

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

Faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Commerciales

Département des Sciences de Gestion



MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

EN VUE DE L'OBTENTION DU DIPLOME

DE MASTER II EN SCIENCE ECONOMIQUE

Spécialité : ECONOMIE MONETAIRE ET FINANCIERE

THEME :

L'e-banking et son rôle dans l'inclusion financière de la population en Algérie

Cas : CNEP-Banque Tizi-Ouzou, réseau LAMALI 207

Réalisé par :

M^{lle}. BEN AMER BELKACEM LINA

M^{lle}. AIT OUARAB ANAIS

Encadré par : Dr. SAM Hocine

Devant le jury composé de :

Président : OUSSAID Aziz, MCB, UMMTO

Rapporteur : SAM Hocine, MCA, UMMTO

Examinatrice : TAOUCHE Samia, MAA, UMMTO

Date de soutenance : 14/06/2025

Promotion : 2024/2025

REMERCIEMENTS



Au terme de ce mémoire, qui représente l'aboutissement d'un travail collectif et enrichissant, nous souhaitons exprimer notre profonde gratitude à toutes les personnes qui ont contribué, de près ou de loin, à la réalisation de ce projet.

Nous commençons par rendre grâce à Dieu, dont la guidance et la bienveillance nous ont accompagnés tout au long de ce parcours.

Nos sincères remerciements s'adressent à notre encadrant, Monsieur Sam Hocine, pour son soutien indéfectible, ses conseils avisés et son engagement constant. Sa disponibilité et son expertise ont été des piliers essentiels dans l'élaboration de ce travail.

Nous tenons également à exprimer notre profonde reconnaissance à Madame Ferhaoui, qui nous a offert un accompagnement exemplaire lors de notre stage à la CNEP-Banque. Son appui et ses orientations ont grandement enrichi notre expérience professionnelle.

Nous remercions chaleureusement Monsieur le Président du jury d'avoir accepté de présider cette soutenance, ainsi que les membres du jury pour leur temps, leur attention et leur évaluation rigoureuse de notre mémoire. Leur expertise confère une valeur inestimable à ce travail.

Enfin, nous adressons nos plus vifs remerciements à nos familles, à nos proches et à nos amis, dont le soutien moral et les encouragements constants ont été une source précieuse d'inspiration et de motivation. Leur présence, qu'elle soit discrète ou marquée, a joué un rôle fondamental dans l'aboutissement de ce projet.

À toutes et à tous, nous exprimons nos remerciements les plus sincères.

DÉDICACES



À mes chers parents,

Je vous dédie ce travail avec tout l'amour et la gratitude que mon cœur peut contenir. Vous avez toujours été mon refuge, mon pilier, ma lumière dans les moments d'ombre. Votre soutien inconditionnel, vos encouragements sans faille, ont été la force qui m'a portée chaque jour. Sans vous, rien de tout cela n'aurait été possible. Merci pour votre amour infini.

À mon très cher petit frère Sammy,

Tu es plus qu'un frère, tu es un compagnon de vie, un trésor précieux. Ta présence à mes côtés est un cadeau que je chéris profondément. Merci pour ta douceur, ta joie et ta confiance qui m'inspirent à avancer.

À ma meilleure amie Yasmine Kerriche, paix à son âme,

Ton absence laisse un vide immense que rien ne peut combler. J'aurais tant voulu que tu sois là, à mes côtés, pour partager cette étape importante. Ton sourire, ta gentillesse, ta lumière continuent de vivre en moi. Ce travail, je te le dédie aussi, avec tout l'amour que j'ai pour toi.

À ma très chère copine et binôme Anaïs,

Nous avons vécu ensemble des moments magiques, des instants gravés à jamais dans mon cœur. Ta présence, ton soutien et ta complicité ont rendu ce chemin plus doux, plus joyeux. Merci d'être celle sur qui je peux toujours compter.

À mes amies précieuses Ryma, Liza, Lydia, et Sassi, Melissa, Nedjma,

Vous avez été mon refuge, ma force quand le doute m'envahissait. Votre amour, votre écoute et votre soutien m'ont portée bien plus loin que je ne l'aurais cru. Je vous adore profondément.

Enfin, à toutes les personnes qui ont marqué ma vie,

À vous qui, d'une manière ou d'une autre, avez été là pour moi, je vous dédie ce travail avec toute ma reconnaissance et mon amour. Vous avez fait de moi ce que je suis aujourd'hui, et pour cela, je vous remercie du fond du cœur.

LINA

DÉDICACES



À mes chers parents,

Pour votre amour inconditionnel, vos sacrifices, votre patience et votre soutien indéfectible tout au long de mon parcours. Ce travail vous revient en premier.

À mon frère Amayas,

Merci pour ta présence rassurante et tes encouragements.

À mon oncle Djaffer, Et à mes tantes Lydia, Amel et Houa,

Pour vos mots bienveillants, vos prières, et votre affection constante.

À ma grand-mère Zahra,

Pour ta sagesse, ton amour et ton inspiration.

À la mémoire de ma grand-mère Ouardia,

Qui continue de vivre dans mon cœur. Ce travail est aussi un hommage à ta foi en moi.

À ma très chère copine et binôme Lina,

Pour ta complicité, ton soutien indéfectible, ton humour et ton engagement sans faille dans chaque étape de ce travail. Merci d'avoir été cette coéquipière exceptionnelle.

À mon amie Melissa,

Pour ta présence, tes conseils, ton énergie positive et ton amitié sincère.

Enfin, À tous mes chers amis,

Et à toutes celles et ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce mémoire, par un mot, un geste, un soutien moral ou technique : merci infiniment.

ANAÏS



Liste des abréviations

Liste des abréviations

- **ABC : Arab banking corportaion**
- **ABEF : Association professionnelle des banques et établissements financiers**
- **AFB : l'Association Française des Banques**
- **AFI : L'Alliance for Financial Inclusion**
- **ARTS : Algerian Real Times Settelement**
- **ATCI : Autorité de régulation des communications électroniques et des postes**
- **ATM : l'automatedteller machine**
- **BADR : Banque d'agriculture et du développement rurale**
- **BDL : La Banque de Développement Local**
- **BEA : Banque extérieure d'Algérie**
- **BNA : banque nationale d'Algérie**
- **CCP : Comptes courants postaux**
- **CE : Carte épargne**
- **CGAP : Le Consultative Group to Assist the Poor**
- **CIB : Cartes inter bancaire**
- **CMI : Centre Monétique Interbancaire**
- **CNEP : Caisse nationale d'épargne et provision**
- **CNMA : Caisse nationale de mutualité agricole**
- **CPA : Le crédit Populaire d'Algérie**
- **CPI : Centre de pré-compensation**
- **CSDCA : Caisse de solidarité des départements et des communes d'Algérie**
- **DA : Dinars Algériens**
- **DAB : Distributeurs Automatiques Bancaires**
- **DAD : Dinar Algérien Digital**
- **EDI : Electronique Data Interchange**
- **EFT : Transfert de fonds électronique**
- **EMV : Europay, Mastercard et Visa**
- **FMI : Le Fonds monétaire international**
- **GAB : Guichets Automatiques Bancaires**
- **GIE : Groupement d'Intérêt Economique**
- **IBAN : International Bank Account number**
- **MNBC : Monnaie numérique de banque centrale**
- **NCP : Positions nettes de compensation**
- **NFC : Near Field Communication**
- **NRI : Networked Readiness Index**
- **OCDE : L'Organisation de coopération et de développement économiques**
- **ONG : Organisations non gouvernementales**
- **PCI DSS :Payment Card Industry Data Security Standard**
- **PME : Petites et Moyennes Entreprises**
- **PME : Porte-monnaie électronique**
- **PMV : Porte-monnaie virtuel**
- **RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données**
- **RIB : Relevé d'Identité Bancaire**
- **RMI : Réseaux monétique interbancaire**

Liste des abréviations

- **RTGS : Real Time Gross Settlements**
- **SATIM : Société d'aménagement de technologie et d'information de monétique**
- **SEAAL : Société des eaux et d'assainissement d'Alger**
- **SFI : Société financière internationale**
- **SSI : Sociétés de services informatiques**
- **SWIFT : Society For Worldwide Interbank Financial Telecommunication**
- **TEF : Transfert Electronique de Fonds**
- **TES : Transactions Électroniques Sécurisées**
- **TIC : Technologies de l'information et de la communication**
- **TNI : Tableau numérique interactif**
- **TPE : Terminaux de paiement électronique**
- **UNCDF : Le Fonds des Nations Unies pour le développement**



**Liste des tableaux,
figures et graphe**

Liste des tableaux

N° de tableau	Nom de tableau	Page de tableau
01	Définitions de la monétique selon différents auteurs et sources	10
02	Les grandes étapes de l'évolution des moyens de paiement	12
03	distinctions entre Distributeur Automatique de Billets (DAB) et Guichet Automatique de Banque (GAB)	16
04	Type de banque en ligne	25
05	les actionnaires de la SATIM	29
06	Nombre des terminaux de paiement électronique (TPE) en Algérie entre 2018 et 2025	35
07	les définitions de l'E-banking selon différents auteurs	51

Liste des tableaux du questionnaire

I. Clients de la banque CNEP utilisateurs de l'e-banking

N° de tableau	Nom de tableau	Page de tableau
01	Représentation de la population d'étude selon le sexe	118
02	Représentation de la population d'étude selon l'âge	119
03	Représentation de la population d'étude selon la situation professionnelle	120
04	Représentation des services les plus utilisés	121
05	Représentation des avantages d'e-banking	122
06	présentation des améliorations souhaitées par les utilisateurs	123

II. Clients de la banque CNEP non utilisateurs de l'e-banking

N° de tableau	Nom de tableau	Page de tableau
01	Représentation de la population d'étude selon le sexe	124
02	Représentation de la population d'étude selon l'âge	125
03	Représentation de la population d'étude selon la situation professionnelle	126
04	Représentation des causes de no utilisation d'e-banking	127
05	Présentation des barrières sociales ou économiques empêchent l'adoption d'e-banking selon les non utilisateurs	128
06	Représentation des solutions propose pour utiliser l'e-banking	129

III. Employés et responsables de la banque CNEP

N° de tableau	Nom de tableau	Page de tableau
01	Représentation de la population d'étude selon le poste occupé	130
02	Représentation de la population d'étude selon l'expérience dans le secteur bancaire	131
03	Présentation du taux de réception de formation spécifique sur l'e-banking	132
04	Présentation du niveau d'adoption d'e-banking selon les employés et responsables	133
05	Présentation des avantages d'e-banking pour la banque	134
06	Représentation de la contribution d'e-banking a l'inclusion financière	135

Liste des figures

N° de figures	Nom de figure	Page
01	Composition de l'économie numérique	07
02	les formes de monnaie électronique	14
03	présentation de la Carte classique (Blue)	69
04	le visuel de la carte épargne	95
05	présentation de l'accueil de l'application CNEP_BANQUE	102
06	présentation de la page d'identification	103
07	Présentation de la page des services e-banking	104
08	Consultation d'opérations	105
09	illustration de la commande des chéquiers	107
10	consultation des cartes Bancaires	108

Liste des graphes du questionnaire

I. Clients de la banque CNEP utilisateurs de l'e-banking

N° de graphe	Nom de graphe	Page de graphe
01	Représentation de la population d'étude selon le sexe	118
02	Représentation de la population d'étude selon l'âge	119
03	Représentation de la population d'étude selon la situation professionnelle	120
04	Représentation des services les plus utilisés	121
05	Représentation des avantages d'e-banking	122
06	présentation des améliorations souhaitées par les utilisateurs	123

II. Clients de la banque CNEP non utilisateurs de l'e-banking

N° de graphe	Nom de graphe	Page de graphe
01	Représentation de la population d'étude selon le sexe	124
02	Représentation de la population d'étude selon l'âge	125
03	Représentation de la population d'étude selon la situation professionnelle	126
04	Représentation des causes de no utilisation d'e-banking	127
05	Présentation des barrières sociales ou économiques empêchent l'adoption d'e-banking selon les non utilisateurs	128
06	Représentation des solutions propose pour utiliser l'e-banking	129

III. Employés et responsables de la banque CNEP

N° de graphe	Nom de graphe	Page de graphe
01	Représentation de la population d'étude selon le poste occupé	130
02	Représentation de la population d'étude selon l'expérience dans le secteur bancaire	131
03	Présentation du taux de réception de formation spécifique sur l'e-banking	132
04	Présentation du niveau d'adoption d'e-banking selon les employés et responsables	133
05	Présentation des avantages d'e-banking pour la banque	134
06	Représentation de la contribution d'e-banking a l'inclusion financière	135



Sommaire

Sommaire

Remerciement

Dédicace

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des graphes

Introduction générale01

Chapitre 01 : La révolution numérique et ses effets sur les services bancaires

Introduction04

Section 01 : L'économie numérique et les banques numérique04

Section 2 : La monétique en Algérie26

Conclusion48

Chapitre 2 : E-banking et l'inclusion financière

Introduction49

Section 1 : concepts théoriques et technique sur l'E-banking50

Section 2 : E-banking et son apport à l'inclusion financière, expérience Algérienne62

Conclusion86

Chapitre 3 : Etude appliquée de l'e-banking au sein de la CNEP

Introduction87

Section 1 : CNEP-Banque : Historique, Évolutions et Fonctionnement des Services d'E-Banking87

Section 02 : analyse pratique de l'e-banking et son rôle dans l'inclusion financière de la population au sein de la CNEP-banque : Enquête auprès des Employés et des Clients116

Conclusion137

Conclusion générale138

Bibliographie

Annexes

Table des matières

Résumé



Introduction générale

Introduction générale

Depuis ses débuts, le secteur bancaire a profondément évolué, principalement grâce à la diffusion rapide et massive des technologies numériques. Aujourd'hui omniprésentes dans la vie quotidienne, ces technologies sont devenues des leviers indispensables au développement de nombreuses activités économiques.

Parallèlement, la révolution technologique des années 1980, qui a transformé les domaines de l'information et de la communication, a joué un rôle déterminant dans le processus de mondialisation. Elle a contribué au décloisonnement des marchés financiers, facilité la circulation fluide des flux financiers via la déréglementation, et permis l'interconnexion mondiale des réseaux d'information et de communication.

L'apparition des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) en Algérie contribue significativement à la croissance économique du pays en permettant aux banques de collecter plus efficacement les données de leurs clients. Cette évolution a provoqué une véritable révolution des systèmes bancaires, accompagnée par le développement des institutions financières. Par ailleurs, la dématérialisation des opérations et des services bancaires a favorisé l'émergence de nombreux outils et moyens innovants, simplifiant les procédures pour les clients et ouvrant de nouveaux canaux de communication entre les banques et leurs usagers.

L'utilisation de nouveaux canaux d'accès aux services bancaires est désormais essentielle. Le « E-électronique Banking » s'impose comme une solution rapidement adoptée par les banques souhaitant renforcer leur proximité avec la clientèle, optimiser leurs processus opérationnels et transformer la nature de leurs produits et services. Ce mode de banque électronique offre également une sécurité renforcée ainsi qu'une large gamme de services de qualité accessibles via Internet.

Grâce à l'essor spectaculaire d'Internet et à la multiplication rapide des réseaux de communication sans fil, les banques peuvent désormais traiter efficacement les données liées aux comptes en ligne. Cela leur permet de personnaliser leurs relations avec les clients et de leur proposer des produits mieux adaptés à leurs besoins. L'e-banking offre ainsi aux clients un accès permanent, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, à leurs comptes ainsi qu'à des informations générales sur les produits et services bancaires, via un ordinateur ou tout autre appareil intelligent. Cette accessibilité facilite également l'inclusion financière en répondant aux besoins de différentes catégories de population, notamment dans les pays en développement.

Néanmoins l'inclusion financière de la population en Algérie doit être élargie et l'accès des services financiers doit être pour toutes les couches de la population afin d'accroître la confiance du public vis-à-vis des banques « L'inclusion financière définit la possibilité pour les individus et les entreprises d'accéder à moindre coût à toute une gamme de produits et de Introduction Générale 2 services financiers utiles et adaptés à leurs besoins (transactions, paiements, épargne, crédit et assurance) proposés par des prestataires fiables et responsables » .

Introduction générale

Les banques algériennes déploient tous les efforts nécessaires pour mieux satisfaire leur clientèle en mettant à disposition une plateforme permettant de réaliser toutes les opérations à distance. Il est donc évident que l'adoption de l'e-banking est devenue une nécessité majeure, tant pour les banques que pour leurs clients. Dans le cadre de ce travail, nous nous proposons de répondre à la problématique suivante :

Quels sont les déterminants d'e-banking et ses apports à l'inclusion financière de la population en Algérie?

Pour bien appréhender cette problématique, nous avons formulé les questions secondaires suivantes :

- 1) Quels sont les principaux facteurs (accessibilité, sécurité, convivialité, confiance) qui influencent l'adoption de l'e-banking par les clients algériens ?
- 2) Comment les banques algériennes intègrent-elles les technologies de l'information pour développer et sécuriser leurs services d'e-banking ?
- 3) Dans quelle mesure l'e-banking contribue-t-il à améliorer l'inclusion financière des populations peu bancarisées ou éloignées des agences traditionnelles ?
- 4) Quelles stratégies les banques mettent-elles en œuvre pour encourager l'utilisation de l'e-banking et répondre aux besoins spécifiques des différentes catégories de la population ?

Ces questions auront comme objectifs :

- De cerner l'état du E-banking en Algérie ;
- Des caractéristiques de l'E-banking en Algérie ;
- De mettre la lumière sur le rôle que peut jouer l'E-banking et ses services et ses avantages et limites dans l'inclusion financière de la population.

Objet de recherche

L'objectif de notre étude est d'identifier les différentes raisons qui poussent les banques à adopter l'e-banking, ainsi que les stratégies mises en œuvre pour attirer un plus grand nombre de clients. Nous souhaitons ainsi apporter des observations, des constats et des analyses, tout en démontrant l'importance de l'e-banking tant pour les clients que pour les institutions bancaires elles-mêmes.

Méthodologie de recherche

Afin de répondre aux différentes questions posées précédemment et de vérifier la validité des hypothèses que nous avons émises dans ce mémoire, on a tout d'abord effectué une analyse théorique et empirique visant à construire un corpus conceptuel nous permettant d'appréhender facilement le sujet.

Ainsi, nous avons effectué une recherche documentaire où nous avons pu consulter et explorer différents ouvrages et supports tels que : les ouvrages les articles, les revues et les sites internet afin de collecter le maximum d'informations en rapport avec notre travail.

Structure du mémoire

Ce mémoire est organisé en trois chapitres : les deux premiers sont consacrés à l'aspect théorique, tandis que le troisième porte sur l'étude pratique. Ce plan a été conçu de manière à intégrer dans chaque chapitre des éléments permettant de répondre à la problématique principale de notre recherche.

Pour l'ensemble du travail, tant dans les parties théorique qu'empirique, nous avons adopté une démarche descriptive et analytique. Cette méthode nous a permis de collecter, interpréter les informations et tester nos hypothèses.

Le premier chapitre traite de la révolution numérique et ses effets sur les services bancaire. Après une présentation de l'économie numérique et les banque numérique et la monétique en Algérie, le deuxième chapitre s'intéresse à l'e-banking et à son rôle dans l'inclusion financière.

Enfin, le troisième chapitre est dédié à une étude pratique de l'e-banking au sein de la CNEP-Banque, plus précisément à l'agence LAMALI 207. Nous y présenterons la méthodologie adoptée, ainsi qu'une description du questionnaire utilisé pour collecter des données pertinentes. Nous exposerons ensuite les résultats obtenus et procéderons à leur analyse afin d'apporter des réponses précises à nos interrogations.

Chapitre 1

**La révolution numérique et ses effets
sur les services bancaires**

Introduction

La numération a commencé depuis la préhistoire. Ce système qui s'appuie sur le nombre des doigts (d'où le système binaire et décimal) s'est développé au fil des civilisations à travers les recherches scientifiques, les inventions et les grandes découvertes marquant les révolutions industrielles et le développement économique donnant naissance à l'ordinateur et aux réseaux de télécommunication.

À l'ère de la révolution numérique, le secteur bancaire connaît une transformation profonde, redéfinissant les interactions entre les institutions financières et leurs clients. Ce chapitre explore l'évolution des services bancaires sous l'influence des technologies numériques, en retraçant leur développement depuis les pratiques traditionnelles jusqu'à l'avènement de la monétique.¹

La première section qui est sur L'économie numérique et les banques numérique. La deuxième section se concentre sur le contexte spécifique de l'Algérie, analysant l'adoption et les défis de la monétique dans un environnement en pleine mutation. Ce chapitre vise à offrir une compréhension claire des dynamiques globales et locales qui façonnent l'avenir des services bancaires à l'ère numérique.

Section 01 : L'économie numérique et les banques numérique :

1. C'est quoi le numérique ?

Le numérique, c'est tout ce qui concerne l'utilisation des technologies qui traitent et transmettent des informations sous forme de données codées, généralement grâce à des chiffres. En d'autres termes, c'est la manière dont les informations (texte, images, sons, vidéos, etc.) sont transformées en un langage que les ordinateurs et autres appareils électroniques peuvent comprendre et utiliser.

Aujourd'hui, le numérique fait partie intégrante de notre vie quotidienne. Que ce soit avec les téléphones, les ordinateurs, Internet, les réseaux sociaux, ou encore les applications mobiles, le numérique est partout. Il facilite la communication, le travail, l'apprentissage, les loisirs et même la gestion de nos activités courantes.

Le numérique ne se limite pas à la technologie : il transforme aussi la société. Il change la façon dont nous échangeons des informations, collaborons, consommons, et même pensons. Par exemple, grâce au numérique, on peut travailler à distance, accéder à une quantité immense de connaissances en quelques clics, ou rester en contact avec des personnes à l'autre bout du monde.²

Le numérique désigne la représentation de l'information sous forme de nombres, souvent en Système binaire (0 et 1), ce qui permet son traitement par des systèmes électroniques et informatiques. En électronique, le numérique s'oppose à l'analogique : les

¹L'histoire des chiffres et des nombres", PDF accessible via Pardailhan, qui traite de la numération préhistorique à travers les civilisations.

²Philippe Bouquillion, "Le numérique pour tous", 2018 ; INSEE, "La société numérique : enjeux et perspectives"

signaux numériques sont discrets, alors que les signaux analogiques sont continus. Cette représentation facilite le stockage, la transmission, la manipulation et la reproduction fidèle des données. Le numérique est à la base des ordinateurs, téléphones, et autres technologies modernes.³

Selon :

Muriel Epstein & Tatiana Taous (2021) : le numérique est un terme générique qui a remplacé celui de TICE (Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Enseignement). Il désigne l'ensemble des pratiques informatiques liées à Internet et à l'éducation. Selon ces auteures, chaque discipline scolaire développe son propre « numérique », avec des usages, des outils et des significations spécifiques.

Baron&Boulc'h (cité par Fluckiger, 2020) : le numérique est une forme euphémisme de l'informatique, qui met l'accent sur la dématérialisation des informations. Il s'agit de la capacité à manipuler, stocker et transmettre des données sous forme dématérialisée, grâce à une infrastructure matérielle (ordinateurs, réseaux, serveurs).

Karsenti (2016, cité dans Cnesco 2020) : le numérique inclut les outils technologiques utilisés dans l'éducation, comme le tableau numérique interactif (TNI). Le TNI est un tableau électronique connecté à un ordinateur, permettant d'afficher et d'interagir avec des contenus numériques.

2. C'est quoi L'économie numérique ?

La fin du 20ème siècle et le début du 21ème sont caractérisés par l'informatisation de la société et le déploiement d'internet. Cette transformation dite « numérique » a permis la réorganisation économique et sociale à laquelle nous assistons depuis l'année 2008, fondamentalement, par la mise sur le marché de l'iPhone par Apple. L'économie numérique apparaît avec l'entrée d'internet dans des applications civiles. Aussi, le développement d'internet a conduit à de nouveaux modes de production et de consommation modifiant notamment l'organisation et le fonctionnement des marchés et des entreprises.⁴

2.1.Définition de l'économie numérique :

Il est difficile de proposer une définition de l'économie numérique tant son champ d'action et son impact sont vastes, qui, leur spectaculaire influence détermine, crée les besoins et propose les solutions. En effet, son caractère transversal influence tous les secteurs de l'économie, tout en créant de nouveaux secteurs innovants.

L'économie numérique est un concept transversal. En effet, la littérature aussi vaste qu'elle soit ne réserve pas de définition spéciale à l'économie axée sur le numérique. Assimilées à la production des technologies de l'information et de la communication par plusieurs organismes notamment l'OCDE, The Australian Bureau of Statistics, l'INSEE...,

³<https://shs.cairn.info/comprendre-et-maitriser-les-exces-de-la-societe--> Consulté le 17 /03/2025 à 15h

⁴L'IMPACT DE L'ECONOMIENUMERIQUE SUR LA GOUVERNANCE BANCAIRE Dr. Khédidja SLIMANI-AKACEM Université Alger 3

celle-ci s'étend également à ses utilisateurs dans tous les secteurs confondus. Dans ce sens, (Lemoine, Lavigne&Zajac, 2011) définissent l'économie numérique comme suit : « L'économie Numérique recouvre les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), les secteurs qui les utilisent et ceux qui ne pourraient pas exister sans ces technologies».

L'économie numérique est le résultat de l'utilisation généralisée des technologies de l'information et de la communication (TIC). Ce processus a été au-delà des espérances, en la transformant en méthodes de gouvernance universelle impliquant tous les domaines de l'économie :

- La production, (l'environnement de l'entreprise, les méthodes de production, la productivité...);
- La consommation ;
- L'investissement ;
- Le commerce extérieur (importation, exportation aussi bien des biens que des services et en particuliers les services financiers de toutes sortes...);
- Les prestations de service aussi bien par le gouvernement et autres administrations que par le secteur privé.

L'une des caractéristiques fondamentales de l'économie numérique est l'utilisation d'internet qui a supprimé les contraintes spatiales. On peut dire que le « facteur distance » en tant que facteur déterminant a été aboli et a favorisé la naissance d'une nouvelle génération d'entrepreneurs-innovateurs, de produits et de marchés d'un nouveau type. Selon « **the Australian Bureau of statistics** » l'économie numérique est: « le réseau mondial des activités économiques et sociales, qui sont activées par des plateformes telles que les réseaux internet, mobiles et de capteurs y compris le commerce électronique.....par les efforts pour atteindre l'efficacité et la productivité dans les processus de production, les stocks et la gestion des connaissances. » (Gublin 2016).

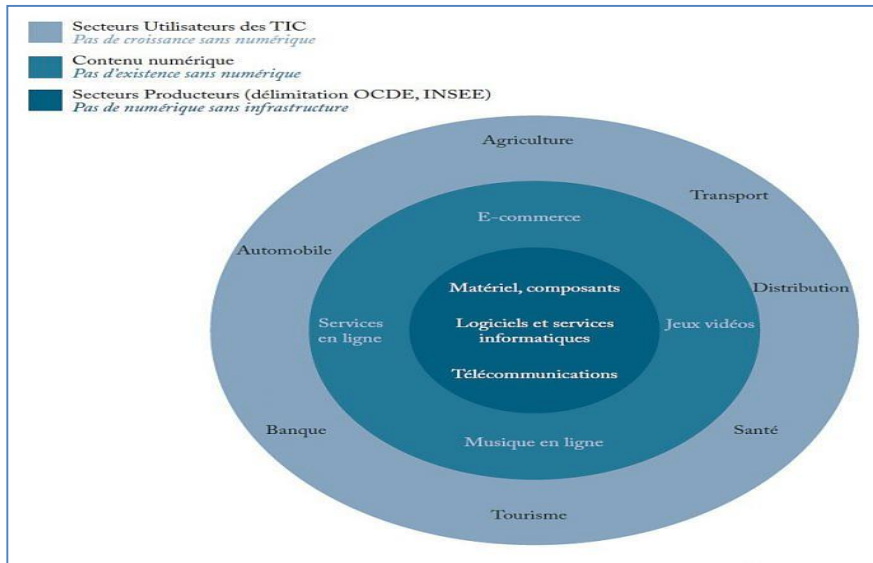
De son côté l'INSEE assimile l'économie numérique aux secteurs producteurs et distributeurs des TIC, qui selon l'OCDE comprennent « les secteurs manufacturiers et des services qui facilitent la transmission, le stockage et le traitement de l'information par des moyens électroniques» (Coutinet 2006 ; p.1- 12.)

Aujourd'hui, le numérique synonyme du digital³⁷ est lui-même une innovation. Cette innovation polysémique a bousculé le fonctionnement des marchés en confrontant les secteurs économiques traditionnels à de nouveaux modèles d'affaires conduisant au développement d'écosystèmes riches et complexes.⁵

⁵ ALIOUCHE Bahia. A quand la transition de l'Algérie vers l'économie numérique ? Publié dans La Tribune le 07/07/2013 <http://www.djazairress.com/fr/latribune/85063> le 27/09/2016.

ARLANDIS Antonin ? CIRIANI Stéphane et KOLÉDA Gilles. L'économie numérique et la croissance : Poids, impact et enjeux d'un secteur stratégique. CoeRexecode, document N° 24, mai 2011.

Figure N° 01: Composition de l'économie numérique



Source : Lemoine, Lavigne, &Zajac, 2011

2.2. Les caractéristiques de l'économie numérique

L'économie numérique présente des caractéristiques propres, qui ne se retrouvent pas forcément dans l'économie traditionnelle. Ainsi, dans l'économie numérique :

- **Le rythme de l'innovation et de la diffusion des biens et services nouveaux est accéléré.** Selon un rapport émanant de l'expertise de la fiscalité de l'économie numérique, il a fallu trois fois plus de temps pour pourvoir la majorité des français en téléphone fixe, qu'à l'internet. L'application de Facebook a rassemblée 1 milliard d'internautes en moins de huit ans (Collin et Colin 2016) ;
- **Les investissements sont massivement mobilisés grâce au capital-risque.** En effet les startups démarrent sans modèle d'affaire identifié, innovent sans cesse et se projettent sur une croissance à long terme, sur de grands marchés. Ainsi elles présentent un risque élevé et le mode de financement traditionnel, le crédit bancaire est inadapté. C'est dans le capital risque qu'elles trouvent leurs sources de financement ;
- Les activités numériques acquièrent souvent des positions dominantes sur le marché ;
- L'essentiel des bénéfices est réinvesti dans l'esprit d'accroître les efforts d'innovation ;
- L'économie numérique est en **perpétuel mutation** du fait de l'esprit d'innovation continu qui la domine.⁶

2.3. Les acteurs de l'économie numérique

Le secteur des TIC englobe plusieurs secteurs dont les principaux sont :

- les secteurs axés sur les sciences et technologies de l'information et de la communication (STIC);

⁶ ARLANDIS Antonin ? CIRIANI Stéphane et KOLÉDA Gilles. L'économie numérique et la croissance : Poids, impact et enjeux d'un secteur stratégique. CoeRexecode, document N° 24, mai 2011

- les secteurs producteurs du numérique ;
- les secteurs utilisateurs des TIC ;
- les particuliers et les ménages ;

2.4.L'économie numérique en Algérie

L'Algérie a du mal à progresser dans le domaine de l'économie numérique. C'est ce que montre l'indice NRI « NetworkedReadiness Index » (LeNetworkedReadiness Index est un outil de mesure permettant de juger de la capacité d'un pays à utiliser au mieux les Technologies de l'Information et de la communication (TIC) dans son développement. Publié chaque année, il informe de la compétitivité économique entre les pays). (2012) qui la classe à 3,2 sur une échelle de 1 à 7 et à la 118ème place sur 142 pays. Cet indice prend en compte 53 indicateurs tels que : l'environnement politique, social et réglementaire des pays, l'état des infrastructures, les compétences, l'usage individuel et professionnel des nouvelles technologies... le NRI analyse le niveau de développement des TIC et leur impact sur les activités économiques, sociales et réglementaires de chaque pays. Le rapport 2016 de la revue « The Global Information Technology » du Forum Economique Mondial (Zahar 2016), consacré à l'Innovation dans l'économie numérique, la classe au 117ème2 rang sur 139 pays. Par rapport aux pays maghrébins, le Maroc est à la 78ème et la Tunisie à la 81ème. D'autres indicateurs (Benaissi 2016) situent la contribution des TIC dans la formation du PIB à 2,9% pour l'Algérie tant dis que la Tunisie et le Maroc sont respectivement à 9% et 7%. Cela n'empêche que le pays fournit des efforts pour mettre en place les fondements d'un écosystème de l'économie numérique indispensable à la croissance économique de la « 3ème révolution industrielle » telle que la décrit Jeremy Rifkin (2012). C'est ce qui a donné naissance au programme « e-Algérie 2013 » fixant les orientations d'un plan de développement des TIC. En 2015 l'Algérie était classée 120.⁷

3. La banque numérique

On parle de banque numérique lorsque les clients effectuent des opérations bancaires quotidiennes via des plateformes numériques. Elle utilise des processus virtuels et des technologies modernes, notamment les téléphones mobiles et les ordinateurs portables. La banque numérique réduit la nécessité de recourir aux méthodes traditionnelles tels que les bordereaux de dépôt, un service clientèle en personne, des banques physiques, etc. Pour les banques traditionnelles, cela implique de numériser les produits, les processus et les activités en agence. Quant aux nouveaux acteurs du marché, il se peut qu'ils aient d'emblée opté pour la banque numérique.

3.1.Définition

La banque numérique, également appelée banque digitale, désigne l'ensemble des services bancaires qui sont accessibles et gérés à distance par le biais de technologies

⁷BenaissiMerzak Economie numérique en Algérie, pourquoi ce retard ? RevueEconomie numérique ; 5 mars 2016.[http://blog.economie-\] numerique.net/2016/03/05/economie-numerique-en-algerie-pourquoi-ce-retard/](http://blog.economie-] numerique.net/2016/03/05/economie-numerique-en-algerie-pourquoi-ce-retard/) le 29/09/2016

numériques, sans nécessiter la présence physique du client dans une agence. Elle repose sur l'utilisation d'Internet, des applications mobiles, des distributeurs automatiques intelligents, des centres d'appels automatisés et d'autres canaux électroniques pour offrir une expérience bancaire moderne, rapide et souvent personnalisée.

La banque numérique offre de nombreux services comprenant :

- la gestion des comptes et des prêts ;
- Relevés bancaires téléchargeables ;
- les virements ;
- Ouverture de comptes de dépôt/d'épargne ;
- Paiement de factures ;
- Vérification des soldes ;
- Demande de prêt-carte de crédit ;
- Dépôt de chèques ;

Bien qu'il ne soit pas possible de retirer de l'argent directement, les clients ont toujours accès aux distributeurs de billets automatiques du réseau. La banque numérique offre un moyen pratique et sûr d'effectuer des opérations financières quotidiennes en cliquant sur un bouton. Elle se divise en deux sous-catégories : les services bancaires en ligne et les services bancaires mobiles la transformation numérique n'est pas juste une adoption de technologies avancées, mais un impératif stratégique nécessitant une vision à long terme et une compréhension des nouveaux comportements des consommateurs.⁸

3.2. Les outils du numérique au niveau bancaire

Le nouveau système financier permet l'utilisation de dispositifs électroniques pour représenter la valeur économique sous forme numérique. La monnaie électronique est conçue pour remplir les mêmes fonctions que la monnaie scripturale, notamment en tant qu'intermédiaire des échanges, unité de compte et réserve de valeur. Elle vise à éviter les risques, les inconvénients et les coûts associés à la manipulation et à la gestion de la monnaie traditionnelle, tels que les coûts de transaction élevés et les risques de fraude. En outre, la monnaie électronique réduit les coûts pour les utilisateurs et les fournisseurs de services financiers, ce qui peut augmenter l'efficacité des transactions et favoriser l'inclusion financière.

4. La monétique

4.1. Définition de la monétique

Le terme « monétique » est une contraction des mots « monétaire » et « informatique », apparue à la fin du XXe siècle. Il désigne les moyens informatiques et électroniques utilisés dans le cadre des transactions par cartes de crédit ou de débit, ainsi que les systèmes qui

⁸<https://sbs-software.com/fr/insights/banque-numerique/> Consulté le 17/03/2025 à 16 :30h

Chapitre 1 : La révolution numérique et ses effets sur les services bancaires

permettent de créer et d'accepter ces transactions (terminaux de paiement, émetteurs de cartes, acquéreurs, etc.)

La monétique est « l'ensemble des techniques électroniques, informatiques, magnétiques et télématiques permettant d'effectuer des transactions des transferts de fonds (Carte interbancaire, virement électroniques, ...) »⁹

Selon le dictionnaire Larousse : « est l'ensemble des moyens techniques utilisés pour automatiser les transactions bancaires et monétaires. La monétique assure notamment la gestion des cartes bancaires, la distribution automatique de billets ainsi que le système électronique de transfert d'information ou de fonds. »¹⁰

Selon la banque mondiale : « La monétique est l'ensemble des techniques et des systèmes qui permettent de réaliser des transactions financières électroniques, notamment des paiements et des transferts d'argent, à distance et en temps réel. »¹¹

Tableau N°01 : Définitions de la monétique selon différents auteurs et sources

Acteurs / sources	Définition de la monétique
Mostafa Hashem Sherif & Ahmed Serhrouchni (1999)	définissent la monétique comme la contraction des termes « monétaire » et « informatique ». Ils la décrivent comme l'ensemble des techniques électroniques, informatiques et télématiques permettant d'effectuer des transactions et des transferts de fonds, notamment par carte bancaire ou virement électronique. Ils soulignent que le terme est apparu dans les années 1980.
Didier Hallépée (L'univers de la Monétique)	dans son livre L'univers de la Monétique, élargit la définition en précisant que la monétique désigne initialement les activités liées à la carte de paiement bancaire, mais que ce champ s'est étendu avec l'apparition des cartes à puce et des cartes virtuelles. Aujourd'hui, la monétique couvre l'ensemble des Transactions Électroniques Sécurisées (TES), incluant non seulement le paiement par carte mais aussi des domaines comme l'identification numérique, l'e-santé, et l'e-administration. Il distingue deux grands domaines dans les TES : le paiement et le hors-paiement.
PayAcademy (Consultant expert en monétique)	Ensemble des solutions technologiques pour les transactions de paiement et retrait d'argent, reposant sur l'authentification forte par carte bancaire, incluant TPE, GAB, paiements mobiles, etc.
La Vitrine linguistique du Québec	définit la monétique comme l'ensemble des procédures et dispositifs utilisant l'électronique et l'informatique pour le développement des transactions bancaires, incluant distributeurs automatiques, guichets automatiques, terminaux de points de vente, et argent électronique.

⁹ HASHEM SHERIF M. et SERHROUCHNI A., « La monnaie électronique : Système de paiement sécurisé », Edition EYROLLES, Paris, 1999, P 405.

¹⁰ Petit Larousse, Ed Larousse, Paris, 2005.

¹¹ Banque mondiale. (2020). Rapport sur la monétique. Washington, D.C. : Banque mondiale.

	Elle insiste sur la nature hybride du terme, formé à partir de « monnaie » et « informatique ».
--	---

Sources : compilation personnelle à partir de diverses références.

4.2.L'évolution de la monétique

La **monétique** désigne l'ensemble des techniques électroniques, informatiques et télécoms utilisées pour gérer les paiements sans espèces, notamment via les cartes bancaires. Le terme vient de la contraction de « monnaie » et « informatique ». Elle englobe la gestion des transactions, la sécurisation des échanges, et les infrastructures nécessaires (terminaux de paiement, serveurs, réseaux).

4.2.1. Les débuts de la monétique : la carte bancaire et la sécurisation des paiements

- **Années 1950-1960 : apparition des premières cartes bancaires**

La première carte bancaire moderne est née aux États-Unis dans les années 1950 (Diners Club en 1950, puis American Express), suivie en France par la Carte Bleue dans les années 1960. Ces cartes permettaient d'éviter le paiement en espèces, mais les transactions étaient encore souvent manuelles.

- **Années 1970 : automatisation avec la bande magnétique**

L'introduction de la bande magnétique sur les cartes a permis d'automatiser la lecture des données et d'accélérer les transactions. C'est aussi l'époque où les distributeurs automatiques de billets (DAB) se sont développés.

- **Années 1980-1990 : développement des réseaux de paiement et des terminaux électroniques**

Le déploiement des terminaux de paiement électronique (TPE) dans les commerces a permis la généralisation des paiements par carte. Les réseaux interbancaires (comme Visa, Mastercard) ont standardisé et sécurisé les échanges.¹²

4.2.2. Les innovations récentes dans la monétique

- **Paiement sans contact (NFC)**

Depuis les années 2000, la technologie NFC (Near Field Communication) permet des paiements rapides sans insertion de carte, par simple rapprochement du terminal et de la carte ou du Smartphones.

- **Paiement mobile et applications**

L'émergence des smartphones a donné naissance à des solutions de paiement mobile (Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay), intégrant la monétique dans des applications sécurisées.

¹²Article *La monétique en Algérie, développement et perspectives* (ASJP). Ce document offre un panorama des évolutions récentes dans la modernisation des moyens de paiement électroniques en Algérie.

- **Sécurité et biométrie**

Pour lutter contre la fraude, la monétique s'appuie sur des technologies avancées : puces EMV, cryptogrammes dynamiques, authentification biométrique (empreinte digitale, reconnaissance faciale).¹³

Tableau N°02 : Les grandes étapes de l'évolution des moyens de paiement :

Période	Évolution clé	Caractéristiques principales
Antiquité à Moyen Âge	Monnaie marchandise puis métallique	Or, argent, sel, coquillages comme moyens d'échange
XVIIIe - XIXe siècle	Monnaie papier et chèques	Billets, lettres de change, chèques
Années 1950 – 1970	Carte bancaire et bande magnétique	Premières cartes, automatisation des paiements
Depuis les années 2000	Paiements électroniques et mobiles	Paiement sans contact, porte-monnaie électronique, biométrie

Sources : compilation personnelle à partir de diverses références.

L'évolution de la monétique reflète ainsi une transformation progressive des moyens de paiement, de la matérialité vers la dématérialisation, portée par les avancées technologiques et les besoins d'efficacité et de sécurité dans les échanges financiers.¹⁴

4.3. Les différentes générations de la monétique

4.3.1. La monnaie électronique « 1G » (première génération) : la « carte plastique » ou « carte magnétique » a émergé aux États-Unis dans les années 1960, permettant à son détenteur de puiser sur un compte courant bancaire. Par la suite, cette carte a été équipée d'une puce électronique, autorisant le titulaire à débiter son compte pour régler ses achats chez un commerçant. Le commerçant utilisait un appareil appelé « lecteur » pour lire la carte et saisir le montant convenu, lequel était débité via un réseau de communication composé de lignes téléphoniques ou de câbles spéciaux et de comptes bancaires. Cette procédure s'effectuait sans écritures comptables ni documents papier. Lorsqu'il s'agissait d'une carte à piste magnétique, on parlait de la forme « 1G1 », et pour une carte à puce, de la forme « 1G ».

¹³Amal Hammiche et NoumidiaHarzi, *L'évolution des instruments monétiques en Algérie : Cas du CPA Tizi-Ouzou*, Université Mouloud Mammeri, 2022. Ce mémoire présente l'investissement des autorités algériennes dans les technologies de paiement électronique et l'état des systèmes monétiques nationaux.

Article *La monétique en Algérie, développement et perspectives* (ASJP). Ce document offre un panorama des évolutions récentes dans la modernisation des moyens de paiement électroniques en Algérie

¹⁴<https://www.ummo.dz/dspace/bitstream/handle/ummo/16115/memoir.pdf?sequence=1> Consulté le 17 /03 /2025 à 15 h

4.3.2. La monnaie électronique « 2G » (deuxième génération) : depuis son apparition dans les années 1970, la carte à puce a considérablement évolué, intégrant désormais de la monnaie numérique, ce qui a donné naissance à la deuxième génération de monnaie électronique. On distingue trois catégories :¹⁵

4.3.2.1. La carte à puce « porte-monnaie » : grâce à l'application de normes techniques, la puce électronique peut contenir des unités numériques correspondant à des unités de monnaie codées numériquement. Dans ce cas, la carte à puce n'est plus un moyen de puiser sur un compte courant bancaire, mais elle devient elle-même un dépôt non bancaire, contenant une quantité de monnaie numérique. En raison de ces règles techniques, la carte à puce se situe à la frontière entre la monnaie « 1G » et la monnaie « 2G » qu'elle engendre.

4.3.2.2. La carte à puce « porte-monnaie » convertible : dans certains cas, la carte « porte-monnaie » est finalisée pour l'achat de biens spécifiques, ce qui correspond à une carte prépayée ou convertible. Elle est achetée avec une valeur monétaire pour acheter des biens auprès d'un ensemble de commerçants, et sera déchargée sur leurs lecteurs de cartes. Alternativement, son détenteur pourrait l'utiliser comme équivalent d'une coupure de billet ou d'un chèque pour régler d'autres achats.

4.3.2.3. La carte à puce « porte-monnaie », convertible et rechargeable : dans certains cas, la carte à puce est un dépôt finalisé déchargeable mais également rechargeable. Le détenteur peut recharger la puce non seulement contre de la monnaie fiduciaire versée aux commerçants, mais aussi contre d'autres cartes à puce prépayées et inutilisées pour leur cible de biens.

4.3.3. La monnaie électronique de troisième génération (monnaie « 3G ») : les formes précédentes de la monnaie « 2G » partagent une relation complexe entre le particulier et la banque ou le commerçant, suivant des règles techniques et juridiques précises. Avec les progrès en informatique et télécommunications, les unités électroniques ne sont plus confinées dans une carte plastique mais stockées sur le disque dur d'un ordinateur personnel. Pour charger le disque dur, il suffit de connecter l'ordinateur à celui du banquier. Et pour le décharger, il suffit de le connecter à celui du commerçant où le bien est acheté ou à celui de la banque.¹⁶

4.4. Les formes de la monétique

4.4.1. Les porte-monnaie électroniques (PME)

Le porte-monnaie électronique, également connu sous le nom de portefeuille électronique, est un dispositif qui couvre deux réalités distinctes. D'une part, il peut s'agir d'une carte bancaire prépayée qui permet de stocker de la monnaie sans avoir besoin d'un compte bancaire, permettant ainsi d'effectuer directement des paiements sur des terminaux de paiement. Cette carte peut être équipée d'une puce électronique, ce qui la rend plus sécurisée et pratique pour les transactions de petit montant. D'autre part, le porte-monnaie électronique

¹⁵<https://www.france-memoire.fr/dossiers/invention-de-la-carte-a-puce-par-roland-moreno/> Consulté le 17/03/2025 à 15:04h

¹⁶ <https://banque.pagesjaunes.fr/astuce/voir/603825/monnaie-electronique> Consulté le 18/03/2025 à 14:30

peut être un dispositif installé sur des appareils électroniques portables, principalement des téléphones mobiles, qui permettent d'initier un virement de son compte vers celui d'un fournisseur via un terminal de paiement en magasin. Dans ce cas, il ne s'agit pas d'un stockage de monnaie physique mais plutôt d'un accès sécurisé à son compte bancaire.

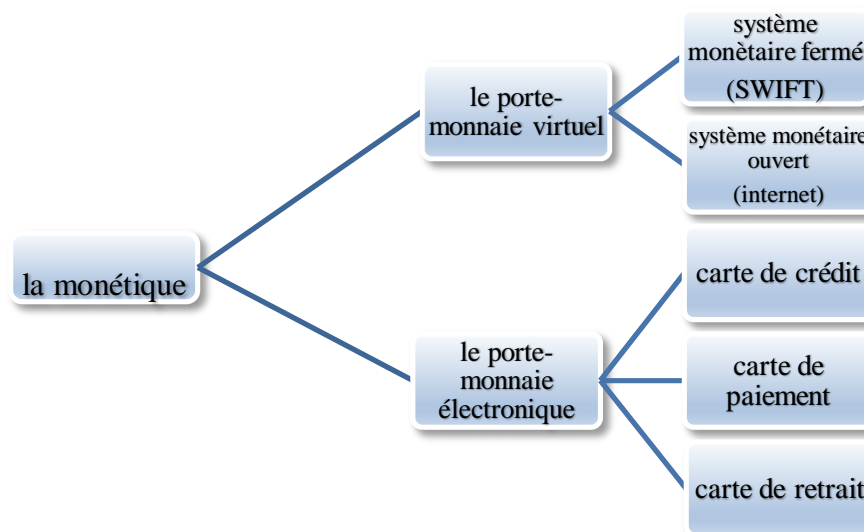
Le principe de fonctionnement du PME repose sur l'idée d'élargir l'utilisation des cartes prépayées mono-prestataires. Les cartes modernes peuvent comporter une bande magnétique et une puce électronique, permettant aux utilisateurs de retirer de l'argent ou d'effectuer des achats simplement en insérant leur carte dans un terminal et en saisissant le montant souhaité. La contre-valeur de l'achat est débitée directement de la carte à puce, et le solde disponible diminue à chaque transaction. Lorsque le solde est épuisé, la carte doit être rechargée, soit par retrait via une carte bancaire, soit par une autre carte porte-monnaie électronique.

