur.

Cette crise pandémique a donc mis en lumière l'importance de la technologie au sein du système bancaire, à l'image des difficultés rencontrées par le consommateur algérien, en 2020, impactant le paiement des salaires, une activité commerciale atone, etc. Il apparaît évident que certaines problématiques inhérentes à cette crise sanitaire auraient pu être mieux gérées, si on avait atteint les objectifs escomptés en ce qui concerne le système de monétique.

Il est temps que la GIE monétique et la SATIM développent d'autres services tels que le porte-monnaie électronique et le paiement sans contact. L'évolution des moyens de paiement est bien engagée et son objectif est d'aller vers plus de digitalisation. Le développement des pratiques ainsi que des réseaux domestiques et internationaux sont indispensables à l'évolution du commerce en ligne.

### **2. Les facteurs qui ralentissent l'évolution de la monétique en Algérie**

On sent que l'évolution du paiement électronique, en Algérie, n'échappe pas à la lenteur qui touche l'économie. Parmi ces symptômes on trouve :

#### **2.1. L'économie clandestine**

Une économie Algérienne dominée par l'informel qui trouve un terrain favorable au détriment de l'économie l'égale.

### **2.2. La culture du cash**

L'argent liquide domine le marché algérien au détriment des moyens de paiement électroniques ou scripturaux, ce qui rend difficile la traçabilité et l'identification des flux financiers. Le recours aux moyens de paiement autres que le cash pourrait pour ainsi dire gêner les personnes qui voudraient s'enrichir illégalement en faisant obstacle à certains actes malveillants tel que le blanchiment, la contrebande, l'évasion fiscale, etc.

### **2.3. Le manque de structure**

Un déploiement de réseau qui reste largement insuffisant en termes de plateformes DAB, TPE, sites marchands ... par ailleurs, le taux de couverture relatif aux agences bancaires par nombre d'habitants reste minime.

### **2.4. Le système bancaire**

Le taux de bancarisation demeure assez faible principalement à cause du manque de confiance des algériens quant à leur système bancaire.

La Banque Extérieure d'Algérie (BEA), leader dans le commerce extérieur, s'est engagée à être la locomotive de l'internationalisation des banques algériennes à travers sa direction générale mais également l'ensemble de ses employés.

deux acteurs pourraient être mis en cause :

- L'Etat (en externe) de par sa responsabilité de concevoir un écosystème favorable se traduisant tout simplement par la mise en place: D'un réseau internet adéquat avec un débit sans interruption. D'un système de sécurité protégeant les transactions et les infrastructures vitales. D'un système juridique couvrant l'ensemble des mécanismes bancaires.
- Le chargé du front office (en interne) : Les banque sont appelées à assumer leur rôle de catalyseur dans la promotion de ces nouveaux modes de paiement notamment par le biais du chargé de clientèle. Un poste qui fait partie des fonctions que j'ai moi-même exercées dans mon historique professionnel. J'ai de ce fait observé qu'au niveau de ce service on n'exploitait pas pleinement les moyens mis à notre disposition par la banque. En outre, je pense que le chargé de clientèle pourrait représenter une fonction commerciale à caractère stratégique pour l'Algérie dans le cadre de l'attractivité de son système bancaire.

### Conclusion

Les nouvelles technologies ont un impact énorme sur les opérations bancaires. En fait, la banque est une industrie de services et son succès dépend des personnes.

L'urgence d'intégrer les nouvelles technologies est soulignée par les banques. C'est-à-dire Justifié par la nécessité de réduire les coûts d'administration et de distribution pour maintenir face à une concurrence accrue dans un environnement qui tend à être concurrentiel, déréglementation et mondialisation. Le développement des TIC a sans aucun doute stimulé le développement des relations de service.

Meilleure compréhension du comportement d'achat et Personnalisation des services, impact des TIC, relation entre les banques et les nouvelles banques La technologie n'est pas nouvelle. De plus, les nouvelles technologies rendent les produits financiers plus compétitifs La généralisation des réseaux favorise le développement financier. Les Nouvelle technologie de communication que les banques peuvent offrir Service 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 De plus, l'application de technologies de l'information avancées Réduction des coûts d'exploitation (frais d'administration, publicité, etc.), optimisant ainsi la rentabilité de la banque.

## *Chapitre III :*

*Chapitre III : L'adoption des TIC et leur  
apport au sein des agences bancaire :  
approche comparative entre l'agence ABC et  
de la BEA de Tizi-Ouzou*

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

---

### Introduction

Le développement de la technologie dans tous les secteurs économiques a amené les autorités bancaires algériennes à investir progressivement dans les technologies de l'information et de la communication (TIC). Ces dernières accroissent la compétitivité des produits financiers et la généralisation des réseaux ; ce qui favorise le développement financier. De ce fait, grâce aux TIC, les banques sont aujourd'hui capables de fournir un service 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

La modernisation du secteur bancaire algérien s'est faite en partie grâce à l'introduction des technologies de l'information et de la communication (TIC) au sein des banques, l'utilisation des TIC se développe très vite, du fait de l'entrée de l'Algérie dans le processus de mondialisation et l'évolution continue et rapide des technologies de l'informatique, de l'électronique et des télécommunications. Les TIC ont bouleversé le monde du travail, tant dans la gestion et l'organisation que dans la diversité et la multiplicité des produits, notamment dans le secteur bancaire. Ces technologies permettent de simplifier la gestion de la facturation ou du stockage des informations, elles facilitent aussi la gestion des paiements.

À travers ce chapitre nous allons présenter quelques réponses à l'aide d'un questionnaire élaboré contenant 10 questions poser pour chacun des clients et des employés de l'agence BEA et l'agence ABC de la wilaya de Tizi-Ouzou, une partie du questionnaire met en évidence le degré de l'utilisation des TIC à savoir l'appropriation et les différents technologies utilisées, la deuxième partie présente l'apports et l'impact de ces TIC dans leur activité bancaire.

## **Section1 : Présentation des organismes d'accueils : Arab Banking Corporation et Banque Extérieur d'Algérie de Tizi Ouzou**

Les banques publiques algériennes évoluent dans un environnement marqué par l'ouverture du champ bancaire aux investisseurs étrangers, par une concurrence de plus en plus importante émanant des autres banques notamment du secteur privé et du secteur publique.

Pour résister sur le marché, les banques doivent se disposer des moyens nécessaires pour faire face à la concurrence. Parmi ces moyens, les TIC s'avèrent le moyen le plus utilisé par le secteur des banques. Nous avons choisi le cas de la BEA 034 et d'ABC 515, dans cette section, nous allons nous focaliser sur la présentation de la BEA (agence 034 de Tizi-Ouzou) et ABC (agence 515 de Tizi Ouzou).

### **1. Arab Banking Corporation ABC Bank**

#### **1.1.ABC Bank**

Bank ABC est l'un des plus importants groupes bancaires dans la région MENA, ayant son siège social au Royaume de Bahreïn, avec des succursales et des bureaux à travers le monde sur cinq continents, créée en 1980, la banque ABC est basé au Bahreïn est présent dans plus de 17 pays du Golf, d'Afrique du Nord et Moyen Orient, d'Europe, des Amériques et d'Asie.

La banque ABC cotée à la bourse du Bahreïn avec pour principaux actionnaires des investisseurs institutionnels comme la Banque Centrale de Libye et Kuwaiti Investment Authority.

#### **1.2.ABC Bank en Algérie**

ABC Bank a élaboré le projet d'instituer un bureau en Algérie qui la représente et ce en 1995, pour but d'apporter au marché algérien ces divers produits et services, cela lui permis de ce développer et de consolider les coopérations avec les institutions algérienne.

Le conseil de la monnaie et du crédit (CMC) à décréter de transformer le 24 septembre 1998 le bureau de représentation en banque a part entière, du fait de l'intérêt croissant que

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

portait le groupe ABC, en décembre 1998, la banque ABC est née, la première banque privée internationale qui émerge en Algérie.

### 1.3. Objectif de la banque ABC : ABC Bank a pour objectif

- Créer une banque performante axée sur les clients.
- Renforcer la relation Banque-client, en développant une certaine transparence avec leurs clientèles.
- Acquérir des opportunités, qui permettront de compléter le réseau bancaire national et international.
- Renforcer son exploitation, en préservant la santé organisationnelle de la banque.
- continuer à améliorer la position de la banque sur le marché bancaire algérien.
- Accompagner les clients (PME, Particulier ou entrepreneur individuel) dans leurs développements en leur offrant des services innovants, et des solutions adoptées.
- Attirer, développer et fidéliser les meilleurs clients afin de créer de la valeur.

### 1.4. Actionnaire d'ABC Bank :

Le tableau ci-dessous représente les actionnaires de la banque ABC.

**Tableau n° 02 : Actionnaire ABC Bank**

Actionnaire de Bank ABC Algerie	%
Arab Banking Corporation (BSC)	87.66%
The Arab Investment Company (TAIC)	4.18%
Société Financière Internationale (IFC)	2.32%
Compagnie Algérienne d'assurances et de réassurance (CAAR)	2.09%
SPMC	1.34%
Modern Ceramic	0.92%
Holding Mestour	0.92%
Consorts OTHMANI	0.38%
Traplast Sanitaire	0.19%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Source : <https://www.bank-abc.com> consulté le 15.10.2022.

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

---

### 1.5. Présentation de l'agence d'accueil ABC Bank Tizi-Ouzou

L'agence ABC 151 a été créée en 2011 dans le but est d'apporter les services offerts aux niveaux des autres wilayas. Elle est l'unique agence au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou.

L'agence 151 compte un effectif de 8 employés, dont la plupart sont des cadres, travaillant avec passion en vue de réaliser les objectifs fixés. Elle gère environ 29 000 comptes de 11 019 clients.

## 2. Banque extérieur d'Algérie

### 2.1. À propos de la BEA

La BEA fut créée le 1 octobre 1967 par ordonnance N°67.204, sous la forme d'une société nationale avec un capital de départ de 24 Millions de dinars, constitué par une dotation entièrement souscrite par l'état en reprise des activités du crédit. Dans le cadre du parachèvement du processus de nationalisation du système bancaire algérien, la BEA a repris successivement les activités des banques étrangères exerçant en Algérie ; celles de la société générale dans sa situation au 31 décembre 1967 ,puis de la Barclay Bank Limited au 30 avril 1968, puis du Crédit nord et de la Banque Industrielle de l'Algérie et de la Méditerranée (BIAM) dans leurs structure définitive qu'à partir du 1er juin 1968.

Le capital ayant été exclusivement souscrit par l'état Depuis 1970, la Banque Extérieure d'Algérie s'est vu confier la totalité des opérations bancaires des grandes sociétés industrielles nationales.

Elle avait pour objet principal de faciliter et de développer, les rapports économiques et financiers de l'Algérie avec le reste du monde. A la faveur de la restructuration des entreprises industrielles et des mutations profondes engagées par les pouvoirs publics dans les années 1980, la BEA change de statut et devient, le 05 février 1989 Société par Actions (Cf. disposition de la loi 88,01 du 17 janvier 1988 portant autonomie des entreprises) en gardant globalement le même objet que celui qui lui est fixé par l'ordonnance du 1er octobre 1967.

Son capital, qui pouvait être augmenté en une ou plusieurs fois par la création d'actions nouvelles dont les conditions sont arrêtées par l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires ,est porté à 1 Milliard de dinars. Il était détenu par les ex-fonds de participation

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

des principaux secteurs du portefeuille commercial de la BEA (outre les hydrocarbures), à savoir :

- Fonds de participation « construction »
- Fonds de participation « électronique, télécommunication, informatique ».
- Fonds de participation « transport et services »
- Fonds de participation « chimie, pétrochimie, pharmacie »

En 1991, le capital de la banque est augmenté de 600 millions de dinars passant ainsi de 1 milliard six cent millions de dinars (1,6 milliards de DA). En mars 1996 le capital de la BEA est passé à 5,6 milliards DA. Après la dissolution des fonds de participations, le capital demeure propriété de l'Etat, le capital de la Banque n'a cessé de croître depuis cette date passant de 12 milliards de DA en 2000 à 24,5 milliards de DA en septembre 2001.

### **2.2.Objectif de la BEA**

La Banque Extérieure d'Algérie a pour objectif de faciliter et développer les rapports économiques de l'Algérie avec les autres pays et ce en :

- Facilitant l'activité et les investissements appartenant principalement au secteur industriel ;
- L'expérience particulièrement significative de la BEA dans le domaine du commerce extérieur lui donne la possibilité d'offrir deux services de qualité à sa clientèle ;
- Elle intervient par sa garantie ces accords de crédits auprès des correspondants étrangers (lignes de crédits, crédits liés, crédits documentaires) et par le financement des opérations d'import/export afin de promouvoir les transactions commerciales avec les autres pays ;
- Elle gère la dette extérieure de ses clients ;
- La BEA contribue également à tout système ou institution d'assurance crédit avec l'étranger dont elle peut assurer la gestion ;
- Elle met à la disposition des entreprises intéressées un service central de renseignements commerciaux sur l'étranger ainsi qu'un service de promotion des opérations commerciales ;
- Elle peut mobiliser tous crédits, notamment de commerce extérieur, et il est dans sa possibilité également d'établir ou de gérer les magasins généraux, d'effectuer des opérations

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

mobilières ou immobilières nécessitées par l'activité de la société ou en faveur du service social du personnel.

