

Algérienne République démocratique et populaire

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou



Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Département de science de gestion

Mémoire de fin d'étude

Spécialité : Management bancaire

Année universitaire : 2020 / 2021

Le développement de l'E-banking en Algérie

Réalisé par : M^{elle} KHERROUBA Rakel

M^{elle} HAMICHE Meriem

Soutenu en : 24/11/2021 devant les jurys

<i>AKSIL. K.</i>	<i>MAA.</i>	<i>UMMTO.</i>	<i>PRESIDENTE</i>
<i>BOURKACHE. F</i>	<i>MCB.</i>	<i>UMMTO</i>	<i>ENCADREUR</i>
<i>REMIDI. DJ.</i>	<i>MAA.</i>	<i>UMMTO</i>	<i>EXAMINATRICE</i>

Promotion 2021

Remerciement

Tout travail de recherche n'est jamais totalement l'œuvre d'une seule personne, car il met en jeu la participation et l'aide de plusieurs personnes et organismes. Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude et sincère reconnaissance ainsi que nos vifs remerciements :

À Dieu le tout puissant de nous avoir accordé la force et le courage pour réaliser ce modeste travail.

Nous tenons à remercier particulièrement nos parents ; notre succès demeure de loin le fruit de leurs longues années de sacrifices et d'éducation.

Nos vifs remerciements, accompagnés de toute notre gratitude, vont tout d'abord à notre promotrice **Mme F. Bourkache**, pour nous avoir proposé ce sujet et dirigé notre travail, **Mr A. Ouazi**, **Mme S. djebbar** et **Mr M. Haddadou** pour leurs aides, leurs disponibilité et avis éclairés.

Nous remercions Mr Y. Goumeziane le directeur du CPA de Tizi-Ouzou de nous avoir accueillis au sein de la banque. Qu'il veuille bien trouver ici l'expression de nos profondes gratitude.

Nous remercions également **Mme L. Aksil**, pour avoir accepté de présider le jury.

Nous adressons nos remerciements à **Mme Dj. Remidi** pour l'intérêt qu'elle a bien voulu porter à ce travail en acceptant de faire partie du jury.

Notre sincère reconnaissance à l'ensemble des personnels de la banque CPA de Tizi-Ouzou pour leurs collaborations et leurs accueils chaleureux.

Nous ne pouvons-nous empêcher d'avoir une pensée pour ceux et celles qui ont répondu présents et nous ont offert leurs soutien moral dans les moments difficiles et qui étaient à nos côtés pour partager avec nous les moments de joie.

Nous tenons aussi à remercier tous les enseignants du département de Science de gestion sans exception et ceux de différents niveaux d'enseignements.

Dans l'impossibilité de citer tous les noms, nos sincères remerciements vont à tous ceux et celles, qui de près ou de loin, ont permis par leurs conseils et leurs compétences la réalisation de ce mémoire.

Dédicace

« Que le sage écoute, il augmentera son savoir, et celui qui est intelligent acquerra de l'habileté.
Écoute, mon fils, l'instruction de ton père et ne rejette pas l'enseignement de ta mère ».

Je dédie ce présent travail :

A la mémoire de mon défunt père **Moussa** qui m'a indiqué la bonne voie en me rappelant que la volonté et l'éducation fait toujours les grands hommes et femmes, que Dieu, t'accueille dans son éternel paradis.

A la mémoire de mon défunt grand père **Mohamed** et Grand'mère **Louise** que dieux les accueille dans son vaste paradis.

A ma mère **Biba** qui attendue avec patience le fruit de sa bonne éducation et qui m'a arroser de tendresse et d'espoirs, à la mère des sentiments fragiles qui m'a bénie par ces prières. Je prie dieu le tout puissant de la protéger et de l'accorder une longue vie.

A ma sœur **Nina** je te remercie pour ton soutien continu. Je suis chanceuse de t'avoir à mes côtés bon chance ma meilleure. A mon unique cher petit frère **Moumou** je te souhaite le bonheur et la réussite et le succès dans l'épreuve du baccalauréat et tout ce qu'il y a de meilleur. A mon fiancé **Halim** qui a été toujours là pour moi, qui m'a encouragé, je te remercie pour ton soutien inconditionnel durant ces longues années, ta grande patience, ton écoute et tes conseils pertinents m'ont beaucoup apporté.