4.4.2. Le porte-monnaie virtuel (PMV)

Est un service en ligne qui permet aux utilisateurs de réaliser des achats en ligne ou des paiements entre particuliers sans avoir à communiquer leurs coordonnées bancaires. Ce service est crédité par carte bancaire et peut être utilisé pour des règlements en ligne en utilisant une adresse email et un mot de passe. Le PMV utilise des logiciels pour effectuer des paiements sur Internet, sans stocker physiquement les fonds dans une mémoire informatique.

Le porte-monnaie virtuel contient une monnaie électronique sécurisée par une signature numérique de l'établissement émetteur, utilisant une clé de cryptage pour protéger les transactions. Les utilisateurs peuvent obtenir cette monnaie électronique en communiquant avec leur banque via Internet, en fournissant des informations confidentielles pour certifier leur identité. Une fois authentifiés, ils peuvent demander de la monnaie électronique, qui est transmise sous forme de billet virtuel dans une enveloppe numérique protégée. Cette monnaie peut ensuite être téléchargée sur une carte intelligente ou dépensée directement sur Internet avec d'autres utilisateurs de la banque virtuelle.

Figure N°02 : Les formes de monnaie électronique



Source : BOUNIE David, « Quelques incidences bancaires et monétaires des systèmes de paiement électronique », revue- économique 2000/2001.

4.4.3. La banque électronique (e-banking)

Les banques ont toujours été à la pointe de la technologie pour améliorer la mobilisation de leurs produits et services. Elles ont, au fil du temps, utilisé l'électronique et les réseaux de télécommunication pour offrir une large gamme de produits à valeur ajoutée. L'e-banking, en particulier, offre d'énormes avantages aux consommateurs en termes de facilité et de coût des transactions. Grâce à Internet ou aux applications mobiles, les utilisateurs peuvent accéder à leurs comptes bancaires en tout temps et en tout lieu, ce qui élimine la nécessité de se rendre physiquement dans une agence bancaire. Cela est particulièrement utile pour ceux qui ont des horaires chargés ou vivent loin des agences.

L'e-banking permet également une rapidité accrue dans les transactions. Les virements bancaires, les paiements de factures, et les achats en ligne peuvent être effectués en quelques clics, ce qui réduit considérablement le temps nécessaire pour ces opérations. De plus, l'e-banking réduit les coûts associés aux transactions. Les frais de transaction en ligne sont souvent inférieurs à ceux des transactions effectuées en personne ou par téléphone. Les banques peuvent également réduire leurs coûts opérationnels en diminuant le nombre de transactions traitées manuellement. Les plateformes d'e-banking offrent souvent des outils pour suivre les dépenses, créer des budgets, et recevoir des alertes sur les mouvements de compte. Cela aide les utilisateurs à mieux gérer leurs finances et à prendre des décisions éclairées concernant leurs dépenses. (Voir le chapitre 2).

5. Les produits monétique

Les produits monétiques regroupent l'ensemble des outils et technologies électroniques utilisés pour faciliter, sécuriser et gérer les transactions financières dématérialisées. Parmi ces produits, on trouve notamment les cartes bancaires, qui permettent d'effectuer des paiements et des retraits d'argent, les distributeurs automatiques de billets (DAB ou GAB) offrant un accès autonome aux espèces, ainsi que les services de banque en ligne qui permettent de gérer ses comptes et réaliser des opérations bancaires à distance. Ces solutions constituent un écosystème intégré, fondé sur des systèmes informatiques et sécurisés, qui révolutionne la manière dont les particuliers et les entreprises effectuent leurs échanges monétaires au quotidien.¹⁷

5.1. Les guichets et distributeurs automatiques (GAB/DAB)

Les guichets automatiques bancaires (GAB) ou distributeurs automatiques de billets (DAB) sont des terminaux électroniques en libre-service permettant aux clients d'effectuer des opérations bancaires sans intervention humaine. Ils sont un pilier de la monétique depuis leur introduction dans les années 1960.

5.1.1. Distributeur Automatique de Billets (DAB)

Un Distributeur Automatique de Billets (DAB), également appelé ****ATM**** (Automated Teller Machine) dans le monde anglophone, est un dispositif électronique

¹⁷**Vocabulaire monétique** (PDF) : Explique les TPE, DAB/GAB et flux transactionnels

permettant aux clients des banques d'effectuer des transactions financières de base sans intervention humaine.

Les DAB sont généralement utilisés pour :

- Retirer de l'argent liquide.
- Consulter le solde d'un compte bancaire.
- Effectuer des dépôts (dans certains cas).
- Réaliser des transferts entre comptes.
- Imprimer des reçus ou des mini-relevés.

Les DAB sont accessibles 24h/24 et 7j/7, offrant une grande commodité aux utilisateurs.

5.1.2. Guichet Automatique de Banque (GAB)

Un Guichet Automatique de Banque (GAB) est un terme souvent utilisé de manière interchangeable avec DAB, mais il peut inclure des fonctionnalités supplémentaires selon les régions et les institutions financières.

En plus des services de base offerts par les DAB, les GAB peuvent proposer :

- Le paiement de factures.
- La commande de chéquiers.
- La recharge de cartes prépayées ou de portefeuilles mobiles.
- Des services d'information bancaire (taux de change, prêts, etc.).¹⁸

Tableau N°03 : distinctions entre Distributeur Automatique de Billets (DAB) et Guichet Automatique de Banque (GAB)

Critères	Distributeur Automatique de Billets (DAB)	Guichet Automatique de Banque (GAB)
Fonction principale	Retrait d'argent liquide.	Retrait d'espèces, mais aussi dépôts, virements, commandes de chéquiers, paiement de factures, etc.
Autres services courants	Consultation du solde, mini-relevé, activation de carte, changement de code PIN, paiement de factures (top-up).	Consultation du solde, historique des opérations, dépôt d'espèces et de chèques, impression de RIB, virements entre comptes, commande de chéquiers.
Accessibilité	Souvent accessible à tous, clients de toutes banques.	Principalement réservé aux clients de la banque propriétaire pour les services avancés ; clients d'autres banques peuvent souvent retirer uniquement.

¹⁸<https://mon-distributeur.fr/gab-vs-dab-quelles-differences-deux-types-distributeurs-automatiques-bancaires/> Consulte le 20/03/2025 à 17h

Complexité technologique	Moins sophistiqué, concentré sur les opérations de base.	Plus avancé, avec connexion directe au système bancaire central et logiciels évolués.
Exemples d'opérations exclusives	Activation de services comme E-paiement (SMS OTP), mini-relevés.	Dépôt d'espèces, virements, commande de chèquiers, impression de documents bancaires.
Sécurité	Protocoles sécurisés (EMV, code PIN), mises à jour régulières.	Protocoles sécurisés avancés, connexion cryptée au réseau interbancaire, protection renforcée contre la fraude.
Disponibilité	24h/24 et 7j/7, souvent installés dans des lieux publics variés.	24h/24 et 7j/7, souvent situés à proximité ou dans les agences bancaires.

Source : Réaliser par nous-mêmes : **Source :** Synthèse basée sur les définitions et fonctionnalités des DAB et GAB issues de la documentation bancaire et des standards internationaux en monétique (ex. Banque de France, normes EMV, publications sectorielles).

5.1.3. L'évolution des (DAB) et des (GAB)

L'évolution des distributeurs automatiques de billets (DAB) et des guichets automatiques de banque (GAB) remonte aux années 1960, avec la première installation d'un DAB par Barclays Bank à Londres en 1967, conçu par John Shepherd-Barron, qui permettait de retirer des billets contre des chèques spéciaux et un code PIN. Aux États-Unis, les premiers DAB sont apparus en 1969, utilisant des cartes magnétiques et offrant des retraits limités. Initialement simples et peu sécurisés, ces appareils ont connu dans les années 1980 une standardisation grâce à l'adoption des cartes à bande magnétique et la création de réseaux interbancaires mondiaux comme Cirrus et Plus, facilitant l'accès aux comptes depuis n'importe quel DAB compatible, tout en renforçant la sécurité avec des codes PIN cryptés.¹⁹

Durant les années 1990 et 2000, les DAB et GAB ont diversifié leurs services, intégrant la consultation de solde, les dépôts, les virements, et le paiement de factures, avec l'apparition d'écrans tactiles et de fonctionnalités avancées telles que l'impression de chèquiers ou la gestion de prêts, tout en s'étendant progressivement dans les pays en développement. Depuis les années 2010, la numérisation a transformé ces automates avec l'introduction de DAB sans carte, utilisant des applications mobiles, QR codes ou NFC, ainsi que des technologies biométriques pour renforcer la sécurité, des DAB recyclant réutilisant les billets déposés, et une intégration croissante avec les portefeuilles numériques et parfois les crypto monnaies.²⁰

Aujourd'hui, dans les années 2020, les DAB et GAB évoluent vers des automates intelligents utilisant l'intelligence artificielle pour personnaliser l'expérience utilisateur et détecter les fraudes, tandis que leur nombre diminue dans certains pays développés au profit des paiements sans contact et des services bancaires en ligne, mais ils restent essentiels dans les zones rurales et les pays émergents. Parallèlement, les fabricants développent des

¹⁹VOI.ID, histoire des guichets automatiques aux États-Unis et leur développement à partir de 1969.

²⁰Article de l'ANDESE sur l'histoire du DAB, mentionnant l'installation du premier automate en 1967 à Enfield Town et son évolution en France.

machines plus écologiques et multifonctionnelles, capables de déposer chèques et espèces, répondant ainsi à la désertification bancaire et aux attentes modernes. En France, par exemple, les distributeurs traditionnels vont être remplacés d'ici 2025 par des automates nouvelle génération plus polyvalents, dans le cadre d'un programme interbancaire visant à moderniser l'accès à l'argent liquide tout en réduisant les coûts et en améliorant la qualité du service, confirmant que malgré la montée du numérique, les DAB et GAB restent des piliers incontournables du système bancaire contemporain.²¹

5.1.4. Rôle des DAB/GAB dans la Monétique

Les distributeurs automatiques de billets (DAB) et guichets automatiques de banque (GAB) jouent un rôle essentiel dans la monétique en automatisant les services bancaires, ce qui réduit les coûts pour les banques, offre un accès 24h/24 et désengorge les agences physiques. Ils favorisent également l'inclusion financière, notamment dans les zones rurales, en permettant aux populations non bancarisées d'accéder à des services via des cartes prépayées ou portefeuilles mobiles. Sur le plan de la sécurité, ces automates intègrent des technologies avancées comme le cryptage et la détection de fraudes, bien qu'ils nécessitent des mises à jour régulières face aux risques cybernétiques. Enfin, les DAB/GAB sont connectés aux réseaux monétiques mondiaux, assurant des transactions sécurisées, compatibles avec divers moyens de paiement et synchronisées en temps réel avec les systèmes bancaires.²²

Les distributeurs automatiques de billets (DAB) et les guichets automatiques de banque (GAB) sont des piliers de la monétique, ayant transformé l'accès aux services bancaires depuis leur apparition dans les années 1960. Leur évolution, marquée par des avancées technologiques comme les interfaces tactiles, la biométrie et l'intégration des portefeuilles numériques, reflète les progrès de la monétique. En tant que produits monétiques, ils allient automatisation, accessibilité et sécurité, tout en s'adaptant aux besoins changeants des utilisateurs. Cependant, leur avenir dépendra de leur capacité à rester pertinents face à la concurrence des solutions numériques et à répondre aux défis de sécurité et d'inclusion financière.

5.2. Les cartes bancaires

Les cartes bancaires, en tant que produits monétiques, sont des moyens de paiement électroniques présentés sous forme de cartes plastiques équipées d'une bande magnétique et souvent d'une puce électronique. Elles permettent à leurs titulaires, appelés porteurs, d'effectuer des paiements et des retraits d'espèces de manière sécurisée et dématérialisée. Il existe plusieurs types de cartes : la carte de débit, qui peut fonctionner en débit immédiat ou différé, et la carte de crédit, qui offre une réserve d'argent avec un paiement différé et des

²¹Article BIRGER Technology sur l'évolution des automates bancaires, notamment sur l'introduction mondiale et les innovations récentes.

²²**Paiements électroniques et monétique** » de Thierry Nouvel

Présente les différents moyens de paiement électroniques, avec un focus sur les distributeurs automatiques et les guichets automatiques.

intérêts éventuels. Par ailleurs, les porte-monnaie électroniques sont des cartes préchargées destinées aux petites dépenses, parfois intégrées dans des applications mobiles.

La gestion des cartes bancaires s'inscrit dans un écosystème monétique complexe impliquant plusieurs acteurs : l'émetteur (banque du porteur) qui délivre la carte et gère le compte, l'acquéreur (banque du commerçant) qui traite les transactions, l'accepteur (commerçant ou automate) qui reçoit le paiement, et le porteur qui utilise la carte. Ces transactions passent par des réseaux sécurisés et standardisés, notamment en France via le Groupement des Cartes Bancaires (GIE CB), garantissant l'interopérabilité et la sécurité des paiements.

Les cartes bancaires permettent ainsi un accès rapide, sécurisé et universel aux services financiers, facilitant les paiements en magasin, en ligne, ainsi que les retraits aux distributeurs automatiques de billets (DAB). Elles sont au cœur de la monétique, qui désigne l'ensemble des technologies électroniques et informatiques permettant la gestion et le traitement des transactions financières dématérialisées. Ce système évolue constamment avec l'intégration de nouvelles technologies comme la puce NFC, la biométrie, ou les paiements mobiles, renforçant la sécurité et la commodité pour les utilisateurs.²³

5.2.1. Le rôle des cartes bancaire

La monétique regroupe l'ensemble des technologies et services permettant la gestion des transactions électroniques. Les cartes bancaires occupent une place centrale dans ce système, car elles facilitent plusieurs fonctions essentielles :

- **Les paiements** : elles permettent d'effectuer des achats en magasin, en ligne ou à distance, offrant ainsi une grande flexibilité aux utilisateurs.
- **Les retraits** : elles donnent accès à l'argent liquide via les distributeurs automatiques de billets (DAB), assurant un accès rapide et sécurisé aux fonds.
- **La gestion financière** : grâce aux relevés bancaires et aux applications mobiles, elles permettent un suivi précis et en temps réel des dépenses.
- **La sécurité** : elles contribuent à réduire les risques liés au transport d'argent liquide, en offrant des moyens de paiement sécurisés et contrôlés.

Ainsi, les cartes bancaires sont un pilier fondamental de la monétique, facilitant les échanges financiers tout en garantissant sécurité et praticité.

5.2.2. Structure d'une carte bancaire

La carte bancaire est un moyen de paiement sous la forme d'une carte en plastique. Elle est mise à la disposition de son titulaire par une banque et lui permet d'utiliser l'argent de

²³**Groupement des Cartes Bancaires (GIE CB)**

Informations officielles sur les cartes CB, leur interopérabilité, normes et réseaux.

<https://www.cartes-bancaires.com> Consulté le 20/03/2025 à 17 :30h

son compte courant pour régler ses achats ou effectuer des retraits d'espèces dans des distributeurs automatiques de billets. :

- **Numéro de carte** : un identifiant unique généralement composé de 16 chiffres.
- **Puce électronique** : élément sécurisé qui stocke les données nécessaires et permet la réalisation des transactions.
- **Bande magnétique** : présente sur certaines cartes, utilisée principalement dans les anciens systèmes ou dans certains pays.
- **Code CVV** : code de sécurité à trois chiffres, indispensable pour les paiements en ligne.
- **Date d'expiration** : indique la période de validité de la carte.
- **Technologie NFC (Near Field Communication)** : permet les paiements sans contact, rapides et sécurisés.

5.2.3. Processus d'une transaction par carte bancaire

Lorsqu'un paiement est effectué avec une carte bancaire, plusieurs étapes se déroulent:

1. Le titulaire insère sa carte dans un terminal de paiement, la tapote pour un paiement sans contact, ou saisit manuellement les informations de la carte.
2. Le terminal transmet une requête à la banque du commerçant.
3. La banque du commerçant relaie cette demande au réseau de paiement (Visa, Mastercard, etc.).
4. Le réseau de paiement adresse la demande à la banque émettrice de la carte.
5. La banque émettrice vérifie plusieurs critères :
 - La solvabilité du compte (disponibilité des fonds ou crédit autorisé).
 - La validité de la carte (non bloquée, non expirée).
 - Les mesures de sécurité associées (code PIN, authentification 3D Secure pour les paiements en ligne).
6. Si toutes les vérifications sont concluantes, la transaction est autorisée et les fonds sont transférés, soit immédiatement, soit en différé selon le type de carte.
7. Le commerçant reçoit la confirmation de paiement, et le titulaire obtient un reçu.

5.2.4. Types de cartes bancaires

Les cartes bancaires sont des moyens de paiement et de retrait qui se déclinent en plusieurs types, offrant des conditions d'utilisation et des services variés.

5.2.4.1. Carte Bleue

La **Carte Bleue** est la première carte bancaire française, née en 1967 d'une collaboration entre cinq grandes banques (BNP, CCF, CIC, Crédit Lyonnais, Société Générale). Initialement, elle ne permettait que le retrait aux distributeurs automatiques de billets (DAB). Dès les années 1980, elle a intégré le paiement chez les commerçants affiliés au réseau CB (Carte Bancaire). En 2010, la marque Carte Bleue a fusionné avec Visa Europe, mettant fin à cette appellation, bien que le terme soit encore couramment utilisé par habitude²⁴.

5.2.4.2. Carte de Retrait

La **carte de retrait** permet uniquement de retirer de l'argent liquide aux distributeurs automatiques. Elle ne sert pas au paiement chez les commerçants. Ce type de carte est souvent utilisé par les jeunes, les personnes âgées peu familières avec le paiement électronique, ou les personnes souhaitant mieux contrôler leur budget. Certaines cartes de retrait sont limitées au réseau bancaire émetteur, d'autres sont interbancaires, permettant des retraits dans plusieurs réseaux.²⁵

5.2.4.3. Carte de Paiement

La **carte de paiement** permet à la fois de retirer de l'argent et de régler des achats en magasin ou en ligne. C'est la forme la plus répandue de carte bancaire en France. Toutes les cartes bancaires classiques sont des cartes de paiement, mais certaines cartes de paiement peuvent être émises par des établissements non bancaires et ne portent pas l'appellation officielle de « carte bancaire ». ²⁶

5.2.4.4. Carte Prépayée

La **carte prépayée** n'est pas liée directement à un compte bancaire. Elle fonctionne sur un solde pré-chargé qu'il faut recharger avant utilisation. Elle peut être utilisée pour des paiements ou retraits dans la limite du solde disponible. Si le solde est insuffisant, la transaction est refusée. Ce type de carte est utile pour maîtriser ses dépenses ou pour des usages spécifiques comme les cadeaux ou les voyages.

5.2.4.5. Carte de Crédit

La **carte de crédit** est adossée à un crédit renouvelable, avec un taux d'intérêt. Contrairement à la carte de paiement classique qui débite directement le compte courant, la carte de crédit permet un paiement différé ou à crédit. En France, on emploie souvent le terme « carte de crédit » pour désigner aussi les cartes à débit différé, qui regroupent les dépenses sur une période avant prélèvement.

²⁴<https://www.lelryn.fr/finance/banque/carte-bancaire/>Consulte le 20/03/2025 à 18h

²⁵<https://www.inc-conso.fr/node/9344>Consulte le 22/03/2025 à 11h

²⁶<https://sumeria.eu/blog/banque/quels-sont-les-differents-types-de-cartes-bancaires/>Consulte le 22/03/2025 à 11h

5.2.4.6. Carte à Débit Immédiat

La **carte à débit immédiat** débite chaque transaction instantanément du compte bancaire. Ce mode évite les mauvaises surprises en assurant que le solde est toujours à jour.

5.2.4.7. Carte à Débit Différé

La **carte à débit différé** regroupe toutes les transactions effectuées sur une période (généralement un mois) et prélève le montant total à une date fixe. Cela offre un délai de paiement sans intérêts, mais nécessite une gestion rigoureuse du budget.²⁷

5.2.4.8. Carte à Autorisation Systématique

Cette carte nécessite une autorisation bancaire systématique pour chaque transaction. La banque vérifie le solde disponible avant d'approuver ou refuser la transaction. Si le solde est insuffisant, le paiement ou le retrait est refusé. Ce type de carte est souvent utilisé pour limiter les risques de découvert.

5.2.5. Les gammes de cartes bancaires

Les banques proposent différentes gammes de cartes qui se distinguent par leurs plafonds de paiement et de retrait, les assurances associées, les services d'assistance, et les avantages exclusifs.

- Avec l'essor des banques en ligne, il est possible d'obtenir une carte haut de gamme gratuitement, sous condition de revenus ou d'utilisation.
- **Cartes commerciales/professionnelles** : destinées aux entreprises, ces cartes sont dédiées aux frais professionnels et sont liées au compte de l'entreprise.
- **Porte-monnaie électronique** : cartes ou applications intégrées permettant de payer de petites sommes avec un solde pré-chargé (ex : Monéo en France).
- **Réseaux Visa et Mastercard** : les cartes fonctionnent sur ces réseaux internationaux, avec des différences géographiques d'implantation mais des services globalement similaires.

5.3. Les banques en ligne

Les banques en ligne, également appelées néobanques ou banques digitales, ont transformé le secteur bancaire en offrant des services financiers accessibles via des plateformes numériques. En tant que produits monétiques, elles se concentrent sur la gestion électronique des transactions financières, des paiements et des services bancaires. Ce document explore la définition, le rôle, l'évolution, les types et les caractéristiques des banques en ligne, tout en analysant leur impact sur le paysage monétique.

27CIDJ (Centre d'Information et de Documentation Jeunesse) : explications claires sur les différents types de cartes bancaires, notamment les cartes à autorisation systématique, débit immédiat et débit différé. <https://www.cidj.com/bien-vivre/sa-consommation/connaitre-les-differents-types-de-cartes-bancaires> Consulté le 22/03/2025 à 13:15h

5.3.1. Définition des Banques en Ligne

Une banque en ligne est une institution financière qui propose ses services principalement ou exclusivement via des plateformes numériques (site web, application mobile) sans dépendre d'un réseau d'agences physiques. Contrairement aux banques traditionnelles, elles opèrent avec des coûts structurels réduits, ce qui leur permet d'offrir des tarifs compétitifs et des services innovants.

- **Caractéristiques principales**

- **Accessibilité 24/7** : Les clients peuvent gérer leurs comptes, effectuer des transactions et accéder aux services à tout moment.
- **Interface numérique** : Les opérations sont réalisées via des applications mobiles ou des sites web conviviaux.
- **Coûts réduits**: Absence d'agences physiques, ce qui réduit les frais de fonctionnement et, souvent, les frais pour les clients.
- **Services monétiques** : Gestion des cartes bancaires, paiements électroniques, virements instantanés, et outils de gestion budgétaire.

5.3.2. Les néo-banques

Cette nouvelle génération de banques possède différentes appellations : les « néobanques », les « banques digitales » ou encore les « banques mobiles ». Elles ont comme principale caractéristique d'être 100% digitales et accessibles uniquement via une application mobile. Elles sont considérées comme des « fintechs », terme provenant de la contraction des mots « finance » et « technologie ». En effet, ces jeunes entreprises combinent innovation technologique et domaine bancaire afin de fournir au client des outils simples d'utilisation, fluides et ergonomiques. Certaines de ces néo banques ne sont en réalité pas des banques au sens propre mais bel et bien des institutions de paiement. Elles ont su tirer profit de la baisse de fréquentation des agences bancaires ainsi que de la digitalisation de certaines tâches n'ayant aucune réelle valeur ajoutée. Au cours de ce travail, les termes « banques digitales », « banques mobiles » et « néo-banques » seront utilisés de manière répétitive afin de désigner ces nouvelles fintechs.²⁸

5.3.3. Le rôle des banques en ligne dans la monétique

La monétique regroupe l'ensemble des technologies et services liés aux transactions électroniques. Dans ce domaine, les banques en ligne occupent une place centrale en proposant des solutions modernes qui facilitent les paiements et la gestion financière.

Les rôles spécifiques des banques en ligne dans la monétique :

1. Facilitation des paiements électroniques

Les banques en ligne émettent divers types de cartes bancaires (débit, crédit, prépayées) et permettent des paiements sans contact via la technologie NFC (Near Field

²⁸Étude sur les modèles d'affaires des banques en ligne et des néobanques, analyse des acteurs majeurs en France (BforBank, Boursorama, Hello Bank!, etc.).
Étude n°96 (février 2025 et rapport sur les néobanques (2020)

Communication). Elles intègrent également leurs services avec des portefeuilles numériques populaires tels qu'Apple Pay, Google Pay ou PayPal, offrant ainsi une grande flexibilité aux utilisateurs.

2. Gestion des comptes en temps réel

Grâce aux plateformes digitales, les clients peuvent suivre instantanément leurs dépenses et soldes. Des notifications en temps réel sont envoyées pour chaque transaction, ce qui améliore la transparence et le contrôle financier.

3. Innovation dans les services financiers

Les banques en ligne développent des outils avancés d'analyse budgétaire et de gestion financière. Elles simplifient l'accès aux prêts et crédits via des processus entièrement dématérialisés. Par ailleurs, elles proposent des solutions d'investissement et d'épargne automatisées, telles que les robo-advisors, qui optimisent la gestion patrimoniale.

4. Démocratisation de l'accès bancaire

En supprimant certaines conditions de revenu, les banques en ligne rendent leurs services accessibles à un plus large public. Elles contribuent aussi à l'inclusion financière des populations non bancarisées, notamment grâce à des solutions mobiles adaptées.

5. Sécurité des transactions

La sécurité est une priorité : les banques en ligne utilisent des méthodes d'authentification forte, comme la biométrie ou les codes à usage unique, et assurent le cryptage des données pour protéger les informations personnelles et financières de leurs clients.²⁹

5.3.4. Évolution des Banques en Ligne

Les banques en ligne ont connu une évolution rapide, portée par les avancées technologiques, les attentes changeantes des consommateurs et les transformations réglementaires.

5.3.4.1. Étapes de l'évolution

- **Années 1980-1990 : premiers services digitaux**

Les premiers services bancaires en ligne apparaissent dans les années 1980, avec la Banque d'Écosse proposant dès 1983 des services électroniques à domicile. En 1994, la première banque en ligne française, Banque Directe (filiale du Groupe Paribas), est créée.

- **Années 1990-2000 : développement initial**

Les premières banques en ligne offrent principalement des produits d'épargne et de courtage, avec des services limités. Des acteurs comme ING Direct, Egg (anciennement

²⁹<https://www.quechoisir.org/guide-d-achat-banque-en-ligne-n6031/> Consulté le 23/03/2025 à 14 :06h

Zebank) émergent. Les banques traditionnelles commencent à investir dans ce canal, souvent en rachetant des pure players ou en lançant leurs propres filiales en ligne (ex. Boursorama, CortalConsors).

- **Années 2000-2010 : diversification et généralisation**

La banque en ligne se généralise avec une offre élargie : comptes courants, cartes bancaires, crédits, assurances. Les banques traditionnelles lancent des agences virtuelles pour fidéliser leur clientèle. La concurrence s'intensifie avec l'arrivée de nouveaux acteurs.

- **Années 2010 : révolution des néobanques**

L'apparition des néobanques (Revolut, N26, Monzo, Chime) marque une nouvelle phase. Ces acteurs misent sur une expérience utilisateur mobile optimisée, des services innovants comme les virements instantanés, les comptes multidevises, et une gestion simplifiée via applications. Elles se distinguent souvent par une offre plus restreinte, centrée sur les paiements et transferts.

- **Années 2020 : consolidation, innovation et régulation**

Les banques en ligne et néobanques intègrent des technologies avancées telles que l'intelligence artificielle et la blockchain pour personnaliser et sécuriser les services. Elles développent des partenariats avec des fintechs, notamment dans les domaines des cryptomonnaies et des investissements. Parallèlement, la réglementation européenne, notamment la directive DSP2, favorise l'open banking et renforce la sécurité des transactions.³⁰

5.3.5. Type de banque en ligne

Les banques en ligne peuvent être classées en plusieurs catégories selon leur modèle économique, leur cible ou leurs services.

Tableau N°04 : Type de banque en ligne

Type de banque en ligne	Description	Exemples	Cible principale
Banques en ligne traditionnelles	Filiales de banques classiques proposant leurs services via Internet. Offre complète : comptes, crédits, épargne, assurances.	Boursorama, Fortuneo	Clients recherchant une offre bancaire complète à moindre coût.
Néobanques	Institutions souvent indépendantes, parfois sans licence bancaire complète. Axées sur la simplicité,	Revolut, N26	Jeunes, voyageurs, utilisateurs numériques.

³⁰ Banques digitales : évolution ou révolution ? Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES par : NervanOMEROVIC , Genève, le 15 juillet 2020 Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

	rapidité et innovation.		
Banques mobiles	Services accessibles uniquement via applications mobiles. Expérience utilisateur optimisée, fonctionnalités avancées (gestion budgétaire).	Monzo, Starling Bank	Utilisateurs mobiles et technophiles.
Banques spécialisées	Ciblent des niches spécifiques avec des services adaptés (professionnels, étudiants, etc.).	Qonto (PME), Nickel	Segments de marché spécifiques (PME, particuliers simplifiés).
Plateformes d'open banking	Agrègent plusieurs comptes bancaires sur une interface unique, intègrent des services tiers via API.	Yolt, Plaid	Utilisateurs souhaitant centraliser et optimiser la gestion de leurs finances.

Sources : compilation personnelle à partir de diverses références

Section 2 : la monétique en Algérie

La monétique en Algérie a connu une évolution progressive, marquée par plusieurs étapes visant à moderniser les systèmes de paiement et à réduire la dépendance aux transactions en espèces. À l'origine, les moyens de paiement étaient essentiellement traditionnels, reposant sur l'utilisation des chèques et des virements bancaires. Cependant, avec l'essor des technologies numériques et la nécessité d'améliorer l'efficacité des transactions, l'Algérie a progressivement adopté des solutions monétiques.

Cette section traitera de l'apparition et du développement de la monétique en Algérie, en mettant en lumière les principales étapes de son évolution. Elle débutera par la création de la SATIM, qui a joué un rôle fondamental dans l'automatisation des transactions monétiques. Ensuite, nous analyserons le rôle du GIE Monétique, qui a permis d'harmoniser les efforts des banques en matière de paiement électronique. Le Réseau Monétique Interbancaire (RMI) sera ensuite abordé pour comprendre son importance dans l'interopérabilité des transactions. Nous examinerons également la contribution du Centre de Personnalisation des Instruments de paiement (CPI) à la sécurisation des cartes bancaires, avant d'aborder la dématérialisation des paiements à travers des systèmes comme l'ATCI et le RTGS. Enfin, nous verrons comment l'introduction des cartes Visa et MasterCard a facilité les transactions internationales, avant de conclure par une analyse du développement du paiement électronique en Algérie et des défis qu'il reste à relever.

1. Apparition et développement de la monétique en Algérie

Après le vote de la loi sur la monnaie et le crédit 90/10 du 14 avril 1990, il eut une ouverture du marché bancaire aux capitaux pour promouvoir la compétitivité des institutions et moderniser le secteur financier et améliorer l'efficacité des banques algériennes.

« Les réformes économiques prises depuis les années 1990 ont engendré de profondes mutations, qui ont permis l'émergence de la monétique dans le secteur bancaire algérien. L'introduction de la monétique en Algérie a été envisagée par la plupart des banques à des périodes différentes, dont le plus ancien projet remonte à l'année 1975. D'autres tentatives faites par la suite sont restées au stade expérimental, juste quelques projets ont vu la lumière et parmi ces expériences réussies on citera l'expérience du : (LAZREG & GOUDIH, 2016) ¹ »

L'introduction de la monétique en Algérie a été envisagée par la plupart des banques à des périodes différentes dont le plus ancien projet remonte à l'année 1975. En effet deux distributeurs de billet installés, en 1975 ont été opérationnels pendant une très courte durée.³¹

Avec quelques réussites notables :

- **Crédit Populaire d'Algérie (CPA)** : adhésion à Visa International en 1989 (membre principal émetteur et acquéreur) et à Mastercard en 1990 (acceptant). Émet aujourd'hui des cartes Visa à puce conforme aux normes EMV.
- **BADR** : développement d'une solution monétique pour une carte de retrait privative destinée aux clients salariés domiciliés dans ses agences.
- **BEA** : gestion d'une carte pétrolière prépayée et rechargeable pour l'achat de carburant dans les stations NAFTAL, remplaçant les bons d'essence.³²
- **Algérie Poste** : acteur clé avec un parc important de distributeurs automatiques de billets (DAB) et un volume significatif de cartes émises.³³

Face aux risques de duplication des investissements et aux coûts élevés liés à des centres de traitement indépendants, les banques ont opté pour une mutualisation des moyens. C'est ainsi que la **SATIM** (Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de la Monétique) a été créée pour gérer les cartes domestiques et internationales.

Le réseau monétique national intègre désormais un écosystème collaboratif regroupant : CCP, CNEP-Banque, BNA, BDL, CNMA, BEA, BADR, CPA, EL BARAKA, Société Générale, BNP, AGB, NATIXIS, Gulf Bank, ARAB Bank, ABC Bank et Housingbank, ainsi que Fransa-Banque.

³¹ LAZREG Mohamed, Thèse Présentée pour l'obtention d'un diplôme de doctorat en sciences de gestion « Développement de la Monétique en Algérie Réalité et Perspectives », année 2014/2015.

³² RAFABA Brahim, « la monétique en Algérie, développement et perspectives », In revue Journal d'études en économie et Management, Volume 03, Numéro 06, Décembre 2020. »

³³<https://www.satim.dz/index.php/fr/> Consulte le 25/03/2025 à 10 :15h

2. Création de la SATIM Société d'Automatisation des Transaction Interbancaire et de monétique

2.1. Définition

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

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

SATIM réuni 19 adhérents dans son réseau monétique interbancaire, se composant de 18 banques dont 07 banques publiques et 11 banques privées ainsi qu'Algérie Poste.

SATIM a connu ces dernières années une évolution conséquente et une croissance soutenue sur ses services. À ce jour, plus de 1350 automates bancaires et 51000 terminaux de paiement électronique déployés sont connectés à ses serveurs, ajoutés à cela + 500 sites web marchands opérationnels sur sa plateforme. Cette croissance est essentiellement due à l'impact de la carte CIB sur les habitudes d'achat des citoyens Algériens.

En outre, la société met en place et gère la plate-forme technique et organisationnelle assurant une interopérabilité totale entre tous les acteurs du réseau Monétique en Algérie.¹

La société :

- participe à la mise en place des règles interbancaire de gestion des produits monétiques interbancaires en étant une force de proposition ;
- accompagne la banque dans la mise en place et le développement des produits monétiques ;
- personnalise les chèques et les cartes de paiement et de retrait d'espèces et enfin, la SATIM met en Suivre l'ensemble des actions qui régissent le fonctionnement du système ;

Outre ces missions, la solution monétique installée et gérée par la SATIM repose sur une infrastructure et des équipements techniques sécurisés et connectés aux sites informatiques et / ou monétique des banques qui répond aux exigences des normes internationales EMV en permettant de se prémunir contre les tentatives de fraude.

Les premières démarches de la société consistent à dématérialiser les moyens de paiement par le lancement de la première carte interbancaire (CIB) en 1997. A partir d'un distributeur automatique de billets (DAB), un client pourra retirer ses fonds grâce notamment au réseau monétique interbancaire (RIM). A cet effet, la société assure les fonctions de connexion et de gestion des DAB/GAB, la personnalisation des cartes de retrait interbancaires

Chapitre 1 : La révolution numérique et ses effets sur les services bancaires

pour les banques, la mise en place des Switch pour les membres ayant leur propre système d'autorisation.

Si le paiement par carte interbancaire s'inscrit dans le cadre du projet de modernisation du système de paiement de masse, il constitue, de ce fait, l'un des maillons important pour le développement du secteur bancaire. En plus de sa fonction du retrait, la carte de paiement servira également au règlement des achats de biens et de services, auprès des commerçants affiliés au Réseau Monétique Interbancaire et dotés d'un Terminal de Paiement Electronique (TPE).¹

- ❖ Les actionnaires de la SATIM sont les 07 banques publiques déjà citées.

Tableau N°05: les actionnaires de la SATIM

Actionnaires	Nombre d'action	Les actions en (%)
BADR	36	13,74
ALBARAKA	36	13,74
BDL	36	13,74
BEA	36	13,74
CNMA	36	13,74
BNA	36	13,74
CPA	36	13,74
CNEP	10	3,82
TOTAL	262	100

Source : www.satim-dz.com consulté le 16 /03/2025 à 14:50

2.2. Les missions de la SATIM

Les principales missions de la SATIM sont :

- **Développement et utilisation des moyens de paiement électronique** : SATIM œuvre pour promouvoir et développer l'utilisation des moyens de paiement électronique en Algérie.
- **Mise en place et gestion de la plateforme technique et organisationnelle** : elle assure une interopérabilité totale entre tous les acteurs du Réseau Monétique en Algérie.
- **Participation à la mise en place des règles interbancaires** : SATIM participe à l'établissement des règles de gestion des produits monétiques interbancaires, agissant comme une force de proposition.
- **Accompagnement des banques** : elle accompagne les banques dans la mise en place et le développement des produits monétiques.
- **Personnalisation des chèques et cartes** : SATIM est chargée de la personnalisation des chèques et des cartes de paiement et de retrait d'espèces.

- **Fonctionnement du système monétique** : elle met en œuvre l'ensemble des actions nécessaires pour le fonctionnement du système monétique, incluant la maîtrise des technologies, l'automatisation des procédures, la rapidité des transactions et l'économie des flux financiers.
- **Gestion des DAB/GAB et personnalisation des cartes** : SATIM assure la connexion et la gestion des DAB/GAB, ainsi que la personnalisation des cartes de retrait interbancaires pour les banques.
- **Mise en place de Switch** : elle met en place des Switch pour les membres ayant leur propre système d'autorisation.
- **Réseau Monétique Interbancaire** : plusieurs banques participent au Réseau Monétique Interbancaire, incluant sept banques actionnaires de SATIM :
 - Al Baraka
 - BNA
 - BDL
 - CPA
 - BADR
 - BEA
 - CNEP-Banque
 - CNMA

D'autres institutions participantes incluent la CNMA, Algérie Poste, Société Générale Algérie, BNP Paribas El Djazair, Housing Bank, Algérie Gulf Bank, Natixis, Fransabank, HSBC, ArabBanking Corporation, ARAB Bank et Al Salam Bank.³⁴

- **Services aux clients** : les porteurs de cartes peuvent effectuer des retraits d'espèces via 1380 DAB et régler leurs achats auprès des commerçants affiliés au réseau.
- **Inclusion financière** : la monétique, en tant qu'instrument d'inclusion financière, est encore en développement, avec des perspectives d'intégration avec le Mobile Banking pour offrir plus d'opportunités au secteur bancaire.

2.3. Activité de la SATIM

L'activité principale de SATIM consiste à développer et gérer une solution monétique reposant sur une infrastructure technique sécurisée et connectée aux systèmes informatiques et monétiques des banques, conforme aux normes internationales EMV. Cette solution protège contre les tentatives de fraude connues et prend en charge les paiements domestiques et les retraits d'espèces dans un cadre interbancaire. Elle se compose de plusieurs éléments clés :

- **Front Office** : assure la connexion avec les banques, les commerçants, les Terminaux de Paiement Electroniques (TPE) et les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB).

³⁴<https://www.indjazat.com/nawel-benkritly-dg-de-la-satim-tous-les-processus-sont-mis-en-place-pour-repondre-aux-besoins-des-banques/> Consulte le 26/03/2025 à 8h

- **Back-office** : permet les traitements internes.
- **Personnalisation des cartes bancaires** : offre la capacité de personnaliser les cartes localement.
- **Plate-forme de télécommunication** : facilite les échanges entre les acteurs du réseau monétique.
- **Réseau d'acceptation** : inclut les DAB et les TPE pour un accès étendu aux services de paiement.²

3. Le Groupement d'Intérêt Economique (GIE-monétique)

L'Association professionnelle des banques et établissements financiers (ABEF) a annoncé dans un communiqué la création du Groupement d'intérêt économique de la monétique (GIE-monétique), dont la mission consiste à réguler le secteur de la monétique en Algérie.

3.1.Présentation de la GIE-Monétique

La mise en place d'un système de paiement électronique efficace est une priorité majeure pour les autorités publiques algériennes. Suite aux travaux de l'assemblée générale extraordinaire de l'Association des Banques et des Établissements Financiers (ABEF), tenue le 2 juin 2014 à la résidence d'État Djenane El Mithak, le Groupement d'Intérêt Économique Monétique (GIE Monétique) a été créé, avec sa première assemblée générale constitutive.

Le GIE Monétique a pour objectif de piloter la stratégie de développement de la monétique, en visant à généraliser l'utilisation de moyens de paiement modernes, tels que la carte de paiement et le paiement électronique. Ce groupement est chargé de réguler le secteur de la monétique en Algérie. La Banque Centrale, en tant qu'autorité monétaire, siège au comité de direction pour veiller à la sécurité du système monétique.¹

3.2.Les objectifs du GIE-monétique

- **Promotion de la monétique moderne** : le GIE-monétique est chargé de piloter la stratégie de développement de la monétique, visant à généraliser l'utilisation des moyens de paiement modernes, tels que la carte de paiement et le paiement électronique.
- **Régulation du secteur** : Il régule le secteur de la monétique en Algérie, avec la participation de la Banque d'Algérie au comité de direction pour garantir la sécurité du système monétique.
- **Interbancaire et interopérabilité** : le GIE-monétique assure l'interbancaire du système monétique et sa compatibilité avec les réseaux monétiques locaux et internationaux.

3.3.Les missions du GIE-monétique

Les missions du GIE Monétique incluent plusieurs objectifs clés :

- **Gestion des standards, spécifications et normes** : le GIE Monétique est responsable de la gestion des normes et spécifications dans le secteur de la monétique. Cela implique de définir et de maintenir les standards qui régissent l'industrie.
- **Définition des produits monétiques bancaires et de leurs règles opérationnelles** : Il définit également les produits monétiques bancaires et établit les règles pour leur mise en œuvre opérationnelle. Cela garantit une cohérence et une efficacité dans l'utilisation des moyens de paiement électroniques.²
- **Gestion de la sécurité** : le GIE Monétique joue un rôle crucial dans la gestion de la sécurité du système monétique. Cela inclut la mise en place de mécanismes pour protéger les transactions et prévenir la fraude.

En réalisant ces missions, le GIE Monétique assure une transparence dans la définition des normes et des règles de l'activité monétique. Cela permet de libérer les initiatives d'investissement dans l'industrie de la monétique, favorisant ainsi son développement et sa modernisation.²

3.4. Les organes statutaires de la GIE Monétique

La GIE Monétique est composée de plusieurs organes statutaires clés qui contribuent à son fonctionnement et à ses missions.

- **L'Assemblée Générale**

L'Assemblée Générale inclut tous les membres adhérents et non adhérents de la GIE Monétique. Elle est compétente pour traiter toutes les questions relatives au fonctionnement du Groupement, à travers l'Assemblée Générale Ordinaire et Extraordinaire.

- **Le Conseil de Direction**

Le Conseil de Direction est composé de dix membres adhérents désignés par l'Assemblée Générale, ainsi que de la Banque d'Algérie. Il est chargé de diriger la politique générale du Groupement pour le développement de la monétique interbancaire. La présidence est confiée au Président en exercice de l'ABEF (Association professionnelle des Banques et des Etablissements Financiers).

- **L'Administrateur**

Le Groupement est dirigé par un Administrateur unique, nommé par le Conseil de Direction. Cet Administrateur est chargé de gérer le Groupement et dispose des pouvoirs les plus étendus pour accomplir sa mission. Il est également le représentant légal du Groupement vis-à-vis des tiers.

- **Le Comité Opérationnel**

Le Comité Opérationnel est composé de onze membres adhérents et de la Banque d'Algérie, désignés par le Conseil de Direction. Il est présidé par l'Administrateur et a pour mission de l'assister dans ses tâches.³⁵

³⁵<https://giemonetique.dz> consulter le 19/03/2025 à 14 :00

Il concrétise ainsi une transparence dans la définition des normes et des règles de l'activité monétique de façon à libérer les initiatives d'investissement dans l'industrie de la monétique.

Depuis le mois d'octobre 2016, le paiement sur Internet par carte CIB est officiellement opérationnel en Algérie. Dans une première phase, le service a été ouvert pour les grands facturiers : les sociétés de distribution d'eau, d'énergie (gaz et électricité), de téléphonie fixe et mobile, les compagnies d'assurances et de transport aérien et quelques administrations.

Aujourd'hui, 582 Web marchands sont adhérents au système de paiement sur internet par carte interbancaire.

A ce jour le nombre global des transactions, depuis le lancement du paiement sur internet, est de 58 811 183.

4. Le réseau monétique interbancaire algérien (RMI)

4.1.Présentation du RMI

Le réseau monétique interbancaire algérien (RMI) a été lancé par la SATIM en 1997, marquant une étape cruciale dans la modernisation du système de paiement en Algérie. Ce réseau a initialement permis aux banques de proposer à leurs clients des services de retrait d'argent via les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB). Plus tard, à partir de 2005, le RMI a également facilité les paiements par carte bancaire via les Guichets Automatiques de Banques (GAB) et les Terminaux de Paiement Electroniques (TPE).³⁶

Depuis lors, le pays a continué à développer son infrastructure de paiement électronique. En 2014, le GIE Monétique a été créé pour réguler et promouvoir l'utilisation des moyens de paiement électroniques. Récemment, en 2024, le GIE Monétique a lancé l'interopérabilité des paiements mobiles et prévoit de généraliser le paiement mobile via le code QR à partir d'octobre 2024. De plus, des efforts sont en cours pour faciliter l'acceptation des paiements internationaux, notamment avec la certification de la SATIM par Visa et Mastercard, permettant ainsi aux commerçants algériens d'accepter ces cartes internationales. En 2025, de nouvelles solutions seront introduites pour élargir les options de paiement électronique et améliorer l'expérience des clients et des commerçants.³⁷

4.2.Les composantes du RMI

4.2.1. Le DAB / GAB

Les DAB (Distributeurs Automatiques de Billets) et GAB (Guichets Automatiques Bancaires) sont des éléments clés du Réseau Monétique Intégré (RMI) en Algérie, permettant aux utilisateurs de cartes CIB d'effectuer diverses transactions financières. Ces automates offrent plusieurs fonctionnalités essentielles :

³⁶<https://www.satim.dz/index.php/fr> Consulte le 26/03/2025 à 8h

³⁷<https://www.algerie-eco.com/consulter> le 19/03/2025 à 16 :10

4.2.1.1. Fonctionnalités Communes

- **Retrait d'espèces** : Les utilisateurs peuvent retirer de l'argent à tout moment.
- **Consultation du solde du compte** : Permet de vérifier le solde actuel du compte.

4.2.1.2. Fonctionnalités Supplémentaires du GAB

- **Consultation des dix dernières opérations** : Affiche les transactions récentes.
- **Consultation du Relevé d'Identité Bancaire (RIB)** : Permet d'accéder aux informations bancaires.
- **Commande de carnet de chèques** : possibilité de commander un nouveau carnet.
- **Virement de compte à compte** : transfert d'argent entre comptes.
- **Versement d'espèces** : dépôt d'argent sur un compte.
- **Remise de chèque** : dépôt de chèques.³⁸
- **Opérations sur livret d'épargne électronique** : gestion des comptes d'épargne.