### 2.3.Présentation de l'agence d'accueil

L'agence BEA 034 a été créée en 1971 dans le but de renforcer la représentation dans le centre du pays autour de la direction d'Alger. Elle est l'unique agence au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou.

L'agence 034 compte un effectif de 52 employés, dont la plupart sont des cadres, travaillant avec passion en vue de réaliser les objectifs fixés. Elle gère environ 52 052 comptes de 28 125.

### 3. L'adaptation des nouvelles technologies par les banques agence ABC et agence BEA

**Tableau n° 03:** Présente les différents produits de l'agence ABC et l'agence BEA de la wilaya de Tizi-Ouzou.

	<b>Agence ABC</b>	<b>Agence BEA</b>
<b>CIB</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CIB classique</li> <li>- CIB gold</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CIB classique</li> <li>- CIB gold</li> <li>- CIB international (classique, prépayé, platinum, business, world elite , world business, carte green , carte gold , carte platinum)</li> </ul>
<b>GAB</b>	L'agence ABC possède un seul GAB a Tizi-Ouzou	L'agence BEA possède 5 distributeurs au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou
<b>E-banking</b>	ABC Digital : intégrer en 2018 un service de banque en ligne avec une plateforme innovante conçu pour répondre au différents besoin des clients et cela 24h/24h et 7j/7 n'importe où, permet aux clients de consulter leurs comptes et effectuer des transactions, etc.	BEA Mobile : intégrer en 2021 permet aux clients de la banque abonnés au E-banking, de faire des virements bancaires, de connaître le solde et les dates des transactions, de gérer la carte bancaire, de demander des carnets de chèque et des cartes bancaires, de consulter les taux de change en vigueur, etc
<b>E-paiement</b>	Il s'agit des paiements en ligne via la carte interbancaire CIB. Les clients peuvent avoir accessibilité, Le service est disponible 24H/24 et 7J/7 ; Sécurité, peuvent effectuer des transactions en toute sécurité ; et gratuité.	Il s'agit des opérations de paiement en ligne des produits locaux algérien, le service est disponible 24h/24 et 7j/7, le consommateur peut acheter des produits et services en toute sécurité.

**Source :** Fait par nous-même à partir des document partager par agence ABC et BEA

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

---

### 3.1. Applications des TIC au sein de l'agence ABC Bank de Tizi-Ouzou

#### 3.1.1. Ombit

Application interne qui présente différents fonctionnalités, utiliser par la banque ABC, il s'agit d'une plateforme qui permet : enregistrer les données des clients de la banque, création de compte, gérer les opérations bancaire (retrait –versement- virement), gérer les opérations du GAB, (voir annexes3).

#### 3.1.2. SherPoint

Un lien de partage de données entre les agences de ABC Bank, permet d'accéder aux différent données , le stockage de données ,exemple OCS ,contenant les différents informations des clients ayant ouvert un compte au sein de l'agence , Digidoc , dossier contenant tous les clients qui sont adhérer au e-banking ( ABC digital).(voir annexe 4).

#### 3.1.3. capitalimagechéque NG

Application dédié aux opérations de la télé-compensation, permet de facilité les virements par chèque, en effet il s'agit uniquement de scanner les chèques, ensuite le programme enregistre le montant, compte, RIB, date d'émission inscrit dans le chèque. (Voir annexe 5).

A l'aide du capital imagechéqueNG , les chèques peuvent être enregistrer après le scanne , tout les informations liées a cette remise seront enregistrer montant, numéro du chèque, date, etc.

#### 3.1.4. Cisco système de sécurité

Réseau intranet, connecter au réseau de la banque, qui permet aux employé de communiquer et de partager l'information en toute sécurité, en protégeant tous les données des logiciels malveillant des intrusions, des attaques par déni des services et de menaces avancées.

Les routeurs Cisco fonctionnent ensemble pour élargir la sécurité de la banque et protéger le réseau de celle-ci.

Ils existe aussi une plateforme qui permettent d'instruire et d'élever les employé et cela grâce au formations partager en ligne dans le cite interne web compliance learning Thomson, un cite qui a pour but d'apporter la conformité et la sécurité au sein de la banque,

## **Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou**

---

en évitant le cybercriminalité, falsification des données, détection de faux billets, le blanchiment d'argent il permet aussi de protégé les employés de tous crimes.

### **3.2. Applications des TIC au sein de l'agence BEA de Tizi-Ouzou**

#### **3.1.1. Delta**

Une plateforme interne elle permet la gestion des comptes clients et l'interconnexion de tous les opérations réaliser retrait, versement, dépôt, ainsi que les transactions effectuer, la télé-compensation (Annexe 4), il est relia a plusieurs plateforme qui complète les différents données inscrit tels que le KYC FicoTombeller en effet il permet d'inscrire tous les informations concernant les clients de la banque (Annexe 6).

#### **-OGA**

Outil de gestion abonnement : application ou les compte e-banking son inscrit et gérer par les employés. (Annexe 7).

#### **-Monétique**

Inscrit tous les clients procédant une carte CIB et gérer leur activité, ainsi que les demande de TPE et leurs distribution.

#### **3.1.2. Réseau bureautique**

Le partage d'information ce fait par l'envoi des fichiers par le courrier électronique, chaque employés, possède sa propre adresse professionnel ou il peut échanger des informations cela est toujours rattacher au système de sécurité et via l'intranet afin de protéger les données envoyé.

#### **3.1.3. Système de sécurité**

La réseau intranet installé au niveau des agences BEA permet les échanges et le partage entre l'ensemble des employés en toute sécurité, de plus plusieurs routeurs et spames sont introduits, ils servent de boucliers pour toute intrusion et interaction extérieur, un exemple de système de sécurité utilisé le fier way .

#### **3.1.4. Monecheck :**

Il est conçu de façon a ce qu'il réponde aux norme de la télé-compensation il munis de plusieurs module a fin de vérifier la conformité des données inscrit sur le chèque scanné. (Annexe 8).

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

### Section 2 : L'utilisation des TIC par l'agence ABC et l'agence BEA

Cette section est dédié aux réponse du questionnaire posé aux employes ainsi qu'aux clients des deux agences.

La premiere partie est consacté aux types des TIC qui utilise tout en comparant le taux de leurs présence dans les deux agences , aux réponses des clients sur l'utilisation et ladeuxième partie sera dédier au niveaux de simplicité et de leurs fiabilité.

#### 1. Première partie

Nous allons tout d'abord présenter la catégories des employer et clients questionné durant cette enquête :

**Tableau n° 04:** caractéristique des clients intéroger

Agence questions		Agence ABC		Agence BEA	
		Employes	clients	employes	clients
1. Vous êtes ?	Femme	50%	20%	40%	35%
	Homme	50%	80%	60%	65%
2. Quelle est votre tranche d'âge ?	20ans-35ans	12.5%	10%	15%	35%
	35ans-50ans	75%	51%	75%	45%
	Plus de 50ans	12.5%	39%	10%	20%
3. Quel est votre niveau d'étude ?	primaire	00%	25%	00%	10%
	Collégue	00%	20%	00%	10%
	Lycée	12.5%	30%	10%	30%
	Université	87.5%	25%	90%	50%

**Source :** Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022

#### 1.1. Les différents TIC utilisées par les agences

Les Technologies sont devenue très présent dans le secteur bancaire algérien , avec cette étude nous allons présenter les résultat obtenue sur les différents outils que l'agenc ABC et l'agence BEA de la wilaya de Tizi-Ouzou utilisent .

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

### 1.1.1. les équipements :

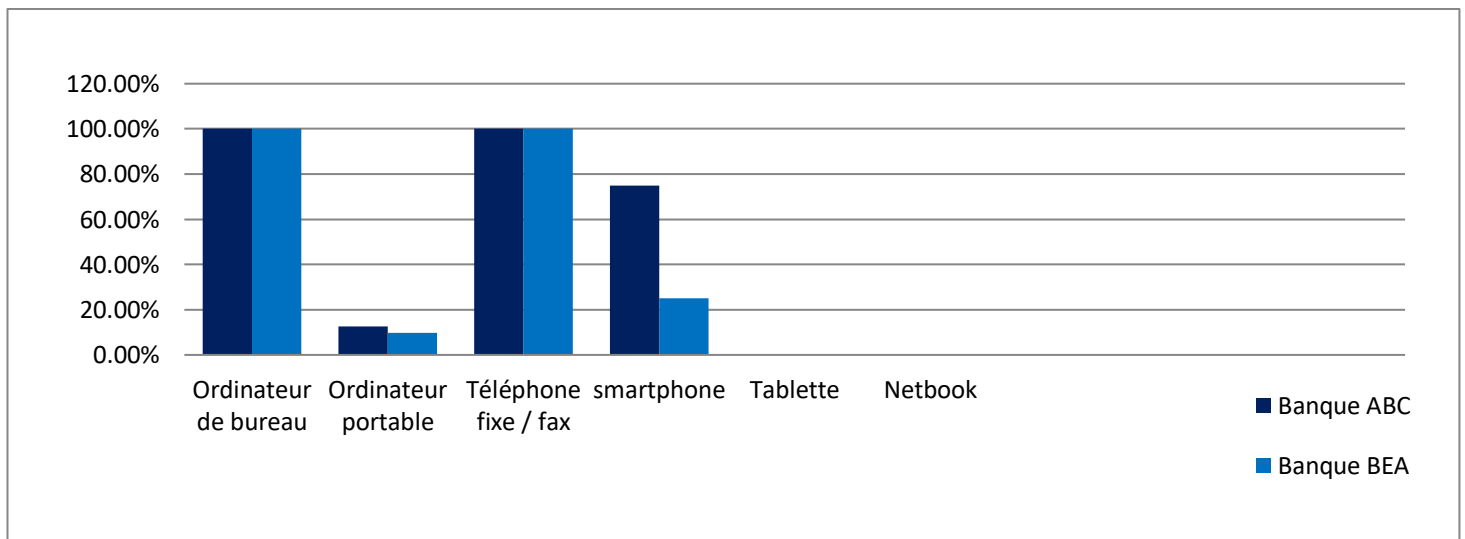
Ce tableau présente les différents matériels utilisés au sein des agences ABC et BEA

**Tableau N°05** :Le taux d'utilisation des équipements au sein de l'agence ABC et de l'agence BEA ,de Tizi- Ouzou

Équipements Banques	ABC Banque	BEA Banque
Ordinateur de Bureau	100%	100%
Ordinateur portable	12.5%	9.64%
Téléphone fixe/fax	100%	100%
Smartphone	75%	25%
Tablette	0%	0%
Netbook	0%	0%

**Source** :Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022

**Figure N°04** :Le taux d'utilisation des équipements au sein de l'agence ABC et de l'agence BEA ,de Tizi- Ouzou



**Source** :Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022.

### Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

- Selon les résultats obtenus, l'utilisation de l'ordinateur du bureau est généralisée aux niveaux des deux agences. En effet, 100% des employés de la banque ABC et la banque BEA questionnés utilisent un ou plusieurs ordinateurs dans leur activité.
- l'utilisation de l'ordinateur portable est beaucoup moins utiliser, on remarque que seulement 12.5% des employer aux niveaux d'ABC utilise et adoptent un PC portable, de même par les employer de la BEA qui utilisent seulement 9.61% de cette outil.
- Le téléphone fixe/ fax est très réponde avec un taux de 100% d'utilisation par les deux agences.
- l'utilisation du Smartphone est très réponde par l'agence ABC avec un taux de 75% contrairement à la BEA seulement 35 utilisent le Smartphones à des fins professionnels.
- l'utilisation des tablettes et du net book est de 0% dans les deux agences on remarque alors l'absence de ces moyens dans leurs activités.

#### 1.1.2. Les systèmes de communication

Ce tableau présente le degré d'utilisation des différents systèmes de partage et de communication

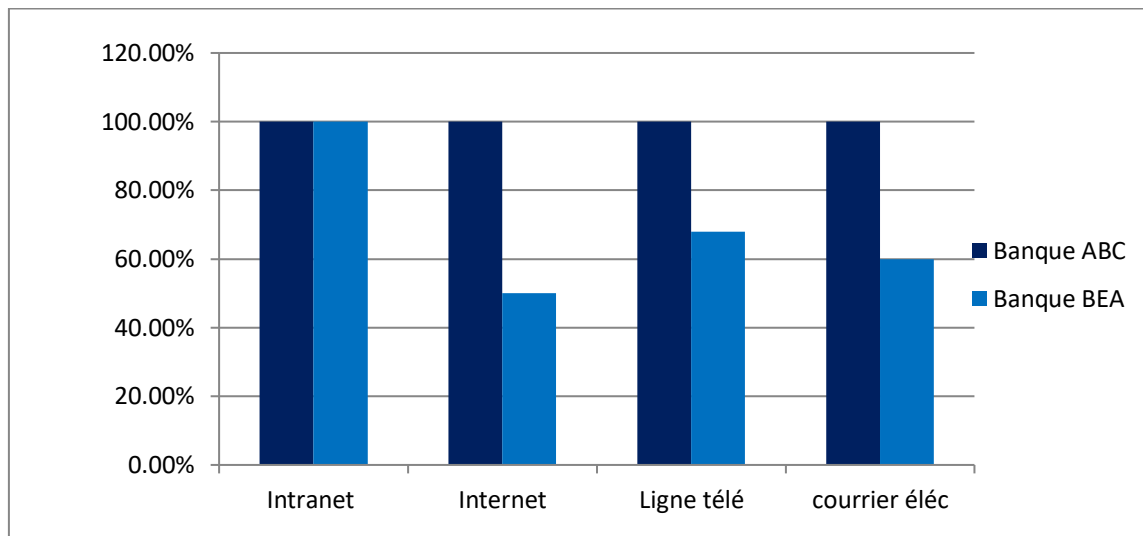
**Tableau N° 06:** les moyens de communication utilisé pour le partage des données.