A mon grand-père maternel **Mahmoud** et ma grand-mère paternel **Aziza** Que ce modeste travail soit l'expression des vœux que vous n'avez cessé de formuler dans vos prières. Que Dieu vous préserve santé et longue vie.

A mes oncles et tantes leurs époux, épouses, cousins et cousines tant paternels que maternels pour leurs affection.

Ma chère binôme et amie tout au long du notre parcours scolaire et universitaire **Meriem** Je ne peux trouver les mots sincères pour t'exprimer mon affection et mes pensées, tu es pour moi une sœur sur qui je peux compter. En témoignage de l'amitié qui nous uni et des souvenirs de tous les moments que nous avons passé ensemble, je te dédie ce travail et je te souhaite une vie pleine de santé et de bonheur.

RAKEL

Dédicace

Avec l'expression de ma reconnaissance, je dédie ce modeste travail à ceux qui, quels que soient les termes embrassés, je n'arriverais jamais à leur exprimer mon amour sincère.

A mon grand-père **Ouali**, mes grand'mères **Fetta** et **Baya**, mes oncles et mes tantes ; que dieu leur donne une longue et joyeuse vie.

A l'homme, mon précieux offre du dieu, qui doit ma vie, ma réussite et tout mon respect : mon cher père **Amer**.

A la femme qui a souffert sans me laisser souffrir, qui n'a jamais dit non à mes exigences et qui n'a épargné aucun effort pour me rendre heureuse ; mon adorable mère **Djamila**.

A mes frères **Messaoud**, **Ghani** et sœurs **Assia**, **Fetta**, **Ghania** et **Hanane**, leurs époux et leurs enfants qui n'ont pas cessé de me conseiller, encourager et soutenir tout au long de mes études. Que dieu les protège et leur offre la chance et le bonheur.

Je dédie ce modeste travail à notre chouchou **Amimer** que dieu lui accorde une belle vie avec un meilleur avenir.

Une dédicace à mon mari **Messaoud**, mon beau-père **Heddad Mouloud** et belle-mère **Saliha**, belle-sœur **Ouardia**, merci pour vos encouragements je vous souhaite que du bonheur, que dieu vous préserve en bonne santé.

A tous les cousins et cousines merci pour leurs amours et leurs encouragements.

A **N. Lemdani** qui a été toujours là pour moi, qui m'a encouragé, je te remercie pour ton soutien inconditionnel durant ces longues années, ta grande patience, ton écoute et tes conseils pertinents m'ont beaucoup apporté.

A **Thanina** qui nous a beaucoup aidé, je te remercie infiniment que dieu t'accorde une de tes vœux.

Sans oublier ma binôme **Rakel** pour son soutien moral, sa patience et sa compréhension tout au long de notre parcours scolaire et universitaire.

« Soyons reconnaissants aux personnes qui nous donnent du bonheur ; Elles sont les charmants jardiniers par qui nos âmes sont fleuries ». Marcel Proust.

Meriem

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale	9
Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC	13
Section 1 : Aperçue général sur les NTIC	14
Section 2 : le secteur bancaire algérien avant l'avènement de la technologie	16
Section 3 : les TIC une nécessité pour la rentabilité des banques	22
Chapitre II : E-Banking	27
Section 1 : Aperçue générale sur la banque	28
Section 2 : présentation de l'E-Banking	29
Section 3 : L'E-Banking en Algérie	36
Chapitre III : Cas du CPA : Cas de la carte CIB	40
Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil Crédit populaire d'Algérie	41
Section 2 : Conditions générales d'utilisation de la carte interbancaire CIB	45
Section 3 : Traitement statistique de l'enquête	51
Conclusion générale	57
Bibliographie	
Liste des Tableaux	
Table des matières	
Annexes	

Liste des abréviations

ABC : Arab Banque Corporation

ATM : Automated Transfer Mode

BADR : banque de l'agriculture et de développement rural

BDL : Banque de développement rural

BNA : Banque nationale d'Algérie

BNCI : Banque nationale pour le commerce et l'industrie

BNP : Banque nationale de paris

PPCE : Banque populaire et à la caisse d'épargne

CIB : Carte interbancaire

CNEP : Caisse nationale d'épargne et de prévoyance

CNIL : Commission nationale de l'informatique et des libertés

CPA : Crédit populaire d'Algérie

GAB : Guichet automatique bancaire

GSM : Global system for mobile communications

HSBC : Hong Kong & Shanghai Banking corporation

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

PME : porte-monnaie électronique

PMI : Project management institute

SGA : Société générale Algérie

TBA : Trust bank Algeria

TIC : Technologie de l'information et de la communication

Introduction générale

Introduction générale

Si on parle de notre siècle on serait obligé de parler de la révolution informative. L'ère de l'industrialisation a vu la machine replace l'homme dans plusieurs tâches.