4.2.1.3. Sécurité

Chaque automate dispose d'une mémoire qui enregistre une liste noire de cartes indésirables, renforçant ainsi la sécurité des transactions.

En parallèle avec ces avancées technologiques, l'Algérie continue de renforcer son système financier et monétaire. Le gouvernement algérien a récemment procédé à des remaniements ministériels, avec un accent sur la stabilité économique et la modernisation des services publics, ce qui pourrait avoir un impact positif sur le développement du secteur bancaire et monétaire dans le pays³⁹. De plus, l'Algérie se prépare à relever les défis économiques et politiques en 2025, avec une volonté de poursuivre sa marche en avant malgré les menaces externe⁴⁰

4.2.2. Le Terminal de paiement électronique (TPE)

Le Terminal de Paiement Électronique (TPE) est un équipement essentiel en Algérie, permettant aux utilisateurs de cartes CIB d'effectuer leurs achats de manière rapide et sécurisée. Il est équipé d'un clavier, d'un écran et d'un logiciel doté de mémoire, ce qui lui permet de fournir plusieurs services importants :

- **Contrôle des cartes en opposition** : le TPE peut vérifier si une carte est en opposition, garantissant ainsi la sécurité des transactions.

³⁸<https://www.satim.dz/index.php/fr>Consulte le 26/03/2025 à 8h

³⁹<https://www.tsa-algerie.com/chanagriha-meziane-voici-les-nouveaux-visages-du-gouvernement-algerien/>Consulte le 26/03/2025 à 8:15h

⁴⁰<https://www.aps.dz/algerie/181153-2025-sera-l-annee-de-la-poursuite-de-la-marche-en-avant-avec-determination-pour-relever-les-defis>consulter le 19/03/2025 à 16 :44

Chapitre 1 : La révolution numérique et ses effets sur les services bancaires

- **Obtention automatique des autorisations** : il peut obtenir les autorisations nécessaires pour les transactions, réduisant ainsi les temps d'attente.
- **Vérification électronique des cartes** : le TPE peut vérifier électroniquement les cartes pour s'assurer de leur validité.
- **Transmission des transactions à distance** : il peut transmettre les informations de transaction à distance, facilitant ainsi le traitement des paiements.

Le TPE est capable de lire les cartes via un lecteur de carte à puce ou un lecteur de piste magnétique. Les cartes compatibles incluent les cartes bancaires, les porte-monnaie électroniques et toute autre carte à puce.

- ❖ En plus de l'utilisation des TPE, l'Algérie a connu une évolution significative dans le domaine des paiements électroniques. Le système **DZ Mob Pay**, qui sera lancé en janvier 2025, permettra aux utilisateurs d'effectuer des paiements via leur Smartphone, renforçant ainsi l'inclusion financière et la numérisation du secteur. De plus, l'utilisation des terminaux de paiement électronique a augmenté de plus de 44% au premier semestre 2024, reflétant l'engouement croissant des consommateurs pour les paiements électroniques.
- ❖ Les Smartphones sont également devenus des outils potentiels pour transformer les transactions en utilisant des codes QR, ce qui facilite les paiements sans contact. Cependant, malgré ces avancées, les commerçants rencontrent encore des défis liés à la disponibilité immédiate des fonds et à des questions fiscales, freinant ainsi l'adoption généralisée des TPE.

Le tableau N°06: Nombre des terminaux de paiement électronique (TPE) en Algérie entre 2018 et 2025

Année	Nombre de TPE
2018	15397
2019	23762
2020	29.469
2021	38.144
2023	44.786
2024	58.043
2025	58.197

Source : <https://professionnels.societegenerale.dz/> Terminal de Paiement Electronique TPE - Société Générale Algérie. consulter le 22/03/2025 à 17H58.

L'évolution des terminaux de paiement électronique (TPE) en Algérie entre 2018 et 2025 montre une tendance positive, bien que certaines données manquent pour les années 2018 et 2023. En 2020, le pays comptait 29.469 TPE, un nombre qui a augmenté à 38.144 en

2021. Cette croissance se poursuit, avec un total de 58.043 TPE en 2024, reflétant une adoption accrue des paiements électroniques parmi les commerçants et les consommateurs.⁴¹

4.3. Rôle du Réseau Monétique Interbancaire (RMI)

Le rôle du RMI se résume dans les points suivants.⁴²

1. **Interbancaire des transactions** : il permet aux porteurs de cartes des banques adhérentes d'effectuer des retraits et des paiements sur tout le réseau, garantissant ainsi l'interopérabilité entre les différentes banques.
2. **Intégration des DAB** : le RMI intègre les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) propres à chaque banque adhérente, ce qui facilite l'accès aux services bancaires pour les clients.
3. **Acquisition des demandes d'autorisation** : il traite les demandes d'autorisation de retrait émanant des DAB, assurant ainsi la sécurité et la fluidité des transactions.
4. **Traitement des transactions DAB/TPE** : le RMI garantit le traitement des transactions effectuées via les DAB et les Terminaux de Paiement Electroniques (TPE) pour le compte des banques adhérentes, ce qui inclut les paiements de proximité et en ligne.
5. **Préparation et transfert des flux financiers** : il prépare et transfère les flux financiers nécessaires à la pré-compensation des transactions DAB, contribuant ainsi à la stabilité et à l'efficacité du système de paiement.

En outre, le RMI est soutenu par des acteurs clés tels que le **Groupement d'Intérêt Economique Monétique (GIE Monétique)**, qui régule et coordonne les activités monétiques interbancaires en Algérie. Le **Centre Monétique Interbancaire (CMI)** et le **Centre de Pré-compensation Interbancaire (CPI)** jouent également des rôles importants dans la gestion et la compensation des transactions.⁴³

4.4. Les objectifs du RMI

Les deux principaux objectifs de RMI sont :

- **Assurer l'interopérabilité** : c'est-à-dire assurer l'acceptation de toutes les cartes de retrait et de paiement de toutes les banques adhérentes ;
- **Garantir la sécurité** : en garantissant le respect de la réglementation en vigueur, en assurant les échanges sécurisés des données et en luttant contre la fraude ;

⁴¹<https://lalgerieaujourd'hui.dz/paiements-electroniques-en-algerie-une-progression-de-pres-de-100-sur-un-an/>consulté le 19/03/2025 à 14 :00 h

⁴²<https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/>consulté le 19/03/2025 à 14 :15 h

⁴³https://www.memoireonline.com/01/23/13693/m_La-monnaie-electronique-en-Algerie-realite-et-perspectives-cas-de-la-BADR-de-Bordj-Menaie127.htmlconsulté le 19/03/2025 à 14 :30h

4.5. Les Acteurs du RMI

Deux catégories d'acteurs sont distinguées dans le cadre du RMI :

4.5.1. Les Institutions Financières

Les institutions financières jouent un rôle central dans le RMI. Elles adhèrent à ce système en signant une convention interbancaire et un contrat de coopération lié aux services offerts. En conséquence, elles doivent respecter les spécifications techniques établies. Ces institutions peuvent agir en tant qu'acquéreurs, émetteurs, ou les deux à la fois.

4.5.2. Les Gestionnaires de RMI

En vertu de leur statut, les gestionnaires de RMI assurent les fonctions communautaires déléguées par les adhérents du réseau monétique. Sur le plan matériel et logiciel, ils disposent de :

- Centre Serveur Front Office : chargé du traitement des données avec centralisation et matériel lourd.
- Centre Serveur Back Office (ou terminaux d'agence).
- Centre d'Appel : mis à la disposition des porteurs de cartes et des opérateurs sur ce site.

5. Création du Centre de Pré-compensation Interbancaire (CPI)

5.1. Création du CPI

La création du Centre de Pré-compensation Interbancaire (CPI) en Algérie remonte à l'année 2004, lorsqu'il a été établi par la Banque d'Algérie dans le cadre d'une stratégie visant à moderniser et à améliorer les systèmes de paiement dans le pays. Cette initiative a été prise pour renforcer l'efficacité et la sécurité des transactions financières interbancaires.

Le CPI a été créé avec la participation active des banques commerciales et d'Algérie Poste, ce qui reflète une collaboration étroite entre plusieurs acteurs majeurs du secteur financier algérien. Cette diversité de participation garantit une représentation large et diversifiée, assurant que les besoins de différents acteurs soient pris en compte dans le fonctionnement du CPI.

Sur le plan juridique, le CPI est constitué en société par actions. Cette forme juridique lui permet de fonctionner avec une certaine autonomie tout en restant sous la supervision de la Banque d'Algérie. Cela signifie que le CPI bénéficie d'une flexibilité opérationnelle tout en étant aligné sur les orientations stratégiques de la Banque centrale algérienne.⁴⁴

En tant qu'opérateur technique du système de télé compensation algérien, le CPI joue un rôle crucial dans la gestion des opérations de paiement de masse. Il assume plusieurs fonctions essentielles, notamment la gestion des échanges, la télé compensation, les

⁴⁴REGLEMENT N°2005-06 DU 15 DECEMBRE 2005 PORTANT SUR LA COMPENSATION DES CHEQUES ET AUTRES INSTRUMENTS DE PAIEMENT DE MASSE

mouvements nets de règlement, et l'archivage des données. De plus, le CPI agit comme certificateur agréé, garantissant l'authenticité et la sécurité des transactions financières.⁴⁵

La plateforme centrale de télé-compensation gérée par le CPI est conçue pour assurer un échange interbancaire sécurisé et automatisé des paiements de masse, suivant les règles de neutralité et de transparence. Cela contribue à renforcer la stabilité et la fiabilité du système financier algérien.⁴⁶

5.2.Fonctions et Activités

- **Fonctions Principales :**
 - **Gestion des Échanges :** le CPI assure la gestion des échanges interbancaires, ce qui inclut la collecte, le traitement et la compensation des paiements.
 - **Télé compensation :** Il gère le processus de télé compensation, qui permet aux banques de régler leurs transactions électroniquement.
 - **Mouvements Nets de Règlement :** le CPI calcule et gère les mouvements nets de règlement entre les banques, réduisant ainsi les coûts et les risques associés aux transactions.
 - **Archivage des Données :** il assure l'archivage sécurisé des données de transactions, ce qui est crucial pour la traçabilité et la conformité réglementaire.
 - **Certification :** le CPI agit également comme certificateur agréé, garantissant l'authenticité et la sécurité des transactions.
- **Plateforme de Télé-Compensation :** le CPI utilise une plateforme centrale de télé-compensation pour contrôler et assurer un échange interbancaire sécurisé et automatisé des paiements de masse. Cette plateforme permet une gestion efficace des flux de paiement.

5.3.Projets et Développements Récents

- **Projet de Paiement Électronique Instantané :** la Banque d'Algérie, en collaboration avec le CPI, travaille sur un projet de paiement électronique instantané. Ce système vise à améliorer l'inclusion financière, à réduire les coûts et les risques des transactions, et à accélérer les paiements entre les banques.
- **Appel d'Offres Stratégique :** Le CPI a lancé des appels d'offres pour des projets stratégiques, indiquant une dynamique de développement continu et une volonté d'intégrer les dernières technologies pour améliorer ses services.⁴⁷

⁴⁵<https://giemonetique.dz/acteurs/les-operateurs-interbancaires/>Consulte le 01/04/2025 à 10 :12h

⁴⁶<https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2021/03/reglement200506.pdf>Consulte le 01/04/2025 à 10 :12h

⁴⁷<https://www.bank-of-algeria.dz/>Consulte le 26/03/2025 à 9h

5.4. Rôle dans le Système Financier Algérien

- **Opérateur Technique** : le CPI est reconnu comme opérateur technique du système de télé compensation algérien. Il joue un rôle crucial dans la gestion des opérations financières, en assurant la stabilité et la sécurité du système de paiement.
- **Intégration dans le Système Interbancaire** : le CPI travaille en coordination avec d'autres entités du secteur financier, comme la Bourse des valeurs mobilières d'Alger, pour les paiements de masse et autres transactions financières.
- **Contribution à l'Inclusion Financière** : en facilitant les transactions électroniques et en réduisant les coûts, le CPI contribue à l'inclusion financière en Algérie, en rendant les services bancaires plus accessibles à une population plus large.⁴⁸

5.5. Convention et Relations avec les Participantes

- **Convention** : le CPI a signé une convention régissant ses relations avec l'ensemble des participantes, y compris les banques et Algérie Poste. Cette convention définit les règles et les responsabilités des parties prenantes dans le système de télé compensation.
- **Coordination** : le CPI assure une coordination étroite avec ses partenaires pour garantir un fonctionnement harmonieux du système et pour résoudre tout problème technique ou opérationnel qui pourrait survenir.⁴⁹

6. La Dématérialisation Des Moyens De Paiement

La dématérialisation du système de paiement en Algérie s'articule essentiellement sur les systèmes de paiement de masse et le système de paiement de gros montants.

6.1. Le système de télé-compensation de paiement de masse

La télé compensation est la dématérialisation à la fois des médias et des échanges. Il repose sur des systèmes informatiques d'échange de données et d'images numériques, limitant au maximum l'échange physique de données et de valeurs. Des délais de récupération plus rapides jusqu'à 5 jours garantissent la sécurité des paiements forfaitaires.

6.1.1. Définition du système de télé-compensation (ATCI)

Le système de télé compensation des paiements de masse dénommée ATCI (Algérie Télé Compensation Interbancaire) a été mis en production en mai 2006.⁵⁰

Il permet l'échange de tous les moyens de paiement de masse (chèque, effets, virements, prélèvements automatiques, opérations sur carte). Le système a été mis en production par la compensation des chèques normalisés. D'autres modes de paiement ont été progressivement introduits dans le système. Le système ATCI est géré par le Centre

⁴⁸<https://ebourse.dz/wp-content/uploads/2025/03/111.png> Consulté le 26/03/2025 à 9h

⁴⁹ La monétique en Algérie, développement et perspectives/ Refafa Brahim

⁵⁰ Rapport de la banque d'Algérie (2006) : modernisation de l'infrastructure du système de paiement, P.110

interbancaire de pré-compensation (CPI), une entreprise publique de la Banque d'Algérie. Ce système a pour vocation de permettre une gestion plus efficace et plus pragmatique de ce que l'on pourrait identifier comme étant les « moyens de paiement de masse ».

Les participants potentiels de ce Système sont : la Banque d'Algérie, les banques commerciales, Algérie Poste, et le Trésor public.

6.1.2. Les objectifs du système de télé compensation

Les objectifs assignés à ce système de paiement de masse visent l'amélioration des services bancaires de base au profit de la clientèle, la traçabilité de bout en bout des opérations de paiement et l'amélioration des canaux de transmission de la politique monétaire. Ces objectifs se déclinent sur les actions suivantes :

- Adapter les systèmes de paiement, de compensation et de règlements interbancaires aux besoins des administrations, des entreprises et des particuliers et tenir compte des exigences d'une économie moderne, plus particulièrement en promouvant le développement des nouveaux instruments électroniques ;
- Réduire les délais de traitement et recouvrement, notamment pour les échanges ;
- Rationaliser et améliorer les procédures et mécanismes de recouvrement des instruments de paiement support papier tels que chèques et lettres de change ;
- Favoriser le développement des instruments de paiement électroniques, notamment, la carte, le virement et le prélèvement automatique ;
- Réduire le coût global de gestion des paiements ainsi que le coût de liquidités immobilisées dans les comptes de règlement des banques ;
- Introduire les normes internationales en matière de gestion des risques de liquidités, de crédit et de protection contre les risques systématiques surtout dans le système de règlements bruts en temps réel de gros montants ;
- Renforcer l'efficacité et la sécurité des échanges et procédures d'accès aux données et fonctions.

6.1.3. Le fonctionnement du système ATCI

L'architecture du système ATCI comprend :

- Une phase d'échange en continu des ordres de paiement entre les participants, suivant le profil de la journée d'échange ;
- Une phase de calcul des positions nettes multilatérales par participant avant la clôture de la journée d'échange.

Le règlement des soldes n'est affectif que si toutes les positions nettes débitrices sont couvertes par la provision existant dans les comptes de règlement respectifs. Les chambres de compensation manuelle sont restées ouvertes pour traiter les chèques non normalisés à la date de mise en production du système ATCI et les autres instruments de paiement en attente de leur intégration progressive dans le système de télé-compensation.

A la fin de mois d'avril 2009, ne transitent plus par les chambres de compensation manuelle que des virements globaux de salaires accompagnés des bordereaux de détail de salaires en attendant l'automatisation du règlement des virements dits multiples comprenant le transfert automatisé de virements de salaires des entreprises vers les banques et des banques vers le système ATCI.

6.1.4. Les caractéristiques du système de télé compensation

Le système de télé compensation est conformément aux règles de la Banque des Règlements Internationaux (RIB) un système auto protégé contre les risques systématiques. Dans ce cadre il :

- Veille au respect permanent de la limite maximale du solde multilatérale débiteur pour chaque participant et transmet les alertes à l'opération du système en cas d'atteinte de la limite ;
- Est adossé à un fond de garantie préalablement constitué.

6.2. Le système de paiement de gros montant RTGS

6.2.1. Présentation du système RTGS

Le système à règlement brut en temps réel est qualifié de RBTR en français, et de RTGS en anglais (Real Time Gross Settlements), est un système⁵¹ de paiement dans lequel le traitement et le règlement des ordres s'effectuent en continu en temps réel (sans différé) et sur une base brute (transaction par transaction).

Ce sont des systèmes électroniques qui utilisent des réseaux de télécommunication permettant un transfert d'informations en temps réel. Les règlements sont faits en monnaie centrale⁵² sur les livres de la banque centrale.

En Algérie, le RTGS, connu sous le nom d'ARTS (Algeria Real Time Settlements), est opérationnel depuis février 2006. Il est utilisé pour les paiements électroniques interbancaires de sommes importantes, avec un seuil minimum de 1 million de dinars algériens (DZD). Les virements reçus via RTGS sont soumis à des frais qui varient de 300 à 2000 DA, et sont traités en J+1 (date de présentation en RTGS)⁵³. Les virements émis via RTGS sont soumis à des frais allant de 1500 à 10000 DA.

Le système RTGS de ProgressSoft offre aux banques centrales un outil pour contrôler les opérations de paiement de valeur élevée dans un environnement sécurisé et fiable. Il est conforme aux normes internationales et à la gestion du risque de liquidité, son rôle principal étant le règlement des opérations de paiement interbancaires. Le système RTGS prend en charge toute la transaction financière standard, y compris les paiements urgents et de grande valeur entre participants, le règlement des positions nettes de compensation (NCP), les étapes

⁵¹ NAZERI.B, Coulibaly. « La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) », centre Africain d'Etude supérieures en Gestion (CESAC), mémoire de fin d'étude, promotion 2002, P14

⁵² La monnaie centrale représente les avoirs détenus sur les livres de la banque centrale.

⁵³ <https://www.bna.dz/wp-content/uploads/2023/12/BNA-CGB-Particulier.pdf> Consulte le 02/04/2025 à 15:10h

d'ouverture et la clôture des ordres de rachat (REPO) et les opérations de livraison contre paiement (DvP).⁵⁴

Dans le cadre de la modernisation des services bancaires, le ministère des Finances algérien a initié un plan ambitieux visant à généraliser les moyens de paiement électroniques dès le début de l'année 2025. La loi de finances pour 2025 contient plusieurs dispositions relatives aux douanes, notamment l'accomplissement des formalités douanières par voie électronique et l'institution d'une nouvelle taxe sur l'importation des publications périodiques étrangères.⁵⁵

6.2.2. Les objectifs du système RTGS

Les objectifs du système RTGS (Règlement Brut en Temps Réel) en Algérie sont les suivants :

- **Zone et politique monétaire unique:** faciliter la conduite de la politique monétaire en assurant que les transactions interbancaires sont réglées en temps réel et en monnaie banque centrale, ce qui contribue à une gestion plus efficace de la liquidité globale du système financier.⁵⁶
- **Exécution décentralisée des opérations:** permettre aux participants d'initier et de régler des paiements directement, offrant ainsi une plus grande autonomie et flexibilité dans la gestion de leurs opérations de trésorerie.
- **Exécution rapide et sûre des paiements en monnaie de banque centrale:** minimiser le risque systémique en assurant que les paiements sont finaux et irrévocables dès leur règlement, réduisant ainsi l'incertitude et le risque de propagation des chocs financiers. Le RTGS est un système de règlement interbancaire pour les paiements urgents ou de montants élevés.⁵⁷
- **Gestion technique des comptes ouverts aux établissements financiers:** centraliser la gestion des comptes des institutions financières auprès de la banque centrale sur une plateforme unique, ce qui permet de réduire les coûts opérationnels et de simplifier les procédures de règlement.
- **Contrôle des opérations de fonds importants et lutte contre le blanchiment d'argent:** assurer une surveillance étroite des transactions de montants élevés afin de détecter et de prévenir les activités illicites, contribuant ainsi à la stabilité et à l'intégrité du système financier. Le système algérien de règlements bruts en temps réel

⁵⁴<https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2025/03/INSTRUCTION-N%C2%B002-2025-FR.pdf> Consulté le 02/04/2025 à 15h

⁵⁵https://www.oceanic-dz.com/actualites/loi-de-finances-pour-2025-les-principales-dispositions-applicables-par-ladministration-des-douanes_132.html Consulté le 02/04/2025 à 15:10h

⁵⁶ Evaluation du système de réglementation brut en temps réel (ARTS) Enquête par sondage BELLOUATI Soumeya, SADI BENHACINE Khadidja, KHERCHI MEDJIDEN hanya,

⁵⁷ Rapport final Bancarisation de masse en Algérie Opportunités et défis Juin 2006 Mission conjointe du CGAP et de l'AFD sous le haut patronage 'du ministère des finances Ministre délégué chargé de la réforme financière

de gros montants ARTS est un système automatisé de paiements interbancaires par ordres de virement.⁵⁸

6.2.3. Le fonctionnement du système RTGS :

Le système algérien de règlements bruts en temps réel de gros montant, connu sous l'acronyme RTGS, est un système automatisé qui permet l'exécution de paiements uniques en temps réel, à la demande du client. Ce système est essentiel pour la modernisation du système de paiement dans le pays, comme indiqué dans les réformes économiques et monétaires récentes.

6.2.4. Les Piliers du système RTGS

Le système RTGS repose sur quatre piliers clés :

- **Traitement unitaire des opérations** : chaque opération est traitée individuellement après vérification de la disponibilité des fonds dans le compte de l'établissement donneur d'ordre.
- **Traitement en temps réel** : les opérations sont traitées immédiatement, avec imputation comptable et transfert simultanés des fonds du compte de l'émetteur à celui du bénéficiaire.
- **Utilisation de la monnaie centrale** : le système fonctionne en monnaie centrale, assurant la finalité des règlements.
- **Règlements par débit et crédit** : les règlements se font par débit des comptes du donneur d'ordre et crédit des comptes du bénéficiaire, sans autorisation de soldes débiteurs, ce qui peut entraîner des files d'attente.

6.2.5. Caractéristiques et avantages

- **Irrévocabilité des paiements** : les paiements effectués via RTGS sont irrévocables, permettant aux participants d'utiliser librement les fonds reçus pour leurs opérations. En cas de paiement erroné, le participant concerné doit demander au bénéficiaire de corriger l'erreur.
- **Prévention des risques** : la participation des banques permet de doter le système bancaire national d'un outil efficace pour prévenir les risques systémiques de liquidité et de crédit, en conformité avec les normes internationales via des messages SWIFT.
- **Infrastructure** : le système RTGS se compose d'une plate-forme de production (équipements informatiques et logiciels de paiement) reliée à des plates-formes participant installées dans les banques. Une plate-forme de secours automatique

⁵⁸ La modernisation des systèmes de paiements garante du succès partiel de la réforme bancaire

reproduit les paiements et prend en charge les opérations en cas de défaillance de la plate-forme principale.⁵⁹

6.2.6. Participants et modernisation

Les participants du système RTGS incluent la Banque d'Algérie, les banques, le Trésor public, Algérie Poste, Algérie Clearing pour les paiements à la bourse, et le CPI (Centre de Pré compensation Interbancaire) pour les paiements de masse. La modernisation du système de paiement en Algérie a conduit à l'intégration du RTGS pour améliorer l'efficacité et la sécurité des transactions financières.⁶⁰

Récemment, des efforts ont été faits pour généraliser l'utilisation du RTGS dans le cadre de la modernisation du système de paiement, notamment pour les virements au niveau de l'Agence Comptable Central du Trésor et des trésoreries locales. De plus, des instructions spécifiques ont été émises pour la comptabilisation des virements effectués via le RTGS, visant à assurer un contrôle rigoureux de ces transactions.

7. Introduction des cartes Visa et Mastercard

7.1. Présentation

La carte VISA, est un moyen de retrait et de paiement électronique, permettant d'effectuer des transactions en devises sur des Distributeurs Automatiques de Billets et Terminaux de Paiement Électronique (DAB et TPE) ainsi qu'Internet dans tous les pays du monde.⁶¹

Une carte de crédit Visa ou Mastercard est une carte qui permet d'effectuer des achats en ligne et dans les supermarchés. Les cartes de crédit Visa ou Mastercard ont le même usage. La carte Visa et la carte Mastercard, sont des systèmes de payement et leur renommée est due au nombre de leurs utilisateurs (Les plus utilisés au monde). Il existe plusieurs types de cartes de crédit Visa et Mastercard soit, carte Gold, carte prépayée.

La carte Prépayée est la plus utilisée, le client peut la charger d'un montant fixe et il ne pourra pas dépasser le montant chargé sur la carte. Pour la carte Gold et les autres cartes, elles débitent directement le compte bancaire. La VISA Paysera et Neteller sont des cartes de crédit les plus utilisées par les algériens, car elles offrent des options qu'on ne trouve pas dans la majorité des cartes de banques Algériennes et qu'il faut avoir une source pour charger la carte

En 2010, la SATIM a initié un projet prometteur en introduisant les cartes internationales Visa et Mastercard en Algérie. Les premières banques algériennes à adhérer à ce projet étaient la Banque de Développement Local (BDL), la Banque Extérieure d'Algérie

⁵⁹ Rapport de la banque d'Algérie (2006) « modernisation de l'infrastructure du système bancaire » sur (<https://www.bank-of-algeria.dz/>) consulté 02/06/2023, P114)

⁶⁰<https://www.progressoft.com/fr> Consulte le 05/04/2025 à 10:36h

⁶¹Frederic MISHKIN et autres, op.cit, p 389.

(BEA), et le Crédit Populaire d'Algérie (CPA). Cependant, ces cartes n'étaient pas pleinement intégrées dans le système de paiement local pour les transactions internationales.

Récemment, le ministre des Finances, Laaziz Faïd, a annoncé que la loi de finances pour 2025 inclurait des dispositions pour moderniser les moyens de paiement électronique, notamment en permettant l'utilisation des cartes internationales Visa et Mastercard pour les transactions en ligne. Cette initiative vise à renforcer le pouvoir d'achat des citoyens et à encourager l'intégration du marché informel.⁶²

7.2. Fonctionnalités des Cartes Visa et Mastercard

7.2.1. Visa

- **Types de Cartes** : les banques algériennes proposent plusieurs types de cartes Visa, notamment la Visa Classic et la Visa Gold. La Visa Classic est idéale pour les transactions quotidiennes, tandis que la Visa Gold offre des avantages supplémentaires comme des assurances voyage et des services de conciergerie.
- **Utilisation** : les cartes Visa peuvent être utilisées pour effectuer des paiements en ligne et en magasin, ainsi que pour retirer de l'argent à l'étranger.
- **Sécurité** : Les transactions en ligne sont sécurisées grâce à la technologie 3D Secure, qui nécessite un code de vérification envoyé par SMS pour authentifier le paiement.

7.2.2. Mastercard

- **Types de Cartes** : la Banque de Développement Local (BDL) propose des cartes Mastercard comme la Mastercard Platinum, Titanium, et Prépayée. Chaque type de carte a des plafonds de paiement et de retrait différents.
- **Utilisation** : les cartes Mastercard sont acceptées dans plus de 22 millions d'endroits à travers le monde et permettent des achats en ligne sécurisés grâce à 3D Secure.
- **Avantages** : Certaines cartes Mastercard offrent des assurances voyage gratuites et des services exclusifs.⁶³
 - ✓ Pour obtenir une carte Visa ou Mastercard en Algérie, il est généralement nécessaire de :
 - **Ouvrir un Compte** : Ouvrir un compte en devise dans une banque locale.
 - **Documents Requis** : Présenter une pièce d'identité, un extrait de naissance, une attestation de résidence, et une attestation de travail ou un registre de commerce.
 - **Dépôt Initial** : effectuer un dépôt initial pour l'ouverture du compte en devise.⁶⁴

⁶²[https://observalgerie.com/Paiement par « Visa » et « Mastercard »](https://observalgerie.com/Paiement%20par%20%22%20Visa%20%22%20et%20%22%20Mastercard%20%22).Consulte le 05/04/2025 à 10h

⁶³<https://webservices.dz/>Consulte le 10/04/2025 à 18 :43h

⁶⁴<https://www.evact.net/fr/blog/Comment-creer-une-Mastercard-ou-une-Visa-card-en-Algerie>Consulte le 10/04/2025 à 18 :50h

✓ Exemples de Cartes Proposées par les Banques Algériennes :

- **Banque Nationale d'Algérie (BNA)** : Propose une carte Visa pour les paiements à l'international, permettant les retraits et les transactions en ligne.
- **Banque de Développement Local (BDL)** : Offre des cartes Visa Classic et Gold, adaptées pour les voyages et les paiements en devise à l'étranger.
- **Société Générale Algérie** : Propose des cartes Visa Classic et Premier (équivalent Gold).⁶⁵

Le gouvernement algérien a récemment annoncé des mesures pour faciliter l'utilisation des cartes Visa et Mastercard pour les transferts en ligne à partir de l'étranger, ce qui devrait booster l'activité des startups et des entreprises algériennes. Cette initiative vise à encourager l'économie numérique et à simplifier les processus administratifs pour les entrepreneurs.⁶⁶

7.3. Les cartes bancaires en Algérie

Carte de retrait interbancaire "CIB" : la carte de paiement est une carte interbancaire, elle est identifiée par le logo de l'interbancaire. La carte contient un microprocesseur appelé communément « puce » qui assure la sécurité dans le déroulement des transactions de paiement. La carte interbancaire (CIB) est une carte nationale de retrait et de paiement valable uniquement en Algérie. La carte interbancaire de retrait et de paiement (CIB) a été lancée en 2006 par l'opérateur technique de la monétique, la Société d'automatisation et de transaction interbancaire et de monétique (SATIM).

Les banques peuvent émettre deux types de carte CIB :

- **La carte classique** : cette carte est proposée aux clients disposant d'un revenu régulier, offre les services de paiement et de retrait interbancaire. Offrant des services de paiement et de retrait interbancaire. Elle est proposée à la clientèle selon les critères arrêtés par chaque banque ;

- **La carte Gold** : Qui est proposée aux clients dont les revenus sont élevés et qui offre un plafond de retrait plus élevé que la précédente. La carte gold, proposée également à la clientèle selon les critères arrêtés ;

Outre le paiement et le retrait d'espèces, cette carte offre des fonctionnalités supplémentaires et des plafonds de retrait et de paiement plus importants.

8. Le lancement du paiement en ligne

Le service de paiement électronique (e-paiement) a été officiellement lancé en octobre 2016 en Algérie. À cette époque, 11 banques et 9 entreprises ont proposé ce service à leurs clients. Parmi les banques, il y avait six banques publiques : la BADR, CPA, BDL, BNA,

⁶⁵<https://www.bdl.dz/carte-visa/> Consulte le 10/04/2025 à 19h

⁶⁶: <https://www.tsa-algerie.com/cartes-visa-et-mastercard-lalgerie-prend-une-importante-mesure/> Consulte le 10/04/2025 à 19h

BEA, et CNEP, ainsi que cinq banques privées : Trust Bank Algérie, Natixis Algérie, Société Générale Algérie, Gulf Bank Algérie et Al Baraka. Les entreprises impliquées incluaient Algérie Télécom, Mobilis, Air Algérie, la CNAS, Société des eaux et d'assainissement d'Alger (SEAAL), Djezzy, Ooredoo et Amana Assurances.⁶⁷

8.1.Évolution Récente du Paiement Électronique

8.1.1. Augmentation des Transactions Électroniques

En 2023, le nombre d'opérations sur terminaux de paiement électronique (TPE) a atteint 3,9 millions pour un montant de plus de 31,5 milliards de dinars algériens (DA). Cela représente une augmentation par rapport à 2022, où 2,7 millions de paiements via TPE avaient été enregistrés pour un montant de 19,3 milliards de DA.

8.1.2. Paiement Mobile par QR Code

Le paiement mobile par QR Code est devenu opérationnel en Algérie depuis 2022. Ce système permet aux clients de payer leurs achats et factures en utilisant la technologie de lecture du QR Code. Au premier semestre 2024, le nombre de transactions par mobile a augmenté de 60% pour atteindre 26,7 millions d'opérations, avec un montant total de 19,6 milliards de DA.

8.1.3. Paiement sur Internet

Le nombre de transactions en ligne a également augmenté, avec plus de 15,3 millions d'opérations enregistrées en 2023. Les web marchands adhérents au système de paiement sur Internet par carte interbancaire ont atteint 475 opérateurs à la fin de 2023. Au premier semestre 2024, le montant des paiements effectués via Internet a augmenté de 63,82% pour atteindre 20,257 milliards de DA.

8.1.4. Expansion des Infrastructures

Le nombre de TPE en exploitation a augmenté de 46,263 en 2022 à 53,191 à fin décembre 2023. De même, le nombre de cartes de paiement électronique en circulation a dépassé les 16,5 millions d'unités à fin décembre 2023, incluant les cartes interbancaires (CIB) et Edahabia d'Algérie Poste.⁶⁸

8.1.5. Généralisation du Paiement Électronique

Les préparatifs sont en cours pour généraliser le paiement électronique dès 2025. Une réunion de coordination a eu lieu entre le ministre des Finances, le ministre de la Poste et des Télécommunications, et le gouverneur de la Banque d'Algérie pour accélérer cette généralisation.

⁶⁷<https://elwatan-dz.com/paiement-electronique-en-algerie-une-annee-record-en-2023>Consulte le 09/04/2025 à 12h

⁶⁸<https://www.aps.dz/economie/176156-e-paiement-le-montant-des-transactions-augmente-de-57-durant-le-1er-semestre>Consulte le 09/04/2025 à 12h

- ✓ Pour accroître l'adoption du paiement électronique, plusieurs stratégies sont envisagées :
- **Renforcer la Confiance** : Améliorer le cadre juridique pour protéger les consommateurs contre la fraude et renforcer la sécurité des transactions.
 - **Formation et Éducation Financière** : Sensibiliser les commerçants et le grand public aux avantages et à la sécurité des paiements électroniques.
 - **Développement des Infrastructures** : Améliorer l'accès aux services de paiement électronique dans les zones rurales et urbaines.
 - **Innovation Technologique** : Introduire de nouvelles technologies comme le paiement par QR Code pour simplifier les transactions.⁶⁹

Conclusion

L'évolution de la monétique en Algérie a suivi une dynamique progressive, marquée par la modernisation des infrastructures et l'émergence de nouveaux acteurs tels que la SATIM et le GIE monétique. La mise en place du Réseau Monétique Interbancaire (RMI) et du Centre de Personnalisation des Cartes (CPI) a renforcé l'interopérabilité et la sécurité des transactions, facilitant ainsi l'essor des paiements électroniques. Parallèlement, la dématérialisation des paiements à travers l'ATCI et le RTGS, ainsi que l'introduction des cartes Visa et MasterCard, ont permis de diversifier les services financiers et d'améliorer l'accessibilité bancaire. Toutefois, malgré ces avancées, le paiement électronique en Algérie reste confronté à plusieurs défis, notamment la faible adoption par les commerçants et les utilisateurs, ainsi que la nécessité d'une meilleure sensibilisation à ces nouveaux modes de paiement. Ces évolutions constituent néanmoins un socle solide pour la transition vers une économie plus digitalisée et un système bancaire plus inclusif. Dans cette dynamique de transformation numérique, l'e-banking émerge comme une étape clé, offrant aux usagers une nouvelle façon de consommer les services bancaires à distance.

⁶⁹<https://elwatan-dz.com/generalisation-du-paiement-electronique-accelerer-la-cadence-pour-etre-au-rendez-vous-debut-2025> Consulte le 09/04/2025 à 12h

A decorative graphic of a scroll with a grey shadow, containing the chapter title and subtitle. The scroll is oriented horizontally and has a slight curve at the top and bottom edges.

Chapitre 2

E-banking et l'inclusion financière

Introduction

Dans un monde où la digitalisation transforme profondément les systèmes financiers, l'e-banking et l'inclusion financière sont devenus des concepts incontournables pour améliorer l'accès aux services financiers. L'e-banking, ou banque en ligne, permet aux individus de gérer leurs finances à distance, réduisant ainsi les barrières géographiques et temporelles qui ont longtemps limité l'accès aux services bancaires traditionnels.

Parallèlement, l'inclusion financière vise à offrir des services financiers de base à faible coût, spécifiquement conçus pour les populations marginalisées ou en situation de difficulté financière, souvent exclues des services traditionnels. L'inclusion financière est un objectif stratégique pour de nombreux pays, car elle contribue à réduire la pauvreté, à promouvoir la croissance économique, et à améliorer le bien-être social. En offrant des services financiers adaptés aux besoins des populations vulnérables, les gouvernements et les institutions financières peuvent encourager l'épargne, faciliter l'accès au crédit, et renforcer la stabilité financière des ménages.

Cependant, l'atteinte de cet objectif nécessite une infrastructure solide et des solutions innovantes capables de surmonter les obstacles traditionnels tels que la distance, le coût élevé des services, et le manque d'éducation financière.

C'est dans ce contexte que l'e-banking joue un rôle crucial. En utilisant la technologie pour réaliser des opérations bancaires via Internet ou des applications mobiles, l'e-banking permet de réduire les coûts associés aux transactions traditionnelles, d'étendre la portée géographique des services financiers, et de proposer des produits adaptés aux besoins spécifiques des utilisateurs. De plus, l'e-banking favorise l'éducation financière et la sensibilisation, essentielles pour maximiser son impact sur l'inclusion financière.

Ce chapitre explore en profondeur comment l'e-banking contribue à la mise en place d'un système d'inclusion financière optimale. Il commence par une section théorique qui définit ces concepts et examine leur contribution à l'inclusion financière. Ensuite, il se concentre sur l'expérience de l'e-banking en Algérie, en analysant les applications bancaires, les services offerts, ainsi que les avantages, limites, risques et obstacles rencontrés dans ce pays.

Section 1 : concepts théoriques et technique sur l'E-banking

1. E-banking produit de l'avancée numérique dans la finance

1.1 Définition d'e-banking

La banque électronique, autrement nommée E-banking, désigne l'automatisation de la banque par une machine électronique qui permet aux clients d'obtenir des espèces, de faire des dépôts, de virer des fonds d'un compte à un autre, de vérifier soldes et historiques, etc.⁷⁰

Selon l'Association Française des Banques (AFB), la banque électronique, web banking ou encore la banque sur Internet correspond à « l'utilisation d'internet par une institution financière pour offrir à ses clients une gamme de services bancaires plus ou moins large, allant de la simple vitrine commerciale à la gestion à distance des transactions financières, en passant par la consultation des comptes »⁷¹

Copulsky et Wolf, 2007, définissent pour leur part les opérations bancaires par Internet est un terme qui implique l'utilisation des ordinateurs, donc une livraison automatique par voie électronique comme « internet banking », et tient compte également d'autres dispositifs possibles comme « l'e-banking », télévisions numériques « TV-numériques », et l'automated teller machine « ATM »⁷².

L'E-banking est un terme utilisé pour désigner le nouveau système bancaire, il représente une livraison automatisée de produits et de services bancaires -nouveaux et traditionnels- directement aux clients grâce à des canaux de communication électroniques et interactifs. C'est un service qui offre aux clients la possibilité d'accéder à leurs comptes, d'exécuter des transactions et d'obtenir des informations sur les produits et services financiers via un réseau public ou privé, y compris Internet.

L'e-banking, ou banque en ligne, englobe les services bancaires accessibles par voie électronique, principalement via Internet. Il permet aux clients de consulter leurs comptes, d'effectuer des virements, d'acheter des produits financiers, etc. Divers termes comme "Banque en ligne", "Banque sur Internet" ou "Internet Banking" désignent ce même concept.

Ainsi que La banque en ligne offre la possibilité aux clients d'accéder à leurs comptes et à des informations sur les produits et services bancaires via un ordinateur ou tout autre appareil intelligent. Selon le Fédéral Financial Institutions Examinations Council (2003), il s'agit de la livraison automatisée de services bancaires traditionnels et nouveaux par voie électronique interactive.

L'e-banking englobe différentes plateformes telles que les services bancaires par Internet, par téléphone, par télévision, le PC banking (hors banque) et les guichets automatiques (ATM) utilisant des systèmes de télécommunication variés comme le réseau téléphonique, la télévision par satellite, le Minitel ou Interne.

⁷⁰Frederic Misshkin, & al, 2010, p. 389.

⁷¹DELOBBE, KAMAS, &VANDENBERGHE, 2003, p. 82

⁷²BOUCHELIT, 2015, p. 64

Chapitre 2 : E-banking et l'inclusion financière

L'e-banking met l'accent sur l'utilisation d'Internet dans les transactions bancaires et englobe diverses technologies, allant du téléphone aux distributeurs automatiques, pour faciliter l'accès aux services bancaires.

Tableau N°07 : les définitions de l'E-banking selon différents auteurs

Définition	Source	Mot clé :
<p>Electronic Banking services : désigne la fourniture de produits et de services bancaires de détail et de petite valeur par le biais de canaux électroniques. Ces produits et services peuvent inclure des dépôts, des prêts, la gestion de compte, la fourniture de conseils financiers. Le paiement électronique de factures et la fourniture d'autres produits et services de paiement électronique tels que la monnaie électronique</p>	<p>Comité de Bâle sur le contrôle bancaire 1998 ;</p>	<p>-produits bancaires de faibles valeurs; - canaux électronique</p>
<p>Electronic banking or e-banking: d'une banque où un compte est maintenu via Internet plutôt que, ou ainsi que, dans une agence bancaire.</p>	<p>Association britannique des banquiers. Glossaire Pranhall. Glossaire en ligne ;</p>	<p>-gestion d'Association britannique des banquiers. Glossaire Pranhall. Glossaire en ligne ;</p>
<p>Electronic banking: est un terme générique désignant le processus par lequel un client peut effectuer des transactions bancaires par voie électronique sans se rendre dans une institution physique. Les services bancaires par PC et les services bancaires par Internet ou en ligne sont les désignations les plus fréquemment utilisées. Il convient toutefois de noter que les termes utilisés pour décrire les différents types de banque sont souvent utilisés de manière interchangeable.</p>	<p>Financial crimes enforcement network (finceb) 2000</p>	<p>Transactions électroniques sans passer par une agence</p>
<p>L'e-banking : est un service fourni par plusieurs banques. il permet aux clients de mener des transactions bancaires à travers l'internet en utilisant un PC, mobile, minitel, etc.</p>	<p>DINIZ, 1997</p>	<p>-transaction bancaire par internet -plusieurs technologies possibles</p>
<p>L'e-banking: est un canal de distribution et de livraison des services financiers par multimédia, et d'une façon globale moins coûteuse.</p>	<p>SRAMOULIS, 199</p>	<p>SRAMOULIS, 199</p>

<p>Etablissement bancaire pouvant gérer de l'argent électronique, qui permet, en accédant son site Web d'effectuer des opérations à partir d'un ordinateur .une banque virtuelle permet .être autres, de vérifier le solde de son compte, de faire des virements, de régler des factures et de commander des chèques.</p>	<p>Office québécois de la langue française, « le grand dictionnaire terminologique »</p>	<p>-agence électronique -opérations via le web à part d'un PC</p>
<p>Electronic Banking: involves both the use of automatic teller machines (ATMs) and the instant processing of retail pure chases.</p>	<p>Prenhall.online Glossaire</p>	<p>-guichet automatique -traitement instantané des achats</p>

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

1.2 Les différents types des banques en ligne

A listant des banques traditionnelles, il existe différents types de banque en ligne et plusieurs modes de fonctionnement différents .Activités, services, mais aussi statuts juridiques ne sont pas les mêmes, il est donc important de savoir s'y retrouver pour éviter les mauvaises surprises et trouver la meilleure banque en ligne.

Il existe ainsi plusieurs types de banque en ligne : les pures players, 100% en ligne, les agences à distance des banques traditionnelles, les banques des assureurs ainsi que les comptes associés à des cartes prépayées.

Parmi les types de la banque en ligne, on trouve d'abord les PURE PLAYERS, ce sont la seules véritable et principale banque en ligne, sans agence physique. Ce qui signifie pas que ces établissements sortent de nulle part : ce sont tous des filiales de banques classiques .les tarifs et les formules proposées sont cependant très différents des banques mères. Ainsi, si les clients des banques en ligne ont exactement les mêmes garanties, ils ont accès à une offre très différente.

1.2.1. Les pure players

Toutes sont gratuites ou très chères; parmi les PURE PLAYERS, on compte encore différents types de banque en ligne :

Les banques en ligne avec conditions de revenus ;

Les banques sans conditions de revenus minimum FONCTIONNEMENT DES PURES PLAYERS :

- ❖ Le business model de ces types de banque en ligne diffère de celui de leurs établissements parents. il s'adresse essentiellement à des clients ayant des revenus confortables, car c'est par les dépenses que la banque en ligne se rémunérera. c'est

pourquoi la plupart exigent des conditions de revenus minimum entre 1000€ (hello bank, boursorama banque) et 1200€ (fortuneo) pour une carte classique .sauf exception il n'est cependant pas possible de se rendre en agence : toutes les opérations se font en ligne.

C'est là tout l'intérêt de ces types de banque en ligne : si les conditions sont respectées, alors la carte bancaire, les frais de tenue de compte et de gestion courante (voir même l'assurance) sont gratuits mais parce que ces types de banques en ligne ne peuvent concerner tout le monde, il existe des offres (monobanque, welcomeboursorama) payantes mis très peu chères, sans conditions.

1.2.2. les banques en ligne mobile

Parmi les types de banque en ligne, on peut distinguer les banques mobile (ou néo banque) la définition veut que les clients de ces dernières puissent gérer entièrement leur compte via l'application mobile. Désormais, toutes les banques en ligne disposent d'une application permettant la gestion du compte .elles peuvent donc toutes être considérées comme des banques mobile

1.2.3. les banques des assureurs

De nouveaux acteurs sont également venus s'ajouter aux types de banque en ligne : les banques des assureurs .hybrides, ces établissements sont un peu difficiles à classer .ils sont plus chers que les pures players mais ne demandent aucune condition des souscriptions .tout se fait en ligne, car les agences qui existent sont celles de l'assureur, pas de la banque

1.2.4. Les agences à distance

Les agences à distance font partie des types de banque en ligne , et pourtant elles n'en sont pas tout à fait En effet , les agences à distances sont des agences dématérialisées des banques traditionnelles .les tarifs sont donc les mêmes que ceux de la banque mère, la différence principale étant qu'aucun contact ne peut se faire en agence physique .le client contactera son conseiller par téléphone , chat , mail , skypemis ne le rencontrera pas en agence .

En revanche, il pourra s'y rendre pour effectuer des opérations courantes comme remettre un chèque, déposer des espèces ou faire un virement. Les horaires de contact des agences à distance sont plus élargis que ceux des banques physiques.

Ces types de banque en ligne permettent aux clients de faciliter la gestion de leur compte en temps réel .ce sont généralement des personnes qui souhaitent être très autonomes il est possible d'ouvrir un compte en ligne directement dans une agence à distance cependant, pour passer de la banque mère à son agence en ligne, il est nécessaire de transférer son compte bancaire.