<b>Banques</b> <b>Système de comm</b>	<b>Agence ABC</b>	<b>Agence BEA</b>
Intranet	100%	100%
Internet	100%	50%
Ligne téléphonique	100%	68%
Courrier électronique	100%	60%

**Source :**Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

**Figure N°05:**les moyens de communication utilisé pour le partage des données



**Source :**Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022.

- On peut remarquer que l'intranet est utilisé à 100% par les deux agences, contrairement à l'internet, d'un taux d'utilisation de 100% par l'agence ABC et 50% par la BEA.
- La ligne téléphonique est très répondeuse au sein des deux agences, on remarque 100% d'utilisation au sein d'ABC banque et 68% d'utilisation par l'agence BEA.
- Le courrier électronique est très répondeuse par l'agence ABC de fait de la centralisation des données, on remarque un taux d'utilisation de 60% du courrier électronique par l'agence BEA.

Nous pouvons expliquer cela par la centralisation des données par ABC Banque, par ailleurs, toutes les fonctions ont un accès au réseau de la banque, cela veut dire que les deux agences utilisent les TIC et ont accès à deux réseaux :

- le réseau intranet qui connecte les agences avec le site central et qui est le réseau principal,
- le réseau internet permet une circulation de données via le satellite pour une plus grande rapidité des échanges d'information.

### 1.1.3. Partage d'information

- le site Web permet de conquérir de nouveaux marchés, d'accroître la demande, il améliore également la qualité des relations avec la clientèle ; en effet il s'agit d'un canal de distribution d'information, une vitrine virtuelle pour l'organisme.

### Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

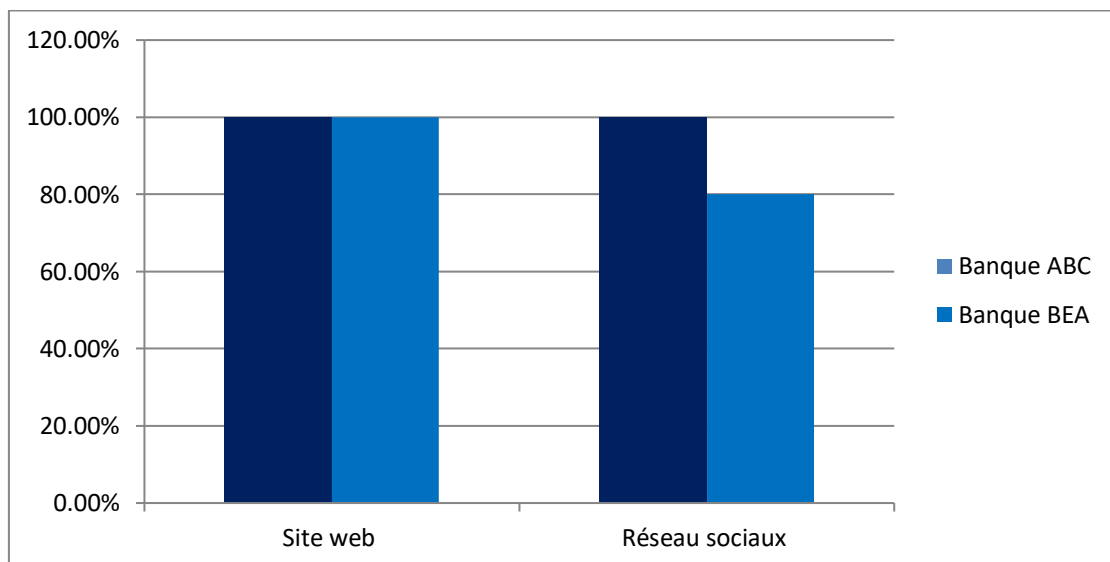
- Les réseaux sociaux de même avec le cite web il permet le partage d'information, de promouvoir les annonces ainsi que l'actualité, ces réseau sont grandement favoriser par l'avènements des plateformes comme Facebook, Twiter, Youtibe , Instagram, Linkeln,etc.

**Tableau N°07:** les Outil utilisé par la banque pour le partage d'informations

Banques	Banque ABC	Banque BEA
<b>Réseaux de partage</b>		
<b>Site web</b>	100%	100%
<b>Réseaux sociaux</b>	100%	80%

Source :Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022

**Figure N°06 :** les outils de partage d'information.



Source :Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022.

-A travers la lecture du graphe précédent on remarque que les site web est très utilisé par les deux agences notamment avec un taux de 100% . tout autons que les réseaux sociaux leurs implications est très présent dans les banques , nous remarquons 100% d'utilisation par ABC et 80% par la BEA.

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

### 1.2. Utilisation des TIC par les demandeurs

Appartir des données communiquer par les agences et de notre enquête , nous présente le nombre des clients porteurs des CIB , TPE , e-banking, e-paiement, et leurs utilisation.

Notre enquête consiste a déffinir le nombre des clients porteurs des CIB est leurs utilisation dans le retrait et pour le paiement en ligne (e-paiement) , ainsi que les clients benficiant d'un compte e-banking .

#### 1.2.1. CIB, E-paiement, E-banking

Ce tableau représente le nombre de clients aux sein des agences ainsi leurs utilisation des TIC (CIB,E-banking,E-paiement ).

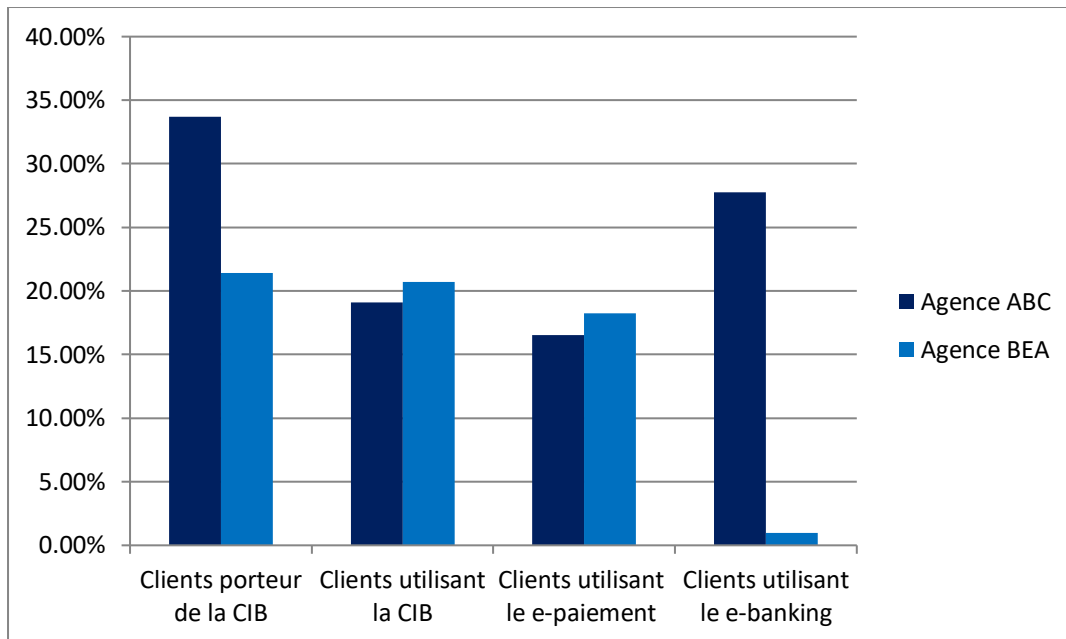
**Tableau N° 08:** Représentation de l'utilisation des CIB par les clients des agences

Agences	Agence ABC		Agence BEA	
	Fréquence	Pourcentage	Fréquence	Pourcentage
<b>clients</b>	11 019	100%	28 125	100%
<b>clients porteurs de la CIB</b>	3716	33.72%	6024	21.41%
<b>clients utilisant leurs CIB</b>	2103	19.08%	5825	20.71%
<b>Clients utilisant le E-paiement</b>	1823	16.54%	5136	18.26%
<b>Clients utilisant le E-banking</b>	3060	27.77%	270	0.96%

Source :Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022.

### Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

**Figure N°07:** Représentation de l'utilisation des CIB, E-paiement, E-banking par les clients des agences.



**Source :** Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022

- Tout d'abord on remarque l'énorme écart du nombre de clients et le nombre de clients porteurs des CIB, seulement 33.72% des 11 019 clients de l'agence ABC détiennent une CIB et seulement 19.08% de ces clients l'utilisent dans leurs quotidien.

- De même des clients de l'agence BEA, uniquement 21.41% des 28 125 clients sont porteur de la carte, on remarque que 20.71% des clients porteurs l'utilise.

Cela nous amènes à déduire que le taux des CIB distribuer par les banques pour un nombre de clients assez bas comparé aux nombre de leurs clients, ainsi le taux d'utilisation est très faible de ce fait la banque dois encourager son utilisation de facon a ce que les clients trouve meilleure.

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

### 1.2.2. Les Terminal de Paiement Electronique

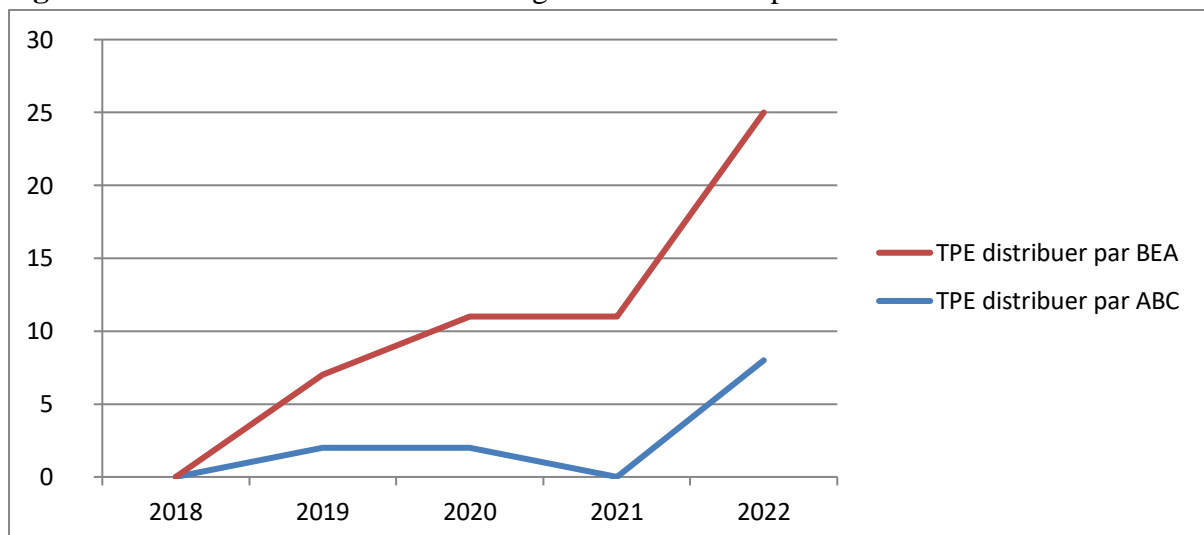
Ce tableau représente le nombre de demandeurs des TPE depuis leur introduction au sein des banques

**Tableau N°09:**Nombre de commande enregistrer des TPE depuis leurs introduction.

Année	2018	2019	2020	2021	2022
<b>TPE /Agence ABC</b>	-	2	2	0	8
<b>TPE/Agence BEA</b>	0	5	9	11	17

**Source :**Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022

**Figure N°08:**Nombre de commande enregistrer des TIC depuis leurs introduction.



**Source :**Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022.

Nous pouvons remarquer l'évolution de distribution des TPE par l'agence BEA de Tizi-Ouzou depuis leurs introduction, contrairement à l'agence ABC qui ne connaît pas une évolution sur le produit quel présente on remarque en année 2021 qu'il n'y eu aucune commande de TPE ce qui est défavorable pour l'évolution des TIC.