Le système d'information est un élément central d'une entreprise ou d'une organisation, il permet de créer, collecter, stocker, traiter, modifier des informations sous divers formats.

Parmi les entreprises on s'intéresse à la banque qui est une entreprise qui a une activité financière; les banques ont un rôle spécifique dans le cycle économique, sa fonction principale consiste à proposer des services financiers. Chaque banque est spécialisée selon son activité principale et sa clientèle.

Aujourd'hui, on ne peut plus se passer du système d'information et pour cela il est très important de parler de la banque électronique parfois appelé « E-Banking » qui est l'accès aux services bancaires depuis une interface interactive par exemple un navigateur web.

L'accès électronique aux services bancaires a été traité dans la nouvelle loi bancaire ouvrant la voie ou légalisant le canal de distribution des produits et services bancaires par voie électronique.

Ces vingt dernières années, les banques traditionnelles ont dû repenser leur mode de fonctionnement ainsi que leurs services pour répondre à la nouvelle concurrence des banques en ligne et mobile.

En effet, nos modes de vie ont changé, la cadence ne cesse d'augmenter. Nous avons pris l'habitude d'avoir accès à la plupart des produits et services en seulement quelques clics sur internet, la banque ne fait pas l'exception.

Au début des années 2000 de nouveaux acteurs bancaires ont profité des nouvelles technologies, il s'agit des banques en ligne qui se sont introduites sur le marché avec un offre 100% en ligne et des frais bancaires en ligne, sans devoir se déplacer en agence.

Un gain du temps dans nos vies de plus en plus remplies, en plus de sa les banques en ligne sont disponibles sur des plages horaires élargies jusqu'à 21h et 6 jours sur 7.

Si les banques proposent de nombreuses prestations, il est important de bien les connaître avant de décider de l'ouverture d'un compte, alors qu'elles sont les différentes prestations proposées par les banques ?

Les prestations des banques varient selon qu'il s'agisse d'un établissement physique ou digital. Toutefois, ces structures ont en commun la création de différents comptes pour les particuliers et les professionnels.

Le plus souvent, les banques offrent à leurs clients un compte courant pour domicilier leur salaire ou leur pension. Un compte courant qui leur permet de réaliser des virements et de recevoir de l'argent. Pour réaliser ses opérations, les clients ont droit à une carte bancaire et/ou chéquier.

Ils peuvent également opter pour le compte épargne ou le compte sur livret, ces livrets profitent d'un taux encadré par le gouvernement, ce type de compte profite d'un dépôt à vue permettant aux titulaire de retirer de l'argent et de le dépenser selon ses besoin.

Le manuscrit est subdivisé en deux parties :

Partie théorique :

Chapitre I :

Ce Chapitre est destiné à une synthèse bibliographique qui décrit dans un premier temps le contexte générale lié au fonctionnement de la banque Algérienne avant les moyens de la nouvelle technologie de l'informatique et de communication et sur le développement du e-banking dans la banque algérienne.

Chapitre II :

Le deuxième chapitre est consacré aux notions fondamentales sur la banque électronique à travers trois sections, la première portera un aperçue générale sur la banque, et la deuxième donne une présentation de la banque électronique, et la troisième section porte sur l'E-Banking en Algérie.

Partie expérimentale :

Chapitre III :

Enfin le dernier chapitre sera consacré à une étude du cas du CPA agence de Tizi Ouzou et le cas de la carte interbancaire.

Dans la première section on présentera l'organisme d'accueil , une deuxième section dans laquelle on mentionne les conditions générales d'utilisation de la carte interbancaire CIB, et en dernier une troisième section dans laquelle un questionnaire est adressé aux clients de la banque sera analyser et interpréter, compléter par des interviews directes avec les clients de la banque.

Le manuscrit se termine par une conclusion générale.

Partie théorique

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

Introduction

De profondes mutations marquent la fin de ce siècle, elles se caractérisent par une série de transformations telles que l'innovation technologique, la mondialisation de l'économie ou encore la globalisation de leurs contenus.

A l'origine de ce grand changement, le progrès des technologies de l'information et de la communication (TIC) accélérés par la révolution numérique et la convergence des industries de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel.