1.3 L'évolution de l'E-Banking

Le monde connaissait, il y a des années, un passage d'une économie traditionnelle (flux matériels caractérisés par les échanges de biens et services) à une économie dite immatérielle (caractérisée par l'échange d'informations numériques et les connaissances)

grâce aux transformations des technologies d'information et de communication. F. Rowe discerne quatre étapes dans l'informatisation du secteur bancaire.⁷³

- **Les années 50-60 :** La première étape initiée dans les années 50-60 où les banques ont cherché à automatiser les tâches du « back-office ».
- **Au début des années 70 :** il s'agissait d'automatiser les échanges interbancaires avec l'avènement des premiers centres de télé-compensation pour bénéficier sur une échelle plus large des gains de la première période. Aussi cette année était marquée par l'avènement de Transfert Electronique de Fonds (TEF) et Electronic Data Interchange (EDI) ont été utilisés pour envoyer des documents commerciaux tels que les bons de commande ou factures par voie électronique. Dans le même temps, de nouveaux services utilisant le support télécommunication ont été proposés à la clientèle avec le vidéotex (Minitel en France) et l'audio texte (les serveurs vocaux, les messageries vocales). Cette double logique, production (informatisation des tâches) et commerciale (nouveaux modes d'accès) n'a été appréhendée dans la plupart des banques que dans l'objectif de productivité, en cherchant à réduire le coût des opérations.

Les banques ont commencé à regarder l'e-Banking comme un des moyens pour remplacer une partie de leurs fonctions bancaires traditionnelles, pour deux raisons⁷⁴: **Les raisons financières :** Tous d'abord, les branches étaient très coûteuses à mettre en place et maintenir en raison des frais généraux qui leur sont associés.

Les raisons de positionnement : Les produits/services d'e-Banking comme ATM (Automated Teller Machine) et le transfert électronique de fonds sont une source de différenciation pour les banques qui les ont utilisées. La technologie a introduit de nouvelles façons de fournir des services bancaires pour le client, tels que les Guichets Automatiques et les services bancaires par internet⁷⁵.

Par conséquent, il est impératif pour les banques à aligner leurs stratégies en réponse à l'évolution des besoins de leurs clients et des évolutions technologiques.

- **Dans les années 75-80 :**
ce sont les guichets « front office » qui bénéficient de l'informatique, avec en particulier l'informatisation des postes de travail et la mise en place des Distributeurs Automatiques et des Guichets Automatiques Bancaires (DAB et GAB), D'abord réservés à des tâches simples, retrait d'espèces, consultation de solde, leur contenu en

⁷³Olivier Epinette et Jean-Michel Sahut, article sur «La banque directe : canal de distribution viable ? » Institut National des Télécommunications - Département Gestion à Evry.

⁷⁴Mobarek Asma « E-banking practices and customer satisfaction a cas study in Botswana », http://www.researchgate.net/Asma_Mobarek/publication/228200726/file/60b7d5189f2c39b93b.pdf. Citer dans : ZAIR Lydia MOUSSAOUI Nora mémoire master « Les déterminants de l'adoption de l'e-Banking par le secteur bancaire Algérien : CAS de l'Agence BNA N°581 de Tizi-Ouzou » : 2016/2017

⁷⁵WANG Y, LIN H and TANG T «Determinants of users acceptance of Internet Banking an Empirical study» International journal of service Industry Management, 2003. Citer dans : ZAIR Lydia MOUSSAOUI Nora « Les déterminants de l'adoption de l'e-Banking par le secteur bancaire Algérien : CAS de l'Agence BNA N°581 de Tizi-Ouzou » mémoire master université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou 2016/2017

services a évolué intégrant de nouvelles fonctionnalités : support publicitaire, conseil, simulation, etc.⁷⁶

Il existe deux formes de développement de la banque en ligne, l'une passe par la création et le développement d'opérateurs entièrement en ligne, et l'autre par le développement de banques traditionnelles pour fournir progressivement des services en ligne aux clients de manière multi canal ou omni canal. Les opérateurs développent une série d'avantages concurrentiels pour ouvrir des comptes, conquérir progressivement une part de marché importante dans les services bancaires de base et plus récemment dans les prêts hypothécaires ; le potentiel de croissance de la banque en ligne est très important car toutes les possibilités techniques et juridiques peuvent être développées pour fournir des produits et services en ligne complets, y compris des recommandations.

- **depuis les années 2000** : la plupart des banques combinent les nouveaux circuits de distribution électroniques et les agences traditionnelles, mais quelques-unes offrent leurs produits et services principalement, ou exclusivement, par voie électronique. Ces banques « virtuelles » (présentes uniquement sur internet) ne possèdent pas de réseau d'agences, mais elles ont parfois une présence physique, par exemple un bureau administratif, des kiosques interactifs ou des guichets automatiques. On compte une
- trentaine de banques virtuelles aux États-Unis, deux en Asie, établies en 2000 et 2001, et plusieurs dans l'union⁷⁷.

Aujourd'hui, le e-banking est devenu un élément essentiel du secteur bancaire, offrant aux clients un accès 24h/24 et 7j/7 à leurs comptes et services financiers. Son évolution continue, avec l'intégration de nouvelles technologies telles que l'intelligence artificielle et la blockchain, promet de transformer davantage l'expérience bancaire.

2. Inclusion financière, cadre conceptuel

2.1 Définition de l'inclusion financière

Plusieurs définitions ont été données à l'inclusion financière par plusieurs auteurs dont nous avons retenu les suivantes :

- L'inclusion financière est un concept qui désigne l'accès universel aux services financiers, tels que les comptes bancaires, les prêts, les assurances et les services de paiement (Banque Mondiale, 2020). Selon la Banque Mondiale, « l'inclusion financière signifie que les individus et les entreprises ont accès à des services financiers utiles et abordables – transactions, paiements, épargne, crédit et assurance – fournis de manière responsable et durable »⁷⁸
- L'Alliance for Financial Inclusion (AFI) définit l'inclusion financière comme « un état dans lequel tous les individus et entreprises ont accès à des services financiers

⁷⁶Olivier Epinette et Jean-Michel Sahut, article sur « La banque directe : canal de distribution viable ? » Institut National des Télécommunications - Département Gestion à Evry.

⁷⁷Saleh M. Nsouli et Andrea Schaechter « Les enjeux de la banque électronique » Finances & Développement, magazine trimestriel du FMI Septembre 2002, Volume 39, Numéro 3

⁷⁸Banque Mondiale, 2020.

utiles, abordables et de qualité, leur permettant de participer pleinement à l'économie et de renforcer leur résilience face aux chocs économiques »⁷⁹

- AsliDemirgüç-Kunt, LeoraKlapper et Dorothe Singer définissent l'inclusion financière comme « l'accès et l'utilisation des services financiers formels, y compris les comptes bancaires, les moyens de paiement numériques et les produits d'épargne, pour tous les segments de la population, en particulier les femmes, les pauvres et les populations rurales »⁸⁰
- Le G20 définit l'inclusion financière comme « un processus visant à garantir que tous les individus et entreprises, en particulier ceux qui sont marginalisés ou vulnérables, aient accès à des services financiers numériques et traditionnels, abordables et adaptés à leurs besoins »⁸¹
- Le Fonds des Nations Unies pour le développement (UNCDF) définit l'inclusion financière comme « un moyen de garantir que les populations exclues – en particulier les femmes, les jeunes et les communautés rurales – aient accès à des services financiers numériques et traditionnels qui leur permettent de participer à l'économie et d'améliorer leurs conditions de vie »⁸²
- Le Consultative Group to Assist the Poor (CGAP) définit l'inclusion financière comme « la capacité des individus et des entreprises à accéder et à utiliser des services financiers numériques et traditionnels de manière efficace, sûre et abordable, tout en étant protégés contre les risques liés à la surendettement et à la fraude »⁸³
- Le Fonds monétaire international (FMI) définit l'inclusion financière comme « un pilier essentiel du développement économique, permettant aux populations pauvres et marginalisées d'accéder à des services financiers qui leur permettent de générer des revenus, de gérer les risques et de participer à l'économie formelle »⁸⁴.
- L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) définit l'inclusion financière comme « un outil clé pour promouvoir une croissance inclusive, en garantissant que tous les individus et entreprises, indépendamment de leur revenu ou de leur localisation, aient accès à des services financiers adaptés à leurs besoins et à leur situation économique »⁸⁵.

2.2. L'évolution de l'inclusion financière

L'évolution de l'inclusion financière a été marquée par plusieurs événements clés et a impliqué de nombreux acteurs clés :

- **les années 1960-1970**, les organisations internationales telles que la Banque mondiale et le Fonds monétaire international (FMI) ont commencé à s'intéresser à la question de l'accès aux services financiers pour les populations pauvres et marginalisées.

⁷⁹AFI, 2021

⁸⁰Demirgüç-Kunt, Klapper, & Singer, 2020.

⁸¹G20, 2020.

⁸²UNCDF, 2021.

⁸³CGAP, 2022.

⁸⁴FMI, 2021

⁸⁵OCDE, 2022

- **En 1963**, la Banque mondiale a créé la Société financière internationale (SFI), qui avait pour objectif de promouvoir le développement économique des pays en développement en facilitant l'accès aux capitaux. La SFI a joué un rôle important dans la promotion de l'inclusion financière en fournissant des prêts et des investissements aux institutions financières des pays en développement.
- **les années 1980-1990**, la micro finance a commencé à se développer, notamment grâce à l'initiative de Muhammad Yunus, qui a créé la Grameen Bank en 1983. La Grameen Bank est considérée comme l'une des premières institutions de micro finance au monde et a joué un rôle important dans la promotion de l'inclusion financière en fournissant des prêts et des services financiers aux populations pauvres et marginalisées.

La Grameen Bank a également développé un modèle de micro finance qui a été reproduit dans de nombreux pays en développement. Ce modèle est basé sur la fourniture de petits prêts aux populations pauvres et marginalisées, qui sont ensuite remboursés avec des intérêts.

- **les années 2000-2010**, l'inclusion financière est devenue une priorité mondiale, notamment avec la création de l'Alliance pour l'inclusion financière (AFI) en 2008. L'AFI est une organisation internationale qui regroupe des pays, des institutions financières et des organisations non gouvernementales (ONG) pour promouvoir l'inclusion financière dans les pays en développement.

L'AFI a joué un rôle important dans la promotion de l'inclusion financière en fournissant des conseils et des ressources aux pays en développement pour développer leurs systèmes financiers et promouvoir l'accès aux services financiers pour les populations pauvres et marginalisées.

- **En 2010**, la Banque mondiale a lancé l'initiative « Global Findex », qui vise à mesurer l'accès aux services financiers dans les pays en développement. L'initiative Global Findex a permis de collecter des données sur l'accès aux services financiers dans plus de 140 pays et a fourni des informations précieuses sur les défis et les opportunités de l'inclusion financière.
- **les années 2010-2020**, la finance numérique a commencé à se développer, notamment grâce à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC). La finance numérique a permis de réduire les coûts et les temps d'attente associés aux transactions financières traditionnelles, et a ainsi contribué à accroître l'accès aux services financiers pour les populations pauvres et marginalisées.

2.3. Les indicateur de l'inclusion financière

2.3.1. Les indicateurs d'accès aux services financiers

L'indicateur d'accès aux services financiers est un indicateur clé de l'inclusion financière qui mesure la proportion de la population qui a accès à des services financiers tels

que : Les comptes bancaires, Les prêts, Les assurances, Les services de paiement, Les services de transfert d'argent

Cet indicateur permet de mesurer l'accès aux services financiers pour les populations vulnérables, telles que les pauvres, les femmes, les jeunes et les personnes âgées. En Algérie, l'indicateur d'accès aux services financiers est mesuré par la Banque d'Algérie, qui publie régulièrement des données sur l'accès aux services financiers pour la population algérienne notamment (Banque d'Algérie 2020) :

- **le taux d'accès aux services financiers** : 65.1% de la population à accès des services financiers
- **Le taux de pénétration bancaire** : 43.6 % de la population possède un compte bancaire
- **Le taux de prêts** : 24.1% de la population à accès à des prêts
- **Le taux d'assurance** : 6.3% de la population est assurée
- **le taux d'épargne** : 14.5% de la population épargne de l'argent
- Le pourcentage de la population qui utilise des services de paiement numériques est de 12.1%.⁸⁶

2.3.2 Les indicateurs de qualité des services financiers

L'indicateur de qualité de service financier est un indicateur clé de l'inclusion financière qui mesure la qualité des services financiers offerts aux clients, notamment : La satisfaction des clients, La fiabilité des services financiers, La rapidité des transactions financières, La sécurité des transactions financières et L'accès à des services financiers personnalisés

Cet indicateur permet de mesurer la qualité des services financiers offerts aux populations vulnérables, telles que les pauvres, les femmes, les jeunes et les personnes âgées .En Algérie, l'indicateur de qualité de service financier est mesuré par la Banque d'Algérie, qui publie régulièrement des données sur la qualité des services financiers pour la population algérienne notamment (Banque d'Algérie2020) :

- **le taux de satisfaction des clients** : 74,2% des clients étaient satisfaits des services financiers qu'ils recevaient.
- **le taux de fiabilité** : 81,4% des clients considéraient que les services financiers étaient fiables.
- **le taux de rapidité** : 71,1% des clients considéraient que les transactions financières étaient rapides.
- **le taux de sécurité** : 85,6% des clients considéraient que les transactions financières étaient sécurisées.⁸⁷

⁸⁶Banque d'Algérie(2020)

⁸⁷Idem

2.3.3 Les indicateurs de financement des entreprises

L'indicateur de financement des entreprises est un indicateur clé de l'inclusion financière qui mesure l'accès des entreprises aux financements nécessaires pour leur développement et leur croissance. Cet indicateur permet de mesurer la capacité des entreprises à accéder aux financements nécessaires pour investir, innover et créer des emplois. Les taux de financement des entreprises en Algérie peuvent être mesurés de différentes manières, notamment (Banque d'Algérie) :

- **le taux de financement des entreprises** : 34,6% des entreprises ont accès à des financements.
- **le taux de financement des PME (Petites et Moyennes Entreprises)** : 24,1% des PME ont accès à des financements.
- **le taux de financement des entreprises à forte croissance** : 17,3% des entreprises à forte croissance ont accès à des financements.⁸⁸

3. Contribution de l'e-banking à l'inclusion financière optimale

La banque électronique est la voie de l'avenir. Elle joue un rôle très important dans l'inclusion financière de la population en offrant des opérations simplifiées et moins chères à ses clients.

L'e-Banking permet :

1. Amélioration de la gamme de service proposé

L'e-Banking rend la vie plus facile au client d'une banque, puisqu'il n'a plus besoin de se déplacer pour par exemple, vérifier un solde ou effectuer un paiement, l'opération étant déclenchée par le donneur d'ordres (qui n'est nul autre que le client) vers un exécutant (le serveur de la banque).

Le client exécute ses propres opérations sans avoir recours à un tiers. La banque électronique va permettre : d'avoir une vision globale sur les comptes avec les soldes respectifs, observer les nouvelles transactions (dépôts, retrait, etc.), procéder à un virement vers un autre compte de façon simple, par un simple clic et en temps réel ; payer des factures en transférant des fonds dans les comptes des créiteurs, adhérer à une nouvelle carte de crédit, faire une demande de prêt...⁸⁹

L'e-Banking propose aux clients des services bancaires personnels et professionnels dématérialisés qui sont accessible via les téléphones portables, les tablettes et les ordinateurs et comme nous l'avons bien cité l'e-Banking reste accessible 24H/24 7Jours/7 l'avantage d'être accessible, pratique permet au client d'économiser en temps et en argent tout en bénéficiant des services adaptés aux différents besoins des clients. Aussi, le client bénéficie de

⁸⁸Idem

⁸⁹ SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

la possibilité de minimiser les risques de fraude grâce à des procédures électroniques hautement sécurisées.

2. Les systèmes de sécurité mis en place par les banques en ligne

D'une part, les opérations en ligne sont assurées par un système de cryptage des données appelé. Il se traduit par une adresse des banques qui commence par https. Toutes vos opérations bancaires doivent se faire avec un site qui commence par https. Il est très difficile, voire même presque impossible, pour des hackers de s'introduire dans les comptes d'une banque en ligne, la sécurité sur Internet étant aujourd'hui assurée.

La seule faille réside à travers les identifiants et mots de passe des clients. Pour accéder à son compte ou pour faire des achats en ligne, la plupart des banques en ligne mettent en place des systèmes de clavier virtuel et de paiement sécurisé avec des codes à usage unique, qui rendent les fraudes très difficiles.⁹⁰

3. Certaine habitude de sécurité à garder pour se protéger

L'e-Banking permet aux clients d'accéder à ses services via les applications ou le site officiel de la banque pour éviter toute sorte de fraude, il existe d'autres moyens de se prémunir contre ces risques parmi eux :

- Installer un bon antivirus pour protéger les données disponibles dans l'ordinateur ;
- Ne pas communiquer les identifiants mots de passe par e-mail par téléphone ou SMS aucune banque ne demande le mot de passe de ses clients ;
- Faire attention aux tentatives d'arnaque par téléphone ou par e-mail ;
- Toujours s'assurer de la déconnexion de l'espace personnel sur lequel le client s'est connecté après chaque utilisation.

4. Développer son autonomie et une disponibilité au bon moment

L'e-Banking rencontre un franc succès auprès des clients du fait de sa spontanéité, ainsi que des services en ligne de qualité. Les clients sont généralement à la recherche de réponses rapide et d'autonomie pour pouvoir gérer leurs comptes à distance ainsi qu'avoir un accès rapide aux informations en quelques clics seulement et un espace où faire des réclamations. Car le client préfère trouver des solutions et des réponses à ses questions lui-même en effectuant des recherches sur le site de la banque en question.

La banque fait donc part d'effort afin de maximiser la satisfaction de la clientèle pour offrir une source d'informations pertinente 24/24h et 7/7j. Le client est donc libre de s'informer à tout moment chose qui lui permet de gagner un temps précieux et bénéficier d'une expérience toujours plus agréable à vivre.

5. La fiabilité des banques en ligne

Concernant la satisfaction client Généralement de nombreux clients sont curieux de tester les services proposer en ligne par exemple la création d'un compte bancaire en ligne via

⁹⁰<https://www.consoglobe.com> consulté le 07/04/2025 à 15h00

l'e-Banking bien que le client est satisfait de la banque traditionnelle en étant face à un conseiller physique, une agence, un directeur cela ne l'empêche quand même pas de découvrir de nouvelles options qui pourrait satisfaire ses attentes. La dématérialisation induite par le fonctionnement de l'e-Banking donnerait l'impression d'être un peu trop autonome dans la gestion de son compte. Il faut dire que beaucoup de démarches peuvent se réaliser sans l'aide d'un conseiller et même plus vite avec une banque en ligne. Par exemple, l'opposition sur sa carte en cas de vol, le changement de code PIN ou l'augmentation des plafonds. Mais l'appli mobile ne fait pas tout.

Il faut savoir que même si le client n'a pas de conseiller dédié, les banques en ligne ont bien conscience qu'il s'agit d'un défaut, et tâchent pour cela de vous proposer au mieux de pallier ce manque par⁹¹ Une disponibilité plus grande des conseillers : des horaires élargis, pour certaines jusqu'à 21h en semaine, et le samedi jusqu'à 20h pour d'autres :

- Des modes de communication plus importants : chat bot disponible 24h/24h, chat avec un conseiller, visioconférence, email, téléphone et même pour certains réseaux sociaux
- Une séparation stricte entre le commercial et l'informationnel : alors que votre conseiller actuel fait les deux, le service commercial est bien distinct du service client. Aussi quand vous appelez, les chargés de clientèle n'essayeront pas de vous vendre quelque chose.
- Des pôles spécialisés dans les produits d'épargne : assurance vie, bourse & des conseillers formés aux placements vous informent et vous conseillent.

L'e-Banking assure sa fiabilité, d'un point de vue financier, réglementaire, mais aussi en matière de sécurité et de satisfaction client.

Il faut tout simplement ouvrir un compte dans une banque en ligne, par exemple avec une offre sans conditions de revenus, gratuite, sans engagement et avec une ouverture rapide et un minimum de pièces à délivrées ; vous pourrez ainsi plus facilement vous rendre compte de la concordance des éléments cités plus haut avec la réalité. Et en plus, mis à part empêcher une offre de bienvenue, vous ne risquez pas grand-chose.⁹²

6. L'apport de la satisfaction et la fidélisation du client pour la banque

Dans les différents secteurs existant la fidélisation d'un client déjà existant revient moins cher que l'acquisition d'un nouveau client, conserver ou fidéliser un client peut apporter un profit à la banque et a un impact direct sur le chiffre d'affaires et ceci par la vente de nombreux service en ligne chose qui pourrait mener le client à opter pour un crédit auprès de la même banque.

Un client habitué à l'utilisation d'internet et de l'outils informatique n'aura pas du mal à s'adapter aux services e-Banking de ce fait il n'aura pas tendance à solliciter le service

⁹¹ <https://www.detective-banque.fr> consulté le 07/04/2025 à 15h00

⁹² <https://www.detective-banque.fr> consulté le 07/04/2025 à 17h00

client, ce même client comprend donc mieux le principe d'utilisation et les avantages que peut lui apporter l'utilisation du e-Banking contrairement aux nouveaux clients qui devront apprendre le fonctionnement avant l'utilisation.

Lorsque le client est satisfait des prestations il partage généralement son expérience avec son entourage par la bouche à oreille pour orienter sa famille ses amis ses proches vers la même banque, ce qui permettra à la banque d'avoir de nouveaux clients préalablement rassurer et en confiance.

Si une stratégie de fidélisation est mise en place par la banque elle peut permettre de personnaliser l'expérience client. Ainsi, en optimisant votre organisation et en captant les besoins de chaque typologie de clientèle, vous concentrez vos efforts au bon endroit, au bon moment auprès de la bonne cible à travers un service ou produit adapté à coup sûr.⁹³

Section 2 : E-banking et son apport à l'inclusion financière, expérience Algérienne

1. Au niveau bancaire

Le e-banking, ou transfert de fonds électronique (EFT), a connu un développement rapide ces dernières années, transformant la manière dont les entreprises et les particuliers gèrent leurs finances. Il s'agit d'un système utilisant la technologie informatique et électronique pour réaliser des opérations bancaires, allant de la simple consultation de relevés à des transactions plus complexes.

1.1. Les différentes phases de développement de l'e-banking en Algérie

1.1.1. Phase Initiale (Années 2000) : Premiers Pas et Sensibilisation

- **Introduction Timide** : Les premières initiatives d'e-banking se sont limitées à des services de consultation de comptes en ligne. Par exemple, la Banque Nationale d'Algérie (BNA) a lancé son service "BNA Net" qui permettait aux clients de consulter leurs soldes et leurs relevés de compte via Internet.
- **Sensibilisation** : Les banques ont commencé à organiser des campagnes de sensibilisation pour promouvoir les avantages de l'e-banking, mais l'adoption restait faible. Les clients étaient réticents à l'idée de confier leurs informations financières à des systèmes en ligne et préféraient les transactions traditionnelles en agence.

1.1.2. Phase de Développement (Années 2010) : Expansion des Services et Infrastructure

- **Élargissement des Offres** : Les banques ont progressivement élargi leurs offres de services en ligne. Par exemple, la Banque de Développement Local (BDL) a introduit les virements bancaires en ligne, permettant aux clients de transférer de l'argent entre leurs comptes ou vers d'autres comptes sans se rendre en agence.

⁹³ <https://www.guest-suite.com> site consulté le 07/04/2025 à 17h00

- **Amélioration de l'Infrastructure** : L'État algérien a investi dans l'amélioration de l'infrastructure des télécommunications, ce qui a facilité l'accès à Internet et a permis aux banques de développer leurs plateformes d'e-banking.

1.1.3. Phase de Consolidation (Années 2020) : Essor du Mobile Banking et Innovation

- **Montée du Mobile Banking** : Le mobile banking a connu une croissance rapide, avec l'émergence d'applications bancaires pour Smartphones. Par exemple, le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) a lancé son application "CPA Mobile" qui permet aux clients de consulter leurs comptes, d'effectuer des virements, de payer des factures et de gérer leurs cartes bancaires depuis leurs téléphones portables.
- **Innovation** : Les banques ont introduit de nouvelles fonctionnalités et services pour améliorer l'expérience client. Par exemple, certaines banques proposent des services de paiement mobile, permettant aux clients de régler leurs achats en utilisant leurs Smartphones.

1.1.4. Phase Actuelle : Défis et Perspectives

- **Défis Persistants** : Malgré les progrès réalisés, l'e-banking en Algérie est confronté à des défis importants. La fracture numérique reste un obstacle majeur, avec une partie de la population qui n'a pas accès à Internet ou qui n'est pas familiarisée avec les outils numériques. Les préoccupations liées à la sécurité des transactions en ligne et la culture bancaire traditionnelle freinent également l'adoption de l'e-banking.
- **Perspectives d'Avenir** : Le e-banking en Algérie présente un potentiel de croissance considérable. Avec l'amélioration continue de l'accès à Internet, la familiarisation croissante de la population avec les outils numériques et les efforts des banques pour renforcer la sécurité et l'innovation, l'e-banking devrait se développer davantage dans les années à venir.

L'histoire de l'e-banking remonte aux années 1970, lorsque les banques ont commencé à chercher des alternatives aux services traditionnels. Cependant, c'est au début des années 1980 que l'industrie a véritablement pris son essor, avec l'apparition des premiers services de consultation de relevés bancaires. Les banques ont adopté l'e-banking pour plusieurs raisons : protéger et augmenter leur part de marché, réduire leurs coûts d'exploitation, générer de nouvelles sources de revenus et améliorer leur performance globale.⁹⁴

1.2. Les moyens de paiement (les initiatives individuelles)

Le CPA émet aujourd'hui des cartes Visa International à puce aux normes EMV.68⁹⁵. La BADR pour sa part, est équipée d'une solution monétique permettant la gestion d'une carte de retrait privative pour les clients salariés domiciliés dans les agences BADR.

⁹⁴ IDEM

⁹⁵Complément Europay, Mastercard et VISA technologie de sécurité commun au Mastercard et VISA.

A la place des bons d'essence, la BEA prend en charge la gestion d'une carte pétrolière prépayée et rechargeable pour l'achat de carburant auprès des stations de services Naftal. Pour sa part, Algérie poste occupe une place importante, compte tenu du nombre de cartes qu'elle a émis et de la densité du parc DAB de son réseau.

En 2017, la BDL procède à l'installation de 4.500 terminaux de paiement électronique chez les commerçants domiciliés chez elle à travers tout le pays. Les services en ligne sont de plus en plus présents, La BNA offre le service e banking et l'e-paiement pour différents règlements. Son application mobile « BNA » existe sur playstore, facile d'utilisation pour rester en contact avec la banque⁹⁶.

La CNEP banque est très avancée en matière d'intégration technologique, elle dispose de 1000 TPE pour les commerçants, les entreprises et grands facturiers⁹⁷, sur le territoire national. Elle propose une carte épargne (CE) pour des retraits et des versements rapides.⁹⁸

1.2.1. Les Cartes émises

Le domaine de la monétique au cours de l'année 2007, a atteint avec l'extension du RMI 1.075.989 cartes interbancaires de retrait et de paiement, contre 1.056.018 fin décembre 2011 pour atteindre 1,5 millions en fin 2015. A ce niveau, si nous prenons par exemple l'année 2012 pour établir une comparaison entre le Maroc, la Tunisie et l'Algérie, nous remarquons une grande différence. Le nombre de cartes au Maroc en 2012 était de 8.028.000 contre 1.075.000 en Algérie, donc un écart de 6.953.000 cartes soit plus de six fois. Et dans la même année, le nombre de cartes en Tunisie était de 2.665.000 contre 1.075.000 en Algérie soit un écart de 1.590.000 cartes, donc plus de deux fois⁹⁹.

Algérie Poste détient le nombre le plus important de cartes avec un total de 395.478 en 2012, cela peut être expliqué à travers l'importance du nombre de comptes courants postaux (CCP). Le 31 décembre 2012, cet établissement a émis 36% du total des cartes. Elle exécute une stratégie de lancement commercial actif avec un nombre de cartes émises très significatif et en croissance rapide avec un taux moyen annuel de 14.82%. Elle est suivie du CPA qui a enregistré un total de 106.219 cartes la même année¹⁰⁰.

De 2000 à 2003, nous constatons une augmentation de 81,04 % du nombre de cartes émises. De 2007 à 2015, ce nombre a connu une évolution positive de 153,05 %, ce qui témoigne des efforts déployés par le pays dans le cadre de la modernisation des moyens de paiement par l'installation des DAB, GAB et la mise en place du RMI.

Les statistiques durant la période 1990-2000 sont très rares voire inexistantes en matière de circulation de cartes de paiement, cela à cause de manques d'infrastructures

⁹⁶ www.aps.dz. site consulté le 11/04/2025 à 11h00

⁹⁷ www.cnepbanque.dz site consulté le 11/04/2025 à 11h00

⁹⁸ LAZERG Mohamed. Développement de la Monétique en Algérie réalité et perspectives. Thèse de doctorat. Option : Gestion. Université Abou Bakr BELKAID Tlemcen. 2014/2015.

⁹⁹ LAZERG Mohamed. « Développement de la Monétique en Algérie réalité et perspectives » Thèse de doctorat. Option : Gestion. Université Abou Bakr BELKAID Tlemcen. 2014/2015.

¹⁰⁰ Idem.

adaptées à cet effet, à titre de rappel, la première opération de retrait sur DAB date de 1997. Les données de 2004 à 2006 sont indisponibles.

Le nombre de transactions effectuées par cartes bancaires entre l'année 2006 et 2017 a connu une véritable augmentation, il s'est vu multiplié par 21,96 points grâce à l'augmentation des cartes émises. Cette augmentation quoi que importante n'a pas été linéaire, elle a connu une fluctuation due en partie au comportement des clients algériens qui sont réticents ; ainsi qu'à l'abondance des paiements par chèque et des paiements en liquidité.

1.2.2. Le Parc DAB

Le parc DAB s'élargit avec les banques qui en installent un peu partout. Pour ce qui est du nombre du nombre de distributeurs, ce dernier était de 2140 en 2015.¹⁰¹

Le nombre de DAB en Algérie en 2013 a été multiplié par 4 points, soit une augmentation de 1 606 distributeurs de 2013 à 2015. L'existence de la SATIM et du RIM ont contribué considérablement à l'obtention de ce chiffre, ainsi que la volonté des banques algériennes à multiplier ses réseaux de distribution et exhorter les populations à utiliser les cartes bancaires.

Le nombre de terminaux de paiement électronique (TPE) dans les différents commerces est passé à 2946 fin 2010 contre 3045 en 2012. Ce parc suit un schéma de modernisation afin de s'adapter à la norme EMV (Europay, Mastercard, Visa), avec l'introduction de la carte à puce, permettant la sécurisation des paiements. Actuellement, au niveau de l'Algérie toutes les transactions de paiement sont traitées par les terminaux EMV. Le E-paiement a été officiellement lancé en Algérie le mardi 4 octobre 2016, avec 1.5million de détenteurs de cartes répartis entre onze (11) banques, dont six (06) publiques et cinq (05) privées, qui peuvent profiter du e-paiement.¹⁰²

Le réseau monétique interbancaire en Algérie compte vingt (20) institutions financières, avec 1.5 millions de détenteurs de carte CIB, 1500 GAB (Guichet automatique des Billets) et DAB, et 3500 TPE et dont les transactions en dépassées les 15 millions en 2015¹⁰³.

Le degré de pénétration des TIC en Algérie reste encore médiocre à l'échelle internationale et dans la région du Maghreb. Ce constat apparaît à travers plusieurs points. En effet, d'après le classement du forum économique mondial sur les TIC, l'Algérie occupait en 2016 la 106ème place sur 143 pays¹⁰⁴. Trois critères sont à la base de ce classement à savoir : le degré d'utilisation des TIC, le niveau d'évolution technologique et l'environnement politique et économique. Il ressort du chapitre VI du rapport annuel de la Banque d'Algérie, la

¹⁰¹ FILALI Sarra. Les perspectives du commerce électronique en Algérie. Université de Mostaganem, article publié le 03 juillet 2018.

¹⁰²FILALI Sarra. Les perspectives du commerce électronique en Algérie. Université de Mostaganem, article publié le 03 juillet 2018.

¹⁰³Idem

¹⁰⁴ www.aps.dz, site consulté le 11/04/2025 à 13h00

nette prédominance des paiements par chèque du système ATCI, soit 16.353,3 milliards de dinars sur un total de 17.639,5 milliards, donc 92,7 % de la valeur globale¹⁰⁵.

1.3.Modernisation de systèmes de paiement

Un système de paiement regroupe les infrastructures et les prestataires de paiement. Chaque pays ou zone monétaire dispose de ses propres systèmes de paiement¹⁰⁶. Il n'existe donc pas un seul système de paiement dans le monde quoiqu'il existe une similitude quant au traitement des transactions monétaires et financières.

1.3.1. Le système de paiement gros montant

Le système ARTS (Algerian Real Times Settlement) mis en place en février 2006 et piloté par la Banque d'Algérie, permet l'exécution instantanée des ordres de virement sans faire appel à la compensation pour solder entre débit/crédit, ce qui permet de diminuer ou même supprimer carrément les délais de règlement. C'est un système interbancaire où se réalisent les paiements de gros montants ou de paiements urgents. « Il peut être défini comme un système de règlements interbancaires des ordres de paiement par virements bancaires ou postaux des montants égal ou supérieur à un million de dinars effectués par des participants (adhérents) à ce système ».

Ce projet fut lancé le 13 Octobre 2005 et opérationnel depuis le 8 Février 2006. Pour la phase de lancement du système ARTS, la Banque d'Algérie a requis des premiers responsables des banques et d'Algérie-Poste leurs mobilisations et implications personnelles. Dans le but de superviser leurs opérations de paiement afin d'éviter tout risque opérationnel tant pour leur institution que pour le système bancaire. Il est important de souligner que l'opérationnalisation du système ARTS, constitue la base de la réforme des systèmes de paiement en monnaie nationale suivie du système de télé- compensation. Il se distingue par un ensemble de caractéristiques, comme nous pouvons dans les points suivants¹⁰⁷ :

- L'exécution des opérations qui concernent les paiements par virement d'un montant égal ou supérieur à un million de dinars et des paiements d'un montant inférieur à un million de dinars mais dont la clientèle des participants estime qu'ils sont urgents ;
- Le règlement des opérations en monnaie centrale ;
- Limitation du risque de crédit suite au traitement immédiat des paiements (en temps réel).

1.3.2. Le système de télé-compensation en Algérie (Algérie Télé-compensation Interbancaire)

L'article 2 de Règlement de la Banque d'Algérie n°05-06 du au 15 décembre 2005 définit l'ATCI comme : «Le système de compensation électronique, dénommé Algérie - Télé

¹⁰⁵ www.bank-of-algeria.dz, site consulté le 11/04/2025 à 13h00

¹⁰⁶BEGUIN J-M, BERNARD A. « L'essentiel des techniques bancaires » Paris : Editions Groupe Eyrolles, 2008

¹⁰⁷SAM Hocine. « Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou. » Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de magister en Sciences Economiques, Option: Monnaie-Finance-Banque., 2010,

compensation Interbancaire dit ATCI est mis en place par la Banque d'Algérie. Il s'agit d'un système interbancaire de compensation électronique de chèques, effets virements, prélèvements automatiques et retraits et paiements par carte bancaire. Seuls les virements d'une valeur nominale inférieure à un 1.000.000 DA sont acceptés par ce système. Les ordres de virement d'une valeur nominale supérieure ou égale à ce montant doivent être effectués dans le système de règlements bruts en Temps réel de gros montants et paiements urgents. »

La mise en place du système de télé-compensation (ATCI) s'est faite en 2005, mais il a fallu attendre mai 2006 pour son fonctionnement. Elle a d'abord porté sur le chèque dans une première étape pour englober ensuite l'ensemble des instruments de paiement.

Le système ATCI est géré par le centre de pré-compensation interbancaire, une société par action dont le capital est de « 71 milliards/DA »¹⁰⁸. Il est créé pour exercer la fonction d'opérateur du système d'échanges et de compensation de paiement de masse. Le CPI (centre de pré-compensation) est installé dans les locaux de la banque d'Algérie et est opérationnel depuis mai 2006. 13 Banques sont actionnaires, à sa création à savoir : (B A, BADR, BDL, BEA, BNA, CPA, CNEP, CNMA, AL-Baraka, Citibank, Housing Bank, ABC, Algérie Poste). Les fonctions principales du CPI se résument comme suit¹⁰⁹ :

- La gestion et contrôle des échanges et de la compensation ;
- La gestion de la télé compensation (supervision du fonctionnement du système) ; Les objectifs visés par la mise en place d'un tel mécanisme sont nombreux, nous pouvons en énumérer :
- La réduction des délais de recouvrement interbancaires ;
- Développer les moyens de paiement modernes (prélèvements, opérations par carte) ;
- La réduction les coûts des échanges interbancaires ;
- L'amélioration de la qualité et de la fiabilité des informations restituées.

2. Situation actuelle de l'e-banking en Algérie

L'e-banking en Algérie est en développement constant, mais il reste encore à un stade embryonnaire par rapport à d'autres pays. Bien que les banques algériennes proposent de plus en plus de services en ligne, leur adoption par les clients demeure limitée. Plusieurs facteurs expliquent cette situation, notamment

- **La culture bancaire:** Les Algériens ont une préférence pour les transactions en espèces et les relations directes avec les banquiers.
- **La fracture numérique:** L'accès à Internet et la familiarisation avec les outils numériques sont encore limités pour une partie de la population.
- **La sécurité:** Les préoccupations concernant la sécurité des transactions en ligne freinent également l'adoption d'e-banking.

¹⁰⁸ <http://www.bank-of-algeria.dz> site consulté le 11/04/2025 à 15h00

¹⁰⁹ LAZERG Mohamed. « Développement de la Monétique en Algérie réalité et perspectives. » Thèse de doctorat. Option : Gestion. Université Abou Bakr BELKAID Tlemcen. 2014/2015

2.1. Services proposés par les banques algériennes

Malgré ces défis, les banques algériennes ont réalisé des progrès significatifs dans le développement de leurs services d'e-banking. Voici quelques-uns des services les plus courants proposés :

- **Consultation de comptes:** Les clients peuvent consulter leurs soldes, leurs relevés de compte et l'historique de leurs transactions en ligne.
- **Virements bancaires:** Il est possible d'effectuer des virements entre comptes, que ce soit au sein de la même banque ou vers d'autres établissements.
- **Paiement de factures:** De nombreuses banques permettent de payer des factures (électricité, gaz, téléphone, etc.) en ligne.
- **Gestion de cartes bancaires:** Les clients peuvent consulter les détails de leurs cartes, les activer, les bloquer ou les débloquer en ligne.
- **Recharge de crédits téléphoniques:** Certaines banques offrent la possibilité de recharger des crédits téléphoniques pour les différents opérateurs.

2.1.1. Carte CIB (carte interbancaire)

La carte CIB, est une carte interbancaire, elle est identifiée par le logo de l'interbancaire, l'appellation, le logo de la banque émettrice. La carte contient un microprocesseur appelé communément « puce » qui assure la sécurité dans le déroulement des transactions de paiement.

Elle permet à son titulaire appelé « porteur de carte » de régler ses achats auprès de différents commerces de détail tels que les hôtels, les restaurants, les magasins superettes, les pharmacies...

C'est un instrument de paiement et de retrait interbancaire domestique qui est accepté chez les commerçants affiliés au réseau monétaire interbancaire et surtout les DAB installés sur le territoire national. Actuellement il y a deux types de carte CIB.¹¹⁰

2.1.2. Carte classique

La carte classique, offrant des services de paiement et de retrait interbancaire. Elle est proposée à la clientèle selon les critères arrêtés par chaque banque.

¹¹⁰HAMEL Hocine, BARKA Mohammed, « Conception et réalisation d'une solution Multi Communications pour la gestion de CCP » Mémoire master ,université ABOU BAKR BELKAID –Tlemcen 2012/2013

Figure N°03 : présentation de la Carte classique (Blue)



Source : <https://bitakati.dz/fr/page/decouvrir-la-carte-cib-p2>

2.1.3. Carte Gold

La carte gold, proposée également à la clientèle selon les critères arrêtés ; Outre le paiement et le retrait d'espèces, cette carte offre des fonctionnalités supplémentaires et des plafonds de retrait et de paiement plus importants.

Le client peut faire des retraits et des virements utilisant ces cartes.

2.1.4. Internet-Banking en Algérie

Comme exemple en prend le site d'Algérie poste : après avoir le code secret, le client peut consulter son compte en visitant le lien suivant : eccp.poste.dz, le client peut consulter son compte, commander des chèquiers, voir l'historique de compte, demande de carte à puce...¹¹¹

Il existe d'autre banque qui offre ce service comme : Société générale, BADR, BNA, CNEP.

2.1.5. SMS Banking en Algérie

L'opérateur MOBILIS a lancé un service de SMS-Banking appelé (RACIDI), ce service permet de consulter en exclusivité le solde CCP à tout moment, par un simple envoi d'un SMS. Pour connaître son solde CCP, le client envoie par SMS au 603 le numéro de son CCP (sans la clé) suivi d'un espace et du code confidentiel. En réponse le client reçoit instantanément un SMS contenant :

- Le numéro de CCP.
- Le montant de solde.
- La date de la dernière mise à jour.

¹¹¹ATOUI Nadjib . REKKOUCHE AbdEnour < Conception et Réalisation d'un Système E-Banking pour les Transactions Electroniques > mémoire master, UNIVERSITE FERHAT ABBES de SETIF 1 2016_2017

♣ **Banques proposant l'e-banking en Algérie :**

Plusieurs banques algériennes proposent des services d'e-banking, parmi lesquelles on peut citer :

- **BNA** : "BNA Net", "BNA Mobile"
- **BDL** : "BDL Net", "BDL Mobile"
- **CPA** : "CPA Net", "CPA Mobile"
- **Société Générale Algérie** : "Sogecash Net", "Soge Mobile"
- **Natixis Algérie** : "Natixis Algérie EBanking"

L'e-banking en Algérie a un potentiel de croissance important. Avec l'amélioration de l'accès à Internet, la familiarisation croissante de la population avec les outils numériques et les efforts des banques pour renforcer la sécurité de leurs plateformes, l'adoption de l'e-banking devrait progresser dans les années à venir. Les banques algériennes continuent également d'innover en proposant de nouveaux services, tels que le Mobile banking, qui permet de réaliser des opérations bancaires via un téléphone portable

3. Cadre réglementaire et institutionnel de l'e-banking en Algérie

Les services bancaires électroniques (ou e-banking) en Algérie sont en pleine expansion, soutenus par un cadre législatif et réglementaire de plus en plus structuré. Le gouvernement et la Banque d'Algérie ont récemment mis en place plusieurs lois et règlements visant à sécuriser et encadrer ces services, notamment la loi n° 23-09 du 21 juin 2023 relative à la monnaie et aux banques et le règlement n° 24-04 du 13 octobre 2024. Ce document explique ces régulations, leurs implications et leur impact sur le secteur bancaire algérien.¹¹²

3.1. La Loi n° 23-09 du 21 juin 2023 sur la monnaie et les banques

La Loi n° 23-09 du 21 juin 2023 sur la monnaie et les banques constitue une réforme fondamentale du système bancaire algérien, apportant des changements importants et modernisant les cadres réglementaires, notamment en ce qui concerne les services numériques.

3.1.1. Encadrement des banques numériques et des services électroniques

La loi reconnaît officiellement les banques digitales et définit les services bancaires électroniques comme une composante essentielle du développement du secteur financier en Algérie. Cette reconnaissance ouvre la voie à l'émergence de nouvelles formes de banques et de services financiers, offrant ainsi plus de choix et de commodité aux clients.

- **Banques numériques** : La loi établit un cadre juridique pour la création et le fonctionnement des banques numériques, qui sont des établissements bancaires offrant

¹¹²<https://www.joradp.dz/HFR/Index.htm> consulte le 07/04/2025

des services exclusivement en ligne. Cela permet aux clients d'effectuer toutes leurs opérations bancaires à distance, sans avoir à se rendre dans une agence physique.

- **Services bancaires électroniques** : La loi définit les services bancaires électroniques comme l'ensemble des services offerts par les banques à leurs clients par le biais de canaux numériques, tels que les applications mobiles, les sites web et les plateformes de paiement en ligne. Ces services permettent aux clients d'effectuer des opérations telles que les paiements, les virements, la consultation de soldes et la gestion de comptes à distance.

3.1.2. Introduction du Dinar Algérien Digital (DAD) : La loi ouvre la voie à la création d'une monnaie numérique de banque centrale (MNBC) appelée Dinar Algérien Digital. Cette monnaie numérique vise à faciliter les transactions en ligne et à améliorer l'inclusion financière en permettant à un plus grand nombre de personnes d'accéder aux services financiers, notamment celles qui ne sont pas bancarisées.

- **Monnaie numérique de banque centrale** : Le DAD sera émis et contrôlé par la Banque d'Algérie, ce qui lui conférera un statut de monnaie officielle au même titre que le dinar algérien physique.
- **Facilitation des transactions en ligne** : Le DAD permettra de réaliser des transactions en ligne de manière plus rapide, plus sûre et moins coûteuse que les moyens de paiement traditionnels.
- **Inclusion financière** : Le DAD pourrait faciliter l'accès aux services financiers pour les personnes qui ne sont pas bancarisées, notamment en raison de leur éloignement géographique ou de leur manque de ressources.

3.1.3. Renforcement des contrôles et du cyber sécurité : La loi met l'accent sur la sécurité des transactions financières en ligne en imposant aux établissements bancaires l'adoption de solutions de cyber sécurité avancées. Ces mesures visent à protéger les données des clients et les transactions électroniques contre la fraude et le cyber attaque, renforçant ainsi la confiance dans les services bancaires numériques.

- **Solutions de cyber sécurité avancées** : Les banques seront tenues de mettre en place des systèmes de sécurité robustes pour protéger les données de leurs clients et leurs transactions en ligne. Ces systèmes peuvent inclure des mesures telles que le cryptage des données, l'authentification forte et la surveillance des activités suspectes.
- **Protection contre la fraude et le cyber attaques** : La loi vise à renforcer la lutte contre la fraude et le cyber attaque dans le secteur bancaire en mettant en place des mécanismes de contrôle et de surveillance plus efficaces.

En 2023, plusieurs banques algériennes, telles que la Banque Nationale d'Algérie (BNA) et la CNEP-Banque, ont renforcé leurs plateformes de services bancaires électroniques en proposant des applications mobiles sécurisées et des services de paiement en ligne via carte

CIB et carte interbancaire. Ces initiatives témoignent de l'engagement du secteur bancaire algérien dans la modernisation de ses services et l'adoption des nouvelles technologies.

3.1.4. Implications de la loi 23-09

- **Modernisation du système bancaire** : La loi contribue à moderniser le système bancaire algérien en l'adaptant aux évolutions technologiques et aux besoins des clients.
- **Développement des services numériques** : Elle favorise le développement des services bancaires numériques, tels que les banques en ligne et les paiements mobiles, offrant ainsi plus de commodité et d'accessibilité aux clients.
- **Inclusion financière** : L'introduction du Dinar Algérien Digital pourrait faciliter l'inclusion financière en permettant à un plus grand nombre de personnes d'accéder aux services financiers.
- **Renforcement de la sécurité** : La loi met l'accent sur la cybersécurité, renforçant ainsi la confiance dans les transactions financières en ligne.

La Loi n° 23-09 du 21 juin 2023 représente une avancée significative pour le système bancaire algérien, ouvrant la voie à une nouvelle ère de services financiers numériques et plus accessibles.

3.2. Le Règlement n° 24-04 du 13 octobre 2024 sur les banques digitales

Le Règlement n° 24-04 du 13 octobre 2024, adopté par la Banque d'Algérie, définit les conditions spécifiques pour la création et l'exploitation des banques exclusivement digitales en Algérie. Ce règlement représente une étape importante dans la modernisation du secteur bancaire algérien, en encadrant l'émergence de nouvelles formes de banques et de services financiers.