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

### 2. Deuxième partie

#### 2.1. la simplicité d'utilisation des TIC

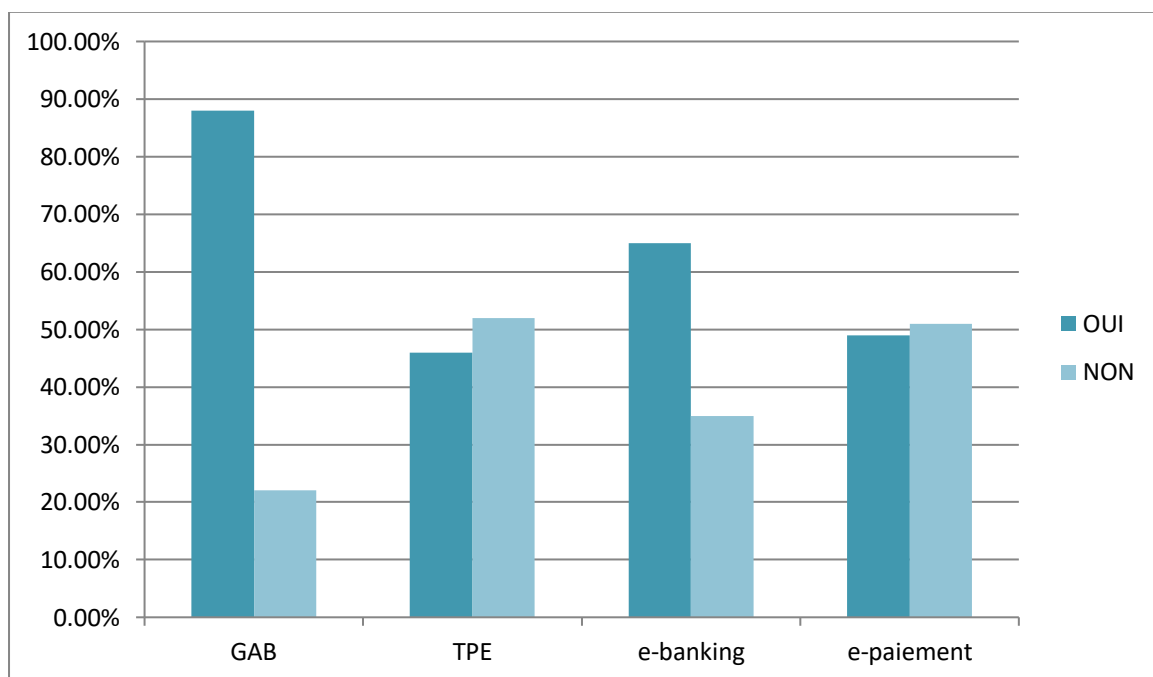
Selon les résultats de notre enquête , nous pouvons déduire les constatations suivantes :

**Tableau N°10 :** Facilité d'utilisation des TIC par les clients

	GAB	TPE	e-banking	e-paiement
Oui	88%	46%	65%	49%
Non	22%	52%	35%	51%

Source :Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022.

**Figure N°09 :**Facilité d'utilisation des TIC par les clients



Source :Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022.

- **GAB :** Nous remarquons que 88% des clients ABC et BEA munit d'une CIB ,trouve la facilité d'usage de celui-ci, et 22% des clients trouve une difficulté d'utilisation.
- **TPE :** 52% des clients trouve la difficulté d'utilisation du TPE , qui est plus de la moyenne,et seulement 46% des clients trouve la facilité d'utilisation de ce moyens de paiement.
- **e-banking :** la facilité d'utilisation du e-banking est de 65% selon les clients , et 35% trouve des souci dans leurs utilisation.

### Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

- **e-paiement** : seulement 49% des clients trouve la facilité d'utiliser le paiement en ligne et 51% ont une difficulté à l'utiliser.

#### 2.2. la sécurité des informations et des données :

**Tableau N°11:** La sécurité des données selon les clients.

<b>Agence</b>	<b>Agence ABC</b>	<b>Agence BEA</b>
<b>Sécurité</b>		
<b>Très fiable</b>	<b>20%</b>	<b>35%</b>
<b>Fiable</b>	<b>45%</b>	<b>45%</b>
<b>Peux fiable</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>
<b>Suspacte</b>	<b>05%</b>	<b>00%</b>

**Source :** Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022

On remarque qu'une partie importante des clients trouve une sécurité et on une confiance dans l'utilisation de ces TIC, cependant nous remarquons aussi le taux important des clients ayant répondu défavorablement, ce qui empêche le développement et l'intégration des TIC dans notre société .

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

### Section 3 : Apport des TIC dans l'agence ABC et dans l'agence BEA

Les TIC et comme nous l'avons déjà précisé ont une influence sur le secteur bancaire, notamment les réseaux, elles permettent le traitement interne des informations ainsi que la gestion des relations des établissements avec d'autres acteurs du marché. Aussi, elles servent de support à l'action commerciale en agence, le développement des nouveaux circuits de vente à distance avec le développement et l'utilisation d'internet, qui à son tour influence l'évolution des métiers bancaires.

Après avoir analysé et déterminé le niveau d'utilisation des TIC par les employés et les clients, nous allons poursuivre dans cette section avec l'effet de l'adoption des TIC dans l'activité bancaire de l'agence ABC et l'agence BEA et le quotidien des clients.

#### 1. Apport du changement technologique au sein des agences

##### 1.1. Apport sur les clients

Tableau n°12 : Apport des TIC sur les clients

Clients Apports	Clients Agence ABC		Clients Agence BEA	
	Oui	Non	Oui	Non
1. Gain de temps	100%	00%	100%	00%
2. Supprime les déplacements	85%	15%	100%	00%
3. Un accès aux informations plus rapide et continue.	100%	00%	100%	00%
4. Gérer le compte a distance, a n'importe quel moment.	100%	00%	100%	00%
5. Renforce et Améliore la relation banque client.	100%	00%	100%	00%
6. Plus grande autonomie	100%	00%	100%	00%
7. la diminution des coûts	100%	00%	100%	00%

Source : Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022.

### Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

On peut déduire des réponses obtenues lors de cette enquête que les clients qui utilisent les TIC trouvent un apport important dans leurs quotidiens, 100% des clients questionnés trouvent un effet évident en les utilisant et cela confirme bien le rôle positif des TIC dans leur quotidien et dans la perspective de la qualité de la relation banque-client.

Les nouvelles technologies permettant aux clients d'être plus exigeants. Ils demandent par exemple disponibilité et réactivité de la part des collaborateurs, innovation et personnalisation des produits et services, pertinence des conseils, exhaustivité des informations. Les clients veulent à la fois gagner du temps pour les actes à faible valeur ajoutée (cas des opérations de guichet) et bénéficier de conseils personnalisés dans le domaine financier.

Les clients sont beaucoup mieux informés grâce aux TIC, internet est un moyen simple et efficace pour comparer les prix ; de plus, certains clients se réunissent sur le web pour tenter de dicter leurs conditions.

Pour le client, la multiplication des canaux d'accès présente de nombreux avantages en termes d'accès à l'information : rapidité, facilité, amélioration de la pertinence par un accès à la demande et des propositions individualisées.

La perception des problèmes liés à la sécurité et aux possibilités d'usurpation de ces nouvelles technologies pour effectuer des prestations à distance n'a cessé de se développer ainsi que l'illustre la croissance de l'utilisation des automates bancaires au cours de la précédente décennie.

De manière moins apparente, la banque, via ces différents canaux, collecte sur chaque client une des informations qui sont susceptibles d'être stockées par le système d'information.

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

### 1.2. Apports sur les employés

#### 1.2.1. Caractéristique des TIC au sein des agences

**Tableau n° 13** : Caractéristique des TIC selon les employés l'agence ABC et l'agence BEA de Tizi-Ouzou

Agences Caractéristique	Agence ABC		Agence BEA	
	Oui	Non	Oui	Non
1. Les TIC apportent des nouveaux moyens en plus.	100%	00%	100%	00%
2. Constitue une base de données	100%	00%	100%	00%
3. Accès plus rapide aux informations	100%	00%	100%	00%
4. Traitement plus rapide des opérations	100%	00%	100%	00%
5. Facilite l'enrichissement des taches	100%	00%	100%	00%
6. le coût de l'acquisition et de l'utilisation des TIC est, semble constamment à la baisse pour un niveau d'utilisation donné.	100%	00%	100%	00%

**Source** : Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022

Le tableau ci-dessus, fait apparaître les réponses obtenues concernant les caractéristiques des TIC dans le milieu de travail, 100% des employés ont répondu favorablement, ils remarquent un impact positif des TIC dans leurs activités, ce que l'on pouvait faire avant sans les technologies de l'information et de la communication TIC, on peut le faire dorénavant beaucoup plus rapidement avec les TIC, et encore toujours de plus en plus rapidement, les possibilités des outils technologiques de l'information et de la communication TIC (appareils et logiciels) vont constamment en s'accroissant, permettant un maximum d'effet, d'« output ».

Le coût de l'acquisition et de l'utilisation des TIC est bas, ce qui les rend accessibles à une partie toujours croissante de la population, donnant ainsi à chacun des moyens puissants (démocratisation des médias); leur utilisation est également, pour la plupart, de plus en plus aisée, ce qui facilite évidemment l'expansion.

## Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

### 1.2.2. Apport des TIC au sein des agences

**Tableau n°14** : Apport après l'adoption des TIC selon les employés de l'agence ABC et l'agence BEA de Tizi-Ouzou.

Agences Apport des TIC	Agence ABC		Agence BEA	
	Oui	Non	Oui	Non
1. Influence sur l'évolution des métiers de la banque	100%	00%	100%	00%
2. Favorise la communication et les échanges	100%	00%	100%	00%
3. Favorise la fabrication et la distribution des produits et des services.	100%	00%	100%	00%
4. Améliore la qualité des produits	100%	00%	100%	00%
5. Renforce la relation banque clients	100%	00%	100%	00%
6. Contribue à l'amélioration de la performance de la banque.	100%	00%	100%	00%
7. Améliore la productivité	100%	00%	100%	00%

**Source** : Enquête auprès des agences ABC et BEA, Juillet 2022.

Le tableau nous montre Les résultats après l'adoption des TIC dans les agences les employés vois un réel changement et un apport en introduisant les TIC au sein de la banque elles l'amélioration de la qualité des prestations, Améliorer et renforcer la rentabilité Amélioration de la productivité, elle contribue a l'amélioration de la performance de la banque, etc.

Nous pouvons récapituler les impacts des TIC sur la prise de décision dans les points suivants:

- Les technologies de l'information et de la communication permettent une meilleure diffusion de l'information, un accès facile à celle-ci, donc un partage à priori des informations plus faciles.

### Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou

- Le développement en matière de technologies de l'information et de la communication a permis aux entreprises de se doter de nouveaux moyens et supports pour échanger, diffuser l'information en réduisant les contraintes en termes de temps et d'espace.
- Les technologies de l'information et de la communication visent souvent à fournir « la bonne information » aux décideurs.
- Les technologies de l'information et de la communication limitent le risque de déformer le sens de l'information, en la rendant plus pertinente.
- L'accès à l'information par un grand nombre de personnes dans l'entreprise peut contribuer à la décentralisation de la prise de décision.

#### **Conclusion**

La banque est une industrie de services dont son succès dépend des personnes, des capitaux et des technologies de l'information et de la communication.

L'introduction des TIC a sans aucun doute stimulé le développement de la relation dans les services. Une meilleure compréhension des comportements d'achats et une personnalisation des services, tel est l'impact des TIC, où la relation entre banques et nouvelle technologie ne date pas d'hier, de plus, les nouvelles technologies accroissent la compétitivité des produits financiers et la généralisation des réseaux favorise le développement financier.

D'après notre analyse sur les effets des TIC dans les agences bancaires de la wilaya de Tizi-Ouzou, nous constatons que l'utilisation de TIC dans l'agences ABC et l'agence BEA, est de facilité la production et la commercialisation des produits ainsi que la bonne gestion administrative et financière. Nous soulignons aussi que le bienfait des TIC sur le mode de travail des banques est essentiellement dans la rapidité et la fiabilité des opérations et amélioration de l'efficacité.

Le bienfait de ces TIC sur la clientèle s'explique par la satisfaction des clients, amélioration de la qualité des services et la suppression des coûts et de déplacement. mais le degré d'utilisation et d'adoption de ces TIC dans le quotidien des clients reste à rétablir les banques doivent y remédier et cela en essayant d'introduire une confiance et a encouragé l'utilisation des TIC.

*Conclusion général*

## Conclusion générale

---

Les technologies d'informations et de communications sont devenues un puissant levier de croissance économique et social. Elles sont la source de nombreuses innovations dans plusieurs secteurs d'activité. Elles permettent aussi d'entrevoir diverses opportunités futures de par leur développement.

Les TIC redessinent le monde en modifiant notre identité et notre relation aux autres, au sein de nos organisations, de nos entreprises, de nos villes ou de nos Etats. Les mutations en cours influencent toutes nos actions, notre manière de travailler, de produire, d'échanger, de consommer, de nous soigner, d'apprendre, d'agir dans notre environnement, etc.