Le développement de la technologie dans tous les secteurs économiques a amené les banques algériennes à investir progressivement dans les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (N.T.I.C).

Ces dernières, sont devenues des moyens incontournables au développement de l'activité bancaire. Elles sont de nature à influencer le mode de fonctionnement des banques algériennes et leur restructuration. En effet, avec la dématérialisation de la monnaie, les technologies de l'information sont devenues l'outil de production, ce qui leur confère une place privilégiée dans le processus de production bancaire et suscite des interrogations permanentes sur la pertinence de leur renforcement et les modalités de leur optimisation. Le management des TIC constitue une clé essentielle de performance dans les activités bancaires.

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

Section 1 : Aperçue général sur les NTIC

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

1 Définition et historique des TIC

1.1 Définition des NTIC

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sont définies comme « les outils issus des nouvelles technologies de l'information et de la communication », la téléphonie mobile, le micro-ordinateur, les logiciels, les modems, Internet, et les outils permettant la surveillance et le contrôle de l'activité des salariés.

Leur introduction dans l'entreprise a amené le législateur à imposer des règles, afin d'éviter tout abus dans l'utilisation de ces nouveaux moyens mis à la disposition des employeurs et des salariés.

La Commission nationale informatique et libertés (CNIL) garantit donc le respect de la vie privée des salariés et la protection des données à caractère personnel qui pourraient être sources d'atteintes aux droits et aux libertés des salariés.

1.2 L'historique des TIC

L'historique des TIC¹ relate les principales étapes de l'ère moderne² des TIC. Ces étapes sont considérées comme des avancés dans des différents domaines notamment des logiciels, ordinateurs, réseau et les techniques de télécommunication qui ont donné lieu aux TIC :

1.2.1 L'ordinateur

L'invention de l'ordinateur constitue un élément important dans l'évolution des TIC. En effet l'ordinateur a permis l'automatisation des calculs qui s'est faite par le biais de la carte et du ruban perforés.

¹ Anciennement dénommé NTIC

² Ere moderne : avènement de l'internet

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

La première génération d'ordinateur a été marquée par le passage à l'électronique³, la deuxième génération voit le jour grâce à l'invention du transistor qui fonctionnait avec un système de circuit imprimé, dans la troisième génération, le système de circuit est remplacé par le circuit intégré, la quatrième génération des ordinateurs est née grâce à la mise au point des micros processus qui ont entraîné une miniaturisation des composants de l'ordinateur.

1.2.2 Les logiciels

Le développement des logiciels a permis le développement des langages de programmation, le développement des systèmes d'exploitation et le développement des logiciels d'application.

1.2.3 Les réseaux et les télécommunications

Vers les années 1940 : le processus de développement des réseaux et des télécommunications s'est enclenché avec la première communication à distance d'une machine à calculer à une autre. Les américains se sont emparés de cette invention à des fins militaires et la communication à distance a par la suite, joué en son temps, un rôle de vecteur de transformation des usages.

Dans les années 1960 : si le téléphone a été perçus comme un signe de confort, sa fonction sociale n'a été prise en compte que beaucoup plus tard et sa vocation d'outil de communication ne s'est que lentement dégagée pour passer ensuite au premier plan et contribuer à déterminer une relation de l'homme à l'éloignement et donc à l'espace.

Le premier réseau d'ordinateur a été mis en place dans un souci de trafic aérien grâce aux lignes téléphoniques, les analyses des effets de l'informatique vont dans le même sens et font apparaître une explosion des notions de durée et de localisation.

Les débuts d'internet se situent dans les années 80, mais c'est dans les années 1990 que l'autoroute de l'information est parachevée dans le monde. L'année 1994 est l'année de l'explosion d'internet avec le World Wide Web (www), chez les utilisateurs aussi bien personnes physiques ou morales.

1.2.4 Techniques audiovisuelles

La clé USB, le disque dur externe, le C.D.ROM, présentent l'état actuel des avancées technologiques dans le domaine des audiovisuelles, elles ont été précédées par de nombreuses inventions allant du système télégraphique à l'enregistrement magnétique.

³ www.blog.wikimemoires.com/2011/02/types-tic-caracteristiques-des-tic/

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

Section 2 : le secteur bancaire algérien avant l'avènement de la technologie

Face à la révolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication, le secteur bancaire doit adopter de nouvelles mesures stratégiques pour se conformer à ce monde mouvant. Durant les dernières décennies, un certain nombre d'innovation et de révolutions technologiques est intervenus dans le secteur bancaire, notamment en matière d'information, de services et de méthodes de commercialisation.