3.2.1. Conditions de création des banques numériques

- **Forme juridique** : Une banque digitale en Algérie doit être créée sous la forme d'une société de droit algérien. Cela signifie qu'elle doit être constituée et immatriculée en Algérie, conformément aux lois et réglementations en vigueur.
- **Capital** : Le capital d'une banque digitale doit être détenu à au moins 30 % par une banque locale. Cette exigence vise à garantir l'expertise et la stabilité financière de la banque digitale, en s'appuyant sur l'expérience d'une institution bancaire établie.
- **Absence d'agences physiques** : Une banque digitale opère exclusivement via des plateformes numériques, sans agences physiques. Cela signifie que tous les services bancaires sont offerts et accessibles en ligne, ce qui permet de réduire les coûts et d'offrir une plus grande commodité aux clients.

3.2.2. Autorisation et supervision

- **Agrément de la Banque d'Algérie** : Toute banque digitale doit obtenir un agrément de la Banque d'Algérie, qui évalue plusieurs aspects avant de donner son autorisation.
- **Viabilité économique du projet** : La Banque d'Algérie s'assure de la viabilité économique du projet de banque digitale, en examinant son business plan, ses projections financières et sa capacité à générer des revenus.
- **Sécurité des systèmes d'information** : La Banque d'Algérie évalue la sécurité des systèmes d'information de la banque digitale, afin de protéger les données des clients et les transactions financières contre les cyberattaques.
- **Conformité aux normes internationales** : La Banque d'Algérie vérifie la conformité de la banque digitale aux normes internationales en matière de transactions électroniques, afin de garantir la sécurité et l'interopérabilité des systèmes de paiement.

3.2.3. Exclusion des succursales étrangères

- **Impossibilité de créer des succursales** : Les banques étrangères ne peuvent pas créer de banques digitales sous forme de simples succursales en Algérie. Cette restriction vise à protéger le marché bancaire local et à encourager le développement de banques digitales algériennes.
- **Nécessité d'un partenariat local** : Les banques étrangères qui souhaitent opérer dans le domaine des banques digitales en Algérie doivent s'associer avec une banque locale ou établir une filiale indépendante respectant les exigences algériennes.

En 2024, la Société Générale Algérie et Al Salam Bank Algérie ont annoncé leur intention de lancer des plateformes 100 % digitales, conformes au nouveau règlement. Ces initiatives témoignent de l'intérêt croissant des acteurs bancaires pour le développement des banques digitales en Algérie et de leur volonté de s'adapter aux nouvelles technologies et aux besoins des clients.

3.2.4. Implications du règlement 24-04

- **Développement des banques digitales** : Le règlement ouvre la voie au développement des banques digitales en Algérie, en établissant un cadre juridique clair et précis pour leur création et leur fonctionnement.
- **Modernisation du secteur bancaire** : Il contribue à moderniser le secteur bancaire algérien, en l'adaptant aux évolutions technologiques et aux nouvelles pratiques bancaires.

- **Amélioration de l'accès aux services financiers** : Les banques digitales pourraient faciliter l'accès aux services financiers pour un plus grand nombre de personnes, notamment celles qui sont éloignées des agences bancaires traditionnelles.
- **Renforcement de la concurrence** : L'arrivée de nouvelles banques digitales pourrait stimuler la concurrence dans le secteur bancaire, ce qui pourrait bénéficier aux clients en termes de prix et de qualité des services.

Le Règlement n° 24-04 du 13 octobre 2024 constitue une avancée significative pour le secteur bancaire algérien, en encadrant l'émergence des banques digitales et en favorisant ainsi la modernisation et l'inclusion financière.

4. Acteurs principaux et offres de services e-banking

4.1. Les formes d'e-banking

4.1.1. le PC Banking

PC Banking, internet Banking ou Home Banking : ce sont les appellations utilisés pour gérer les comptes bancaires à partir d'ordinateurs ou de tablettes connectés à internet. En vous abonnant aux services bancaires sur internet, vous pouvez accéder à votre compte 24h / 24.

Entre autres, le service vous permet de transférer de l'argent, de consulter des extraits de compte ou de souscrire à des produits d'investissement à tout moment.

Ce service nécessite des mesures de sécurité spéciales pour éviter que les données bancaires ne soient piratées. La grande majorité des banques mettent l'accent sur la sécurisation des opérations faites en ligne pour leurs clients.

- Certaines banques ont choisi un lecteur de carte, qui utilise la carte bancaire pour générer un code d'accès personnalisé à chaque fois qu'elles accèdent à un compte en ligne.
- D'autres banques utilisent un système de code d'identification personnel (aucune carte bancaire n'est requise), mais fonctionne également selon le principe du code d'accès personnalisé lors de chaque visite.
- Il y en a d'autres qui se contentent du code d'identification (login) et du mot de passe.¹¹³

4.1.2. Le Mobile Banking (M-Banking)

Le Mobile Banking est l'utilisation du téléphone portable « mobile phone » pour fournir des services bancaires qui peuvent être des transactions financières et des échanges d'informations entre le client et l'institution financière. Le Mobile Banking est un moyen de communication utilisant le téléphone portable qui s'est très fortement répandu ces dernières années, pour¹¹⁴ :

¹¹³<https://www.wikifin.be/> 11/04/2025 à 15H00

¹¹⁴ ATOUI Nadjib REKKOUCHE AbdEnour « Conception et Réalisation d'un Système E-Banking pour les Transactions Electroniques » Mémoire de Fin d'études université FERHAT ABBES de SETIF 1 2016/2017

- Faciliter l'accès aux services bancaires ;
- Diversifier et améliorer l'offre de services bancaires auprès de la clientèle ;
- Réduire les coûts de transaction pour les clients dans les zones éloignées Le Mobile Banking réunit les 2 applications « SMS Banking » et « WAP Banking ».

4.1.3. WAP banking

- Le WAP-banking se définit comme étant un service permettant aux clients d'un opérateur de téléphonie mobile d'accéder aux informations de leurs comptes bancaires via une application logée sur un serveur web.
- Tout comme pour le Web, les applications WAP sont conçues dans une approche client.
- Le terminal mobile incorpore un navigateur léger (l'équivalent d'internet Explorer ou de Netscape Navigator) qui communique avec un serveur WAP. Les ressources des terminaux mobiles actuels étant limitées, le traitement des données est principalement assuré côté serveur. Les architectures WAP reposent sur quatre briques technologiques, chacune étant nécessaire lors du transfert des données par le protocole WAP. Ainsi pour la mise en œuvre d'un service WAP-banking.¹¹⁵
- Un serveur Web et (ou) applicatif disposant de contenu au format WAP (ou plus précisément WML). Ce serveur héberge l'application permettant au client de faire ses différentes demandes (demande de solde, demande d'historique, etc.) en direction de la banque.
- La passerelle ou serveur WAP : elle est chargée de convertir les données reçues en paquets conformes au protocole HTTP pour pouvoir dialoguer avec des serveurs Web et vice-versa.
- Le réseau de l'opérateur.
- L'utilisation par le client d'un terminal WAP c'est à dire qui héberge un navigateur WAP. Le terminal n'a d'utilité, vis à vis du WAP, que par l'existence de son navigateur WAP. Le navigateur se charge en effet de décoder les informations transmises par la passerelle WAP.

4.1.4. SMS Banking

Le SMS banking est une branche de l'e-banking qui conduire le SMS est le téléphone mobile a ce titre, les clients de la banque peuvent gère leur compte visualiser leur soldes demander des chèquiers, faire des virements, payer des facteurs et d'autre transactions bancaires en utilisant leur téléphone mobile.

4.1.5. Le Guichet Automatique Bancaire (GAB)

Ces distributeurs sont placés auprès de très nombreuses agences bancaires. Presque toutes les agences bancaires sont dotées de GAB et sont situés à différents endroits, en particulier dans les endroits les plus peuplées, ce qui les rend faciles à trouver. Fréquemment,

¹¹⁵Firmin Evrard DOUANLA TOUOP « M-Banking : Analyse, conception et implémentation d'une solution de SMS Banking » mémoire, Institut d'ingénierie informatique de Limoges, 2009

tous les clients de la banque et pas seulement ceux de l'agence car les banques acceptent d'ouvrir leurs distributeurs de billets également aux non-clients grâce à l'interbancaire. Les clients peuvent y trouver, en plus de la fonction de retrait d'argent grâce à une carte et un code confidentiel, la possibilité de consulter leurs comptes, et accéder à un ensemble de services de consultation de compte, commande de chéquiers, etc.¹¹⁶

4.2. Les caractéristiques de le-banking

- **Canal d'information:** il s'agit des sites web qui fait véhiculer l'information et les banques travaillent fréquemment en tant que fournisseurs d'information, c'est le niveau de base de la banque d'internet .le risque est relativement faible.
- **Canal de communication :** il permet d'améliorer la relation avec le client .ce type de système par internet permet une interaction limitée entre les systèmes de la banque et le client
- **Canal de transaction:** ce service bancaire par internet permet aux clients d'exécuter des transactions depuis un chemin d'accès existant généralement entre le serveur et le réseau interne des banques, cette architecture de risque le plus élevé dont elle nécessite des contrôles rigoureux.

4.3. Les services d'E-banking

- **Service de paiement de factures :** vous pouvez faciliter le paiement des factures d'électricité et de téléphone , des téléphones portables , des cartes de crédit et des primes d'assurance , car chaque banque a des lien avec divers sociétés de services publics , fournisseurs de services et compagnies d'assurance à travers le pays .pour payer vos factures , il vous suffit de remplir une simple inscription unique pour chaque émetteur de factures .vous pouvez également configurer des instructions verticales en ligne pour payer vos factures récurrentes , automatiquement .en règle générale , la banque ne facture pas les clients pour le paiement de factures en ligne
- **Transfert de fonds :** les clients peuvent transférer n'importe quel montant d'un compte à un autre de la même banque ou de toute autre banque .les clients pouvaient envoyer de l'argent n'importe où .une fois connecte à votre compte, vous devez mentionner le numéro de compte du bénéficiaire, sa banque et l'agence .le transfert aura lieu en une journée environ, alors que dans une méthode traditionnelle, cela prend environ trois jours ouvrables. ICICI Bank affirme que le service de paiement de factures en ligne et la facilite de transfert de fond ont été leurs services en ligne les plus répandus.
- **Clients de carte de crédit :** avec les services bancaires par internet, les clients peuvent non seulement payer leurs factures de carte de crédit en ligne, mais également

¹¹⁶ZAIR Lydia, MOUSSAOUI Nora « Les déterminants de l'adoption de l'e-Banking par le secteur bancaire Algérien : CAS de l'Agence BNA N°581 de Tizi-Ouzou » Mémoire master, université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou 2016/2017

acquérir un prêt sur leurs cartes .si vous perdez votre carte de crédit, vous pouvez signaler la perte de votre carte en ligne.

- **Pass ferroviaire:** c'est quelque chose qui intéresserait tout le monde .indianRailways s'est associée à la banque ICICI et vous pouvez désormais créer votre passe ferroviaire pour les trains locaux en ligne .le passe vous sera remis à votre porte.
- **Investir par internet banking :** vous pouvez désormais ouvrir un FD en ligne par transfert de fond .désormais , les investisseurs ayant un compte demat et un compte bancaire liés pourraient être facilement négociés en bourse et le montant sera automatiquement débité de leurs comptes bancaires respectifs et les actions seront créditées sur leur compte demat .de plus en plus , certaines banques vous offrent même la possibilité d'acheter des fonds communs de placement directement à partir du système bancaire en ligne .
- **Recharger votre téléphone prépayé:** recharger maintenant vos cartes mobiles prépayées en vous connectant aux services bancaires par internet .en sélectionnant simplement le nom de votre opérateur, en entrant votre numéro de mobile et le montant à recharger, votre téléphone est de nouveau opérationnel en quelques minutes.
- **Achat :** avec une collection de toutes sortes de produits, vous pouvez acheter en ligne et le paiement s'effectue également de manière pratique sur votre compte .vous pouvez également acheter des billets de train et d'avion via internet banking.

4.4.Les différents acteurs d'e-banking

1. Les fournisseurs: Une véritable industrie est née autour des moyens électroniques de paiement .les banques ont à leur disposition une véritable offre monétique .il s'agit des¹¹⁷ :

- Producteurs-distributeurs de cartes, de producteurs-distributeur de matériel monétique (TPE-DAB), de sociétés de services informatiques (SSII) traitant les informations
- Producteurs-distributeurs de systèmes sécuritaires
- Producteurs-distributeurs de logiciels Bureaux de conseils en organisation spécialisé
- Opérateur de réseau
- Gestionnaires de lux financières (serveurs d'autorisation)
- Opérateurs de télécommunications

Petit à petit, les fournisseurs ont inclus dans leur production des éléments d'un savoir-faire historiquement propre à la banque .ils sont devenus de vrais partenaires à ces derniers

¹¹⁷KHEDIM Mohammed Mehdi « L'adoption des systèmes d'information « L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien » Mémoire de magister Université Abou BakrBelkaid Tlemcen 2015/2016

.toutes les banques aujourd'hui font appel à ce type de fournisseurs pour leur confier la gestion d'une partie des problèmes techniques liés aux nouveaux moyens de paiement¹¹⁸

2. Les clients: Ils sont deux types, il s'agit : des accepteurs (commerces ...) et des utilisateurs finaux (particuliers, professionnels ou entreprises).¹¹⁹

3. Les accepteurs : les personnes morales ou physique qui adhèrent aux différents systèmes e-banking sont appelées "accepteurs" .cette dénomination officielle permet de rendre compte de la diversité des entités qui acceptent les systèmes bancaires électroniques. Peut s'agir de commerces traditionnels, de prestataires de services, de professions libérales, d'associations ...etc.¹²⁰

Ce sont eux qui vont permettre à la monétique d'exister en effet, c'est grâce à leur collaboration que le système est viable : c'est par le réseau commerçant que le banquier peut toucher l'utilisateur final du système monétique .il est donc primordial pour le banquier de convaincre cette cible du bien - fondé du système de paiement et de toute modification à apporter au système.¹²¹

L'adhésion de multiples accepteurs est un enjeu stratégique pour le banquier et se matérialisé par des contrats fixant les conditions d'adhésion, ou les obligations respectives de la banque et de l'accepteur sont précisément décrites (notamment les mesures de sécurité) différents types d'opérations sont possibles .il peut s'agir¹²² :

- Du "paiement de proximité», c'est -à-dire une vente traditionnelle avec présence physique du porteur
- Du paiement à distance : vente par correspondance
- Du "quasi-cash": délivrance d'espaces par certains accepteurs (les bureaux de change par exemple"
- Du "paiement en libre-service " : achat de produits disponibles dans un automate.
- Du " télépaiement " : paiement à distance avec contrôle de code
- Du paiement sécurisé sur internet

4. Les clients utilisateurs: La banque doit également satisfaire le consommateur .il s'agit donc de lui offrir un système peu coûteux, sûr, d'utilisation facile et offrant des avantages par rapport aux systèmes de paiement existants.

¹¹⁸KHEDIM Mohammed Mehdi « L'adoption des systèmes d'information « L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien » Mémoire de magister Université Abou BakrBelkaid Tlemcen 2015/2016

¹¹⁹Idem

¹²⁰Idem

¹²¹ TOURNOIS, N. « Le marketing bancaire face aux nouvelles technologies : Le contexte de l'aube du troisième Millénaire » Tome 1. s.l. édition e-theque, 2002.

¹²²KHEDIM Mohammed Mehdi « L'adoption des systèmes d'information « L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien » Mémoire de magister Université Abou BakrBelkaid Tlemcen 2015/2016

- **le prix:** Tout utilisateur doit effectivement "acheter" ce type de moyen de paiement .les autres étant gratuits, il faut que le prix soit peu élevé et corresponde à la rémunération d'avantages accordés par ailleurs à son utilisateur (exemple : crédit permanent....).¹²³
- **la sécurité:** Elle est essentiellement assurées par la mise au point d'un code confidentiel attribue au titulaire de la carte (ce code pouvant être crée par le titulaire) .par conséquent, en cas de perte ou de vol, le risque de voir utiliser la carte du porteur à son insu est minime (contrairement aux autres moyens de paiement)¹²⁴
- **l'utilisation facile:** Techniquement, l'utilisation a été simplifiée au maximum et ne requiert aucune capacité particulière .commercialement, l'interbancairité, la multiplication des points de vente, des DAB et GAB ont donné à ce moyen de paiement un vrai caractère de substituabilité par rapport aux autres dans les pays développés.¹²⁵

4.5. Les avantages et obstacles à l'adoption de le-banking

La banque en ligne offre de nombreux avantages aux consommateurs, mais elle présente également des inconvénients qui peuvent constituer un obstacle pour les établissements bancaires. Dans cette section, nous allons détailler les bénéfices du E-Banking tant pour les banques que pour les clients, tout en soulignant les aspects délicats associés à ce système.

4.5.1. Les avantages

4.5.1.1. Avantages du point de vue des banques

Les services d'e-banking offrent aux banques plusieurs avantages, notamment une image de marque améliorée et une réactivité accrue face aux évolutions du marché. Les établissements qui proposent ces services sont souvent perçus comme des pionniers dans l'adoption des nouvelles technologies. Comme pour toute entreprise, l'objectif principal des banques est de maximiser les profits, et les services d'e-banking représentent une opportunité idéale pour y parvenir.

L'intégration de ces technologies a profondément transformé le rôle des employés, les orientant vers des services à plus forte valeur ajoutée. En effet, la libéralisation du secteur bancaire et la diffusion des technologies de l'information et de la communication (TIC), notamment Internet, ont modifié la dynamique concurrentielle des marchés financiers.

La modernisation des canaux de distribution des produits et services bancaires a également changé les conditions de concurrence au sein des banques. Les transactions en ligne renforcent cette concurrence, touchant davantage les banques commerciales que celles

¹²³KHEDIM Mohammed Mehdi « L'adoption des systèmes d'information « L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien » Mémoire de magister Université Abou BakrBelkaid Tlemcen 2015/2016

¹²⁴Idem

¹²⁵Idem

d'investissement. Ce renforcement de la pression concurrentielle est également alimenté par l'arrivée de nouveaux acteurs dans le secteur financier.

- **Gain de temps**

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

- **Réduction du coût d'intermédiation et de transaction**

Bien que les différentes formes d'e-banking ne désignent pas la même chose, elles convergent vers une réduction radicale de coût de service bancaire et financier en particulier du coût de gestion des informations. La distribution des services bancaires et financiers sur internet offre à la fois un nouveau canal de distribution et une baisse radicale du coût des services et produits bancaires.

Dans un premier temps, on peut signaler que le coût d'ouverture d'une agence est largement supérieur à celui de l'ouverture d'un site internet. Le maître (1997) souligne que la banque électronique permet de réduire le prix de revient de l'acquisition d'un client, de connexion avec lui et des opérations. Il souligne qu'une transaction effectuée par automate coûte 2 fois moins qu'en agence, 3 fois moins par téléphone et 7 fois moins par internet. L'internet a fortement réduit le coût de livraison de la plupart des services financiers. La rentabilité d'une entreprise dépend en partie de ses coûts. Selon (Pyun et al. 2002), le coût de traitement d'une transaction par internet pour les banques aux États-Unis n'est que de 0,01 \$ (contre, selon la même source, 1,07 \$ pour une transaction au guichet de la banque et 0,02 \$ pour une transaction à un guichet automatique, ce que corrobore les premières chiffres énoncés).

Cette diminution des coûts démontre bien l'intérêt qu'ont les banques à pousser leurs clients à utiliser au maximum d'autres voies que celles consistant à s'adresser directement à un employé au guichet.

De plus, le développement rapide d'innovations technologiques dans le secteur bancaire a permis aux banques une diminution très marquée des coûts d'acquisition, de traitement, et de transmission de l'information, dans son sens général, tout en augmentant leur productivité et leur valeur ajoutée.

En particulier, l'internet offre des transactions directes sans intervention humaine, avec des coûts très faibles.

Lemaître (1997) souligne que l'adoption de la banque électronique entraîne une réduction des coûts à long terme, et il explique que cela peut être le résultat de :

- l'accroissement de la productivité grâce à des gains de temps (interfaces sans ressaisie ni besoin de contrôle de conformitéPeuvent aller jusqu'à la banque

sans document);mais ceux -ci sont en fonction de nombre d'utilisateurs et de l'importance de transferts de taches aux clients.

- la diminution des frais du personnel peut être significative .porter(2001) affirme que les technologies de l'internet tendant à réduire les couts.

- **Une extension géographique**

Grace à la mise en œuvre des technologies d'information et de communication, les banques disposent aujourd'hui d'une meilleure couverture sur le marché financier, à travers, des sites web, effectuer des transactions financières sur internet, consulter le solde : gréer leurs comptes, passer des ordres en bourse...24/24heures ;

Ainsi, ils peuvent intervenir n'importe quel marché financier, grâce à l'interconnexion des réseaux et une meilleure disposition de l'information, De plus en plus, l'internet procure beaucoup d'avantages concurrentielle dans le domaine de la finance, du faire qu'elle n'est pas soumise à des contraintes géographiques, politiques, économiques

En effet, l'internet banking présente une opportunité à saisir pour garantir une part de marché assez importante à travers le monde entier, selon Berger A.N.et Ali (2002), à l'expansion géographique sous forme d'agence bancaire est très couteuse pour la banque.

Ainsi, le développement des technologies d'informations et de communication, tel que les ordinateurs l'internet, a permis une expansion géographique moins couteuse grâce aux banques en ligne.

- **Différenciation des produits**

Au niveau des services offerts par les banques on assiste e nos jours, et grâce au développement des TIC à une large différenciation des produits ce qui apporte aux banques des nouveaux avantages comparatifs.

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

- **La gestion de la relation client -banque**

Sans aucun soute , l'évolution technologique qu'a connue le secteur bancaire a largement avantagé la relation entre la banque et ses clients .cette relation a été de plus en plus renforcée et cela , grâce à un simple contact personnalisé et rendu facile par les nouvelles technologies d'information et de communication .avec l'émergence de ces technologies , notamment internet , les banques ont mis en place des services visiblement focalisés sur la satisfaction du client . Les TIC ont multiplié les points d'accès au réseau bancaire pour le client, en effet il aujourd'hui facile d'accéder à n'importe quelle information bancaire et financière. Les banques ont trouvé via la multi canal (internet, DAB, GAB, téléphone)Un

moyen d'élargir leurs possibilités de relation avec la clientèle puisque elle constitue un moyen de refondre la relation client et d'assurer la qualité des services.

- **La simplicité d'utilisation**

La banque électronique donne la possibilité à leurs clients d'effectuer leurs opérations par le moyen de communication qui leur convient. La disposition des informations claires et compréhensible, la facilité et la rapidité d'exécution des opérations est garantie.

4.5.1.2. Avantage du point de vue du client

Si nous nous plaçons maintenant de la cote du client, les avantages procurés par e-banking sont en grande partie similaires à ceux de l'e-commerce en général. L'e-banking permet aux clients de bénéficier des atouts suivants :

- Une disponibilité 24h sur 24 disparition des contraintes liées aux heures et aux jours d'ouverture des agences bancaires. Le client peut réaliser ses opérations à n'importe quel moment, il n'est plus contraint de gérer ces comptes professionnels aux heures de bureaux, un accès 24/24 h, 7/7 j avec une simple connexion internet et depuis des appareils mobile pour faciliter la tâche.
- Les banques ont mis en place des outils de communication permettant d'accéder à ses comptes, faire des virements et prélèvements, commander des chèques, passer des ordres de vente ou d'achat de titres prendre rendez-vous avec un conseiller, s'informer sur des nouveaux produits bancaires sans avoir à aucun moment à se rendre dans une agence. Grâce à la banque en ligne, le client échappe donc aux files d'attente interminables. En plus, les technologies liées à internet pouvaient accélérer les opérations financières (OCDE2000) ;
- Un accès rapide et continu à l'information. Les sociétés auront plus facilement accès à l'information, ils peuvent vérifier leurs comptes en un seul clic ;
- L'Internet réduit l'importance du facteur géographique dans la production de services financiers et l'entretien de relations financières. Le client a donc la possibilité d'effectuer rapidement et aisément des opérations bancaires depuis son domicile, et partout dans le monde pour peu qu'il dispose d'une connexion internet. Les temps d'attente à faire la file pour accéder au guichet ou à ATM sont éliminés ;
- Le principal avantage du point de vue des clients de la banque est l'économie importante de temps par l'automatisation du traitement des services bancaires et l'introduction d'un outil d'entretien facile pour gérer l'argent du client.

4.5.2. Les inconvénients de l'e-banking

Comme toutes les autres solutions, l'E-Banking n'est pas une solution complète. En dépit des avantages précités, l'E-Banking présente tout-de-même certains inconvénients, nous pouvons citer quelques points sensibles de l'E-Banking comme :

- **La commodité** : Bien que les banques virtuelles puissent fournir une large gamme de services financiers de toutes sortes. Prenons simplement l'exemple d'un client qui

souhaite faire un dépôt ou encore retirer de l'argent liquide. Dans cette perspective, ce client ne pourra s'affranchir totalement des agences de proximité et dépendra toujours de celles-ci. Dans l'hypothèse où ce consommateur est client d'une banque 100% en ligne, il devra même nécessairement passer par une banque concurrente. Néanmoins l'ouverture des selfs Banks à tous les consommateurs qu'ils soient ou non clients de la banque a facilité les choses en ce qui concerne les retraits. Cela illustre bien la problématique de la commodité ou du manque de commodité des banques virtuelles. Dès lors, on peut comprendre que le consommateur préfère une combinaison d'outils basés sur internet sans pour autant négliger une relation proche avec un employé de la banque.

- **Le manque de Confiance:** La notion de confiance intervient, elle concerne l'assurance qu'ont les parties dans la transaction réaliser .De plus, elle inclut aussi la problématique de la vie privée .un défi relever reste encore pour les prestataires de services financiers en ligne : celui de la gestion des risques nouveaux dus à l'apparition de cette forme de distribution
- **Les difficultés d'accès :** L'accessibilité est la disponibilité et le caractère utilisable d'une ressource pour des groupes spécifiques. Certaines personnes peuvent malheureusement avoir des soucis qui peuvent les empêcher de bien utiliser les outils informatique ou autrement dit utiliser ou accéder aux services E-Banking sur internet, nous allons voir quelques catégories de personnes ciblées :
- **Les personnes âgées** Les banques prennent certaines dispositions spécialement dans le cas où des personnes âgées accèdent à l'E-Banking puisque généralement ces dernières connaissent des changements au niveau de leurs visions qui se détériore, de l'audition mais aussi de mémoire. Les banques doivent améliorer l'accessibilité en permettant par exemple aux personnes qui ont une faible vision d'agrandir la taille du texte ou aussi de zoomer.
- **les personnes ayant des problèmes de vision** Les personnes malvoyantes et autonomes sont entre autres, des personnes capables de gérer eux même leurs fonds, leurs investissements ou leurs prêts, la plupart des personnes aveugles utilisent un système de ligne braille, ou de synthèse vocale, que l'on rajoute à l'ordinateur. Les banques peuvent mettre en place des systèmes de guidage vocal pour faciliter la tâche aux personnes aveugle et malvoyante mais les doivent aussi prendre en considération les images qui véhiculent des informations, donc les banques doivent mettre en place des alternatives.
- **les personnes ayant des problèmes auditifs** Pour s'assurer que l'information est bien comprise par ceux possédants un handicap auditif. La solution est de mettre en place des illustrations ou représentations visuelle qui vont traduire les vidéos sur le site pour pouvoir transmettre l'information facilement.
- **les personnes invalides** Afin de limiter les efforts des personnes handicapées physiquement ou invalide les banques doivent limiter les clics sur les sites web de la banque, car ces personnes peuvent rencontrer des difficultés dans le contrôle de leurs mains ou leurs bras.

- **les personnes avec un handicap** cognitif Les personnes ayant un handicap cognitif peuvent avoir des difficultés à utiliser l'outil informatique et à lire certains textes qui sont surtout inutiles qui ne leur apporte pas grand chose ou lorsqu'il y'a trop d'étapes complexes qui peut les déranger lors de la lecture, les banques doivent donc faire en sorte de ne pas complexifier les procédures et les opérations.

4.6. Les risques

Le développement de la banque et de la finance sur internet suppose que la clientèle adhère à ce nouveau mode de relation .Or cela ne pourra pas se faire sur la seule base d'un confort d'utilisation accru pour le client, la notion de confiance intervient, et concerne l'assurance qu'ont les parties dans la transaction réalisée. Un défi à relever reste encore pour les prestataires de services financiers en ligne : celui de la gestion des risques liés à l'apparition de cette forme de distribution pour les banquiers et les autorités de réglementation et de contrôle, ces innovations soulèvent notamment le risque de l'insécurité des opérations, le risque juridique, les risques de réputation et d'autres risques :

- **Risques de l'insécurité des opérations** : les risques liés à l'insécurité des opérations bancaires en ligne proviennent de réseaux internes et externes. En interne, un employé mal intentionné peut abuser du système informatique pour manipuler des informations et effectuer des opérations frauduleuses. La banque peut également être victime de piratage, où des informations confidentielles sur les clients et leurs comptes sont volées et utilisées à des fins frauduleuses. De plus, les virus informatiques représentent une menace pour le système et le réseau de la banque. L'adoption de l'électronique bancaire augmente la complexité des activités bancaires et multiplie les risques liés aux opérations. Pour contrôler ces risques, il est essentiel que la banque adopte des politiques et des procédures efficaces, incluant un contrôle interne régulier et des mesures de sécurité de l'information par le biais d'expertises et de tests.
- **les Risques de réputation** : ce type de risque apparaît lorsqu'il y'a un manque de sécurité ou un dysfonctionnement dans l'utilisation d'un service E-Banking et lorsque la banque ne répond pas présente lorsque le client trouve des difficultés avec les services E-Banking donc le public où les clients vont percevoir une mauvaise image de la banque. Il s'agit donc de risquer de perdre une partie de son activité commerciale suite à une erreur de gestion de son image.
- **Risque juridiques**: ces risques surviennent au moment de la violation des lois et des règles .Dans le monde du commerce électronique ou la technologie et les affaires évoluent dans un environnement en changement perpétuel, l'ambiguïté et l'incertitude des droits juridiques sont largement ressenties. L'électronique Banking est aussi l'Object de plusieurs problèmes juridiques entraînant des risques, comme le blanchiment d'argent, les révélations d'informations confidentielles de clients ou tout simplement le vol de l'argent d'autrui .celui inquiète, de plus en plus, les banquiers qui se trouvent devant une lourde responsabilité de protection des fonds déposés par leurs clients.

- **Le risque de crédit :** est le risque qu'une contrepartie ne remplisse pas tout ou partie de ses obligations. Les banques engagées dans des activités bancaires électroniques peuvent proposer des crédits via des canaux non-traditionnels tels que l'internet, et par conséquent étendre leur marché au-delà des frontières géographiques traditionnelles. Dès lors, le problème qui se pose est de vérifier la qualité de l'emprunteur qui sollicite un crédit via des procédures bancaires à distance. Des procédures adéquates doivent être établies.
- **Le risque de liquidité :** provient de l'incapacité pour la banque de s'acquitter de ses obligations à échéance (indépendamment du fait que la banque peut être en mesure de rencontrer ses obligations ultérieurement). Ce risque de liquidité peut être important pour les institutions qui se spécialisent dans des activités d'argent électronique. Celles-ci doivent s'assurer que les fonds détenus sont adéquats afin de couvrir les demandes de rachat et les paiements à temps.
- **Les risques bancaires traditionnels :** tels que le risque de liquidité et le risque de marché, peuvent aussi survenir avec plus ou moins de conséquences selon le type d'activité de la banque. C'est le cas notamment des banques qui se spécialisent dans l'E-banking et plus particulièrement dans des activités d'argent électronique. Le terme se réfère aux valeurs stockées, ou tout mécanisme de prépaiement qui permet d'exécuter des paiements à travers un réseau tel qu'internet.

Conclusion

En conclusion, ce deuxième chapitre nous a permis de mieux comprendre le rôle de l'e-Banking dans la promotion de l'inclusion financière, en analysant à la fois les concepts théoriques et les expériences pratiques, notamment en Algérie.

D'une part, nous avons exploré les définitions fondamentales de l'e-Banking et de l'inclusion financière, mettant en évidence comment l'e-Banking contribue à accroître l'accessibilité, à réduire les coûts, et à faciliter les transactions financières, tout en favorisant l'éducation financière et la personnalisation des services.

D'autre part, nous avons examiné l'expérience algérienne, où les banques ont développé des applications bancaires pour améliorer l'expérience client et promouvoir l'inclusion financière. Cependant, des défis persistent, notamment en termes d'infrastructure numérique et de confiance des clients.

En somme, ce chapitre a mis en lumière l'importance de l'e-Banking dans la promotion de l'inclusion financière, tout en soulignant la nécessité de surmonter les obstacles pour maximiser son impact.

Chapitre 3

**Etude appliquée de l'e-banking au sein
de la CNEP**

Introduction

La Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP Banque) est une institution bancaire algérienne spécialisée dans le financement du logement et l'épargne. Créée pour encourager l'accès à la propriété, elle a progressivement élargi son champ d'activités pour proposer divers services bancaires, y compris l'e-banking. Face à la digitalisation croissante du secteur bancaire, la CNEP Banque a intégré des services numériques afin d'améliorer l'accessibilité et la qualité de ses prestations.

Dans ce chapitre, nous allons étudier l'e-banking et son rôle dans l'inclusion financière au sein de la CNEP Banque en abordant plusieurs aspects essentiels. Nous commencerons par définir le concept d'e-banking et retracer son évolution au sein de l'institution. Ensuite, nous examinerons les missions et les opérations de la banque, ainsi que les modalités et le fonctionnement de ses services numériques. Nous détaillerons également les étapes d'abonnement aux services d'e-banking, les différentes offres proposées (packs), ainsi que les mécanismes de comptabilisation et de traitement des réclamations. Enfin, nous analyserons les résultats de l'entretien mené au sein de la CNEP Banque afin d'évaluer l'impact et l'efficacité de ces services.

Section 1 : CNEP-Banque : Historique, Évolutions et Fonctionnement des Services d'E-Banking

La Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP Banque) est une banque publique algérienne à vocation universelle qui joue un rôle clé dans le secteur financier du pays. Elle offre une gamme complète de services bancaires adaptés aux besoins des particuliers, des professionnels et des entreprises, tout en contribuant au développement économique et à l'inclusion financière en Algérie. Avec un réseau de 224 agences et 15 directions régionales, elle est présente sur l'ensemble du territoire algérien. La CNEP Banque propose divers produits financiers tels que des comptes chèques, des comptes épargne, des dépôts à terme et des bons de caisse. Elle est également engagée dans le financement du logement et des infrastructures, et a récemment élargi ses activités pour inclure le commerce extérieur et la monétique. La banque met l'accent sur la digitalisation avec des services comme "CNEP Connect", facilitant ainsi l'accès à distance pour ses clients. Ses valeurs fondamentales incluent la confiance, l'efficacité, la responsabilité et le progrès, ce qui lui permet de maintenir une relation de partenariat solide avec ses clients et parties prenantes. En outre, elle joue un rôle majeur dans le financement du logement et la promotion de l'épargne, et s'est diversifiée pour offrir une large gamme de services bancaires, incluant le crédit à la consommation, la finance islamique, la bancassurance et les services digitaux. Grâce à son vaste réseau et ses solutions modernes, la CNEP Banque se positionne comme un acteur incontournable du système bancaire algérien, contribuant ainsi à l'inclusion financière et au développement économique en Algérie, tout en adoptant des solutions innovantes pour répondre aux besoins évolutifs de sa clientèle.

1. Historique et évolutions de la CNEP banque

La CNEP banque, héritière d'une tradition solidement Ancrée dans l'histoire économique de l'Algérie, a joué un rôle prépondérant depuis les premières années de l'indépendance du pays.

La CNEP-Banque a été établie par la loi n°64-227 du 10 août 1964, en remplacement de l'ancienne Caisse de solidarité des départements et des communes d'Algérie (CSDCA). Ses statuts l'obligeaient à répondre aux besoins liés à la construction et aux projets locaux, ainsi qu'au financement d'opérations d'intérêt national. Bien que créée en 1964, elle n'est devenue pleinement opérationnelle qu'à partir de 1966. Depuis, elle a été chargée de trois missions principales :

La collecte de l'épargne, le financement du logement, et la promotion immobilière. Au fil du temps, la CNEP-Banque a connu divers changements, tant sur le plan statutaire que sur celui de ses activités, avec des prérogatives qui ont évolué en fonction de la conjoncture économique et des besoins du pays.

La première agence de la CNEP a officiellement ouvert ses portes le 1er Mars 1969 à Tlemcen.

Cependant, le livret d'épargne CNEP était commercialisé depuis une année la CNEP a connu depuis sa création plusieurs étapes dans son évolution, on distingue différentes périodes en fonction des conjonctures économique, politique et sociales :

- **Période 1964-1970 collecte de l'épargne sur livret**

Durant la période 1964-1970 l'activité de la CNEP se limitait à la collecte de l'épargne sur livret avec des prêt sociaux hypothécaire, le réseau CNEP est constitué alors que de deux agences ouvertes (celle d'Alger et celle de Tizi-Ouzou) au public en 1967 et de 575 points de collecte.

- **Période 1971-1979 encouragement du financement de l'habitat**

Au mois d'avril 1971 une instruction a chargé la CNEP de financer les programmes de la réalisation de logement en utilisant des fonds de trésor public. 67 Dès lors, l'épargne des ménages va connaître un essor prodigieux, à la fin de l'année 1975 au cours de laquelle furent vendus les premiers logements au profit de titulaire de livret d'épargne, en 1979 et de 46 agences CNEP.

- **Période 1980-1989 la CNEP au service de la promotion immobilière**

Des nouvelles tâches sont assignées à la CNEP, il s'agit des crédits aux particuliers pour la construction de logement de l'habitat promotionnel au profit exclusif des épargnants.

Au 31 décembre 1998, 11590 logements ont été vendus dans le cadre de l'accession à la propriété. La CNEP entreprit une politique de diversification des crédits accordés, notamment en faveur des professions libérales, des travailleurs de la santé, des coopératives de services et des transporteurs.

Le réseau CNEP s'agrandi, passant ainsi à 120 agences (47 agences wilaya et 73 agences secondaire).

▪ **A partir de 1990**

L'économie nationale algérienne va se trouver confrontée à une grave crise d'endettement extérieur (estimée à 33 milliards dollars US) en raison de la chute brutale du prix des hydrocarbures sur le marché mondial des biens énergétique (98 dollars US le baril). Economie dépendante de la rente pétrolière, l'Algérie a fait face à une grave crise multi dimensionnelle (politique, économique, sociale, culturel ...).

▪ **Période de 1990 instauration de la loi sur la monnaie et le crédit**

La CNEP reste toujours la plus grande collectrice d'épargne en Algérie vu l'importance des montants des fonds d'épargne collectes sur 135 agences et les 2652 bureaux de poste représentés au 31 décembre 1990, un total de 82 milliards de DA (dont 34 milliards de DA sur le compte épargne devise) les prêts aux particuliers accordés à la même date représentaient 12 milliards de DA pour un totale de 80000 prêts.

▪ **Avril 1997 la CNEP devient la CNEP-banque**

Le 6 avril 1997, la CNEP change son statut en obtenant son agrément en tant que banque, désormais elle porte le nom de CNEP-Banque, elle peut également effectuer toutes les opérations bancaires à l'exclusion des opérations du commerce extérieur. Durant la décennie 1998-2008 un nouveau paysage bancaire et financier est dessiné en Algérie (maintien des anciennes banques publiques, création de nouvelles banques privées locale et d'autre filiales de groupes financiers internationaux).

▪ **Le 31 mai 2005 financement des investissements dans l'immobilier**

L'assemblée générale extraordinaire a décidé le 31 mai 2005 de donner la possibilité à la CNEP-banque de s'impliquer davantage dans le financement des infrastructures et activités liées à la construction notamment pour la réalisation de bien immobilier à usage professionnel, administratif et industriel ainsi que les infrastructures hôtelières, de santé, sportives, éducatives et culturelle.

▪ **Période 2007-2008 : Repositionnement stratégique de la CNEP-banque**

L'assemblée générale ordinaire de 28 février 2007 relative au repositionnement stratégique de la banque décide d'autoriser au titre des crédits aux particuliers :

- ✓ Les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires en vigueur au sein de la banque.
- ✓ Les crédits à la consommation.

Il était également décidé d'accorder les crédits à titre prioritaire et principale aux épargnants et à titre accessoire aux non épargnants. Concernant le financement de la promotion immobilière, sont autorisés :

- ✓ Le financement de l'acquisition de terrains à la construction de logement et la réalisation de programmes d'habitat.
- ✓ Le financement des programmes immobiliers destinés à la vente ou à la location

La Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP-Banque) a connu des évolutions significatives entre 2010 et 2025, reflétant sa capacité d'adaptation aux mutations économiques et aux besoins de sa clientèle.

▪ **Période 2010-2020 Repositionnement stratégique et diversification des services**

- 2011 : la CNEP-Banque a élargi son champ d'action en obtenant l'autorisation de financer les entreprises, marquant ainsi une diversification de ses activités au-delà du secteur immobilier.
- 2013 : la banque a modernisé ses services en dématérialisant le livret d'épargne et en lançant la carte d'épargne, facilitant ainsi l'accès de ses clients à leurs fonds.
- 2015 : introduction du compte épargne non rémunéré "RASMALI", offrant une alternative aux clients souhaitant une épargne conforme à leurs convictions.
- **2016** : ouverture de la première agence automatisée à Alger Centre, démontrant l'engagement de la banque envers l'innovation technologique.
- **2018** : augmentation du capital social de la banque, passant de 14 à 46 milliards de dinars, renforçant ainsi sa capacité financière.

▪ **Période 2020-2025 introduction de la finance islamique et digitalisation**

- 2020 : lancement du financement islamique avec l'ouverture de la première agence dédiée, répondant à une demande croissante pour des produits financiers conformes à la charia.
- 2022 : lancement de l'application mobile "CNEP-Connect", permettant aux clients de gérer leurs comptes à distance et reflétant l'engagement de la banque envers la digitalisation.
- 2022 : la banque a octroyé des crédits d'une valeur totale de 991 milliards de dinars, en hausse de 8,3 % par rapport à 2021, avec une prédominance des crédits immobiliers aux particuliers.
- 2023 : introduction des crédits d'exploitation, élargissant ainsi l'offre de produits financiers destinés aux entreprises.

Ces initiatives témoignent de la volonté de la CNEP-Banque de s'adapter aux évolutions du marché financier algérien et de répondre aux besoins diversifiés de sa clientèle.

▪ **Entre 2024 et 2025**

La Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP-Banque) a poursuivi son développement en mettant en œuvre plusieurs initiatives notables visant à renforcer sa présence sur le marché financier algérien et à diversifier ses services.

○ **Expansion et Accessibilité**

Dans le cadre de sa stratégie d'expansion, la CNEP-Banque a ouvert de nouvelles agences pour accroître sa proximité avec la clientèle. Le 22 février 2025, une nouvelle agence, "Ouargla 2" (Code 563), a été inaugurée, renforçant ainsi la présence de la banque dans la région et facilitant l'accès de la population locale à ses services.

○ **Soutien à l'Entrepreneuriat et à l'Innovation**

La banque a démontré son engagement envers l'entrepreneuriat et l'innovation en participant à des événements clés. En février 2025, elle a pris part à la 4^e édition de la Foire Algérienne de l'Entrepreneuriat, Formation et Réseaux Professionnels (ACF 2025), affirmant son soutien aux initiatives entrepreneuriales et à la formation professionnelle.

○ **Lancement de Produits Financiers Innovants**

En mars 2025, la CNEP-Banque a lancé le plan d'épargne "PRO-INVEST" destiné aux professionnels. Ce produit vise à faciliter le financement de leurs projets d'investissement tout en leur offrant des avantages liés à une épargne rémunérée, illustrant ainsi la volonté de la banque de répondre aux besoins spécifiques des professionnels et des entreprises.

○ **Partenariats Stratégiques**

Le 17 mars 2024, la CNEP-Banque a signé une convention cadre avec Cash Assurance. Cet accord porte sur la distribution de produits d'assurance dommage à travers le réseau de la banque et la domiciliation d'une partie du volume d'affaires de Cash Assurance au sein de la CNEP-Banque, renforçant ainsi l'offre de services intégrés pour sa clientèle.

Ces initiatives récentes témoignent de la dynamique de la CNEP-Banque à diversifier ses services, à renforcer sa présence territoriale et à soutenir activement le développement économique en Algérie.

2. Organisation de la CNEP-banque

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

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

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

Chapitre 03 : Etude appliquée de l'e-banking au sein de la CNEP

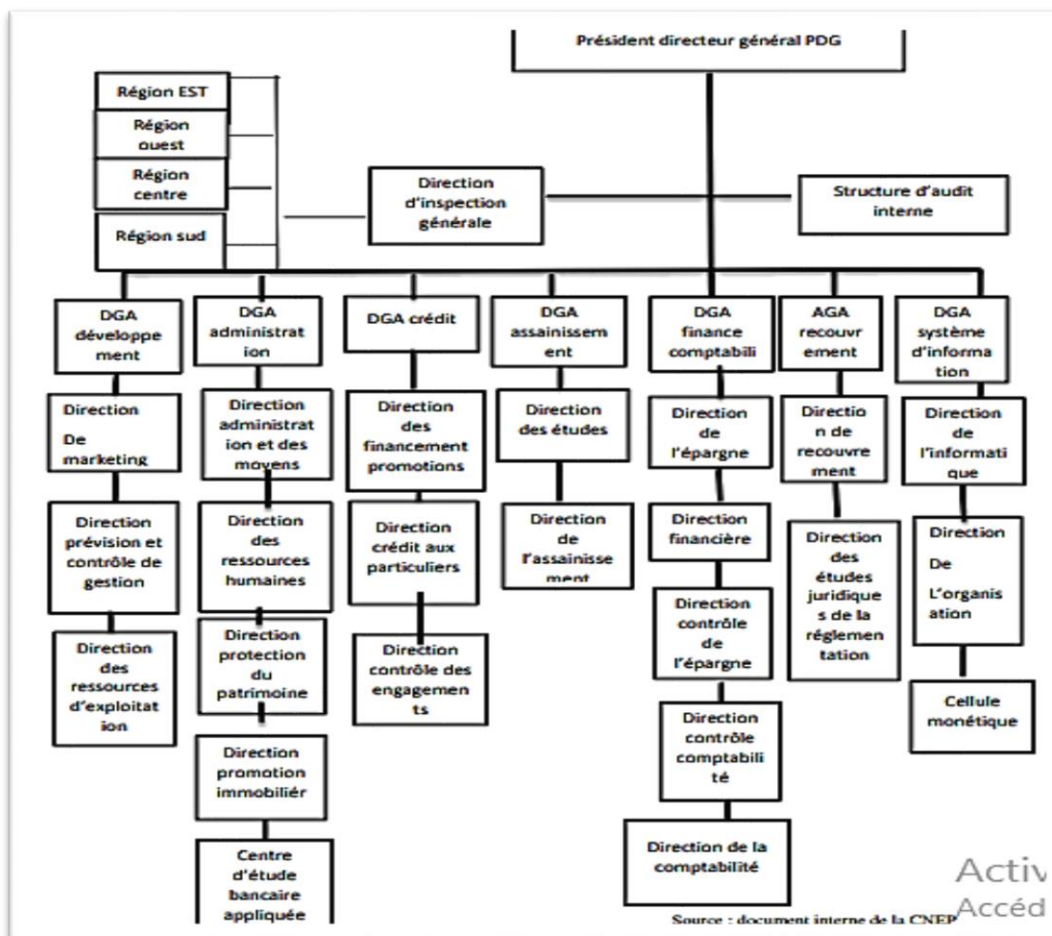
- Il décide de son organisation générale et arrête les règlements intérieurs sur proposition du président Directeur Général ;
- Il décide des actions judiciaires à introduire.

La gestion courante de la CNEP-Banque et l'exécution des décisions du conseil d'administration sont confiées à un Président Directeur Général nommé par décret. Ce dernier assure le fonctionnement de la CNEP-Banque comme il assure d'autres fonctions fixées au préalable.