En effet, l'adoption de ces nouveaux supports de communication par les banques répond aux exigences de la clientèle utilisatrice de ces outils et facilite même l'activité de celle-ci. La répartition des TIC dans l'industrie bancaire permet aux agences bancaires d'être très performantes, d'améliorer la qualité des services, et d'être très adéquats au niveau du marché mondial et d'avoir des relations directes avec les clients, conduisant à un processus de désintermédiation.

L'apparition de la technologie dans tous les secteurs économiques a amené les banques algériennes à investir progressivement dans les Technologies de l'Information et de la Communication (T.I.C). Ces dernières, sont devenues des moyens incontournables au développement de l'activité bancaire. Elles sont de nature à influencer le mode de fonctionnement des banques algériennes et leur restructuration.

En effet, avec la dématérialisation de la monnaie, les technologies de l'information sont devenues l'outil de production, ce qui leur confère une place privilégiée dans le processus de production bancaire et suscite des interrogations permanentes sur la pertinence de leur renforcement et les modalités de leur optimisation.

L'Algérie a multiplié depuis quelques années les initiatives tendant à favoriser l'introduction des technologies en tant qu'outils moderne de communication et d'échanges, malgré cet intérêt indéniable des TIC, certains clients ne les utilisent pas de manière efficace, on peut expliquer cette situation par le personnel peu impliqué et souvent mal formé à l'inutilisation des TIC.

## Conclusion générale

---

Malgré l'intégration des TIC dans le secteur bancaire, il existe toujours une insuffisance en termes d'utilisation de ces TIC, nous pouvons le constater avec les résultats obtenus durant notre étude sur le terrain que les clients ont une appréhension sur l'utilisation de ces supports.

L'utilisation des TIC au niveau des banques interrogées, qu'elles soient publiques ou privées, est très moyenne. Ces dernières doivent améliorer leurs services et leurs systèmes en y ajoutant les différents canaux de communication comme la radio, la télévision, les réseaux virtuels, etc. ; en les promouvant et instaurant. Nous pouvons alors, considérer que la stratégie d'introduction et d'utilisation des TIC ne peut réussir sans l'existence d'une culture appropriée.

# *Annexes*



4. Quelle est votre crainte en utilisation les TIC ? Avez-vous confiance en ces outils ?

**L'apport des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) :**

- Les TIC facilitent tels votre quotidien ? Oui  Non

Si oui, trouvez-vous que les TIC apportent la simplicité et la rapidité de mise en œuvre de vos transactions, et cela en :

- ✓ Economisant votre temps (Gain de temps). Oui  Non
- ✓ Supprimant les déplacements. Oui  Non
- ✓ Gérant votre compte à distance à n'importe quel moment. Oui  Non
- ✓ Renforçant, améliorant la relation banque client. Oui  Non

Les Tic permettent :

- ✓ Un accès aux informations plus rapide et continue. Oui  Non
- ✓ Plus grande autonomie. Oui  Non
- ✓ La diminution des coûts. Oui  Non

*Nous vous remercions du temps que vous avez dédié à la réponse à ce questionnaire.*

**Questionnaire aux employés**

**Thème : L'utilisation et l'apport des TIC dans le secteur bancaire**

*Madame, Monsieur, nous vous soumettons un questionnaire afin de réaliser un mémoire de fin d'études, portant essentiellement sur l'utilisation et l'apport des Technologies de l'Information et de Communication (TIC) dans le secteur bancaire. Dans ce cadre, nous vous remercions de bien vouloir consacrer quelques minutes pour répondre au questionnaire ci-joint. Vos réponses seront anonymes.*

Identification :	Femme	<input type="checkbox"/>	Homme	<input type="checkbox"/>				
Age:	20ans-35ans	<input type="checkbox"/>	35ans-50ans	<input type="checkbox"/>	plus de 50ans	<input type="checkbox"/>		
Niveau d'étude :	Primaire	<input type="checkbox"/>	collège	<input type="checkbox"/>	Lycée	<input type="checkbox"/>	Université	<input type="checkbox"/>

**L'utilisation des technologies de l'information et de communication (TIC) :**

- Les outils d'information et de communication que vous utilisez :

1. Quel est le matériel informatique que vous utilisez ?	- ordinateur de bureau	<input type="checkbox"/>
	-ordinateur portable	<input type="checkbox"/>
	- Téléphone fixe /faxe	<input type="checkbox"/>
	-Smartphone	<input type="checkbox"/>
	-Tablette	<input type="checkbox"/>
	- Netbook	<input type="checkbox"/>
	-Autres à préciser	<input type="checkbox"/>
.....		
2. Quel est les systèmes de communication que vous utilisez ?	- Internet	<input type="checkbox"/>
	- intranet	<input type="checkbox"/>
	- Courrier électronique	<input type="checkbox"/>
	- ligne téléphonique	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>

## Annexes

3. Quel est le système de sécurité qui est appliqué au sein de la banque ?	..... ..... ..... .....
4. Quels sont les produits que vous proposez à vos clients ?	..... ..... ..... .....
5. Quels réseau utilisé vous pour le partage d'information	..... .....

6. L'utilisation de ces outils est-elle facile pour vous ?    Oui                       Non

Si non, Quels sont les difficultés rencontrées lors de l'utilisation de ces outils ?

### **L'apport des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)**

1. Que pensez-vous du progrès technologique dans votre milieu professionnel ?
2. Que pensez-vous de la sécurité de l'information suite au progrès technologique ?
3. Quel est l'apport de ces outils dans la banque ? :
  - ✓ Influence sur l'évolution des métiers de la banque.                      Oui                       Non
  - ✓ Favorise la communication et les échanges.                      Oui     Non
  - ✓ Favorise la fabrication et la distribution des Produits et des services.                      Oui     Non
  - ✓ Améliore la qualité des produits.                      Oui                       Non
  - ✓ Renforce la relation banque clients.                      Oui                       Non
  - ✓ Contribue à l'amélioration de la performance de la banque.                      Oui                       Non
4. Quels sont les caractéristiques des TIC ?
5. Selon vous quelle est l'apport des TIC aux clients ? Est-ce que les clients sont satisfaits de la qualité des nouveaux services et produits offerts ?

*Nous vous remercions du temps que vous avez dédié à la réponse à ce questionnaire.*

# Annexes

## Annexe 0 3 :

The screenshot shows the 'Bank ABC' Worklist and Alerts interface. The Worklist table contains the following data:

Subject	Ref no	From	Assigned Date	Status
Withdrawal Post Approval	185906001810014	ROUTAYEB	18.10.2022	PENDING
Withdrawal Post Approval	182875001810011	ROUTAYEB	18.10.2022	PENDING
Withdrawal Post Approval	180175001810010	ROUTAYEB	18.10.2022	PENDING
Withdrawal Post Approval	191997001810015	ROUTAYEB	18.10.2022	PENDING
Withdrawal Post Approval	111199001810019	ROUTAYEB	18.10.2022	PENDING

The Alerts panel shows 11 alerts for review, including:

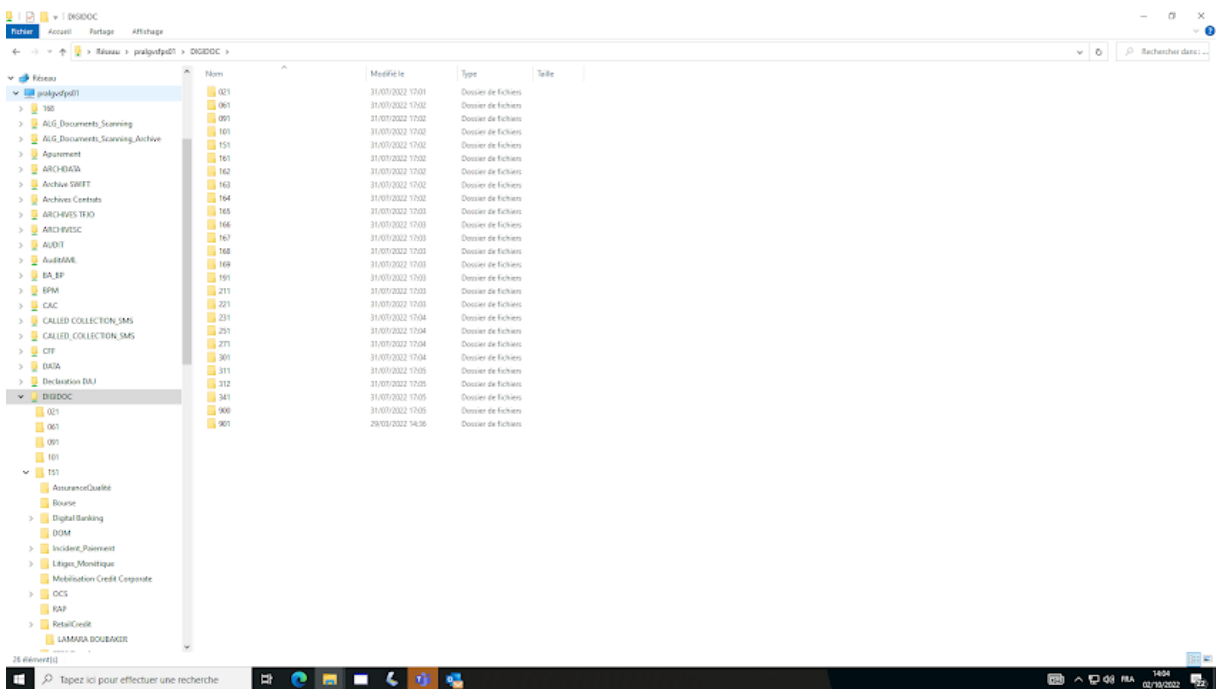
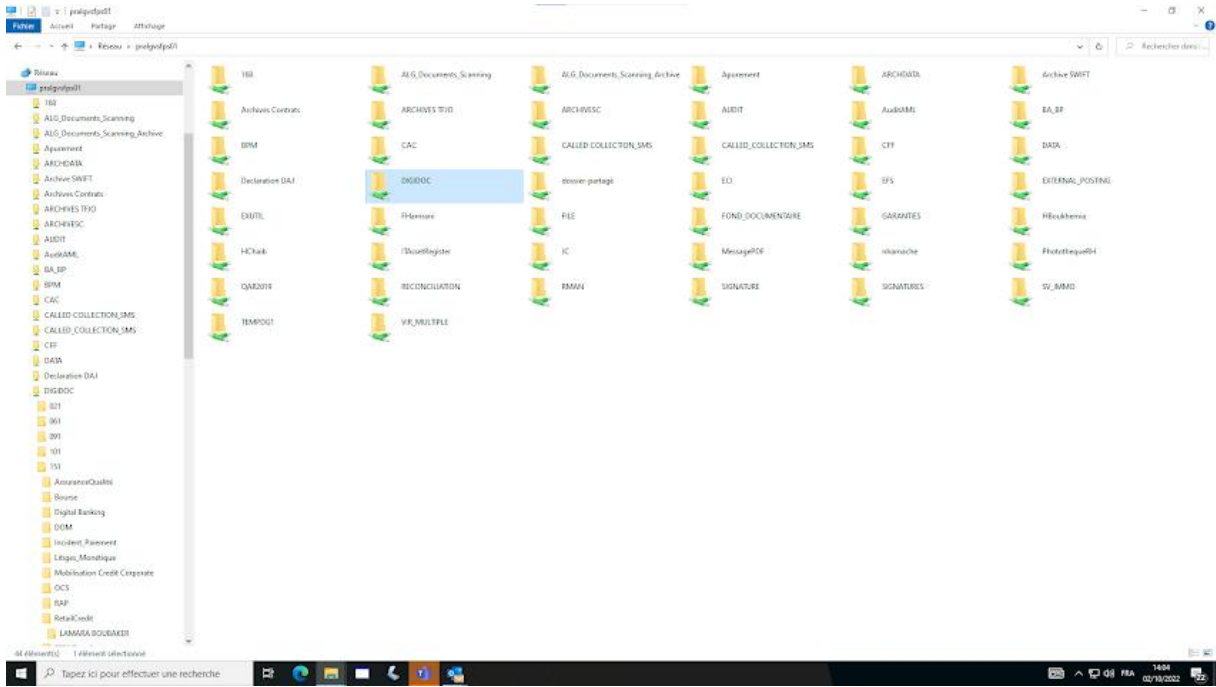
- Your process 3,764 has been APPROVED by ROUTAYEB (10/18/22 5:58 PM)
- Your process 3,732 has been APPROVED by ROUTAYEB (10/18/22 5:57 PM)
- Your process 3,724 has been APPROVED by ROUTAYEB (10/18/22 5:56 PM)
- Your process 3,701 has been APPROVED by ROUTAYEB (10/18/22 4:50 PM)
- Your process 3,593 has been APPROVED by ROUTAYEB (10/18/22 4:45 PM)