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

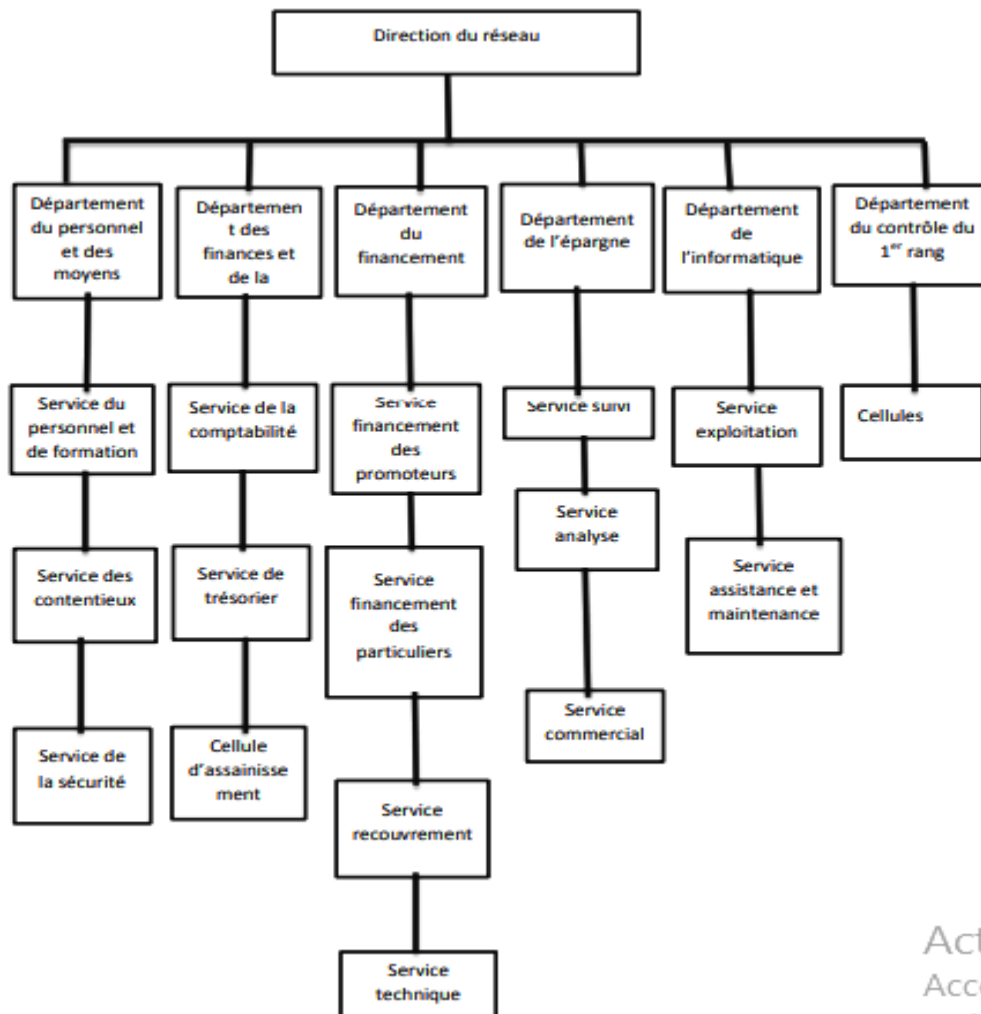
L'autorité de la direction générale s'exerce par l'intermédiaire de sept directions générales (crédit, administration, recouvrement, système d'information, développement, finance et comptabilité, contrôle) auxquelles sont rattachées des directions centrales.

2.1. Organigramme de la CNEP-banque



Source : document de la CNEP

2.2. Organigramme de la Direction Générale



Source : document de la CNEP

Depuis mai 2013, la CNEP-Banque a introduit la carte épargne, une solution pratique et facile à utiliser, dotée d'une sécurité renforcée grâce à une puce conforme aux normes internationales. Cette carte permet aux clients d'effectuer des versements et des retraits conformément aux statuts de la CNEP-Banque du 2 juillet 1997 et à la décision réglementaire n° 1306/2012 du 7 février 2012, mise en vigueur le 22 janvier 2013

2.3. Définition et Caractéristiques de la Carte Épargne :

La carte épargne, souvent abrégée en « CE », est un support associé à un compte épargne logement (LEL) ou populaire (LEP). Voici ses principales caractéristiques :

Aspect Visuel :

- Fond de Carte : Unique, de couleur bordeaux, blanche et grise pour toutes les cartes liées aux comptes épargne logement ou populaire.

❖ Recto de la Carte :

- Logo CNEP-Banque
- Nom du Produit : Carte Épargne « CE »
- Catégorie du Produit : LEL (000) ou LEP (034)
- Label Commercial : CE
- Chipset (Puce)
- Position d'Entrée pour les Lecteurs ou Automates
- Numéro de Carte (PAN)
- Nom et Prénom du Client
- Date d'Expiration de la Carte

❖ **Verso de la Carte :**

- Signature du Titulaire
- Recommandation pour le Client
- Raison Sociale
- Adresse E-mail de la CNEP-Banque
- Adresse du Siège Social

Cette carte est conçue pour faciliter les transactions liées aux comptes d'épargne, tout en offrant une sécurité renforcée grâce à la puce et au code secret.

La carte épargne est équipée d'une puce conforme aux normes internationales EMV (Europay Mastercard Visa), ce qui permet d'effectuer des transactions sécurisées, notamment les retraits et versements, via les lecteurs installés dans les guichets des agences CNEP-banque, ainsi que sur tous les distributeurs automatiques de billets (DAB) et guichets automatiques de billets (GAB) du réseau.

La carte épargne ne comporte pas de puce magnétique, mais une puce répondant aux normes EMV.

Un code confidentiel unique est associé à la carte pour sécuriser toutes les opérations effectuées en agence et sur les DAB.

La carte épargne a une durée de validité de cinq ans, renouvelable automatiquement à échéance.

Figure N°04 : le visuel de la carte épargne



Source : <https://newsroom.groupebpce.fr/photos/>

3. Missions et opérations de la CNEP-banque

3.1. Les missions de la CNEP-banque

Les Missions de la CNEP banque portent essentiellement sur :

- La collecte de l'épargne ;
- Le financement de l'habitat ;
- La promotion de l'immobilier ;

3.1.1. La collecte de l'épargne

La collecte de l'épargne des ménages s'effectue par l'intermédiaire de deux Réseaux

- Le Réseau propre à la CNEP banque réparti à travers tout le territoire national ;
- Le Réseau postal composé de 3204 points de collectes répartis sur les 48 Wilayas.
- Outre les livrets d'épargne (livret d'épargne Logement et livret d'épargne populaire) La CNEP banque offre d'autres produits d'épargne à ses clients : Les dépôts à terme logements pour les personnes Morales ;
- Les Bons de caisse ;
- Les dépôts à terme banque pour les personnes physiques ;
- Les comptes chèques aux particuliers ;
- Les comptes courants ou commerciaux pour les commerçants.

3.1.2. Le financement de l'habitat

Les prêts accordés par la CNEP-banque servent principalement à :

- La construction, l'extension, la surélévation ou l'aménagement d'un bien immobilier (épargnant ou non épargnant) ;
- La construction par des tiers (promotion immobilière privée ou publique) ;
- L'achat, l'aménagement ou la construction de locaux à usage commercial ;
- L'acquisition de logements neufs auprès des promoteurs publics ou privés La cession de biens entre particuliers ;
- La location habitation ;

- L'acquisition de terrains destinés à la construction.

3.1.3. La promotion immobilière

Outre le financement des particuliers, la CNEP-banque intervient aussi en amont dans le cadre du financement des promoteurs immobiliers publics et privés ayant des projets et destinés à la vente ou à la location. Elle intervient aussi dans le financement de l'acquisition des terrains destinés à la promotion immobilière.

3.2. Les opérations de la CNEP Banque

Aujourd'hui, la CNEP Banque n'est plus une caisse d'épargne. C'est une Banque à part entière, cela suppose donc que les types d'opérations qu'elle accomplit sont ceux relevant de son statut de banque de 1997 et qui consistent à :

- Recevoir et gérer des fonds quel que soit leur durée et leur forme ;
- Emettre des emprunts à court, Moyen et long terme, sous toutes formes ;
- Consentir des prêts sous toutes formes dont ceux destinés au financement de l'habitat
- Participer à des emprunts ainsi qu'à toute souscription ;
- Donner toute acceptation, caution et garantie de toute nature ;
- Effectuer toutes les opérations sur les valeurs mobilières conformément aux conditions ;
- légales et réglementaires ;
- Les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires au sein de la Banque.

4. Le rôle de la CNEP-Banque

Avec la constitution de la CNEP en statut d'une banque. Celle-ci vient de se lancer dans la commercialisation de nouveaux produits en plus de son activité de financement de l'immobilier et sa mission de collecte d'épargne tel que le crédit véhicule, crédit confort...etc. Cette nouvelle dynamique traduit une politique de crédit aux particuliers dont les objectifs sont :

- Fidéliser une clientèle de plus en plus sollicitée par un environnement devenu concurrentiel ;
- Accaparer des créneaux non encore investis jusqu'à lors et capter d'autres franges de clientèle qui trouveront réponse à leurs besoins particuliers, dans la stratégie de différenciation de la banque ;
- Consolider et améliorer, par diversification des emplois, une marge bancaire qu'avec le temps s'était vu réduite par la masse des emplois. Sa mission ancienne, de crédit à l'habitat, la CNEP-Banque se lance dans une concurrence avec les autres banques. On note que les nouveaux produits commercialisés par la CNEP-Banque sont :
 - Crédit à la consommation (confort) ;
 - Crédit adéquat ;
 - Crédit véhicules ;
 - Crédit pour les transactions immobilières ;

- Crédit aux professions libérales.

5. Présentation de l'agence d'accueil CNEP-Banque (TIZI OUZOU LAMALI 207)

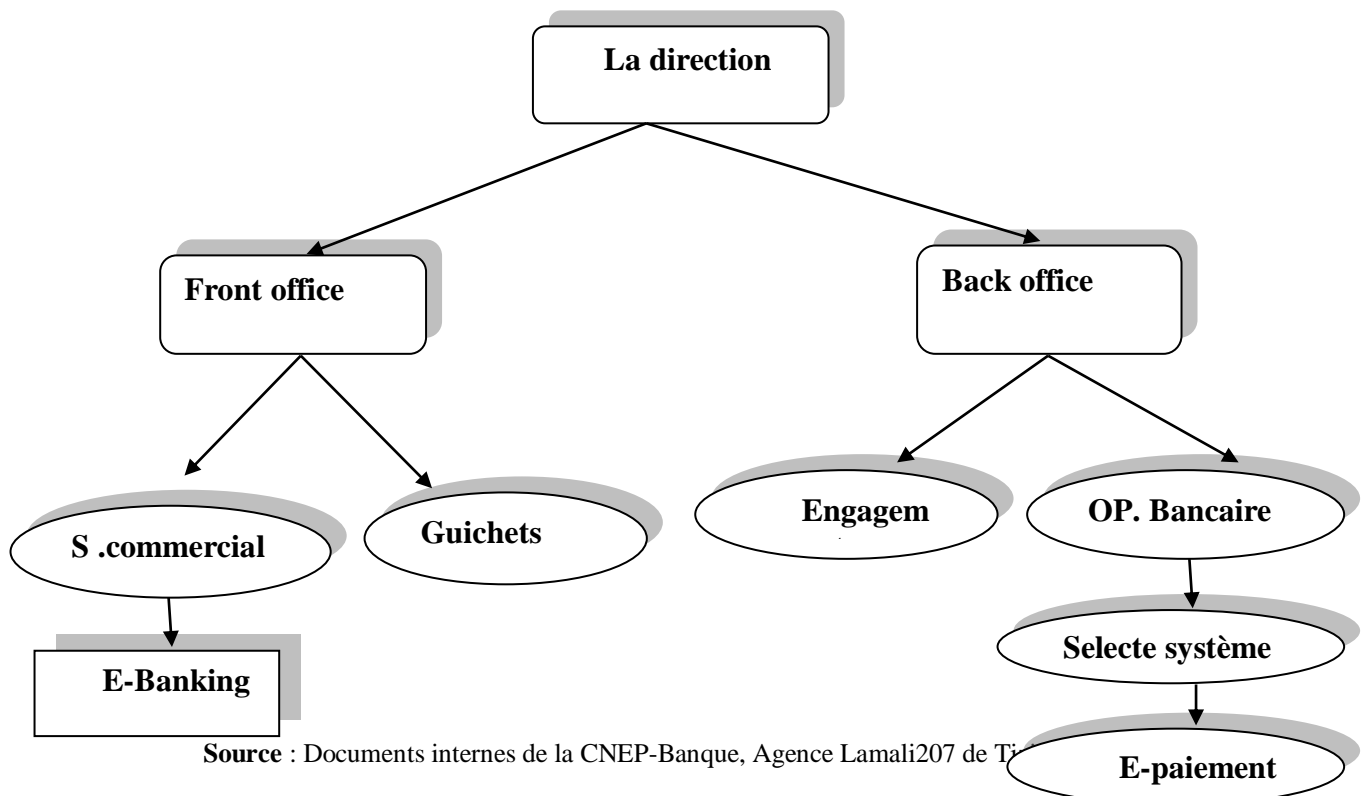
Nous avons réalisé notre stage de fin d'études au sein de la CNEP-Banque, agence LAMALI de Tizi-Ouzou, identifiée par le code 207. Fondée le 6 juin 1994, cette agence est située au centre-ville de Tizi-Ouzou, sur la rue Lamali Ahmed, à proximité de l'hôpital Nedir Mohammed et du stade du 1er novembre 1954. Elle est entourée de la cité des Genêts à gauche et des célèbres bâtiments bleus en face.

En septembre 2001, à la suite des événements survenus dans la région, l'agence principale AbaneRamdane (code 201) a été déplacée vers les bâtiments bleus situés sur l'avenue AbaneRamdane, également appelée "la grande rue", qui constitue l'artère commerçante principale du centre-ville.

L'agence LAMALI dispose d'un espace de 290 m². L'ancien siège de la CNRP-Banque est toujours utilisé comme centre d'archives pour l'agence Ben M'Hidi (code 202). Classée dans la catégorie C, cette agence est habilitée à commercialiser l'ensemble des produits proposés par la CNEP-Banque. Elle gère également un portefeuille de 15 942 comptes incluant les produits LEL, LEP, RASMALI, DAT et les comptes courants chèques. L'équipe de l'agence LAMALI est composée de seize (16) employés qui travaillent dans divers services de l'agence. Dans le cadre de la nouvelle organisation commerciale, notre agence d'accueil a été réorganisée en une agence pour séparer les tâches du front et du back office et ainsi déterminer les tâches de chacun de ses employés afin de mieux cerner les besoins de la clientèle et de fournir des réponses adéquates.

L'organisation de cette banque est donnée dans le schéma ci-dessous :

5.1. Organigramme de l'agence LAMALI/TIZI-OUZOU



6. Les instruments de la dématérialisation des services et prestations bancaire de la CNEP –Banque, agence Lamali de Tizi-Ouzou

La CNEP-Banque démontre une volonté claire de rester à la pointe de l'innovation en adoptant une stratégie de dématérialisation. Cette démarche est cruciale pour s'adapter aux attentes changeantes de sa clientèle dans un monde numérique en constante évolution. Pour atteindre cet objectif, la banque a intégré les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) dans ses opérations pour plusieurs raisons :

- Améliorer les services bancaires pour les clients.
- Optimiser les opérations de marché.
- Faciliter les échanges interbancaires.
- Attirer de nouveaux clients.

La CNEP-Banque utilise divers outils de dématérialisation, tels qu'internet, un site web, un réseau de cartes bancaires (CIB, CB), un réseau GAB/DAB, ainsi que des services de banque à distance comme l'E-Banking et l'E-paiement. Ces instruments visent à moderniser et à rendre plus accessibles ses services bancaires.

6.1.La carte CIB

La carte CIB, introduite par la CNEP-Banque en 2009, a marqué une étape importante dans la modernisation des services bancaires en Algérie. Elle offre aux clients un moyen de paiement sécurisé et pratique, utilisable pour les retraits d'espèces, les paiements en magasin et en ligne, ainsi que les transferts d'argent.

- **Commodité** : Accès facile à l'argent et réalisation d'opérations financières via un large réseau de guichets automatiques et de terminaux de paiement, tant au niveau national qu'international (grâce aux partenariats avec Visa et Mastercard).
- **Sécurité** : Transactions sécurisées, réduisant les risques associés aux paiements en espèces traditionnels.
- **Accessibilité** : Possibilité d'effectuer des achats directement à partir du compte, avec une disponibilité en temps réel.
- **Suivi** : Consultation des transactions via les services de banque en ligne (E-Banking).

La CNEP-Banque propose deux types de cartes CIB : la carte CIB classique et la carte CIB Gold, offrant ainsi différentes options pour répondre aux besoins variés de sa clientèle.

6.2.La carte épargne

En 2015, la CNEP-Banque a modernisé ses services en remplaçant les livrets d'épargne traditionnels par la carte épargne, une carte bancaire liée au compte d'épargne du client. Cette transformation vise à offrir plus de flexibilité et de commodité, permettant aux clients d'accéder à leurs fonds via les DAB pour les retraits et la consultation des soldes, ainsi que d'effectuer des versements et des retraits aux guichets automatiques 24/7. Les avantages

incluent la praticité, le gain de temps, la sécurité des transactions et la possibilité de consulter le solde et d'obtenir un relevé des 10 dernières opérations.

6.3. Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) et Terminaux de Paiement

Électroniques (TPE) : Ces automates permettent aux clients d'effectuer en libre-service des opérations telles que les retraits d'espèces, la remise de chèques avec capture d'image, l'édition de relevés d'identité bancaire (RIB), et les virements. Ils sont connectés à un réseau monétique interbancaire sécurisé, garantissant la disponibilité 24h/24 et 7j/7 des services.

6.4. Système de balayage et prélèvement automatique : Un service de balayage sur comptes courants postaux (CCP) permet le recouvrement automatique des échéances de crédits contractés auprès de la CNEP-Banque par des clients domiciliés chez Algérie Poste, évitant ainsi les déplacements pour les paiements.

6.5. Plateforme numérique et espace électronique : La mise en place d'un espace électronique dédié (exemple : ecnep.poste.dz) permet aux clients d'accéder à leurs comptes, de recevoir des notifications en temps réel par SMS, et de gérer leurs opérations bancaires en ligne, contribuant ainsi à la modernisation et à la numérisation des services

6.6. Interopérabilité et sécurité renforcée : La CNEP-Banque s'appuie sur des infrastructures sécurisées conformes aux normes internationales (comme EMV) pour prévenir la fraude et garantir la sécurité des opérations numériques.

Ces instruments s'inscrivent dans une stratégie plus large de transition numérique visant à améliorer la qualité, la rapidité et la sécurité des services bancaires, tout en favorisant l'inclusion financière et la réduction de la circulation du cash, conformément aux orientations gouvernementales et aux engagements de la CNEP-Banque.

7. Modalités et fonctionnement des services d'e-banking à la CNEP banque

7.1. Processus d'abonnement aux services e-banking

L'abonnement aux services e-banking se fait en plusieurs étapes, directement au sein de l'agence bancaire, permettant ainsi une prise en charge personnalisée et complète des Demandes des clients. Voici les différentes étapes qui permettent de souscrire et activer un abonnement :

7.1.1. Remplissage de la demande d'abonnement

Lors de la demande d'abonnement, le client doit compléter un formulaire fourni par le service clientèle de l'agence. Ce formulaire doit être soigneusement rempli et signé par le client. Ce premier pas formalise l'intention du client de bénéficier des services d'e-banking.

7.1.2. Souscription à l'abonnement

Enregistrement de la demande dans le système informatique ;

Une fois que la demande d'abonnement, dûment remplie et signée, est reçue par l'agence de domiciliation, le chargé de clientèle prend en charge l'enregistrement de cette demande dans le système informatique de l'agence. Ce processus assure la bonne prise en compte de la demande dans le système et la préparation des étapes suivantes.

7.1.3. Identification et enregistrement des interlocuteurs

Le chargé de clientèle inscrit les interlocuteurs désignés dans la demande, selon les instructions fournies par le client.

- **Clients particuliers** : l'interlocuteur est l'abonné lui-même.
- **Clients entreprises** : les interlocuteurs sont ceux spécifiés dans la demande d'abonnement pour les opérations non financières (consultations) et pour les transactions financières (virements, prélèvements).

Les interlocuteurs habilités à signer électroniquement les transactions financières sont désignés et enregistrés par l'entreprise, en tenant compte des spécimens de signature déposés au préalable.

Les interlocuteurs reçoivent leurs identifiants et mots de passe, soit en personne à l'agence, soit par SMS. Le mot de passe initial fourni est valide uniquement pour la première connexion. L'interlocuteur devra le modifier immédiatement après son premier accès pour garantir la sécurité de son compte. Par ailleurs, un mot de passe à usage unique (OTP) est attribué pour chaque transaction financière afin de renforcer la sécurité.

7.1.4. Sélection des comptes autorisés

Le chargé de clientèle sélectionne les comptes que l'abonné a autorisé à consulter et sur lesquels des mouvements peuvent être effectués via la plateforme e-banking. Ces comptes sont liés à l'identité du client dans le système d'information de l'agence. Cette étape permet de personnaliser l'accès en fonction des besoins de chaque abonné.

7.1.5. Attribution des profils d'utilisation

Les profils d'utilisateur permettent de définir les droits et rôles de chaque interlocuteur dans le système e-banking. Le chargé de clientèle attribue ces profils en fonction des demandes spécifiques du client et des spécimens de signature fournis. Voici les principaux profils qui peuvent être attribués :

- **Profil 0 : Consultation seule**

L'interlocuteur peut uniquement consulter les comptes et ne peut effectuer aucune transaction.

- **Profil 1 : Saisie et envoi de fichiers**

L'interlocuteur est autorisé à saisir et envoyer des fichiers de virements, mais ne peut pas consulter les détails des transactions.

- **Profil 2 : Saisie, envoi de fichiers et consultation**

Ce profil permet à l'interlocuteur de saisir et envoyer des virements, tout en ayant accès aux détails du fichier des virements (bénéficiaires, comptes, etc.).

- **Profil 3 : Envoi et validation des virements (signature unique)**

L'interlocuteur est autorisé à valider des virements avec un mot de passe ou un autre moyen d'authentification. Ce profil permet de finaliser les transactions bancaires par une authentification unique.

- **Profil 4 : Validation via première ou deuxième signature**

Ce profil est destiné aux interlocuteurs habilités à valider une transaction par une

Signature électronique, que ce soit pour une première validation ou une seconde validation après l'action d'un autre signataire.

- **Profil 5 : Validation double signature (1er et 2ème signataire)**

Les interlocuteurs qui occupent ce profil doit valider les virements deux fois (une première et une deuxième validation) pour qu'une opération soit exécutée. Ce profil est attribué aux personnes ayant une responsabilité conjointe dans la gestion des transactions.

7.1.6. Validation de l'abonnement

Une fois toutes les informations enregistrées et les interlocuteurs désignés, l'abonnement est soumis à une validation par la personne habilitée à autoriser les opérations du chargé de clientèle. Cette validation inclut la vérification des documents associés à la demande d'abonnement.

7.1.7. Signature de la convention d'adhésion

La convention d'adhésion au service e-banking, une fois validée, est imprimée en deux exemplaires. L'un des exemplaires est remis au client, et l'autre est conservé dans son dossier. Cette convention est signée conjointement par l'abonné ou la personne habilitée à cet effet, ainsi que par le directeur d'agence. La signature de la convention formalise l'accord des parties et permet de finaliser l'abonnement.

7.2. Génération automatique des fichiers et intégration dans la solution e-banking

Dès que l'abonnement est validé, le système génère automatiquement des fichiers concernant les informations du client, des comptes associés et des autorisations. Ces fichiers sont ensuite transférés vers la plateforme e-banking pour permettre l'accès et la gestion des services en ligne.

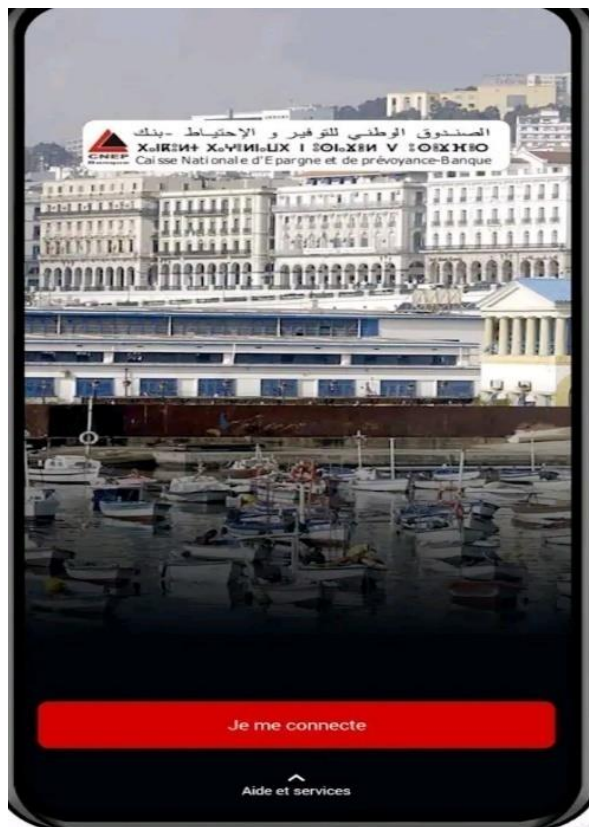
7.2.1. Accès au service e-banking

Une fois l'abonnement validé et les informations traitées, l'abonné ou l'interlocuteur peut accéder à la plateforme e-banking en suivant les étapes suivantes :

1. Accéder à la solution e-banking

L'abonné se connecte à la solution e-banking en saisissant l'adresse suivante dans son navigateur : <https://ebanking.cnepbanque.dz>.

Figure N°05 : présentation de l'accueil de l'application CNEP_BANQUE



Source : document de la CNEP

2. Saisie de l'identifiant (login)

Pour les particuliers, l'identifiant (login) correspond à leur numéro d'identité client (« ID »), tandis que pour les entreprises, il est généré automatiquement et attribué à chaque interlocuteur.

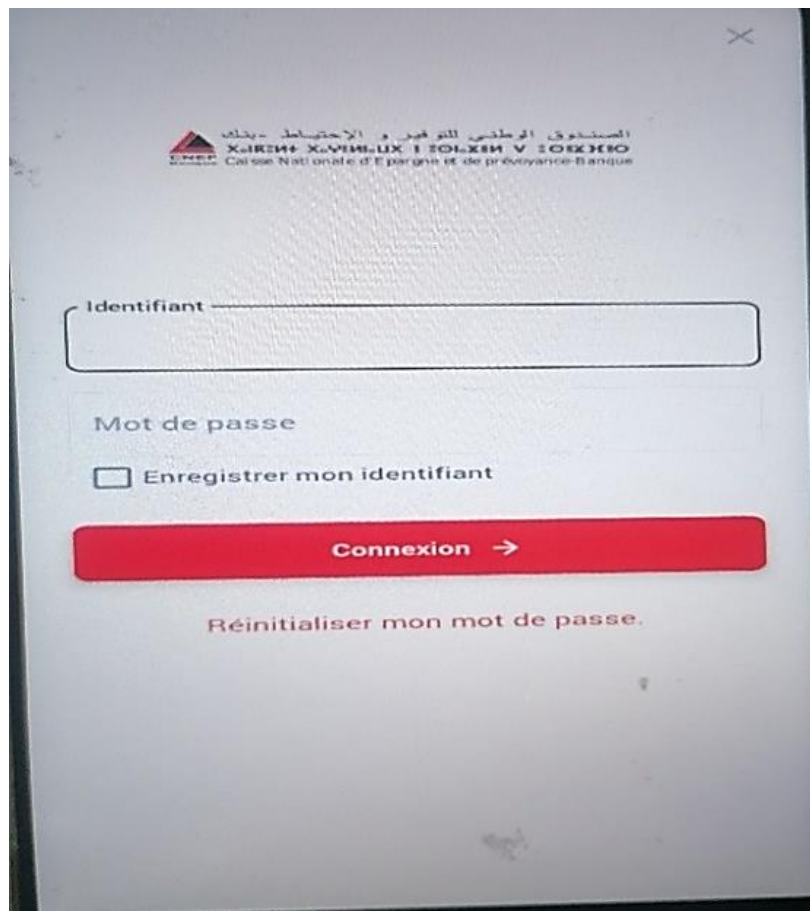
3. Saisie du mot de passe initial

Le mot de passe fourni par l'agence (soit par SMS, soit en version papier) est valide uniquement pour la première utilisation. Il doit être modifié par l'abonné dès sa première connexion, afin d'assurer la confidentialité et la sécurité des transactions.

4. Accès aux services disponibles

Après cette procédure, l'abonné dispose d'un accès complet aux services d'e-banking offerts selon son profil et son abonnement.

Figure N°06 : présentation de la page d'identification



Source : document de la CNEP

7.2.2. Durée et résiliation de l'abonnement

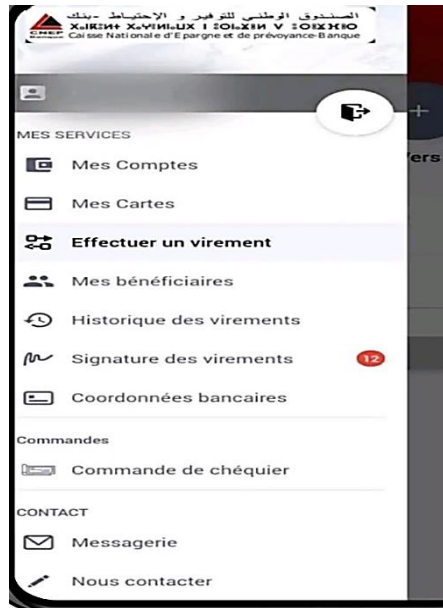
L'abonnement au service e-banking est valable pour une durée d'un an, avec possibilité de renouvellement tacite. Toutefois, chaque partie peut mettre fin à l'abonnement à tout moment, à condition de respecter un préavis d'un mois, notifié par lettre recommandée avec accusé de réception. En cas de résiliation, la demande est enregistrée par le chargé de clientèle dans le système d'information de l'agence, mettant ainsi fin à l'abonnement.

8. Présentation des Services et les packs Offerts via e-Banking

L'abonnement aux services e-banking permet aux utilisateurs d'accéder à une gamme de services financiers à distance, offrant ainsi une gestion optimisée et en temps réel de leurs opérations bancaires. Ces services comprennent les suivants :

8.1. Les services e-banking

Figure N°07 : Présentation de la page des services e-banking



Source : document de la CNEP

8.1.1. Consultation des Soldes et Historique des Soldes

Ce service permet aux clients de vérifier à tout moment l'état de leurs finances sans avoir à se rendre en agence. La consultation du solde est disponible pour tous les comptes bancaires liés à l'abonnement, ce qui offre une vue d'ensemble de la gestion des finances personnelles ou professionnelles. Les informations clés comprennent :

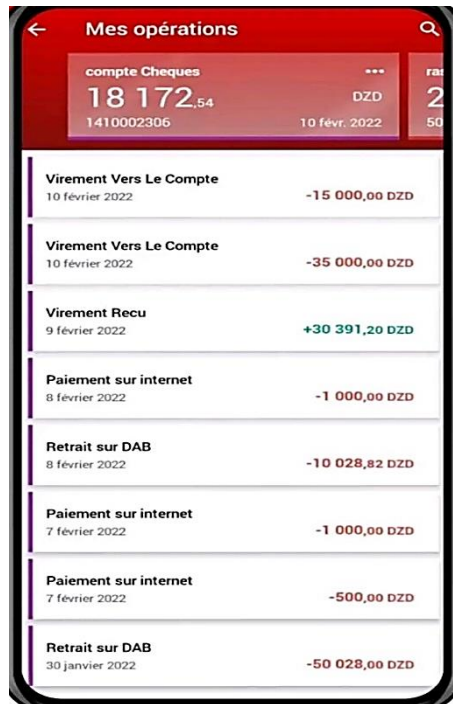
- **Numéro et libellé du compte** : Chaque compte est clairement identifié avec un libellé, ce qui permet à l'utilisateur de différencier ses comptes courants, comptes d'épargne, ou comptes dédiés à des projets spécifiques.
- **Titulaire du compte** : Il est essentiel de connaître le nom de la personne ou de l'entité qui possède le compte pour éviter toute confusion, en particulier pour les comptes partagés ou les comptes d'entreprise.
- **Date de mise à jour du solde** : Cela permet à l'utilisateur de savoir exactement quand les informations ont été actualisées et d'éviter des erreurs dues à des données non mises à jour.
- **Devise et montant du solde** : Le solde est affiché dans la devise spécifique du compte (par exemple, DZD pour dinar algérien, EUR pour euros, etc.), avec le montant total disponible. Ce service est utile pour gérer plusieurs comptes dans différentes devises et pour planifier les finances de manière plus efficace.

Historique des soldes permettent également de suivre les fluctuations de solde dans le temps, offrant une vision claire des périodes avec des excédents ou des déficits. Cela peut être

utile pour établir des budgets, planifier des économies, ou vérifier les variations dues à des revenus ou des dépenses imprévues

8.1.2. Consultation des Derniers Mouvements

Figure N°08 : Consultation d'opérations



The screenshot displays a mobile banking interface titled 'Mes opérations'. At the top, it shows the account type 'compte Cheques', the current balance '18 172,54 DZD', and the account number '1410002306'. Below this, a list of transactions is shown, including 'Virement Vers Le Compte', 'Virement Recu', 'Paiement sur internet', and 'Retrait sur DAB', each with its date and amount in DZD.

Description	Date	Montant (DZD)
Virement Vers Le Compte	10 février 2022	-15 000,00
Virement Vers Le Compte	10 février 2022	-35 000,00
Virement Recu	9 février 2022	+30 391,20
Paiement sur internet	8 février 2022	-1 000,00
Retrait sur DAB	8 février 2022	-10 028,82
Paiement sur internet	7 février 2022	-1 000,00
Paiement sur internet	7 février 2022	-500,00
Retrait sur DAB	30 janvier 2022	-50 028,00

Source : document de la CNEP

Ce service permet de suivre toutes les transactions récentes effectuées sur un ou plusieurs comptes. L'utilisateur peut voir les détails des opérations sous forme de liste chronologique, facilitant ainsi le suivi de l'activité bancaire. Voici les informations proposées :

- **Code de l'opération** : Chaque transaction est identifiée par un code unique, permettant de reconnaître rapidement l'opération effectuée (ex : virement, prélèvement, paiement par carte).
- **Description de l'opération** : Un résumé succinct de l'opération, par exemple "Paiement par carte à Supermarché XYZ" ou "Virement reçu de M. Dupont".
- **Date et heure de l'opération** : Cela permet à l'utilisateur de savoir exactement quand l'opération a eu lieu.
- **Montant** : Le montant de chaque transaction est indiqué, ainsi que la nature de l'opération (crédit ou débit), ce qui permet de suivre l'évolution du solde du compte en temps réel.

Les utilisateurs peuvent filtrer et trier les transactions selon différents critères (date, montant, type d'opération), ce qui leur permet de trouver rapidement les informations pertinentes.

8.1.3. Téléchargement des Relevés de Compte

Les relevés de compte sont des documents officiels détaillant toutes les opérations effectuées sur un compte bancaire sur une période donnée. Les clients peuvent télécharger ces relevés dans deux formats pratiques :

- **PDF** : Le format PDF est idéal pour imprimer les relevés ou les conserver en format électronique pour une consultation ultérieure. Il permet une lecture facile et offre une version fidèle à celle envoyée par la banque par courrier.
- **Excel** : Le format Excel est particulièrement adapté pour les utilisateurs souhaitant analyser leurs opérations bancaires (par exemple, pour les comptables ou les personnes souhaitant suivre leurs dépenses avec précision). Il permet une manipulation plus flexible des données, notamment pour l'intégration dans des tableurs ou des outils financiers.

Le téléchargement est rapide et sécurisé, permettant une gestion optimale des documents bancaires, tout en facilitant le stockage et l'archivage des relevés.

8.1.4. Édition des Relevés de Compte

Les abonnés peuvent imprimer leurs relevés directement depuis l'interface e-banking. Une fois le relevé sélectionné, un simple clic sur un bouton d'impression génère une version prête à être imprimée ou sauvegardée localement. Ce service est particulièrement utile pour ceux qui préfèrent garder une copie papier de leurs relevés, ou qui doivent fournir ces documents pour des raisons administratives ou fiscales.

8.1.5. Édition des Relevés d'Identité Bancaire (RIB)

Le RIB est un document bancaire essentiel, notamment pour effectuer des virements ou des prélèvements automatiques. Ce service permet aux utilisateurs d'imprimer leur RIB pour chaque compte, avec les informations suivantes :

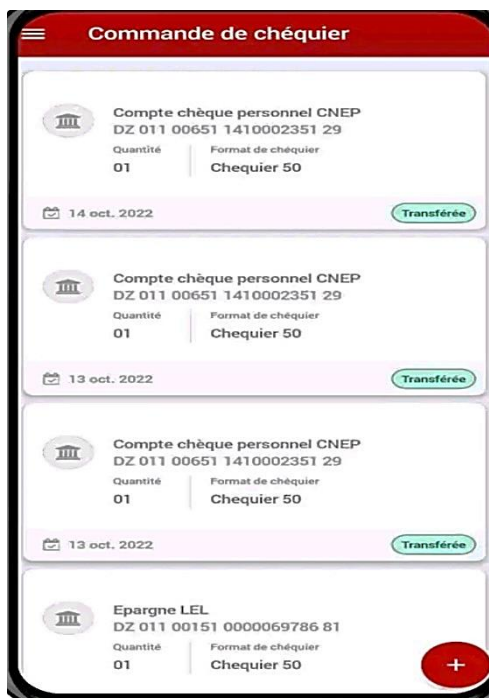
- **Nom du titulaire** : Le nom de la personne ou de l'entreprise qui détient le compte.
- **Numéro de compte et IBAN** : Ces informations sont nécessaires pour effectuer des virements ou des transactions internationales. L'IBAN (International Bank AccountNumber) est un numéro standardisé permettant d'identifier un compte bancaire à l'international.
- **Code SWIFT/BIC** : Ce code est utilisé pour les transactions bancaires internationales.

- **Adresse de la banque** : L'adresse physique de l'agence bancaire à laquelle le compte est associée.

L'impression peut être effectuée directement à partir de l'interface, ce qui simplifie la gestion des transactions externes et des formalités administratives.

8.1.6. Commandes de Chéquiers

Figure N°09 : illustration de la commande des chèquiers



Source : document de la CNEP

Les utilisateurs peuvent commander des chèquiers directement en ligne via le service e-banking. Cette fonctionnalité est particulièrement utile pour ceux qui préfèrent utiliser des chèques pour certaines transactions ou qui n'ont pas accès à des cartes bancaires. Le processus comprend :

- **Sélection du type de chéquier** : Les clients peuvent choisir le type de chéquier qu'ils souhaitent commander, en fonction de leurs besoins (par exemple, chéquier standard ou chéquier de sécurité renforcée).
- **Spécification du nombre de chèquiers** : L'utilisateur peut indiquer combien de carnets de chèques il souhaite recevoir.
- **Suivi de commande** : Les utilisateurs peuvent suivre l'état de leur demande, vérifier la date de réception prévue, et s'assurer que la commande a bien été prise en compte.

Ce service permet de gagner du temps en évitant de se rendre en agence pour effectuer la commande, tout en bénéficiant d'un suivi simplifié.

8.1.7. Consultation des Cartes Bancaires

Figure N°10 : consultation des cartes Bancaires



Source : document de la CNEP

Les utilisateurs peuvent consulter toutes les informations relatives à leurs cartes bancaires :

- **Détails du titulaire** : Le nom du titulaire de la carte et les informations associées au compte bancaire lié.
- **Numéro de carte et type de carte** : Ces informations sont utiles pour les transactions et pour vérifier les cartes actives.
- **Plafonds de retrait et de paiement** : Les utilisateurs peuvent voir les limites de retrait et de paiement associées à chaque carte (par exemple, le montant maximum qu'ils peuvent retirer en une journée ou dépenser par mois).
- **Date d'expiration de la carte** : Cela permet de savoir quand la carte doit être renouvelée et d'éviter tout blocage accidentel lors des transactions.

8.1.8. Opposition sur Carte Bancaire

En cas de perte ou de vol de carte bancaire, le service d'opposition permet de sécuriser rapidement le compte en bloquant la carte concernée. L'utilisateur peut signaler la perte ou le vol via un formulaire en ligne, ce qui permet de stopper l'utilisation de la carte immédiatement. Le service est conçu pour éviter toute utilisation frauduleuse et garantir la sécurité des fonds.

8.1.9. Consultation et Édition des Opérations sur Carte

Les utilisateurs peuvent consulter toutes les transactions effectuées avec leurs cartes bancaires, qu'il s'agisse de paiements en magasin, de retraits automatiques, ou de paiements en ligne. Pour chaque opération, les informations suivantes sont disponibles :

- **Date, montant et lieu de l'opération** : Permet un suivi détaillé des dépenses réalisées avec la carte.
- **Nature de l'opération** : Identifie si l'opération est un retrait, un paiement, ou une opération de remboursement, facilitant ainsi la gestion des finances personnelles.
- **Catégorisation des transactions** : Les transactions peuvent être automatiquement classées dans des catégories (achats, services, loisirs), ce qui simplifie le suivi des dépenses.

8.1.10. Consultation des Crédits

Le service permet de consulter l'état des crédits en cours, notamment pour les prêts personnels, les crédits immobiliers, ou les crédits à la consommation. Les informations incluent :

- **Montant restant dû** : La somme qu'il reste à rembourser pour chaque crédit.
- **Prochaines échéances** : Les dates et montants des paiements à venir.
- **Solde d'intérêts et capital** : Permet de voir la répartition entre le remboursement du capital et le paiement des intérêts.

Ce service est utile pour gérer les remboursements et éviter les oublis ou les retards, ainsi que pour planifier les paiements futurs.

8.2.Packs de Services e-Banking

Afin de mieux répondre aux besoins spécifiques de ses clients, la banque propose plusieurs packs de services e-banking. Ces packs regroupent divers services et fonctionnalités selon le profil du client. Le choix du pack se fait lors de l'abonnement aux services.

- **Pack Particulier:**

Ce pack est destiné aux clients particuliers et leur permet d'accéder à la majorité des services e-banking, à l'exception des transactions financières et de la réception des notifications par SMS. Il offre une gestion simplifiée des comptes et un accès aux informations de solde, aux relevés, et à certaines options comme la commande de chèquiers.

- **Pack Particulier +:**

Ce pack inclut tous les services du Pack Particulier, mais avec la possibilité d'effectuer des transactions financières (virements, prélèvements, etc.) et de recevoir des notifications par SMS concernant les transactions et les alertes de compte.

- **Pack Entreprise:**

Destiné aux entreprises, ce pack permet d'accéder à tous les services e-banking, sauf les transactions financières et les notifications par SMS. Il est adapté aux entreprises qui nécessitent une gestion en ligne de leurs comptes bancaires sans avoir besoin d'effectuer des virements ou de recevoir des alertes par SMS.

- **Pack Entreprise +:**

Ce pack propose tous les services e-banking, y compris la gestion des virements et la réception des notifications par SMS, pour une gestion complète des finances de l'entreprise.

- **Pack Professionnels:**

Conçu pour les commerçants et les professions libérales, ce pack offre l'accès à tous les services e-banking, à l'exception des transactions financières et des notifications par SMS. Il permet une gestion administrative simplifiée des comptes bancaires.

- **Pack Professionnels +:**

Ce pack étend les services du Pack Professionnels en y ajoutant les transactions financières et les notifications par SMS, afin de répondre pleinement aux besoins de gestion des flux financiers des professionnels.

- **Pack Personnel CNEP:**

Réservé aux employés de la banque, ce pack offre un accès complet à tous les services e-banking, y compris les transactions financières et la réception des notifications par SMS.

9. Responsabilités et obligations des clients et de la banque

9.1. Obligations et les responsabilités du Client

Les **obligations du client** sont essentielles pour garantir non seulement la sécurité des transactions, mais aussi le bon fonctionnement de la plateforme e-banking. Voici un aperçu détaillé des responsabilités qui incombent au client :

- **Accès Internet Sécurisé :**

- Le client doit disposer d'un **accès internet sécurisé** afin d'éviter les risques d'interception de données sensibles. Cela inclut l'utilisation de réseaux privés et d'un **Wi-Fi sécurisé** par un mot de passe fort.
- **Exemple pratique :** Utiliser un réseau Wi-Fi public (par exemple, dans un café) pour effectuer des transactions bancaires peut exposer le client à des attaques de type "man-in-the-middle".

▪ **Responsabilité de l'Informatique et de la Sécurité :**

- Le client est responsable de la **mise à jour** de son matériel informatique et de l'installation de logiciels de sécurité (antivirus, pare-feu). Il doit aussi veiller à la **sécurisation** de ses appareils (téléphone, ordinateur) afin d'éviter les intrusions.
- L'appareil utilisé pour accéder à la plateforme **e-banking** ne doit pas être partagé avec des tiers non autorisés, afin de limiter les risques d'accès non autorisé.

▪ **Mise à Jour des Coordonnées Personnelles :**

- Le client a l'obligation de notifier immédiatement tout changement de **coordonnées personnelles** (adresse mail, numéro de téléphone, etc.), ce qui permet à la banque de maintenir une communication sécurisée et de qualité.

▪ **Sécurisation des Identifiants :**

- Le client doit garantir la **confidentialité** de ses identifiants bancaires (login, mot de passe) et s'assurer qu'ils sont uniques, complexes et non enregistrés sur des appareils partagés.
- Il est recommandé d'utiliser un gestionnaire de mots de passe pour stocker ces informations de manière sécurisée et éviter leur divulgation accidentelle.

▪ **Réclamations et Contestations :**

- Le client doit signaler toute anomalie concernant ses transactions dans un délai de **30 jours** suivant l'incident, en précisant les détails (montant, date, nature de l'opération). Au-delà de ce délai, les réclamations peuvent ne pas être recevables.
- En cas de fraude ou de transactions non autorisées, le client doit immédiatement en informer la banque et prendre des mesures pour sécuriser ses comptes (par exemple, changer de mot de passe, bloquer ses cartes bancaires).

Le client porte la responsabilité des actions effectuées via son compte e-banking, et il assume les conséquences de l'utilisation de ses identifiants.

- **Manipulation frauduleuse :** Si un client partage ses identifiants ou ne protège pas adéquatement son mot de passe, il est responsable des **transactions frauduleuses** effectuées à partir de son compte.
- **Précautions à prendre :** En cas de fraude, le client doit apporter la preuve qu'il n'a pas autorisé la transaction en question (exemple : dépôt de plainte, fourniture de rapports bancaires, etc.).

9.2.Obligations et les Responsabilité de la Banque

Les **responsabilités** de la **banque** sont primordiales pour assurer non seulement la **sécurité** des transactions et des informations personnelles des clients, mais aussi la **continuité** et la **fiabilité** des services e-banking. Ces responsabilités incluent des obligations légales, techniques et opérationnelles, qui visent à protéger les intérêts des clients tout en garantissant une gestion optimale des services bancaires numériques.

L'e-banking ne possède pas un guichet spécifique dans l'agence, mais il est pris en charge par plusieurs services tel que le Service Monétique et Digitalisation qui s'occupe de la gestion et de la sécurité (back office), Le Service Client qui s'interface avec le client (front office).

9.2.1. Sécurité des Transactions et des Données

La **banque** est responsable de la sécurité des données et des transactions effectuées par le biais de la plateforme **e-banking**.

- **Cryptage des Données :**

La banque doit utiliser des **protocoles de cryptage** avancés (comme SSL/TLS) pour sécuriser la transmission des données sensibles entre le client et la banque. Cela protège les informations personnelles et bancaires du client contre les interceptions et les attaques de type "man-in-the-middle".

- **Protection des Informations Sensibles :**

La banque doit mettre en œuvre des mécanismes de **chiffrement** pour stocker les informations sensibles du client, telles que les mots de passe, les numéros de carte de crédit et les identifiants bancaires, afin d'éviter toute fuite de données en cas de violation du système.

- **Authentification à Deux Facteurs (2FA) :**

La banque est responsable de l'**implémentation de l'authentification à deux facteurs (2FA)** pour ajouter une couche de sécurité supplémentaire lors de la connexion aux services e-banking ou pour la validation des transactions sensibles (par exemple, virement ou paiement en ligne). Cela garantit que même si un pirate obtient l'identifiant et le mot de passe d'un client, il ne pourra pas accéder aux services sans un second facteur (code envoyé par SMS, application d'authentification, etc.).

9.2.2. Disponibilité et Accessibilité des Services

La banque doit s'assurer que les services **e-banking** sont **disponibles** en tout temps et accessibles dans des conditions optimales pour le client.

- **Maintenance et Gestion des Pannes :**

La banque doit veiller à la **maintenance régulière** de la plateforme e-banking et de l'infrastructure sous-jacente, afin d'assurer son bon fonctionnement. En cas de panne technique, la banque doit intervenir rapidement pour résoudre les problèmes.

La banque doit également prévoir des **plans de reprise après sinistre** pour garantir que les données des clients et les transactions soient protégées en cas de défaillance du système.

- **Communications sur les Indisponibilités :**

En cas d'indisponibilité prévue de la plateforme pour des raisons de maintenance, la banque doit informer les clients suffisamment à l'avance, en expliquant la durée et l'objet de la maintenance. Cette mesure minimise les désagréments pour les clients et leur permet de prendre des dispositions en conséquence.

9.2.3. Support Client et Traitement des Réclamations

La banque a la responsabilité de garantir un **service client** réactif et compétent, capable de répondre efficacement aux préoccupations des utilisateurs.

- **Réponse aux Réclamations :**

La banque doit mettre en place un **centre de relations clientèle** pour traiter toutes les réclamations relatives à l'e-banking. Ce centre doit être facilement accessible et capable de résoudre rapidement les problèmes rencontrés par les clients. Les réclamations peuvent concerner des erreurs dans les transactions, des problèmes techniques d'accès à la plateforme, des problèmes de sécurité ou des demandes de remboursement suite à une fraude.

- **Réponse Rapide aux Incidents :**

Lorsqu'un client signale une anomalie (par exemple, une fraude ou une erreur de transaction), la banque doit intervenir immédiatement pour enquêter sur l'incident, informer le client sur les mesures prises et le tenir informé des progrès dans le traitement de la réclamation. La banque doit également veiller à corriger toute erreur en temps utile, en minimisant l'impact pour le client.

- **Procédures de Gestion des Réclamations :**

La banque doit suivre des **procédures claires et transparentes** pour le traitement des réclamations. Les réclamations doivent être **classées, identifiées** (nature du problème) et **orientées** vers les départements compétents pour une résolution efficace.

Par exemple, les réclamations techniques peuvent être transmises au département responsable de la gestion des habilitations ou des problèmes liés à l'authentification, tandis que les réclamations monétiques peuvent être adressées au département dédié à la gestion des paiements.

9.2.4. Conformité Légale et Réglementaire

La banque a l'obligation de respecter l'ensemble des **réglementations** locales et internationales qui régissent les services e-banking, en matière de sécurité, de protection des données et de transparence des transactions.

- **Respect des Normes de Sécurité :**

La banque doit se conformer aux exigences de sécurité imposées par les autorités de régulation, comme la norme **PCI DSS (PaymentCardIndustry Data Security Standard)**, qui impose des règles strictes pour la gestion des informations de paiement. Cela inclut des mesures comme la **segmentation des réseaux**, l'**audit des systèmes de sécurité** et la **formation des employés** pour prévenir les erreurs humaines.

- **Protection des Données Personnelles :**

La banque doit se conformer aux lois sur la **protection des données personnelles**, telles que le **Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)** en Europe. Cela implique de garantir la confidentialité des données clients, de minimiser la collecte d'informations sensibles et de permettre aux clients de contrôler leurs données.

- **Audit et Contrôle :**

La banque doit mettre en place des mécanismes de **contrôle interne** et d'**audit réguliers** pour garantir la conformité avec les réglementations en vigueur. Cela permet d'identifier les risques, de vérifier l'efficacité des mesures de sécurité et d'assurer la bonne gestion des transactions électroniques.

9.2.5. Gestion des Transactions et Erreurs

La banque doit assurer une **gestion efficace** des transactions et doit assumer la responsabilité de toute erreur ou défaillance dans leur exécution.

- **Exécution des Transactions :**

La banque est responsable de l'exécution **dans les délais** des transactions, y compris les **virements**, les **paiements en ligne**, et la **gestion des prélèvements automatiques**. Toute erreur de la banque, comme un virement erroné ou non exécuté, doit être rectifiée rapidement et à la charge de la banque.

- **Gestion des Erreurs et Remises en Conformité :**

En cas d'erreur dans l'exécution d'une transaction, la banque doit mettre en place un processus rapide de **remédiations**, qui comprend la correction de l'erreur, la notification au client, et une **compensation** lorsque cela est nécessaire pour indemniser le client de toute perte subie.

- **Responsabilité pour les Sous-traitants :**

Si la banque fait appel à des **sous-traitants** pour gérer certaines parties du service e-banking, comme la gestion des paiements ou le stockage des données, elle reste **responsable** de la qualité des services fournis par ces prestataires. Elle doit s'assurer que les sous-traitants respectent les mêmes normes de sécurité et de qualité que la banque elle-même.

9.2.6. Éducation et Sensibilisation à la Sécurité

La banque doit également prendre des mesures proactives pour **éduquer** ses clients sur les **risques** associés aux services e-banking et leur fournir les outils nécessaires pour sécuriser leurs comptes.

- **Formation et Sensibilisation :**

La banque doit mettre à disposition des **ressources pédagogiques** pour sensibiliser les clients aux bonnes pratiques de sécurité (par exemple, l'utilisation de mots de passe forts, l'identification des emails de phishing, etc.).

- **Alerte en cas de Risque :**

En cas de menace ou d'attaque ciblant les utilisateurs (par exemple, des tentatives de phishing ou de fraude), la banque doit avertir ses clients rapidement par tous les moyens disponibles (email, SMS, notifications sur l'application mobile), afin de limiter les dégâts et les risques de fraude.

Section 02 : analyse pratique de l'e-banking et son rôle dans l'inclusion financière de la population au sein de la CNEP-banque : Enquête auprès des Employés et des Clients

1. Méthodologie de recherche

1.1. Description générale de l'enquête

1.1.1. Lieu de l'enquête

Notre questionnaire est réalisé au niveau de la CNEP-Banque, agence LAMALI 207 Tizi-Ouzou.

1.1.2. Période de l'enquête

Notre enquête s'est déroulée du 02/02/2025 au 02/03/2025.

1.1.3. Population ciblée

Nous avons constitué un échantillon composé de 25 employés occupant différents postes au sein de l'agence LAMALI 207 de la CNEP-Banque à Tizi-Ouzou. Par ailleurs, nous avons sélectionné un groupe de 50 clients, répartis en deux catégories : 25 utilisateurs du service de banque en ligne (e-banking) et 25 non-utilisateurs de ce service.

1.2. Objectif de l'enquête

L'objectif principal de cette enquête est d'évaluer l'impact du rôle de l'e-banking sur l'inclusion financière en Algérie, au sein de la CNEP-Banque, agence LAMALI 207 de Tizi-Ouzou. Afin d'atteindre cet objectif, une étude quantitative a été mise en œuvre, basée sur un questionnaire de 18 questions directes.

Ce questionnaire est destiné aux employés et aux clients de l'agence et se concentre sur les thématiques de l'e-banking et de l'inclusion financière.

Le questionnaire est structuré en deux parties :

- Partie 01 : est dédiée à la collecte de données personnelles pour contextualiser les réponses.
- Partie 02 : explore en profondeur les opinions, les usages et les impacts de l'e-banking sur l'inclusion financière.

L'enquête vise à recueillir les perceptions des employés de la CNEP-Banque et de leurs clients, afin de comprendre comment le e-banking influence l'accès aux services financiers et contribue à l'inclusion financière dans cette CNEP-Banque, agence LAMALI 207 de Tizi-Ouzou.

1.3. Présentation de l'enquête

Pour garantir la qualité et la fiabilité des données recueillies, nous avons effectué une collecte d'informations directement sur le terrain, en nous rendant sur place à l'agence. Cette

approche nous a permis d'interagir directement avec les employés inclus dans notre échantillon, afin de leur expliquer clairement les objectifs et la portée de notre enquête.

Lors de ces échanges, nous avons pris le soin de détailler chaque étape du processus, en apportant des précisions sur les questions du questionnaire afin d'éviter toute ambiguïté ou malentendu. Nous avons également insisté sur l'importance de la confidentialité des réponses fournies, en assurant aux participants que leurs données personnelles et leurs opinions seraient traitées avec le plus grand respect et strict anonymat.

Enfin, nous avons veillé à ce que chaque répondant comprenne parfaitement les consignes et les modalités de réponse, afin de garantir la sincérité et la pertinence des informations recueillies. Cette démarche a favorisé un climat de confiance propice à une participation active et honnête des employés à notre enquête.

1.4.Etapes suivies

Pour mener bien notre étude, nous avons suivi les étapes suivantes :

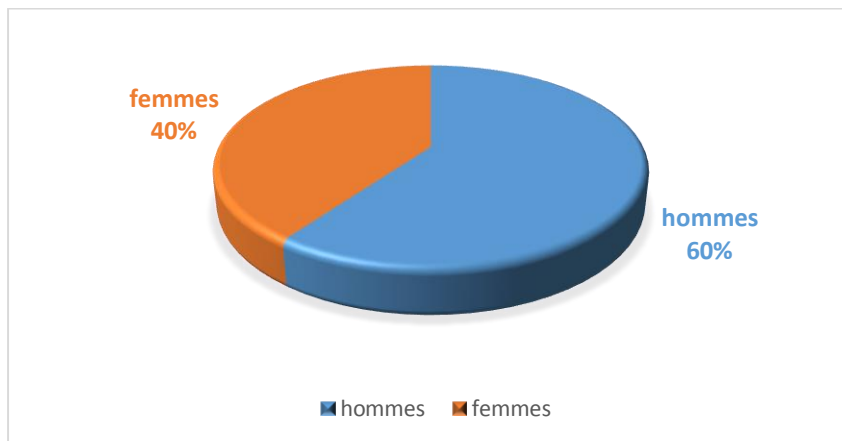
1. Distribution des questionnaires auprès des employés et des clients de la CNEP-Banque, agence LAMALI 207 de Tizi-Ouzou.
2. Collecte des questionnaires complétés après un délai d'un mois suivant leur distribution.
3. Enfin, dépouillement des réponses par un tri à plat, suivi de l'analyse quantitative des données recueillies.

2. Analyse et interprétation des résultats

2.1. Analyse et interprétation de résultats (clients de la banque CNEP utilisateurs de l'e-banking)

Tableau N°01 : Représentation de la population d'étude selon le sexe

Sexe	hommes	Femmes
Nombres	15	10



Graphique N°01 : Représentation de la population d'étude selon le Sexe

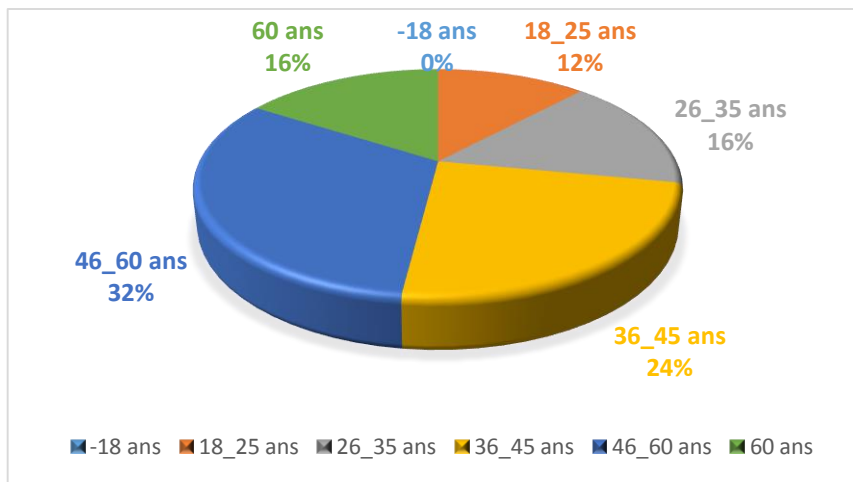
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°1 et le graphique n°1 présentent une répartition selon le sexe au sein d'un groupe de 25 personnes utilisatrices de l'e-banking, montrant une prédominance masculine avec 60 % d'hommes contre 40 % de femmes. Cette répartition suggère une utilisation légèrement plus marquée des services bancaires en ligne par les hommes dans l'échantillon étudié. Cela peut s'expliquer par des facteurs socio-économiques, des habitudes numériques différentes ou encore un accès inégal aux outils technologiques. Toutefois, la présence significative des femmes (40 %) montre également une appropriation croissante de l'e-banking par la population féminine, ce qui reflète une évolution vers une utilisation plus équilibrée des technologies financières entre les deux sexes.

Tableau N° 02 : Représentation de la population d'étude selon l'âge

Age	-18 ans	18_25 ans	26_35 ans	36_45 ans	46_60 ans	60 ans
nombres	0	3	4	6	8	4



Graphique N°02 : Représentation de la population d'étude selon l'âge

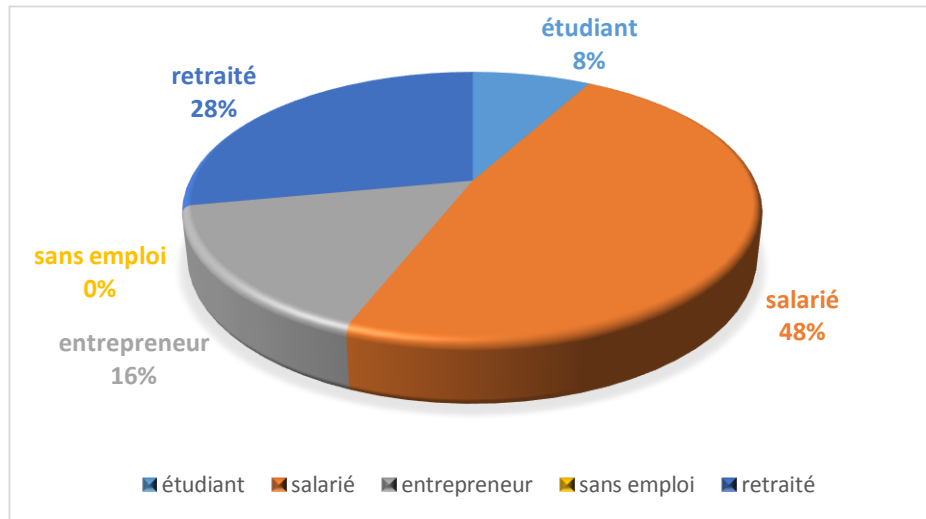
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°2 et le graphique n°2 présentent une répartition selon l'âge au sein d'un groupe de personnes utilisatrices de l'e-banking, montrant que les tranches d'âge les plus représentées sont celles de 46 à 60 ans (8 personnes) et de 36 à 45 ans (6 personnes). Cette forte concentration dans les tranches d'âge adulte mûr reflète un usage intensif de l'e-banking chez des individus généralement en activité professionnelle, financièrement autonomes et habitués aux outils numériques. Les tranches de 26 à 35 ans (4 personnes) et de plus de 60 ans (4 personnes) affichent également une présence non négligeable, traduisant une adoption croissante de ces services par des jeunes actifs ainsi que par certains seniors. À l'opposé, les moins de 18 ans sont totalement absents, ce qui est cohérent avec leur statut de mineurs souvent non titulaires de comptes bancaires. La tranche 18–25 ans, avec 3 personnes, reste faiblement représentée, probablement en raison d'un moindre besoin de services bancaires complexes. Ainsi, l'usage de l'e-banking semble particulièrement ancré chez les adultes entre 36 et 60 ans, ce qui peut orienter les stratégies des banques vers cette population centrale.

Tableau N°03: Représentation de la population d'étude selon la situation professionnelle

situation pro	Etudiant	salarié	entrepreneur	sans emploi	retraité
nombres	2	12	4	0	3



Graphique N°03 : Représentation de la population d'étude selon la situation professionnelle

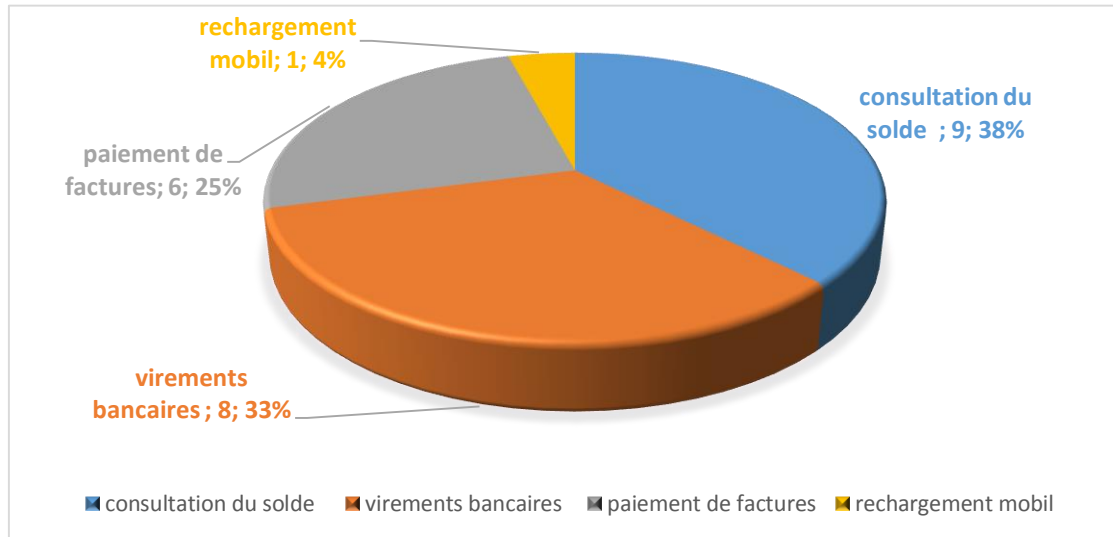
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°3 et le graphique n°3 présentent une répartition selon la situation professionnelle au sein d'un groupe de 25 personnes utilisatrices de l'e-banking, montrant que la majorité sont des salariés (48 %), suivis des retraités (28 %) et des entrepreneurs (16 %). Cette prédominance des salariés souligne une forte corrélation entre stabilité professionnelle et recours aux services bancaires numériques. Les retraités occupent également une place significative, ce qui témoigne d'une adoption croissante de l'e-banking par les seniors. Les entrepreneurs, avec 16 %, confirment l'intérêt des travailleurs indépendants pour ces services pratiques et flexibles. En revanche, les étudiants ne représentent que 8 % de l'échantillon, ce qui peut s'expliquer par un usage encore limité ou ciblé des services bancaires en ligne. Aucune personne sans emploi n'a été recensée dans cet échantillon, ce qui peut refléter un accès plus restreint à ces services ou un simple biais d'échantillonnage.

Tableau N°4:Représentation des services les plus utilisés

services	consultation du solde	virements bancaires	paiement de factures	rechargement mobil
nombres	9	8	6	1



Graphique N° 4 : Représentation des services les plus utilisés

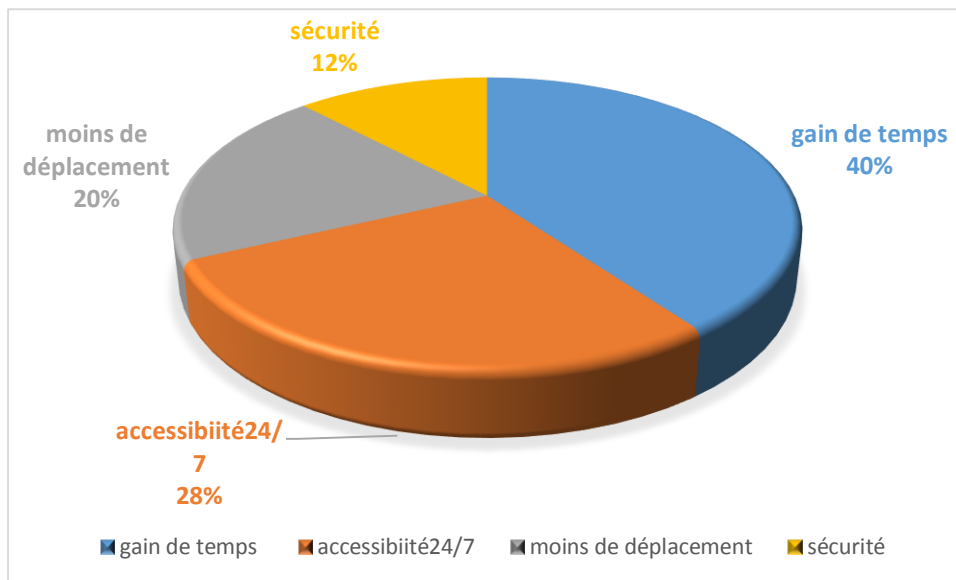
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°4 et le graphique n°4 présentent une répartition des services les plus utilisés au sein d'un groupe de 25 personnes utilisatrices de l'e-banking, montrant que la consultation du solde arrive en tête avec 36 %, suivie des virements bancaires (32 %), puis du paiement de factures (24 %). Ces données mettent en évidence une utilisation prioritaire des fonctions essentielles et pratiques de l'e-banking, liées au suivi des finances personnelles et aux transferts d'argent. Le rechargement mobile reste marginal avec seulement 4 % d'utilisation, ce qui pourrait traduire une préférence pour d'autres moyens plus directs ou une méconnaissance de cette option sur les plateformes bancaires. Globalement, ces résultats confirment que l'usage des services en ligne reste centré sur les opérations classiques, simples et directement utiles au quotidien.

Tableau N°5 : Représentation des avantages d'e-banking

avantages	Gain de temps	Accessibilité24/7	moins de déplacement	sécurité
nombres	10	7	5	3



Graphique N°5 : Représentation des avantages d'e-banking

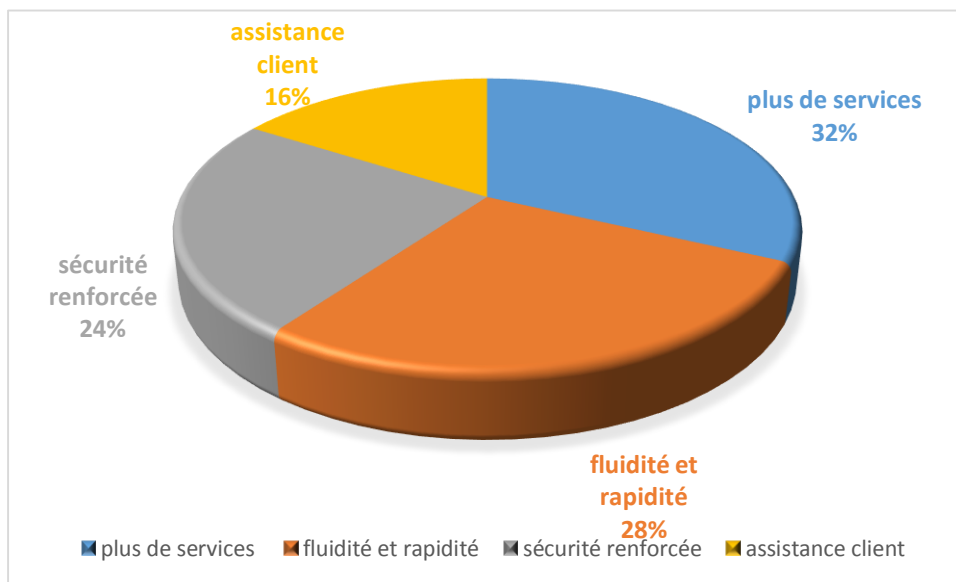
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°5 et le graphique n°5 présentent une répartition des avantages perçus de l'e-banking au sein d'un groupe de 25 personnes, montrant que le gain de temps est l'avantage le plus cité (40 %), suivi par l'accessibilité 24h/24 et 7j/7 (28 %), la réduction des déplacements (20 %) et la sécurité (12 %). Ces résultats soulignent que l'e-banking est principalement apprécié pour sa capacité à simplifier et accélérer les opérations bancaires, ce qui correspond aux attentes d'une population en quête d'efficacité et de flexibilité. L'accessibilité permanente renforce l'attrait de ces services, permettant une gestion autonome à tout moment. Les avantages secondaires comme la réduction des déplacements et la sécurité sont également reconnus, bien que moins fréquemment cités, ce qui pourrait refléter une familiarité croissante avec ces outils numériques, mais aussi une attente encore plus élevée en matière de fiabilité. Ces observations confirment que les utilisateurs perçoivent l'e-banking comme un outil moderne et adapté à leur rythme de vie.

Tableau N°6 : présentation des améliorations souhaité par les utilisateurs

amélioration	plus de services	fluidité et rapidité	sécurité renforcée	assistance client
nombres	8	7	6	4



Graphique N°6 : présentation des améliorations souhaité par les utilisateurs

Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

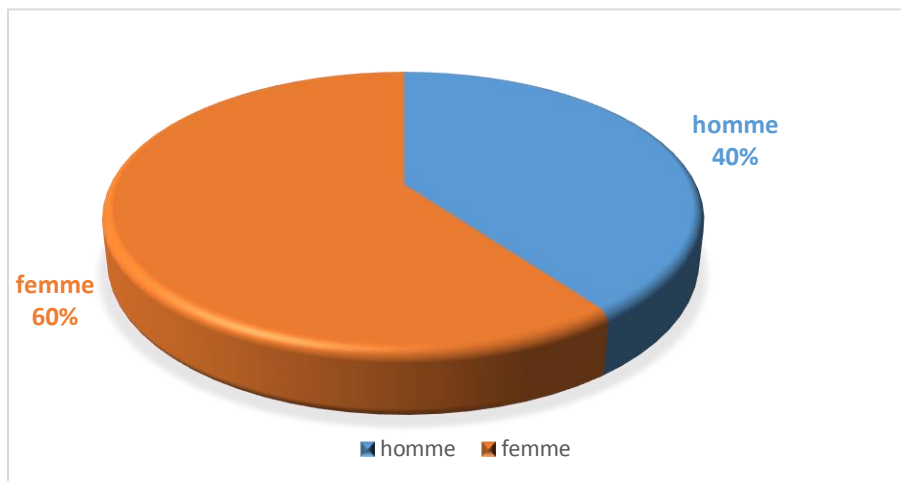
Interprétation :

Le tableau n°6 et le graphique n°6 présentent les améliorations souhaitées par les utilisateurs de l'e-banking, montrant que les attentes principales concernent l'élargissement des services proposés (32 %), la fluidité et la rapidité des plateformes (28 %), le renforcement de la sécurité (24 %) et une meilleure assistance client (16 %). Ces résultats révèlent que, bien que l'e-banking soit globalement apprécié, les utilisateurs expriment des besoins d'évolution et d'optimisation. L'envie de disposer de plus de services montre une volonté de centraliser davantage d'opérations sur une seule plateforme. L'exigence de fluidité et rapidité souligne l'importance de l'expérience utilisateur, notamment pour éviter les lenteurs ou blocages lors des transactions. Les préoccupations liées à la sécurité indiquent un besoin constant de confiance et de protection des données personnelles. Enfin, l'assistance client, bien que moins citée, reste un point d'amélioration important, traduisant une attente d'accompagnement humain en cas de difficulté.

2.2. Analyse et interprétation de résultats (clients de la banque CNEP non utilisateurs de l'e-banking)

Tableau N° 1 : Représentation de la population d'étude selon le sexe

sexe	homme	femme
nombres	10	15



Graphique N°1 : Représentation de la population d'étude selon le sexe

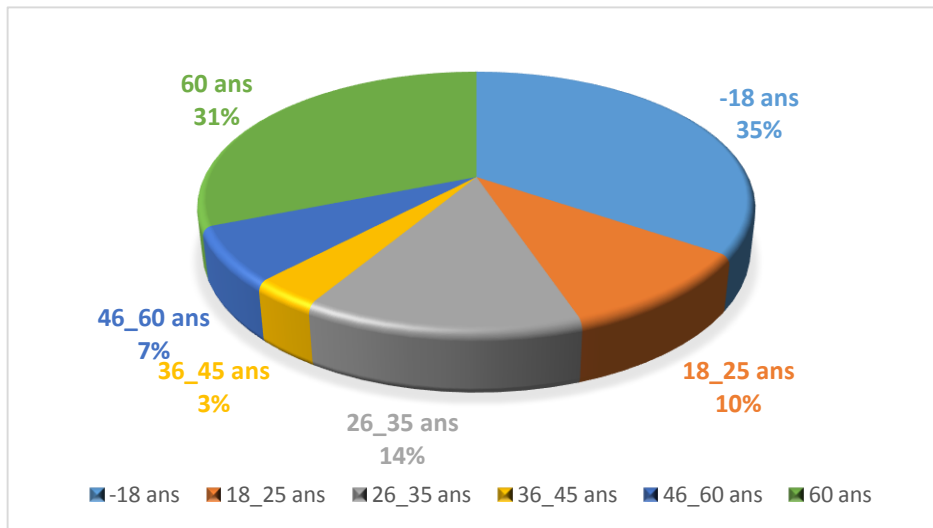
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°1 et le graphique n°1 présentent une répartition selon le sexe au sein d'un groupe de 25 personnes non utilisatrices de l'e-banking, montrant une prédominance féminine avec 60 % de femmes contre 40 % d'hommes. Cette répartition inverse de celle observée chez les utilisateurs suggère que les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à ne pas recourir aux services bancaires en ligne. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette situation, tels que des freins technologiques, un manque de confiance dans les plateformes numériques, ou encore une préférence pour les interactions en agence. En revanche, la part d'hommes non utilisateurs (40 %) reste significative, traduisant que l'hésitation à utiliser l'e-banking n'est pas exclusivement féminine. Ces résultats peuvent aider à cibler les efforts de sensibilisation ou de formation à l'e-banking selon le genre, dans une logique d'inclusion numérique

Tableau N° 2 : Représentation de la population d'étude selon l'âge

Age	-18 ans	18_25 ans	26_35 ans	36_45 ans	46_60 ans	60 ans
nombres	10	2	1	1	3	8



Graphique N°2 : Représentation de la population d'étude selon l'âge

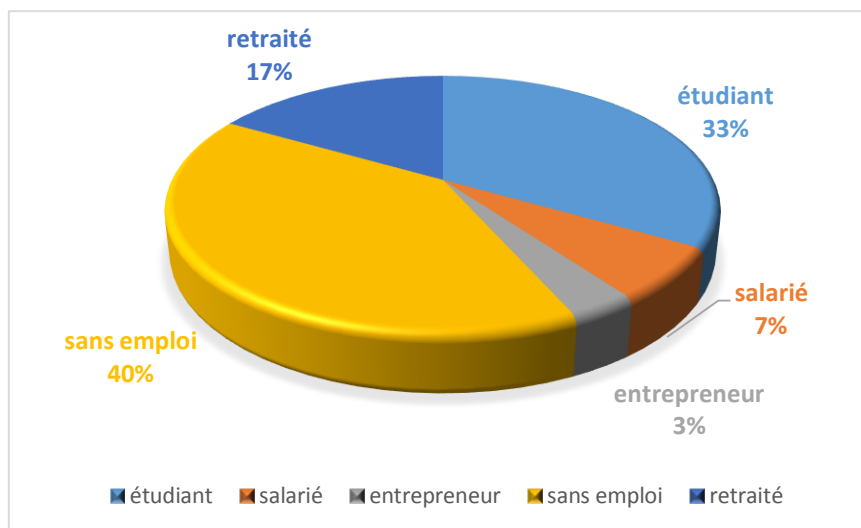
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°2 et le graphique n°2 présentent une répartition selon l'âge au sein d'un groupe de 25 personnes non utilisatrices de l'e-banking, montrant que la majorité appartient à la tranche des moins de 18 ans (40 %), suivie des personnes âgées de 60 ans et plus (32 %), tandis que les tranches intermédiaires sont très peu représentées. Ces données révèlent deux grands profils de non-utilisateurs : les jeunes mineurs, qui peuvent être limités par des restrictions légales ou l'absence de besoin réel en matière de services bancaires, et les personnes âgées, chez qui l'usage de la technologie peut représenter un frein. Les tranches d'âge actives (18 à 60 ans) ne représentent qu'un faible pourcentage cumulé (28 %), ce qui confirme que l'e-banking est moins souvent rejeté par les personnes en activité professionnelle.

Tableau N°3 : Représentation de la population d'étude selon la situation professionnelle

situation pro	étudiant	salarié	entrepreneur	sans emploi	retraité
nombres	10	2	1	12	5



Graphique N° 3 : Représentation de la population d'étude selon la situation professionnelle

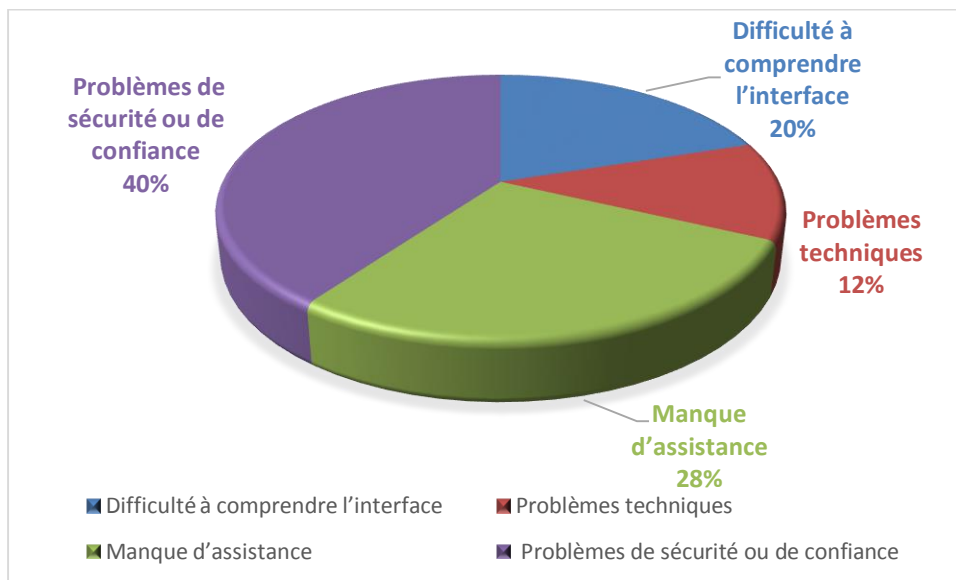
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°3 et le graphique n°3 présentent une répartition selon la situation professionnelle au sein d'un groupe de 25 personnes non utilisatrices de l'e-banking, montrant une forte proportion de personnes sans emploi (48 %), suivies des étudiants (40 %), tandis que les salariés (8 %), retraités (20 %) et entrepreneurs (4 %) sont faiblement représentés. Ces résultats soulignent que la majorité des non-utilisateurs de l'e-banking appartient à des catégories socialement ou économiquement moins insérées, ce qui peut expliquer un moindre accès ou une plus faible appétence pour les services bancaires en ligne. Le faible taux de salariés et d'entrepreneurs suggère que l'e-banking est perçu comme un outil plus indispensable dans les milieux professionnels actifs. La part des retraités reste non négligeable, traduisant une certaine réticence technologique dans cette tranche. Ainsi, ces observations confirment que les non-retours à l'e-banking est fortement lié à la situation professionnelle, en particulier à l'inactivité ou à la précarité.

Tableau N° 4 : Représentation des causes de no utilisation d'e-banking

causes	Difficulté à comprendre l'interface	Problèmes techniques	Manque d'assistance	Problèmes de sécurité ou de confiance
nombres	5	3	7	10



Graphique N° 4 : Représentation des causes de no utilisation d'e-banking

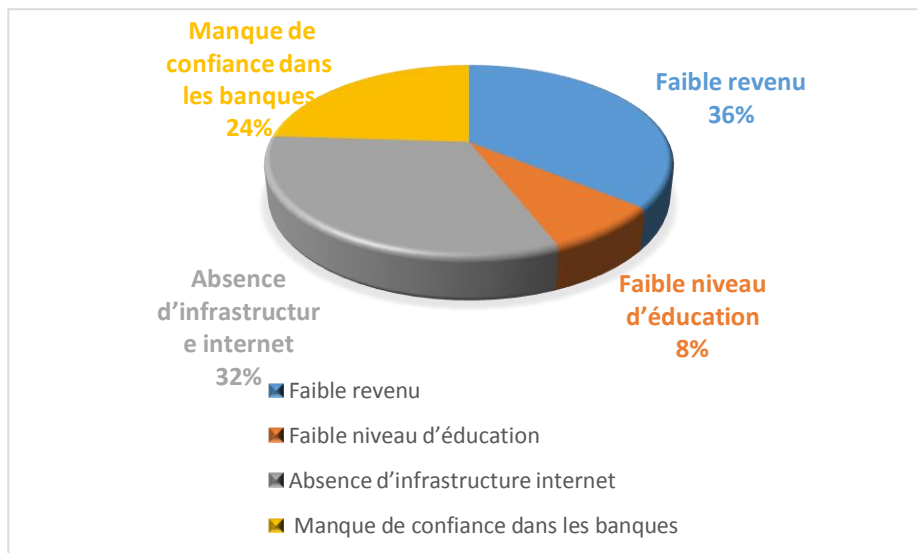
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°4 et le graphique n°4 présentent les causes de non-utilisation de l'e-banking au sein d'un groupe de 25 personnes, révélant que les principales raisons évoquées sont les problèmes de sécurité ou de confiance (40 %), suivis du manque d'assistance (28 %), des difficultés à comprendre l'interface (20 %) et des problèmes techniques (12 %). Ces résultats montrent que les freins à l'adoption de l'e-banking relèvent principalement de la perception de risques liés à la sécurité et de la méfiance envers les outils numériques, ce qui suggère une nécessité de renforcer la communication sur la fiabilité des plateformes. Le manque d'assistance indique également une attente d'accompagnement ou de formation, en particulier pour les publics moins familiers avec la technologie. Les difficultés à naviguer dans les interfaces et les bugs techniques, bien que moins souvent cités, représentent des obstacles concrets à l'usage régulier.

Tableau N°5: Présentation des barrières sociales ou économiques empêchent l'adoption d'e-banking selon les non utilisateurs

barrières sociales et économiques	Faible Revenu	Faible niveau d'éducation	Absence d'infrastructure internet	Manque de confiance dans les banques
Nombres		2	8	6



Graphique N°5 : Présentation des barrières sociales ou économiques empêchent l'adoption d'e-banking selon les non utilisateurs

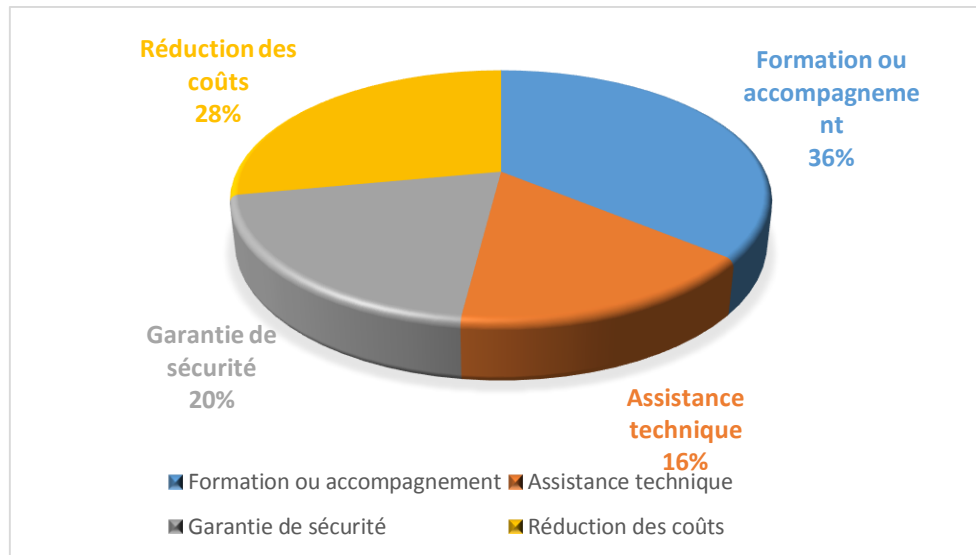
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°5 et le graphique n°5 présentent les barrières sociales et économiques identifiées par les non-utilisateurs de l'e-banking, révélant que les principaux freins sont le faible revenu (36 %), suivi de l'absence d'infrastructure internet (32 %), du manque de confiance dans les banques (24 %), et enfin du faible niveau d'éducation (8 %). Ces résultats montrent que l'adoption de l'e-banking est largement conditionnée par des facteurs socio-économiques structurels. Le faible revenu reflète une inégalité d'accès aux technologies numériques, car disposer d'un Smartphone, d'un forfait internet ou même d'un compte bancaire actif peut représenter un coût. L'absence d'infrastructure internet, particulièrement en zones rurales ou enclavées, constitue une barrière technique majeure. Le manque de confiance dans les institutions bancaires indique une relation fragilisée entre certains citoyens et leur système financier. Enfin, le niveau d'éducation, bien que moins souvent mentionné, reste un facteur d'exclusion pour l'utilisation de services numériques complexes.

Tableau N°6 : Représentation des solutions propose pour utiliser l'e-banking

propositions	Formation ou accompagnement	Assistance technique	Garantie de sécurité	Réduction des coûts
nombres	9	4	5	7



Graphique N° 6 : Représentation des solutions propose pour utiliser l'e-banking

Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

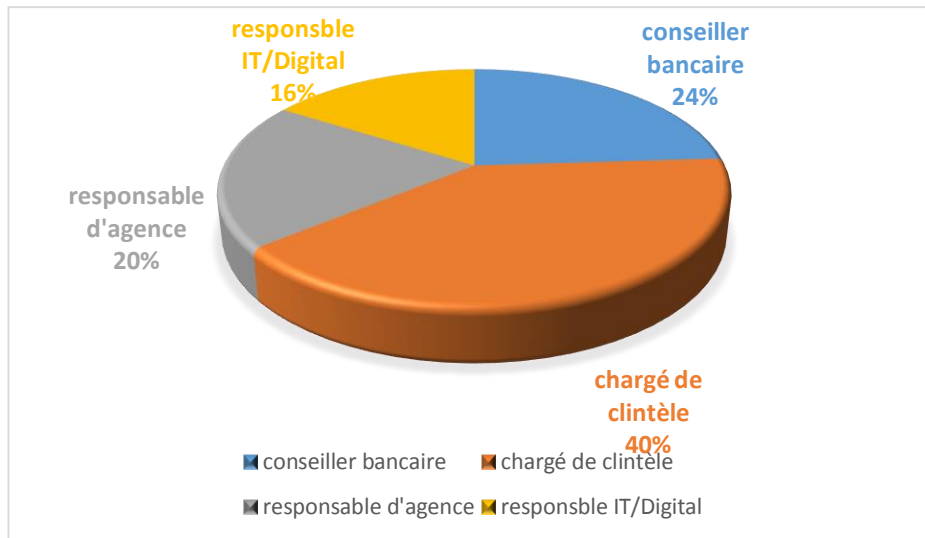
Interprétation :

Le tableau n°6 et le graphique n°6 présentent les solutions envisagées par les non-utilisateurs pour favoriser l'adoption de l'e-banking, montrant que la majorité propose la mise en place de formations ou d'un accompagnement personnalisé (36 %), suivie par la réduction des coûts liés au service (28 %), la garantie de sécurité (20 %), et l'assistance technique (16 %). Ces résultats traduisent un besoin fort de pédagogie pour familiariser les personnes aux outils numériques bancaires, en particulier les publics moins à l'aise avec la technologie. La question financière, deuxième solution la plus évoquée, suggère que certains perçoivent des coûts cachés ou estiment que les services devraient être plus accessibles. La garantie de sécurité reste un enjeu important pour lever les peurs liées aux fraudes ou à la confidentialité. Enfin, l'assistance technique, bien que moins citée, représente un soutien utile pour résoudre les difficultés d'usage.

2.3. Analyse et interprétation de résultats (employés et responsables de la banque CNEP)

Tableau N° 1 : Représentation de la population d'étude selon le poste occupé

postes	conseiller bancaire	chargé de clientèle	responsable d'agence	responsable IT/Digital
nombres	6	10	5	4



Graphique N°01: Représentation de la population d'étude selon le poste occupé

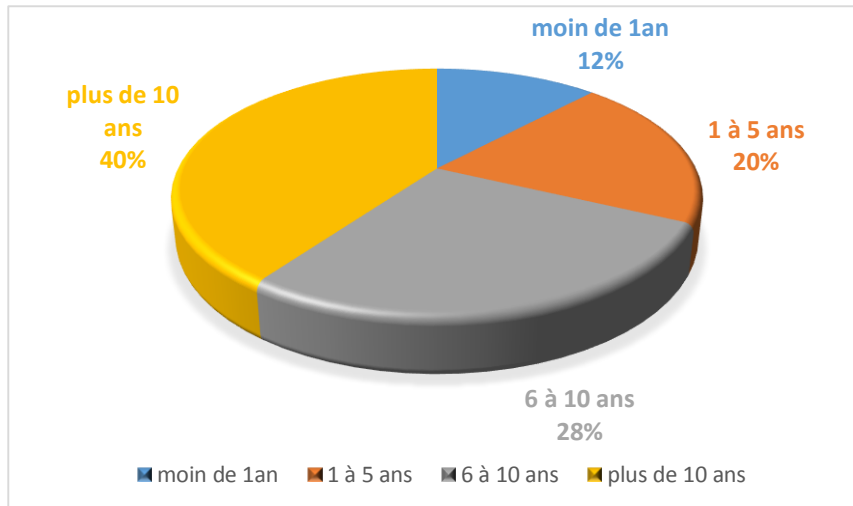
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°1 et le graphique n°1 présentent une répartition de la population d'étude selon le poste occupé au sein de la CNEP Banque, indiquant que la majorité des répondants sont des chargés de clientèle (40 %), suivis des conseillers bancaires (24 %), des responsables d'agence (20 %) et enfin des responsables IT/Digital (16 %).

Tableau N°2 : Représentation de la population d'étude selon l'expérience dans le secteur bancaire

expérience	moins de 1an	1 à 5 ans	6 à 10 ans	plus de 10 ans
nombres	3	5	7	10



Graphique N°2 : Représentation de la population d'étude selon l'expérience dans le secteur bancaire

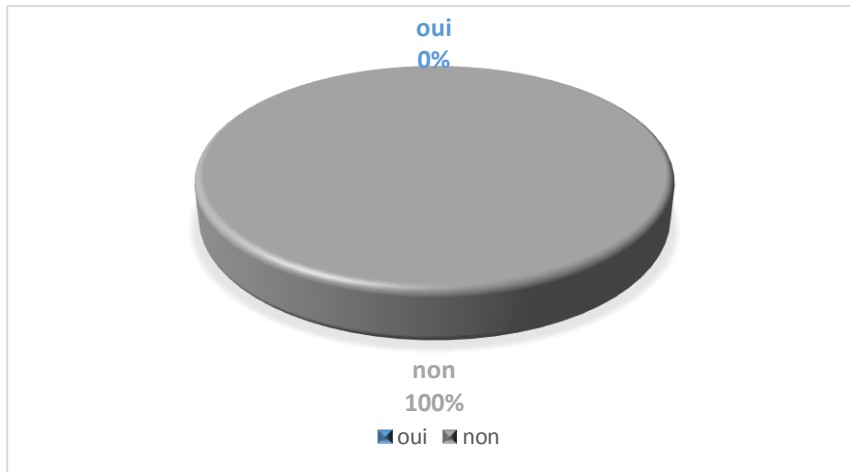
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°2 et le graphique n°2 présentent une répartition de la population d'étude selon l'expérience professionnelle dans le secteur bancaire, montrant que la majorité des employés interrogés disposent d'une ancienneté de plus de 10 ans (40 %), suivis de ceux ayant entre 6 et 10 ans d'expérience (28 %), puis entre 1 et 5 ans (20 %), et enfin ceux ayant moins d'un an (12 %).