## Annexe04 :

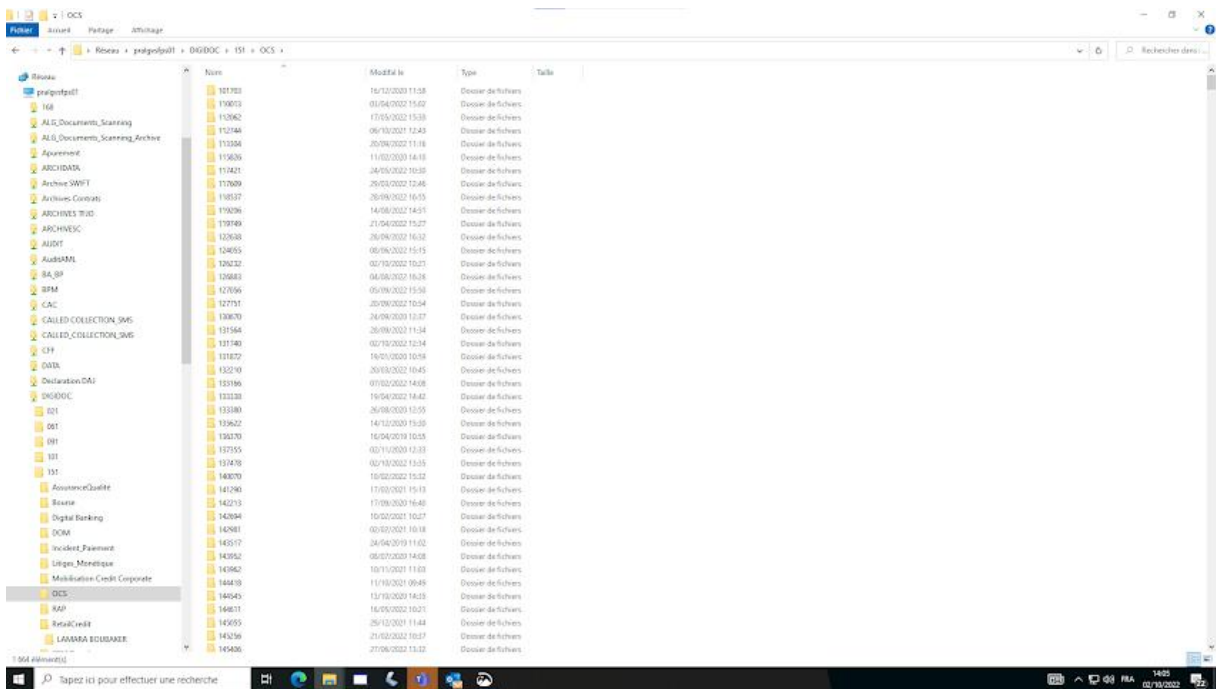
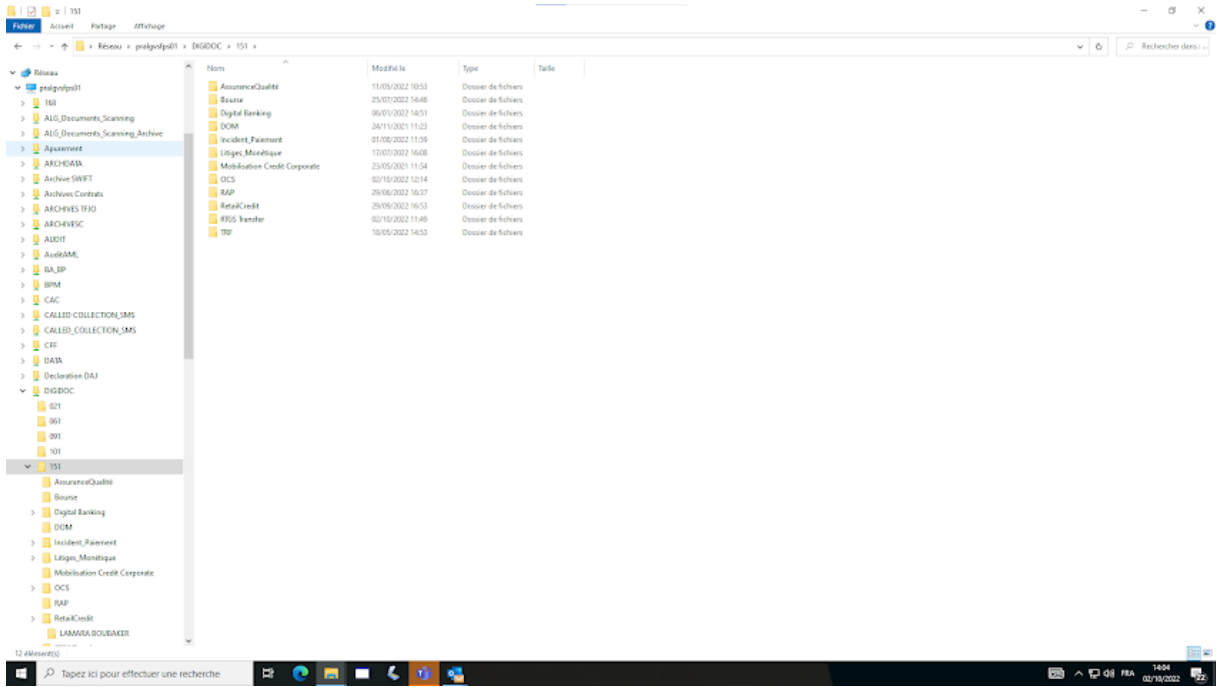
The screenshot shows a Windows File Explorer window titled 'Réseau'. The left sidebar shows 'Accès rapide' with folders like 'Bureau', 'Téléchargements', 'Documents', 'Images', 'contrats tupes d', 'E BANKING', 'NOTES DE RECLA', and 'OUVERTURE DE C'. The main area displays network resources:

- Ordinateur (5): P034018, P034018PC0BQQ19, P034081, P034105, P034222
- Périphériques médias (1): P034023: BEA:

# Annexes

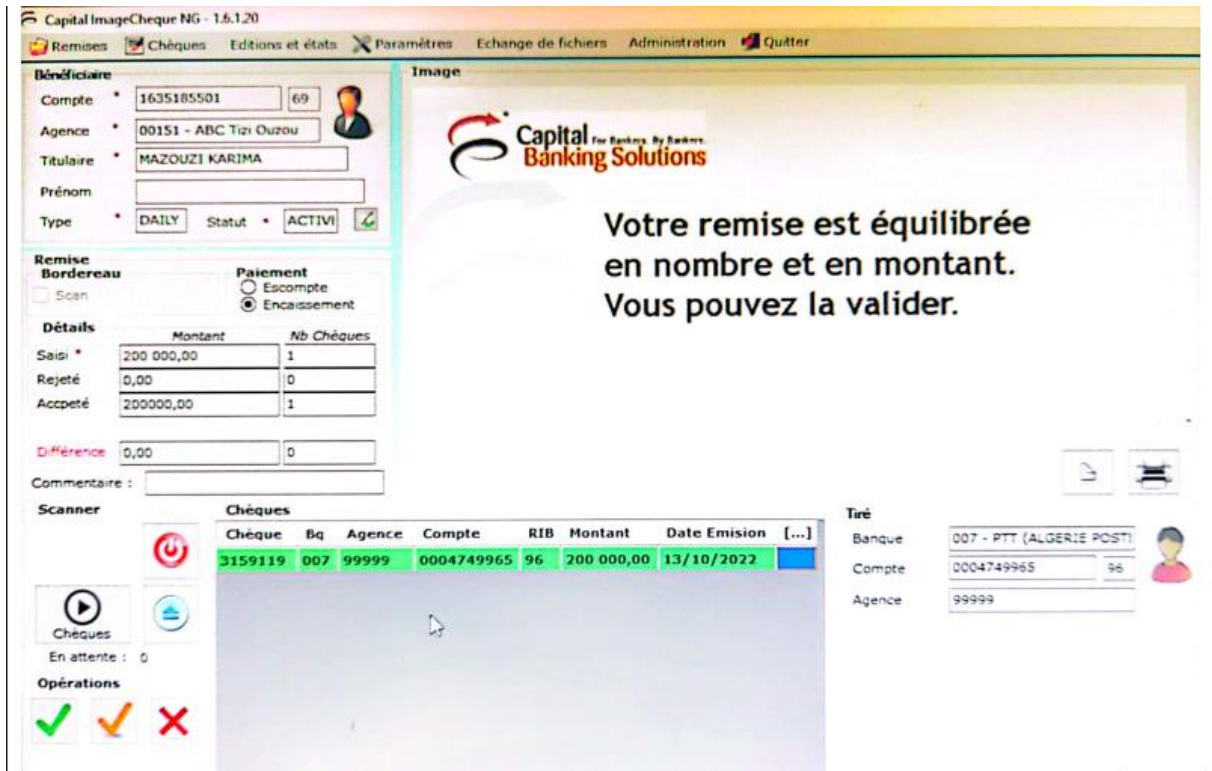


# Annexes

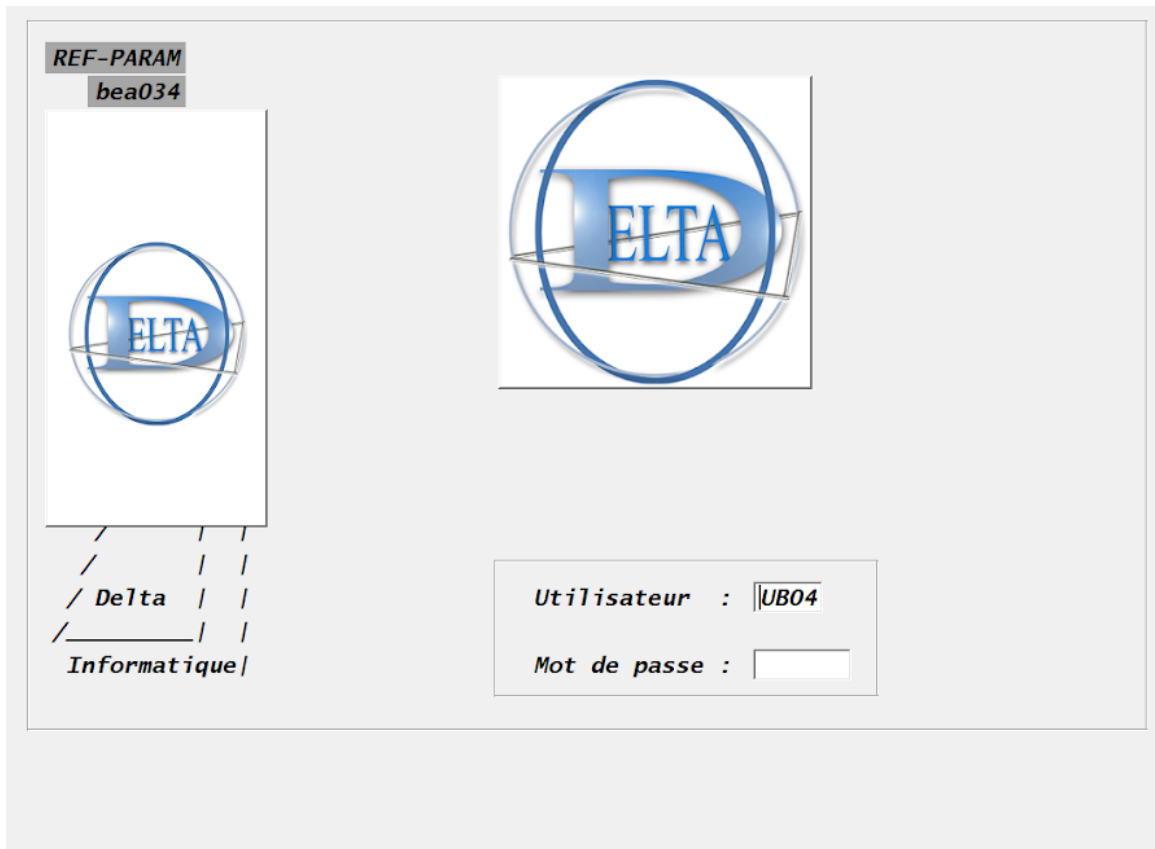


# Annexes

Annexe 05 :