Tableau N° 3 : Présentation du taux de réception de formation spécifique sur l'e-banking

Réception de la formation	oui	non
nombres	0	25



Graphique N°3 : Présentation du taux de réception de formation spécifique sur l'e-banking

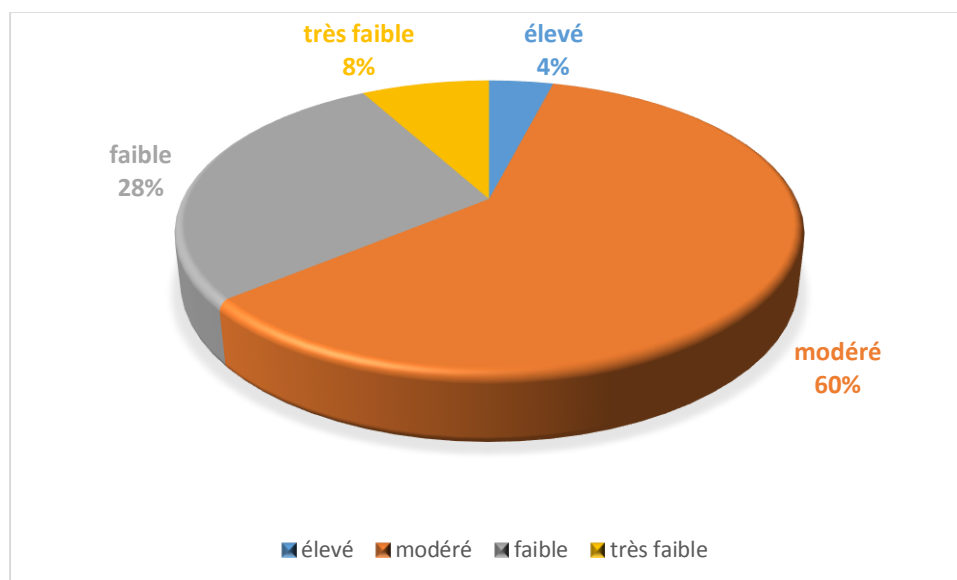
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°3 et le graphique n°3 présentent la répartition des employés de la CNEP Banque selon la réception d'une formation spécifique sur l'e-banking, montrant que 100 % des répondants déclarent ne jamais avoir reçu de formation dans ce domaine. Ce résultat est particulièrement alarmant, compte tenu du rôle stratégique que joue l'e-banking dans la modernisation des services bancaires et dans l'accompagnement des clients vers le numérique.

Tableau N°4 : Présentation du niveau d'adoption d'e-banking selon les employés et responsables

niveau	élevé	modéré	faible	très faible
nombres	1	15	7	2



Graphique N°4 : Présentation du niveau d'adoption d'e-banking selon les employés et responsables

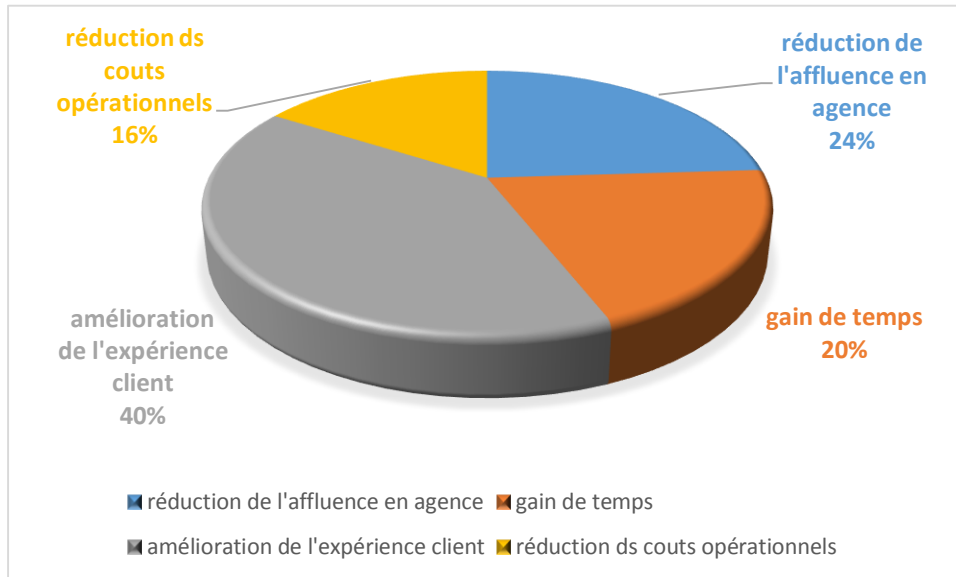
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°4 et le graphique n°4 présentent la perception du niveau d'adoption de l'e-banking par les clients, selon les employés et responsables de la CNEP Banque, indiquant que la majorité estime ce niveau comme modéré (60 %), suivi d'un niveau faible (28 %), très faible (8 %) et seulement 4 % le jugent élevé. Ces résultats traduisent une perception globalement prudente quant à la pénétration effective des services d'e-banking. Le jugement majoritaire de niveau modéré suggère que, bien que des efforts aient été entrepris, l'adoption par les clients reste partielle et inégale. Les pourcentages significatifs de réponses faible et très faible (36 % au total) révèlent que de nombreux employés observent encore une résistance ou une faible fréquentation des services numériques, ce qui peut être lié à divers facteurs : manque de sensibilisation, d'assistance, ou de confiance de la clientèle. Le fait que seulement 4 % perçoivent un niveau élevé d'adoption montre qu'il existe encore une marge importante de progression.

Tableau N°5 : Présentation des avantages d'e-banking pour la banque

avantages	réduction de l'affluence en agence	gain de temps	amélioration de l'expérience client	réduction des coûts opérationnels
nombres	6	5	10	4



Graphique N°5 : Présentation des avantages d'e-banking pour la banque

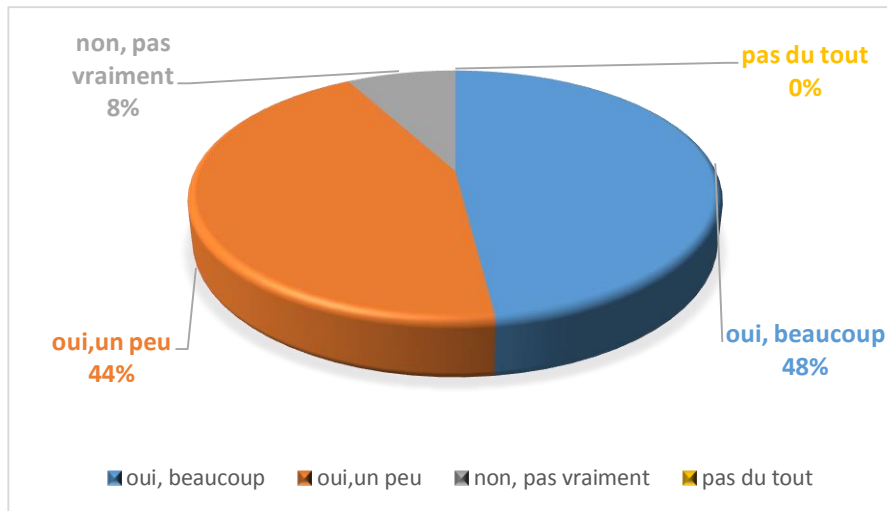
Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°5 et le graphique n°5 présentent les avantages perçus de l'e-banking pour la banque, selon les employés de la CNEP, montrant que l'amélioration de l'expérience client est l'avantage le plus cité (40 %), suivie par la réduction de l'affluence en agence (24 %), le gain de temps (20 %) et la réduction des coûts opérationnels (16 %). Cette répartition met en évidence une vision centrée sur le client, les répondants considérant en priorité que le numérique permet d'optimiser la satisfaction et la fluidité du parcours client. La réduction de l'affluence en agence, en deuxième position, traduit un bénéfice direct pour la gestion des ressources humaines et l'organisation du travail en agence. Le gain de temps est également vu comme un levier d'efficacité, autant pour les clients que pour les employés. Enfin, bien que la réduction des coûts opérationnels soit moins mentionnée, elle reste un aspect stratégique dans la rentabilité à long terme.

Tableau N°6 : Représentation de la contribution d'e-banking a l'inclusion financière

contribution	oui, beaucoup	oui, un peu	non, pas vraiment	pas du tout
nombres	12	11	2	0



Graphique N°6 : Représentation de la contribution d'e-banking a l'inclusion financière

Source : élaboré par nous-mêmes sur la base des résultats de l'enquête 2025

Interprétation :

Le tableau n°6 et le graphique n°6 présentent l'avis des employés de la CNEP Banque concernant la contribution de l'e-banking à l'inclusion financière, montrant que 48 % estiment que cette contribution est forte « oui, beaucoup », 44 % qu'elle existe mais de manière modérée « oui, un peu », tandis que seuls 8 % expriment un doute « non, pas vraiment », et aucun ne la réfute totalement. Ces résultats traduisent une reconnaissance quasi unanime du rôle de l'e-banking dans l'élargissement de l'accès aux services financiers, en particulier auprès des populations éloignées ou peu bancarisées. Le fait qu'une majorité considère cette contribution comme importante montre que les employés perçoivent l'e-banking non seulement comme un outil technologique, mais aussi comme un levier stratégique d'inclusion sociale et économique. La quasi-absence d'opinions négatives renforce cette vision positive, tout en soulignant la nécessité de consolider cette dynamique par des politiques de sensibilisation, de formation et d'accessibilité renforcée.

📌 Analyse globale du questionnaire

À travers le questionnaire que nous avons élaboré et administré au sein de la CNEP Banque, Agence Lamali 207 à Tizi-Ouzou, nous avons cherché à mieux comprendre le rôle de l'e-banking dans l'inclusion financière en Algérie. Notre enquête s'est appuyée sur deux volets essentiels : les employés de la banque d'un côté, et les clients (utilisateurs et non-utilisateurs du e-banking) de l'autre.

Nous avons conclu que le questionnaire était clairement structuré, avec des questions simples, précises et bien ciblées. Il a permis de recueillir des données utiles sur les perceptions, les habitudes d'utilisation, les avantages perçus et les obstacles rencontrés.

Ce que nous avons observé :


- ❖ Les employés reconnaissent que l'e-banking présente des avantages réels pour la banque : gain de temps, réduction de l'affluence, amélioration du service. Toutefois, ils soulignent également des freins importants tels que le manque de sensibilisation des clients, des problèmes techniques ou encore le manque de formation du personnel.
- ❖ Les clients utilisateurs utilisent principalement l'e-banking pour consulter leur solde, effectuer des virements ou payer des factures. Ils apprécient surtout la rapidité, la disponibilité 24/7, et le gain de temps. Néanmoins, beaucoup expriment le besoin d'une application plus fluide, d'une meilleure sécurité, et d'un service client plus réactif.
- ❖ Les non-utilisateurs du e-banking nous ont permis d'identifier plusieurs obstacles à l'inclusion financière numérique : méconnaissance des services, manque de confiance dans la sécurité des transactions, ou encore préférence pour les services en agence. Une part importante d'entre eux s'est montrée intéressée par des formations ou démonstrations, ce qui montre qu'il existe une volonté potentielle d'adhésion si des efforts d'accompagnement sont fournis.

Ce que nous avons conclu :

Grâce à cette enquête, nous avons pu conclure que le e-banking constitue un outil important de modernisation du secteur bancaire, mais que son rôle dans l'inclusion financière reste encore limité. Il est principalement utilisé par les clients déjà connectés et familiarisés avec les outils numériques, tandis que les personnes âgées, peu instruites ou vivant dans des zones mal desservies restent souvent exclues de ces services.

Conclusion

Notre étude empirique sur l'adoption de l'e-Banking a révélé que ce nouveau canal a largement contribué à améliorer la relation commerciale entre les banques et leurs clients, en répondant mieux à leurs attentes et en renforçant l'image des établissements auprès de leur clientèle. Pour encourager l'utilisation des services d'e-Banking, les banques mettent en avant la qualité de ces services, garantissant un confort optimal lors de leur utilisation, et déploient des actions d'information via leurs sites internet, des campagnes publicitaires en ligne ou par l'intermédiaire des chargés de clientèle. Lors d'un entretien avec le responsable du service e-Banking de la CNEP Banque, il a été souligné que les principales raisons motivant l'adoption de l'e-Banking sont l'amélioration de l'image concurrentielle de la banque, l'optimisation du service clientèle, la satisfaction des exigences en matière de sécurité et de qualité de service, ainsi que la réduction de la fréquentation des guichets, ce qui allège la charge des clients. Ainsi, l'e-Banking constitue un levier stratégique essentiel pour renforcer la compétitivité et la relation client des banques.



Conclusion générale

Conclusion générale

Le système bancaire algérien, longtemps dominé par les directives étatiques, a entamé une mue profonde à partir des années 1990 sous l'effet conjoint des réformes structurelles et de l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Cette période marque un tournant décisif, avec l'autonomisation progressive du secteur et l'introduction d'une dynamique concurrentielle via l'arrivée des banques privées et des établissements polyvalents, souvent qualifiés de « banques à tout faire ». Ces transformations institutionnelles ont créé un terreau propice à l'innovation, accéléré par l'avènement d'Internet et des outils numériques.

Le secteur bancaire algérien s'est ainsi adapté aux mutations technologiques en développant des services dématérialisés, regroupés sous l'appellation générique d'e-Banking. Ce concept, désigné indifféremment par les termes web banking, home banking, banque en ligne ou banque à distance, repose sur l'intégration du numérique comme socle opérationnel. Véritable noyau de la modernisation du secteur, l'e-Banking illustre la capacité des institutions financières algériennes à épouser les standards internationaux, tout en répondant aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée.

Cette évolution, analysée en détail dans notre étude, révèle une symbiose réussie entre réformes structurelles et révolution technologique. Le système bancaire algérien incarne désormais un modèle de transition réussie, où l'innovation sert à la fois de levier de croissance et de facteur d'inclusion financière.

Cette recherche visait principalement à identifier les facteurs motivant l'adoption de l'e-Banking par les banques algériennes et à évaluer leur rôle dans l'inclusion financière. Pour répondre à cette problématique, une étude basée sur un questionnaire a été menée, révélant que les méthodes traditionnelles ont cédé la place à des solutions numériques intégrant des technologies telles que les Smartphones, les distributeurs automatiques et les logiciels bancaires en ligne. Ces outils ont optimisé l'interaction client-banque grâce à des services accessibles en permanence, des frais réduits et une exécution rapide des opérations, évitant ainsi les surcharges dans les agences. L'e-Banking a non seulement permis d'attirer de nouveaux clients et de fidéliser les existants, mais aussi de renforcer l'efficacité organisationnelle des établissements, tout en contribuant à une gestion plus équilibrée de l'environnement bancaire. Cette transition technologique apparaît ainsi comme un levier clé de performance et d'inclusion financière en Algérie.

L'environnement actuel se révèle propice au développement du e-Banking, bien que les banques doivent intensifier leurs efforts et adopter une stratégie marketing rigoureuse pour promouvoir ces services via des canaux diversifiés (publicités en ligne, événementiel, centres d'appel), afin de toucher un large public et d'encourager l'usage des plateformes numériques, combinant ainsi innovation technologique et actions ciblées pour accélérer leur intégration dans les pratiques bancaires.

Il convient toutefois de souligner un enjeu clé pour la clientèle bancaire algérienne : le besoin d'interaction humaine, qui révèle le principal point faible de l'e-Banking à travers l'absence de contact physique. Cette dimension relationnelle, à laquelle notre société accorde une importance particulière, explique en partie l'expansion plus lente de l'e-Banking en

Conclusion générale

Algérie comparativement aux pays développés, où ces services se sont imposés il y a plusieurs années

En conclusion, si les banques ont pleinement saisi les avantages de l'e-Banking permis par Internet, celui-ci ne suffit pas à répondre à l'ensemble des attentes clients, notamment en matière de gestion relationnelle. Pour pérenniser son essor, une adaptation conjointe des pratiques bancaires et des habitudes des usagers s'impose, bien que l'e-Banking occupe désormais une place croissante dans notre quotidien.



Bibliographie

Ouvrage :

- ALAIN, C, nouvelles technologies et performance le cas de la banque à distance 22ème congrès de l'AFC, France, Mai 2001.
- ANGERS M « Initiation pratique à la méthodologie des recherches » Casbah université, Alger, 1997.
- BADOUC, M., LAVAYSSIERE, B. et COPIN E. « E-marketing de la banque et de l'assurance » Editions d'Organisations, Paris, 1994.
- BEGUIN, J-M. BERNARD, A. L'essentiel des techniques bancaires. Paris : Editions Groupe Eyrolles, 2008.
- BOURASSA, B. SERRE, F. Et ROSS, D. « Apprendre de son expérience ». Québec : presses de l'université du Québec, 2000.
- CHAPRON, B. « évaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente » glossaire, sur systèmes d'information, 2006.
- CHENNTOUF, T. « L'Algérie face à la mondialisation » Alger : Editions CODESRIA, 2008.
- COMBESSIE J-C, La méthode en sociologie, La Découverte, Collection : Repères200
- COPULSKY, J.R. et WOLF, M.J. « Relationship Marketing: Positioning for the future». Journal of Business Strategy, 1997.
- CRONIN N.J « banking and finance on internet » New York: Van Nostrand Reinhold. 1997.
- DINIZ, E « Web Banking in USA », Journal of Internet Banking and Commerce, vol.3, n°2, 1998.
- EIGLIER P. et LANGEARD E, Servuction. Le Marketing des services, McGraw Hill, 1987.
- FENNETEAU H. : Enquête : entretien et questionnaire, collections les topos, 2002.
- GENEVIÈVE, F « l'art de management de l'information » édition village mondial, 2000.
- HASHEM SHERIF M. et SERHROUCHNI A., « La monnaie électronique : Système de paiement sécurisé », Edition EYROLLES, Paris, 1999
- LAMOULINE O. « L'innovation technologique dans les établissements de crédit et les sociétés d'assurance » SESSI, 95 septembre, 1998.
- TOURNOIS, N. « Le marketing bancaire face aux nouvelles technologies : Le contexte de l'aube du troisième Millénaire » Tome 1. s.l. édition e-theque, 2002

Revue et articles et documents:

- **AFI (Alliance for Financial Inclusion).** (2021). Rapport sur l'inclusion financière numérique. AFI Publications.
- **ARLANDIS, Antonin, CIRIANI, Stéphane, & KOLÉDA, Gilles.** (2011, mai). L'économie numérique et la croissance : Poids, impact et enjeux d'un secteur stratégique (Document n° 24). Coe-Rexecode.
- **Banque d'Algérie.** (2006). Rapport sur la modernisation de l'infrastructure du système de paiement.
- **Banque Mondiale.** (2020). Rapport sur la monétique. Washington, D.C. : Banque mondiale.
- **CGAP (Consultative Group to Assist the Poor).**(2022). Digital Financial Services Annual Report.
- **Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., & Singer, D.** (2020). The Global Findex Database 2020: Financial Inclusion and the Fintech Revolution. World Bank.
- **G20.** (2020). G20 High-Level Principles for Digital Financial Inclusion.
- **Nsouli, S. M., & Schaechter, A.** (2002). Les enjeux de la banque électronique. Finances & Développement, 39FMI.
- **OCDE.** (2022). Digital Economy Outlook 2022. Organisation de coopération et de développement économiques.
- **SLIMANI-AKACEM, Khédidja.** L'impact de l'économie numérique sur la gouvernance bancaire. Université Alger 3
- **UNCDF (United Nations Capital Development Fund).** (2021). Leaving No One Behind in the Digital Era.
- **RAFAFA, Brahim.** (2020, décembre). La monétique en Algérie, développement et perspectives. Journal d'études en économie et management
- **BENAISSI, Merzak.** (2016, 5 mars). Économie numérique en Algérie : pourquoi ce retard ? Revue Économie numérique.
- **FILALI, Sarra.** (2018, 3 juillet). Les perspectives du commerce électronique en Algérie. Université de Mostaganem.
- **ALIOUCHE, Bahia.** (2013, 7 juillet). À quand la transition de l'Algérie vers l'économie numérique ? La Tribune.
- **REGLEMENT N°2005-06.** (2005, 15 décembre). Portant sur la compensation des chèques et autres instruments de paiement de masse. Banque d'Algérie.

Thèses et mémoires :

- **ATOUI, Nadjib & REKKOUCHE, AbdEnour.** (2017). Conception et réalisation d'un système e-banking pour les transactions électroniques (Mémoire de Master). Université Ferhat Abbas Sétif 1.
- **DOUANLA TOUOP, Firmin Evrard.** (2009). M-Banking : Analyse, conception et implémentation d'une solution de SMS Banking (Mémoire d'ingénierie). Institut d'ingénierie informatique de Limoges.
- **HAMEL, Hocine & BARKA, Mohammed.** (2013). Conception et réalisation d'une solution multi-communications pour la gestion de CCP (Mémoire de Master). Université Abou Bakr Belkaid – Tlemcen.

Bibliographie

- **KHEDIM, Mohammed Mehdi.** (2016). L'adoption des systèmes d'information : L'utilisation de l'e-banking dans le contexte algérien (Mémoire de Magister). Université Abou Bakr Belkaid – Tlemcen.
- **LAZREG, Mohamed.** (2015). Développement de la monétique en Algérie : Réalité et perspectives (Thèse de doctorat en sciences de gestion). Université d'Alger 3.
- **NAZERI, B. & COULIBALY.** (2002). La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) (Mémoire de fin d'études). Centre Africain d'Études Supérieures en Gestion (CESAG).
- **NOUI, Noureddine, DOUFFI, Maroua & CHOUBAR, Lyes.** (2023). Vers le e-banking sécurisé en Algérie (Thèse de doctorat en sciences de gestion). Université Mohamed Boudiaf – M'sila, Université d'Alger 3.
- **OMEROVIC, Nervan.** (2020, 15 juillet). Banques digitales : évolution ou révolution ? (Travail de Bachelor). Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE).
- **SAM, Hocine.** (2023). Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie : Étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou – État des lieux et perspectives (Thèse de doctorat). Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.
- **ZAIR, Lydia & MOUSSAOUI, Nora.** (2017). Les déterminants de l'adoption de l'e-banking par le secteur bancaire algérien : Cas de l'agence BNA n°581 de Tizi-Ouzou (Mémoire de Master). Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

Dictionnaire :

- Petit Larousse, Ed Larousse, Paris, 2005.

Site :

- <http://news.radioalgerie.dz/fr/node/39343> Consulte le 09/04/2025 à 12h
- <http://www.made-in-algeria.com/news/satim-5861.html> Consulte le 26/03/2025 à 8:15h
- <https://banque.pagesjaunes.fr/astuce/voir/603825/monnaie-electronique> Consulte le 19/03/2025 à 11 :25h
- <https://ebourse.dz/wp-content/uploads/2025/03/111.png> Consulte le 02/04/2025 à 15h
- <https://elwatan-dz.com/generalisation-des-tpe-des-commerçants-font-de-la-resistance>
- <https://elwatan-dz.com/generalisation-du-paiement-electronique-accelerer-la-cadence-pour-etre-au-rendez-vous-debut-2025> Consulte le 09/04/2025 à 12h
- <https://elwatan-dz.com/paiement-electronique-en-algerie-une-annee-record-en-2023> Consulte le 08/04/2025 à 13h
- <https://giemonetique.dz> consulter le 19/03/2025 à 14 :00 h
- <https://lalgerieaujourd'hui.dz/paiements-electroniques-en-algerie-une-progression-de-pres-de-100-sur-un-an/> Consulte le 26/03/2025 à 9h
- <https://mon-distributeur.fr/gab-vs-dab-quelles-differences-deux-types-distributeurs-automatiques-bancaires/> Consulte le 20/03/2025 à 17h
- <https://observalgerie.com> Paiement par « Visa » et « Mastercard ». Consulte le 05/04/2025 à 10h
- <https://professionnels.societegenerale.dz/> Terminal de Paiement Electronique TPE - Société Générale Algérie. consulter le 22/03/2025 à 17 :58 h.

Bibliographie

- <https://sbs-software.com/fr/insights/banque-numerique/> Consulté le 17/03/2025 à 16 :30h
- <https://shs.cairn.info/comprendre-et-maitriser-les-exces-de-la-societe--9782810906994?lang=fr> Consulté le 17 /03/2025 à 15h
- <https://sumeria.eu/blog/banque/quels-sont-les-differents-types-de-cartes-bancaires/> Consulté le 22/03/2025 à 11h
- <https://www.algerie-eco.com/> consulter le 19/03/2025 à 14 :00 h
- <https://www.aps.dz/algerie/181153-2025-sera-l-annee-de-la-poursuite-de-la-marche-en-avant-avec-determination-pour-relever-les-defis> Consulté le 26/03/2025 à 16 :44h
- <https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2021/03/reglement200506.pdf> Consulté le 01/04/2025 à 10 :12h
- <https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2025/03/INSTRUCTION-N%C2%B002-2025-FR.pdf> Consulté le 02/04/2025 à 10 :30h
- <https://www.bdl.dz/carte-visa/> Consulté le 10/04/2025 à 18 :43h
- <https://www.bna.dz/wp-content/uploads/2023/12/BNA-CGB-Particulier.pdf> Consulté le 02/04/2025 à 15:10h
- <https://www.capital.fr/votre-argent/distributeur-automatique-de-billet-dab-definition-et-caracteristiques-1428472> Consulté le 19/03/2025 à 11 :30 h
- <https://www.cartes-bancaires.com> Consulté le 20/03/2025 à 17 :30h
- <https://www.cidj.com/bien-vivre/sa-consommation/connaitre-les-differents-types-de-cartes-bancaires> Consulté le 22/03/2025 à 13:15h
- <https://www.consoglobe.com> consulté le 07/04/2025 à 15h00
- <https://www.detective-banque.fr> consulté le 07/04/2025 à 15h00
- <https://www.detective-banque.fr> consulté le 07/04/2025 à 17h00
- <https://www.france-memoire.fr/dossiers/invention-de-la-carte-a-puce-par-roland-moreno/>? Consulté le 17 /03 /2025 à 15 :04 h
- <https://www.guest-suite.com> site consulté le 07/04/2025 à 17h00
- <https://www.inc-conso.fr/node/9344> Consulté le 22/03/2025 à 11h
- <https://www.indjazat.com/nawel-benkritly-dg-de-la-satim-tous-les-processus-sont-mis-en-place-pour-repondre-aux-besoins-des-banques/> Consulté le 26/03/2025 à 8h
- <https://www.joradp.dz/HFR/Index.htm> consulte le 07/04/2025
- <https://www.lelynx.fr/finance/banque/carte-bancaire/> Consulté le 20/03/2025 à 18h
- https://www.memoireonline.com/01/23/13693/m_La-monnaie-electronique-en-Algerie-realite-et-perspectives-cas-de-la-BADR-de-Bordj-Menaiel27.html Consulté le 01/04/2025 à 10h
- https://www.oceanic-dz.com/actualites/loi-de-finances-pour-2025-les-principales-dispositions-applicables-par-ladministration-des-douanes_132.html Consulté le 05/04/2025 à 10h
- <https://www.progressoft.com/fr> Consulté le 05/04/2025 à 10:36h
- <https://www.quechoisir.org/guide-d-achat-banque-en-ligne-n6031/> Consulté le 23/03/2025 à 14 :06h
- <https://www.satim.dz/index.php/fr/> Consulté le 25/03/2025 à 10 :15h
- <https://www.tsa-algerie.com/cartes-visa-et-mastercard-lalgerie-prend-une-importante-mesure/> Consulté le 08/04/2025 à 13h
- <https://www.ubs.com/ch/fr/wealth-management/womens-wealth/magazine/articles/history-of-digital-banking.html> Consulté le 25/03/2025 à 10h

Bibliographie

- <https://www.ummo.dz/dspace/bitstream/handle/ummo/16115/memoir.pdf?sequence=1>
- <https://www.wikifin.be/> 11/04/2025 à 15H00
- www.aps.dz. site consulté le 11/04/2025 à 11h00
- www.bank-of-algeria.dz, site consulté le 11/04/2025 à 13h00
- www.cnepbanque.dz site consulté le 11/04/2025 à 11h00



Annexes

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.

Faculté des Sciences Économiques, sciences de Gestion et Commerciales

Département des sciences de gestion



Questionnaire

Dans le contexte de la rédaction d'un mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention d'un Master 2 en Economie Monétaire et Financière à l'université de Mouloud Mammeri de TIZI - OUZOU portant sur <<le e-banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population au sein de la CNEP-Banque T-O>>. Nous sollicitons quelques instants de votre temps pour répondre à notre questionnaire.

Nous vous remercions d'avance pour votre précieuse collaboration

1. Questionnaire pour les employés et responsables de la CNEP:

➤ Poste occupé :

- Conseiller bancaire
- Chargé de clientèle
- Responsable d'agence
- Responsable IT/Digital
- Autre (précisez) :

➤ Expérience dans le secteur bancaire :

- Moins de 1 an
- 1 à 5 ans
- 6 à 10 ans
- Plus de 10 ans

➤ Avez-vous reçu une formation spécifique sur l'e-banking ?

- Oui
- Non

➤ **Selon vous, quel est le niveau d'adoption du e-banking par les clients de la CNEP ?**

- Élevé
- Modéré
- Faible
- Très faible

➤ **Quels sont les principaux avantages du e-banking pour la banque ?**

- Réduction de l'affluence en agence
- Gain de temps pour les employés
- Amélioration de l'expérience client
- Réduction des coûts opérationnels

➤ **Pensez-vous que le e-banking contribue à l'inclusion financière en Algérie ?**

- Oui, beaucoup
- Oui, un peu
- Non, pas vraiment
- Pas du tout

2. Questionnaire pour les clients (utilisateurs de l'e-banking):

➤ **Sexe:**

- Homme
- Femme

➤ **Âge :**

- Moins de 18 ans
- 18-25 ans
- 26-35 ans
- 36-45 ans
- 46-60 ans
- Plus de 60 ans

➤ **Situation professionnelle :**

- Étudiant(e)
- Salarié(e)

Entrepreneur

Sans emploi

Retraité(e)

➤ **Quels services utilisez-vous le plus ? (plusieurs réponses possibles)**

Consultation du solde

Virements bancaires

Paiement de factures

Rechargement mobile

➤ **Quels sont les avantages de l'e-banking selon vous ?**

Gain de temps

Accessibilité 24/7

Moins de déplacements en agence

Sécurité

➤ **Quelles améliorations souhaiteriez-vous voir dans les services d'e-banking de la CNEP ?**

Plus de services disponibles

Application plus fluide et rapide

Sécurité renforcée

Assistance client plus réactive

3. Questionnaire pour les clients (non-utilisateurs de l'e-banking):

➤ **Sexe:**

Homme

Femme

➤ **Âge :**

Moins de 18 ans

18-25 ans

26-35 ans

36-45 ans

46-60 ans

Plus de 60 ans

➤ **Situation professionnelle :**

Étudiant(e)

Salarié(e)

Entrepreneur

Sans emploi

Retraité(e)

➤ **quelles difficultés avez-vous rencontrées ?**

Difficulté à comprendre l'interface

Problèmes techniques (connexion, bugs)

Manque d'assistance ou d'aide

Problèmes de sécurité ou de confiance

➤ **Quelles barrières sociales ou économiques empêchent, selon vous, certaines personnes d'utiliser le e-banking ?**

Faible revenu

Faible niveau d'éducation

Absence d'infrastructure internet

Manque de confiance dans les banques

➤ **Que faudrait-il pour que vous commenciez à utiliser le e-banking ?**

Formation ou accompagnement

Assistance technique disponible

Garantie de sécurité renforcée

Réduction ou suppression des coûts

Nous vous remercions d'avoir pris du temps à remplir ce questionnaire, qui nous aidera à mieux réaliser notre travail.

A decorative graphic of a scroll with a grey border and rounded corners. The scroll is unrolled in the center, with the text 'Table des matières' written inside in a bold, black, serif font. The scroll has a slight 3D effect with a grey shadow on the left side.

Table des matières

Remerciement	
Dédicace	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Liste des graphes	
Introduction générale	01
Chapitre 01 : La révolution numérique et ses effets sur les services bancaires	
Introduction	04
Section 01 : L'économie numérique et les banques numérique	04
1. C'est quoi le numérique ?	04
1.1. Définition	05
2. C'est quoi L'économie numérique ?	05
2.1. Définition de l'économie numérique	05
2.2. Les caractéristiques de l'économie numérique	07
2.3. Les acteurs de l'économie numérique	07
2.4. L'économie numérique en Algérie	08
3. La banque numérique	08
3.1. Définition	08
3.2. Les outils du numérique au niveau bancaire	09
4. La monétique	09
4.1. Définition de la monétique	09
4.2. L'évolution de la monétique	11
4.2.1. Les débuts de la monétique : la carte bancaire et la sécurisation des paiements	11
4.2.2. Les innovations récentes dans la monétique	11
4.3. Les différentes générations de la monétique	12
4.3.1. La monnaie électronique « 1G » (première génération)	12
4.3.2. La monnaie électronique « 2G » (deuxième génération)	13
4.3.2.1. La carte à puce « porte-monnaie »	13
4.3.2.2. La carte à puce « porte-monnaie » convertible	13
4.3.2.3. La carte à puce « porte-monnaie », convertible et rechargeable	13
4.3.3. La monnaie électronique de troisième génération (monnaie « 3G »)	13
4.4. Les formes de la monétique	13
4.4.1. les porte-monnaie électroniques (PME)	13
4.4.2. Le porte-monnaie virtuel (PMV)	14
4.4.3. La banque électronique (e-banking)	15
5. Les produits monétique	15
5.1. Les guichets et distributeurs automatiques (GAB/DAB)	15
5.1.1. Distributeur Automatique de Billets (DAB)	15
5.1.2. Guichet Automatique de Banque (GAB)	16
5.1.3. L'évolution des (DAB) et des (GAB)	17
5.1.4. Rôle des DAB/GAB dans la Monétique	18
5.2. Les cartes bancaires	18
5.2.1. Le rôle des cartes bancaire	19
5.2.2. Structure d'une carte bancaire	19

Table des matières

5.2.3.	Processus d'une transaction par carte bancaire	20
5.2.4.	Types de cartes bancaires	20
5.2.4.1.	Carte Bleue	21
5.2.4.2.	Carte de Retrait	21
5.2.4.3.	Carte de Paiement	21
5.2.4.4.	Carte Prépayée	21
5.2.4.5.	Carte de Crédit	21
5.2.4.6.	Carte à Débit Immédiat	22
5.2.4.7.	Carte à Débit Différé	22
5.2.4.8.	Carte à Autorisation Systématique	22
5.2.5.	Les gammes de cartes bancaires	22
5.3.	Les banques en ligne	22
5.3.1.	Définition des Banques en Ligne	23
5.3.2.	Les néo-banques	23
5.3.3.	Le rôle des banques en ligne dans la monétique	23
5.3.4.	Évolution des Banques en Ligne	24
5.3.4.1.	Étapes de l'évolution	24
5.3.5.	Type de banque en ligne	25
Section 2 : La monétique en Algérie		26
1.	Apparition et développement de la monétique en Algérie	27
2.	Création de la SATIM Société d'Automatisation des Transaction Interbancaire et de monétique	28
2.1.	Définition	28
2.2.	Les missions de la SATIM	29
2.3.	Activité de la SATIM	30
3.	Le Groupement d'Intérêt Economique (GIE-monétique)	31
3.1.	Présentation de la GIE-Monétique	31
3.2.	Les objectifs du GIE-monétique	31
3.3.	Les missions du GIE-monétique	31
3.4.	Les organes statutaires de la GIE Monétique	32
4.	Le réseau monétique interbancaire algérien (RMI)	33
4.1.	Présentation du RMI	33
4.2.	Les composantes du RMI	33
4.2.1.	Le DAB / GAB	33
4.2.1.1.	Fonctionnalités Communes	34
4.2.1.2.	Fonctionnalités Supplémentaires du GAB	34
4.2.1.3.	Sécurité	34
4.2.2.	Le Terminal de paiement électronique (TPE)	34
4.3.	Rôle du Réseau Monétique Interbancaire (RMI)	36
4.4.	Les objectifs du RMI	36
4.5.	Les Acteurs du RMI	37
4.5.1.	Les Institutions Financières	37
4.5.2.	Les Gestionnaires de RMI	37
5.	Création du Centre de Pré-compensation Interbancaire (CPI)	37

Table des matières

5.1. Création du CPI	37
5.2. Fonctions et Activités	38
5.3. Projets et Développements Récents.....	38
5.4. Rôle dans le Système Financier Algérien	39
5.5. Convention et Relations avec les Participantes	39
6. La Dématérialisation Des Moyens De Paiement.....	39
6.1. Le système de télé-compensation de paiement de masse.....	39
6.1.1. Définition du système de télé-compensation (ATCI)	39
6.1.2. Les objectifs du système de télé compensation	40
6.1.3. Le fonctionnement du système ATCI	40
6.1.4. Les caractéristiques du système de télé compensation	41
6.2. Le système de paiement de gros montant RTGS.....	41
6.2.1. Présentation du système RTGS.....	41
6.2.2. Les objectifs du système RTGS.....	42
6.2.3. Le fonctionnement du système RTGS	43
6.2.4. Les Piliers du système RTGS	43
6.2.5. Caractéristiques et avantages.....	43
6.2.6. Participants et modernisation.....	44
7. Introduction des cartes Visa et Mastercard	44
7.1. Présentation	44
7.2. Fonctionnalités des Cartes Visa et Mastercard	45
7.2.1. Visa	45
7.2.2. Mastercard	45
7.3. Les cartes bancaires en Algérie	46
8. Le lancement du paiement en ligne	46
8.1. Évolution Récente du Paiement Électronique.....	47
8.1.1. Augmentation des Transactions Électroniques	47
8.1.2. Paiement Mobile par QR Code	47
8.1.3. Paiement sur Internet.....	47
8.1.4. Expansion des Infrastructures	47
8.1.5. Généralisation du Paiement Électronique.....	47
Conclusion	48

Chapitre 2 : E-banking et l'inclusion financière

Introduction	49
Section 1 : concepts théoriques et technique sur l'E-banking	50
1. E-banking, produit de l'avancée numérique dans la finance	50
1.1. définition d'e-banking	50
1.2. les différents types des banques en ligne	52
1.2.1. les pure players.....	52
1.2.2. les banques en ligne mobile	53
1.2.3. les banques des assureurs.....	53
1.2.4. Les agences à distance.....	53
1.3. L'évolution de l'E-Banking	53
2. inclusion financière, cadre conceptuel.....	55

Table des matières

2.1. Définition de l'inclusion financière	55
2.2. L'évolution de l'inclusion financière	56
2.3. Les indicateurs de l'inclusion financière	57
2.3.1. Les indicateurs d'accès aux services financiers	57
2.3.2. Les indicateurs de financement des entreprises	58
3. Contribution de l'e-banking à l'inclusion financière optimale	59
Section 2 : E-banking et son apport à l'inclusion financière, expérience Algérienne	62
1. Au niveau bancaire	62
1.1. Les différentes phases de développement de l'e-banking en Algérie	62
1.1.1. Phase Initiale (Années 2000) : Premiers Pas et Sensibilisation	62
1.1.2. Phase de Développement (Années 2010) : Expansion des Services et Infrastructure	62
1.1.3. Phase de Consolidation (Années 2020) : Essor du Mobile Banking et Innovation	63
1.1.4. Phase Actuelle : Défis et Perspectives.....	63
1.2. Les moyens de paiement (les initiatives individuelles)	63
1.2.1. Les Cartes émises	64
1.2.2. Le Parc DAB	65
1.3. Modernisation de systèmes de paiement	66
1.3.1. Le système de paiement gros montant	66
1.3.2. Le système de télé-compensation en Algérie (Algérie Télé-compensation Interbancaire)	66
2. Situation actuelle de l'e-banking en Algérie	67
2.1. Services proposés par les banques algériennes	68
2.1.1. Carte CIB (carte interbancaire).....	68
2.1.2. Carte classique.....	68
2.1.3. Carte Gold	69
2.1.4. Internet-Banking en Algérie	69
2.1.5. SMS Banking en Algérie	69
3. Cadre réglementaire et institutionnel de l'e-banking en Algérie	70
3.1. La Loi n° 23-09 du 21 juin 2023 sur la monnaie et les banques	70
3.1.1. Encadrement des banques numériques et des services électroniques	70
3.1.2. Introduction du Dinar Algérien Digital (DAD)	71
3.1.3. Renforcement des contrôles et de la cybersécurité	71
3.1.4. Implications de la loi 23-09	72
3.2. Le Règlement n° 24-04 du 13 octobre 2024 sur les banques digitales	72
3.2.1. Conditions de création des banques numériques	72
3.2.2. Autorisation et supervision	73
3.2.3. Exclusion des succursales étrangères	73
3.2.4. Implications du règlement 24-04	73
4. Acteurs principaux et offres de services e-banking	74
4.1. Les formes d'e-banking	74
4.1.1. le PC Banking	74
4.1.2. Le Mobile Banking (M-Banking)	74
4.1.3. WAP banking.....	75
4.1.4. SMS Banking.....	75
4.1.5. Le Guichet Automatique Bancaire (GAB)	75

Table des matières

4.2. les caractéristiques d'e-banking	76
4.3. Les services d'E-banking	76
4.4. Les différents acteurs d'e-banking	77
4.5. Les avantages et obstacles à l'adoption d'e-banking	79
4.5.1. Les avantages.....	79
4.5.1.1. Avantages du point de vue des banques.....	79
4.5.1.2. Avantage du point de vue du client	82
4.5.2. Les inconvénients de l'e-banking.....	82
4.6. Les risques.....	84
Conclusion	86
Chapitre 3 : Etude appliquée de l'e-banking au sein de la CNEP	
Introduction.....	87
Section 1 : CNEP-Banque : Historique, Évolutions et Fonctionnement des Services d'E-Banking.....	87
1. Historique et évolutions de la CNEP banque	88
2. Organisation de la CNEP-banque.....	91
2.1. Organigramme de la CNEP-banque	92
2.2. Organigramme de la Direction Générale	93
2.3. Définition et Caractéristiques de la Carte Épargne	93
3. Missions et opérations de la CNEP-banque	95
3.1. Les missions de la CNEP-banque.....	95
3.1.1. La collecte de l'épargne	95
3.1.2. Le financement de l'habitat	95
3.1.3. La promotion immobilière.....	96
3.2. Les opérations de la CNEP Banque.....	96
4. Le rôle de la CNEP-Banque	96
5. Présentation de l'agence d'accueil CNEP-Banque (TIZI OUZOU LAMALI 207).....	97
5.1. Organigramme de l'agence LAMALI207 de TIZI-OUZOU	97
6. Les instruments de la dématérialisation des services et prestations bancaire de la CNEP – Banque, agence LAMALI207 de Tizi-Ouzou.....	98
6.1. La carte CIB	98
6.2. La carte épargne	98
6.3. Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) et Terminaux de Paiement Électroniques (TPE).....	99
6.4. Système de balayage et prélèvement automatique	99
6.5. Plateforme numérique et espace électronique	99
6.6. Interopérabilité et sécurité renforcée	99
7. Modalités et fonctionnement des services d'e-banking à la CNEP banque	99
7.1. Processus d'abonnement aux services e-banking	99
7.1.1. Remplissage de la demande d'abonnement	99
7.1.2. Souscription à l'abonnement	99
7.1.3. Identification et enregistrement des interlocuteurs	100
7.1.4. Sélection des comptes autorisés.....	100
7.1.5. Attribution des profils d'utilisation.....	100

Table des matières

7.1.6. Validation de l'abonnement.....	101
7.1.7. Signature de la convention d'adhésion.....	101
7.2. Génération automatique des fichiers et intégration dans la solution e-banking	101
7.2.1. Accès au service e-banking	101
7.2.2. Durée et résiliation de l'abonnement.....	103
8. Présentation des Services et les packs Offerts via e-Banking.....	103
8.1. Les services e-banking	104
8.1.1. Consultation des Soldes et Historique des Soldes	104
8.1.2. Consultation des Derniers Mouvements	105
8.1.3. Téléchargement des Relevés de Compte.....	106
8.1.4. Édition des Relevés de Compte	106
8.1.5. Édition des Relevés d'Identité Bancaire (RIB).....	106
8.1.6. Commandes de Chéquiers	107
8.1.7. Consultation des Cartes Bancaires	108
8.1.8. Opposition sur Carte Bancaire.....	108
8.1.9. Consultation et Édition des Opérations sur Carte.....	109
8.1.10. Consultation des Crédits.....	109
8.2. Packs de Services e-Banking	109
9. responsabilités et obligations des clients et de la banque	110
9.1. Obligations et les responsabilités du Client	110
9.2. Obligations et les Responsabilité de la Banque	112
9.2.1. Sécurité des Transactions et des Données	112
9.2.2. Disponibilité et Accessibilité des Services	112
9.2.3. Support Client et Traitement des Réclamations.....	113
9.2.4. Conformité Légale et Réglementaire	114
9.2.5. Gestion des Transactions et Erreurs	114
9.2.6. Éducation et Sensibilisation à la Sécurité.....	115
Section 02 : analyse pratique de l'e-banking et son rôle dans l'inclusion financière de la population au sein de la CNEP-banque : Enquête auprès des Employés et des Clients	116
1. Méthodologie de recherche	116
1.1. Description générale de l'enquête	116
1.1.1. Lieu de l'enquête	116
1.1.2. Période de l'enquête	116
1.1.3. Population ciblée.....	116
1.2. Objectif de l'enquête	116
1.3. Présentation de l'enquête.....	116
1.4. Etapes suivies	117
2. Analyse et interprétation des résultats	118
2.1. Analyse et interprétation de résultats (clients de la banque CNEP utilisateurs de l'e-banking)	118
2.2. Analyse et interprétation de résultats (clients de la banque CNEP non utilisateurs de l'e-banking)	124
2.3. Analyse et interprétation de résultats (employés et responsables de la banque CNEP)	130
3. Analyse globale du questionnaire.....	135

Table des matières

Conclusion	137
Conclusion générale	138
Bibliographie	
Annexes	
Table des matières	
Résumé	

Résumé

Le e-banking en Algérie, notamment à travers la CNEP-Banque, constitue un levier majeur pour l'inclusion financière en offrant aux clients la possibilité de gérer leurs comptes, effectuer des virements, payer des factures et accéder à divers services bancaires à distance via internet, mobile ou SMS. Ce mode de banque électronique modernise le secteur bancaire algérien, qui a connu une transformation importante avec la privatisation et l'arrivée de nouveaux acteurs, ainsi que la mise en place de systèmes de paiement électronique sécurisés comme la carte CIB et les terminaux de paiement électronique. L'e-banking facilite l'accès aux services financiers pour les populations éloignées des agences traditionnelles, réduisant ainsi les inégalités d'accès. Cependant, malgré ces avancées, des défis subsistent, notamment en termes de confiance, d'éducation financière et d'infrastructure. L'étude de ce thème permet d'évaluer comment la CNEP-Banque contribue à promouvoir l'adoption du e-banking pour renforcer l'inclusion financière en Algérie.

Mots clés : E-banking, Inclusion financière, CNEP-Banque, Modernisation du secteur bancaire, Systèmes de paiement électronique sécurisés, Carte CIB, Terminaux de paiement électronique.

Abstract

E-banking in Algeria, particularly through CNEP-Banque, represents a major driver for financial inclusion by offering customers the ability to manage their accounts, make transfers, pay bills, and access various banking services remotely via the internet, mobile, or SMS. This electronic banking method modernizes the Algerian banking sector, which has undergone significant transformation with privatization, the arrival of new players, and the implementation of secure electronic payment systems such as the CIB card and electronic payment terminals. E-banking facilitates access to financial services for populations far from traditional branches, thereby reducing inequalities in access. However, despite these advances, challenges remain, especially regarding trust, financial education, and infrastructure. Studying this topic allows us to evaluate how CNEP-Banque contributes to promoting e-banking adoption to strengthen financial inclusion in Algeria.

Key words: E-banking, Financial inclusion, CNEP-Banque, Modernization of the banking sector, Secure electronic payment systems, CIB card, Electronic payment terminals.