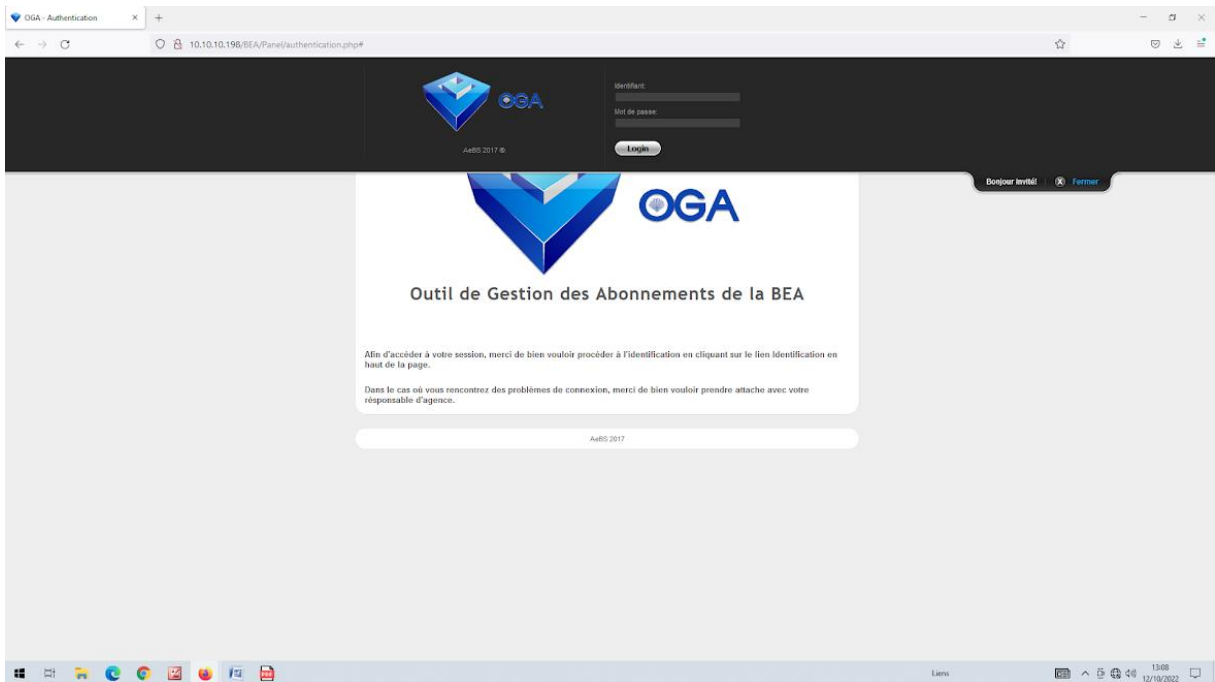
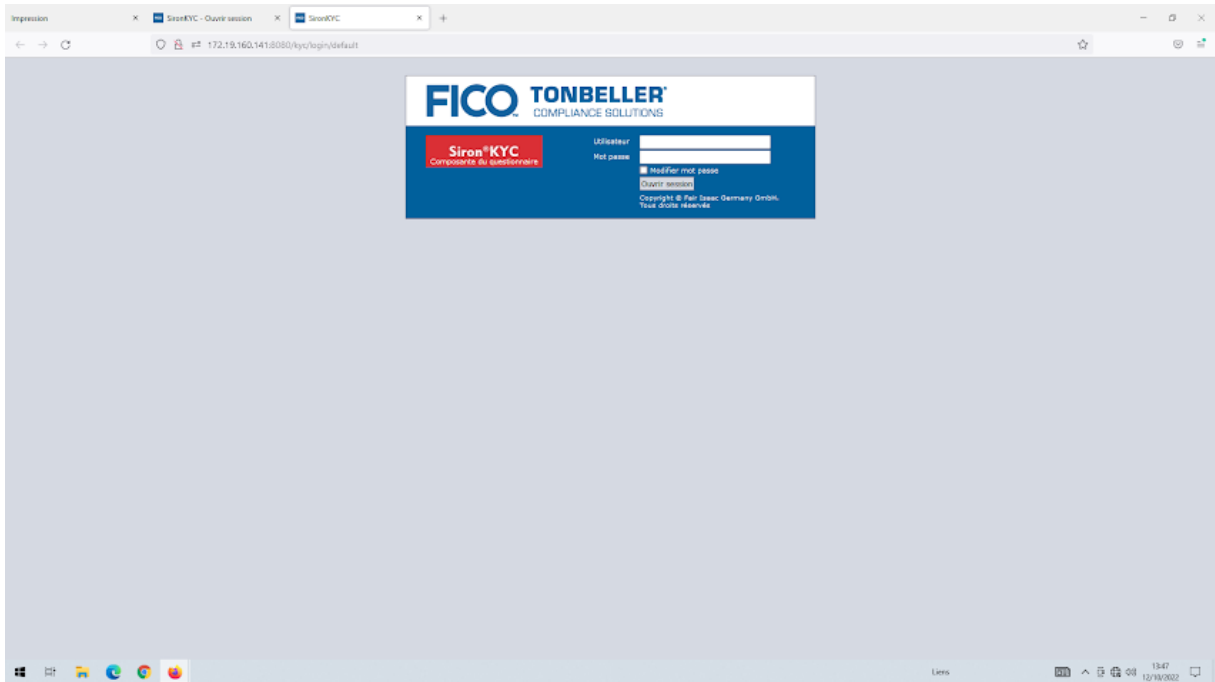


Annexe 6:



# Annexes

## Annexe 7 :





## *Liste des tableaux et figures*

### 1. Tableaux :

<b>Tableau N°1:</b> Données de l'Internet en Algérie (2019).....	<b>63</b>
<b>Tableau N° 02 :</b> Actionnaire ABC Bank.....	<b>71</b>
<b>Tableau N° 03:</b> Présente les différents produits de l'agence ABC et l'agence BEA de la wilaya de Tizi-Ouzou. ....	<b>74</b>
<b>Tableau N° 04:</b> caractéristique des clients interogger .....	<b>77</b>
<b>TableauN°05 :</b> Le taux d'utilisation des équipements au sein de l'agence ABC et de l'agence BEA ,de Tizi- Ouzou.....	<b>78</b>
<b>Tableau N° 06:</b> les moyens de communication utilisé pour le partage des données.....	<b>79</b>
<b>Tableau N°07:</b> les Outil utilisé par la banque pour le partage d'informations .....	<b>81</b>
<b>Tableau N° 08:</b> Représentation de l'utilisation des CIB par les clients des agences .....	<b>82</b>
<b>Tableau N°09:</b> Nombre de commande enregistrer des TPE depuis leurs introduction.....	<b>84</b>
<b>Tableau N°10 :</b> Facilité d'utilisation des TIC par les clients .....	<b>85</b>
<b>Tableau N°11:</b> La sécurité des données selon les clients. ....	<b>86</b>
<b>Tableau N°12 :</b> Apport des TIC sur les clients .....	<b>87</b>
<b>Tableau N°13 :</b> Caractéristique des TIC selon les employés l'agence ABC et l'agence BEA de Tizi-Ouzou.....	<b>89</b>
<b>Tableau N°14 :</b> Apport après l'adoption des TIC selon les employés de l'agence ABC et l'agence BEA de Tizi-Ouzou.....	<b>90</b>

### 2. Figure :

<b>Figure N° 01 :</b> Réseau LAN network.....	<b>27</b>
<b>Figure N° 02:</b> Réseau WAN network.....	<b>28</b>
<b>Figure N°03 :</b> Réseau VPN network .....	<b>28</b>
<b>Figure N°04 :</b> Le taux d'utilisation des équipements au sein de l'agence ABC et de l'agence BEA ,de Tizi- Ouzou.....	<b>78</b>
<b>Figure N°05:</b> les moyens de communication utilisé pour le partage des données .....	<b>80</b>
<b>Figure N°06 :</b> les outils de partage d'information.....	<b>81</b>
<b>Figure N°07:</b> Représentation de l'utilisation des CIB, E-paiement,E-banking par les clients des agences.....	<b>83</b>
<b>Figure N°08:</b> Nombre de commande enregistrer des TIC depuis leurs introduction.....	<b>84</b>
<b>Figure N°09 :</b> Facilité d'utilisation desTIC par les clients .....	<b>85</b>

## ***Bibliographie***

## Bibliographie

---

### ❖ **Ouvrage:**

- **BERNARD Michel**, « Banque et nouvelles technologies », Edition Horizons bancaire, numéro 316, février 2003.
- **BOULC Stephan**, « Donnée Information communication tentative de définition », COTA édition, 2005.
- **BOULOUC. P.**, « Les NTIC : comment en tirez profit ? », Ed. Dunod, Paris 2003.
- **BRIFAUT Jean Pierre** « Systèmes d'information en gestion industrielle », Paris, 1999.
- **CAPIEZ Alain**, « Nouvelles technologies et performance : le cas de la banque a distance », 22<sup>ème</sup> Congrès de l'AFAC, May 2001, France.
- **COURBON Jean Claude, TAJAN Silvère**, « Groupwar et intranet », Edition Dunod, Paris 1999.
- **Delmond, M.H., Petit, Y et Gautier, J.M.** « Management des systèmes d'information », Edition Dunod, Paris, 2003
- **ETTUIGHOFFER Denis**, « L'entreprise virtuelle », Edition d'organisation, paris, 2002
- **JACKY Akoka et ISABELLE Comyn-Wattiau**, « encyclopédie de l'information et des systèmes d'information ».
- **LAUDON.K et LAUDON.J** « Les système d'information des gestions : gérer l'entreprise numérique », Preson Edition le renouveau pédagogique, INC.2006.
- **LEJEUNE Yannick** : « TIC 2025 les grandes mutations », France, 2012.
- **M. Zollinger**, « Monétique et marketing », Edition Librairie Vuibert, février 1989.
- **PATERYON Emmanuel – Arnaud, Robert SALAMON**, « Les nouvelles technologies de l'information et l'entreprise ». paris 5<sup>e</sup>, 1996.
- **QUELENNEC Claude**, « ERP, levier de transformation de l'entreprise », édition Lavoisier, Paris, 2007.
- **Reix Robert**, « Système d'information et management des organisations », 5<sup>e</sup> édition.
- **SAADOUN Melissa** , « Avec le temps », Edition d'organisation , 1998
- **SORNET Jaques, HENGOAT Oona, LE GALLO Nathalie**, «Système d'information de gestion ; tout en un », Edition Dunod, Paris, 2010.
- **Vidal, P, Planeix, P., Lacroux, F., Augier, M. et Lecoeur, A.** « Système d'information organisationnels », Edition Pearson Education, 2005.

## Bibliographie

---

- Dictionnaire, Microsoft Encarta, 2009,193-2008 Microsoft Corporation

- LAMIZET Bernard, SJLEM Ahmed, dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de la communication, paris, 1997.

### ❖ Mémoires et Thèses:

- Abdelkader RACHEDI « L'apport des T.I. C sur la performance de l'entreprise algérienne », thèse doctorat, Université de SAIDA, 2015.

- ANDERSON Nzuzituzolana, « Apport de la gestion de l'écoute client à l'amélioration de la qualité des services offerts, cas de canal+ » mémoire de master, Institut de commerce, France, 2014

- BELABDI Mohamed, « Détermination du profit des utilisateurs d'internet-banking au Québec », Mémoire présenté comme exigence pour l'obtention d'une Maitrise en Administration « MBA recherche », 2010

- BELAID Nassima et ARKOUB Chabha, « Services d'accélération des applications et optimisation des liens WAN (WAAS : Wide Area Application services) au niveau de la CNAS d'Alger »,2015.

- BEN ABOU Djilaili, « Management des savoir et développement des compétences a l'heure des TIC », Thèse de doctorat, université Abou Bakr BELKAID, TLEMEN,2016,

- BENDIABDELLAH.A , Mr. D. BENABOU, Mr. A. CHELIL, « L'apport des TIC à la réalisation des performances des entreprises algériennes » Mars 2006.

- BEZZOU Fatima, HAMACHE Souad : « Essai d'analyse des coûts d'installations des réseaux de communication bancaire », Master, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, juin 2015

- BOUCHELIT Rym : « les perspectives d'e-banking dans la stratégie e-Algérie 2013 », thèse doctorat, université Abou bakrbelkaid, Tlemcen, 2014-2015.

- BOULENOURA N-O, « les Nouveaux Supports de Communication TIC : Facteur de Différenciation dans l'activité Bancaire », Mémoire de Magister, UMMTO, 2014

- KHEDIM Mohammad mehdi : l'adoption de système d'information « l'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien », master, université Abou bakrbelkaid, Tlemcen.

- LUCILE Defays : « Entre réalité économique et valeurs personnelles: le dilemme du dirigeant », Thèse, Université du Québec à trois rivières, 2012

- M. NGASSI-NGAKEGNI Ghynel& M. SAKANDE Souleymane « Impact des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sur le tissu productif des biens et services au

## Bibliographie

---

Maroc », Université : Institut National de Statistique et d'Economie Appliquée - Option : Statistique.2011.

- MADOUR Karima et TIZA Zahia, « Le degré d'intégration des NTIC dans les PME et PMI Algériens le cas de Wilaya de Tizi Ouzou », Mémoire de licence, Université de formation continue, 2012/2013.

- MAHMOUDI Roza et AMRAOUI Anis « L' » introduction des TIC dans le domaine bancaire », Mémoire UMMTO.2019.

### ❖ Articles et Revues :

- DUFOUR.A et GHERNOUTI-HELIE (D).S, internet, Ed. Presses Universitaire de France, 2006.

- Eric Brousseau et Nicolas Curien « économie de l'internet », revue économique.

- FIDELE. Nwamen. « Impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance commerciale des entreprises », 2006.

- Johnson Matthey « politique de lutte contre la criminalité financière ».2019.

- Ketty Colom «Comment l'automatisation modifie le secteur bancaire ».2019.

- KHELIL Abderrazek, « L'impact des NTIC sur le marketing bancaire », Revue des sciences humaines, Université Mohamed Khider Biskra N°09, 2006.

- LAZREG MoHAMMED, SEBBAGH Rafika, « Les impacts des Nouvelles Technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur la performance des banques algériennes »nrevue,2017

- LECLERCQ-VANDELANNOITTE Aurélie, «victime ou coupable ? Repenser le rôle du contrôlé dans la relation entre contrôle, information et technologies de l'information », la revue Système d'information et management, 2017.

- MEKHNACHI Karim, « e – économie, édition d'organisation », Paris 2000.

- Meriem HaouatAsli « Open innovation : quels enjeux pour le secteur bancaire ? ».2012.

- Nemer Rabima,HamdaniNadjet, Kara Ibtiassam, « Impact des TIC sur le processus de décision stratégique une étude basée sur un échantillon des PME Algériennes dans le secteur des services ».2015.

- SHANEZ Amirouche . TAYEB Chabi : « L'impact des Technologies de L'Information et de la Communication Sur la Performances des Entreprises ». Revue du développement et des Prospectives Pour Recherches et études, 2017.

## Bibliographie

---

- Vancrayelynghe, Charlotte « Quels impacts ont les technologies de l'information et de la communication dans l'activité des cadres et qu'en est-il de leur perception par rapport à la déconnexion? »2017-2018.

### ❖ Sites :

- <https://books.openedition.org/pressesmines/1330.fr>
- <https://www.rapport-gratuit.com/generalite-sur-levolution-technique-des-tic>
- <https://www.cairn.info/l-odyssee-de-la-memoire--9782359250060-page-21.htm>
- <https://www.techno-science.net/definition/3982.html>
- [https:// www.science-et -vie.com](https://www.science-et-vie.com).
- <https://journals.openedition.org/activites/4941>
- <https://hal-amu.archives-ouvertes.fr/hal-02048883/document>
- [https://flagelleurmental.wordpress.com/2009/02/17/a-propos-des-technologies-de-l'information-et-de-la-communication/](https://flagelleurmental.wordpress.com/2009/02/17/a-propos-des-technologies-de-l-information-et-de-la-communication/)
- <https://www.archivage-numerique.fr/ged>
- <https://blog.hubspot.fr/marketing/eai-definition>
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52002PC0751>
- <https://www.cegelem.fr/actualites/limpact-des-nouvelles-technologies-sur-les-ressources-humaines>.
- <http://irenekabadjeu.unblog.fr/impact-des-tic-sur-le-management>
- [https://fr.wikipedia.org/wiki/Monnaie\\_%C3%A9lectronique](https://fr.wikipedia.org/wiki/Monnaie_%C3%A9lectronique)
- <https://www.imf.org/fr/Blogs/Articles/2021/12/14/blog121421-making-electronic-money-safer-in-the-digital-age>
- [http. // fr.Wikipedia.org/Wiki/carte-puce](http://fr.Wikipedia.org/Wiki/carte-puce).

# *Table des matières*

<b>Remercîment</b>	
<b>Dédiasse</b>	
<b>Liste des abréviations</b>	
<b>Sommaire</b>	
<b>Introduction générale.....</b>	<b>11</b>
<b>Chapitre I :Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) adoption et leurs effets sur les entreprises</b>	
<b>Introduction .....</b>	<b>16</b>
<b>Section 1 : Approche globale sur Les Technologies de l'Information et de la Communication .....</b>	<b>17</b>
<b>1. Définition des concepts .....</b>	<b>17</b>
<b>1.1. Technologie .....</b>	<b>17</b>
<b>1.2. Information .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3. Communication .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4. Informatique .....</b>	<b>19</b>
<b>1.6. Mondialisation .....</b>	<b>20</b>
<b>2. Aperçue des TIC .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1. Définition des Technologies de l'Information et de Communication</b>	<b>20 20</b>
<b>2.2. Les caractéristiques générales des TIC .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3. L'Origine des TIC .....</b>	<b>22</b>
<b>2.4. L'évolution des TIC .....</b>	<b>23</b>
<b>Section2 : Adoption et utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication dans les entreprises .....</b>	<b>24</b>
<b>1. L'intégration des TIC dans les entreprises.....</b>	<b>24</b>
<b>1.1. Les TIC utilisées par les entreprises.....</b>	<b>25</b>
<b>1.1.1. Les supports de communication intégrer .....</b>	<b>25</b>
<b>1.1.1.1. Micro- ordinateur .....</b>	<b>25</b>
<b>1.1.1.2. Logiciel .....</b>	<b>26</b>
<b>1.1.1.3. Réseaux .....</b>	<b>26</b>

## Table des matières

---

<b>1.2. Illustration des TIC dans le cadre applicatif et fonctionnel</b>	<b>29</b>
<b>1.2.1. La communication</b>	<b>29</b>
1.2.1.1. L'internet	29
1.2.1.2. L'intranet	30
1.2.1.3. L'extranet	31
<b>1.2.2. Gestion des données</b>	<b>32</b>
1.2.2.1. Gestion de la Relation Client	32
1.2.2.2. Echange de Données Informatisées	32
1.2.2.3. La gestion électronique de document	32
<b>1.2.3. Gestion des matérielles</b>	<b>33</b>
1.2.3.1. Entreprise Application Intégration	33
1.2.3.2. Entreprises Ressource Planning	33
1.2.3.3. Groupware	33
<b>1.2.4. La modélisation des tâches</b>	<b>34</b>
<b>Section 3 : Les effets des TIC sur les entreprises</b>	<b>34</b>
<b>1. L'implication des TIC dans les différentes fonctions de l'organisme</b>	<b>34</b>
1.1. Les TIC et la gestion ressources humaines	35
1.2. Les TIC et la logistique	35
1.2.1. Le positionnement	36
1.2.5. L'intégration	36
1.2.6. La réactivité	36
1.2.7. La mesure	36
1.3. Les TIC et le mangement	36
1.4. Les TIC et le système d'information	37
1.5. Les TIC et la fonction commerciale	38
1.6. Les TIC et la fonction comptable	38
<b>2. L'influence des TIC sur les activités des organismes</b>	<b>38</b>
2.1. Apport des TIC sur la prise de décision	39

## Table des matières

---

<b>2.2. Effet des TIC sur le contrôle organisationnel</b>	<b>40</b>
<b>2.3. Impact des Tic sur le travail</b>	<b>40</b>
<b>3. Stratégie de l'entreprise face aux TIC</b>	<b>42</b>
<b>Conclusion</b>	<b>44</b>
<b>Chapitre II : Utilisation et apport des TIC dans le secteur bancaire</b>	
<b>Introduction</b>	<b>46</b>
<b>Section1 : Introduction TIC dans les banques</b>	<b>47</b>
<b>1. Numérisation du secteur bancaire</b>	<b>47</b>
<b>1.1. Informatisation et l'automatisation du secteur bancaire</b>	<b>47</b>
<b>1.2. L'évolution des banques par les TIC</b>	<b>48</b>
<b>2. Adoption des nouvelles technologies par la banque</b>	<b>49</b>
<b>2.1. Le réseau SATIM</b>	<b>49</b>
<b>2.2. Le RMI</b>	<b>50</b>
<b>2.3. Banque à distance</b>	<b>50</b>
<b>2.4. Monnaie électronique</b>	<b>51</b>
<b>2.5. Carte interbancaire</b>	<b>52</b>
<b>2.5.1. La carte badge</b>	<b>52</b>
<b>2.5.2. Les cartes nationales</b>	<b>52</b>
<b>2.5.3. Les cartes internationales</b>	<b>52</b>
<b>2.5.4. Les cartes bancaires internationales prestige</b>	<b>53</b>
<b>2.5.5. Les cartes à puce</b>	<b>53</b>
<b>2.5.5.1. La carte à mémoire simple ou carte « porte-jetons »</b>	<b>53</b>
<b>2.5.5.2. La carte à logique câblée</b>	<b>53</b>
<b>2.5.5.3. La carte à microcalculateur</b>	<b>54</b>
<b>2.6. Le GAB/DAB</b>	<b>54</b>
<b>2.7. E-Banking</b>	<b>55</b>
<b>2.8. Terminal de Paiement Electronique</b>	<b>56</b>
<b>Section 2 : Utilisation des TIC et leur apport dans le secteur bancaire</b>	<b>56</b>

## Table des matières

<b>1.</b>	<b>L'utilisation des TIC par les banques</b>	<b>56</b>
<b>1.1.</b>	<b>La place des TIC au sein des Banque</b>	<b>56</b>
<b>1.2.</b>	<b>Degré d'utilisation des TIC dans le secteur bancaire</b>	<b>57</b>
<b>2.</b>	<b>Apport des TIC dans le secteur bancaire</b>	<b>57</b>
<b>2.1.</b>	<b>Diminution des coûts de production</b>	<b>58</b>
<b>2.2.</b>	<b>Industrialisation de l'ensemble des processus</b>	<b>58</b>
<b>2.3.</b>	<b>Passage d'une gestion traditionnelle de stock à une gestion de flux...</b>	<b>58</b>
<b>3.</b>	<b>L'impact des TIC sur l'activité bancaire</b>	<b>59</b>
<b>3.1.</b>	<b>Sur l'efficacité des produits</b>	<b>59</b>
<b>3.2.</b>	<b>Sur la rentabilité bancaire</b>	<b>59</b>
<b>3.3.</b>	<b>Sur le marketing des services</b>	<b>60</b>
<b>3.4.</b>	<b>Sur la gestion de la relation client</b>	<b>61</b>
<b>3.5.</b>	<b>Sur le marketing mix</b>	<b>61</b>
	<b>Section 3 : Les TIC et le secteur bancaire algérien</b>	<b>62</b>
<b>1.</b>	<b>L'étendue de l'intégration des TIC en Algérie</b>	<b>62</b>
<b>1.1.</b>	<b>L'utilisation d'Internet en Algérie</b>	<b>63</b>
<b>1.2.</b>	<b>Monétique en Algérie</b>	<b>64</b>
<b>2.</b>	<b>Les facteurs qui ralentissent l'évolution de la monétique en Algérie</b>	<b>65</b>
<b>2.1.</b>	<b>L'économie clandestine</b>	<b>66</b>
<b>2.2.</b>	<b>La culture du cash</b>	<b>66</b>
<b>2.3.</b>	<b>Le manque de structure</b>	<b>66</b>
<b>2.4.</b>	<b>Le système bancaire</b>	<b>66</b>
	<b>Conclusion</b>	<b>67</b>
	<b>Chapitre III : L'adoption des TIC et leur apport au sein des agences bancaire : approche comparative entre l'agence ABC et de la BEA de Tizi-Ouzou</b>	
	<b>Introduction</b>	<b>69</b>

## Table des matières

<b>Section1 : Présentation des organismes d'accueils : ArabBankingCoporation et Banque Extérieur d'Algérie de Tizi Ouzou</b>	<b>70</b>
1. Arab Banking Corporation ABC Bank	70
1.1. ABC Bank	70
1.2. ABC Bank en Algérie	70
1.3. Objectif de la banque ABC : ABC Bank a pour objectif	71
1.4. Actionnaire d'ABC Bank :	71
1.5. Présentation de l'agence d'accueil ABC Bank Tizi-Ouzou	72
2. Banque extérieur d'Algérie	72
2.1. À propos de la BEA	72
2.2. Objectif de la BEA	73
2.3. Présentation de l'agence d'acceuil	74
3. L'adaptation des nouvelles technologies par les banques agence ABC et agence BEA	74
3.1. Applications des TIC au sein de l'agence ABC Bank de Tizi-Ouzou	
3.1.1. Ombit	75
3.1.2. SherPoint	75
3.1.3. capitalimagechèque NG	75
3.1.4. Cisco système de sécurité	75
3.2. Applications des TIC au sein de l'agence BEA de Tizi-Ouzou	76
3.1.1. Delta	76
3.1.2. Réseau bureautique	76
3.1.3. Système de sécurité	76
3.1.4. Monecheck	76
<b>Section 2 : L'utilisation des TIC par l'agence ABC et l'agence BEA</b>	<b>77</b>
1. Première partie	77
1.1. Les différents TIC utilisées par les agences	77
1.1.1. Les équipements	78

## Table des matières

---

<b>1.1.2. Les systèmes de communication</b>	<b>79</b>
<b>1.1.3. Partage d'information</b>	<b>80</b>
<b>1.2. Utilisation des TIC par les demandeurs</b>	<b>82</b>
<b>1.2.1. CIB, E-paiement, E-banking</b>	<b>82</b>
<b>1.2.2. Les Terminal de Paiement Electronique</b>	<b>84</b>
<b>2. deuxième partie</b>	<b>85</b>
<b>2.1. La simplicité d'utilisation des TIC</b>	<b>85</b>
<b>Section 3 : Apport des TIC dans l'agence ABC et dans l'agence BEA</b>	<b>87</b>
<b>1. Apport du changement technologique au sein des agences</b>	<b>87</b>
<b>1.1. Apport sur les clients</b>	<b>87</b>
<b>1.2. Apports sur les employés</b>	<b>89</b>
<b>1.2.1. Caractéristique des TIC au sein des agences</b>	<b>89</b>
<b>1.2.2. Apport des TIC au sein des agences</b>	<b>90</b>
<b>Conclusion</b>	<b>91</b>
<b>Conclusion général</b>	<b>93</b>
<b>Annexes</b>	<b>I-X</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>111</b>
<b>Liste des tableaux et figures</b>	<b>113</b>
<b>Table des matières</b>	<b>118</b>