L'époque où les documents devaient être traités de manière répétitive et manuelle est révolue depuis les années 70. Des systèmes capables de réaliser des millions d'opérations en une journée ont été mis en place, grâce aux progrès techniques.

1 Etat des lieux du système bancaire algérien actuel

Selon le cadre légal, les intervenants dans le système de paiement en Algérie sont la banque d'Algérie et les banques commerciales.

1.1 La banque d'Algérie

Le système bancaire algérien est le produit d'un processus qui s'est réalisé en plusieurs étapes, après l'indépendance du pays en 1962. Il est constitué, au départ, de l'héritage des institutions et structures existantes à cette date.

Par la suite, et plus spécialement à partir de 1970, les modes d'organisation et de fonctionnement de ce système vont être marqués par les choix et les options politiques et économiques qui seront effectués : nationalisations, élargissement du secteur public au détriment du secteur privé, plans d'investissement multisectoriels centralisés, industrialisation accélérée, etc.

La rétrospective de la formation, au plan institutionnel, du système bancaire et financier distingue généralement trois grandes étapes :

- L'étape de la souveraineté 1962-1966
- L'étape des nationalisations 1966-1967
- L'étape de la restructuration organique 1984-1985

La banque d'Algérie a comme principe de :

- Réguler la circulation monétaire ;
- Maitriser une gestion d'engagement financier entrepris avec l'étranger ;

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

- Assurer aux banques, la gestion des comptes courants et de leurs comptes en devise ;
- Surveiller le marché de change.

1.2 Les banques publiques

Malgré l'ouverture de plusieurs banques privées les banques publiques continuent à dominer le marché, parmi ces banques nous citons :

- **La Banque Nationale d'Algérie (BNA)**

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

La BNA est devenue une société par actions et obtient son agrément en 1995. Le réseau de la BNA est composé de (197) agences réparties sur tout le territoire national.

- **Le crédit populaire de l'Algérie (CPA)**

Le CPA Bank, crédit populaire d'Algérie, assure des services en ligne à ses clients pour faciliter l'accès de compte banque à distance.⁴

Avec l'avancement de la technologie et la nécessité de minimiser les déplacements et les files d'attente (épidémie, grève..), la Banque crédit populaire CPA devient une banque à distance.

Le CPA BANK ALGERIE, fondé en 1966, le Crédit populaire algérien devient une des 6 plus grandes banques publiques algériennes, il offre à ses clients la possibilité de consulter son compte en ligne à travers un site web sécurisé.

- **La banque extérieure d'Algérie (BEA)**

La Banque extérieure d'Algérie (BEA) est une banque commerciale algérienne. Créée en 1967, elle est basée à Bir Mourad Rais, en Algérie. Elle a pour but de développer les rapports économiques de l'Algérie avec le reste du monde. Le réseau de la BEA est composé de (91) agences réparties sur le territoire national.

- **La Caisse National d'Epargne et de Prévoyance (CNEP)**

⁴ <https://mario-bross.net/e-banking-cpa-bank-dz-banque-credit-populaire-d-algerie-identification-compt-bancaire/>

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

Elle a été créée en 1964. Elle a pour but de financer la construction de logement ou le financement de l'immobilier. Elle devient CNEP banque en 1997. La CNEP banque dispose d'un réseau composé de (223) agences réparties sur le territoire nationale. Cette banque est présente également au niveau de réseau postal pour l'épargne des ménages.

- **La Banque de Développement Local (BDL) :** La BDL a été créée à partir de la restructuration du CPA en 1982. Elle est chargée du financement des unités économiques locales, pour le développement économique et social, et le financement du secteur de la PME/PMI. Le réseau de la BDL est composé de (148) agences réparties sur le territoire national.
- **La Banque de l'Agriculture et de Développement Rural (BADR) :** La BADR a été créée en 1982. Cette banque a repris les attributions de la BNA en matière de financement du secteur agricole tout en assurant également sa fonction de collecte de ressources. Elle a pour but de développer les activités agroindustrielles. Son réseau compte actuellement (290) agences. C'est le réseau le plus dense.

1.3 Les banques privées

- **Société générale Algérie (SGA)**

Société Générale Algérie, détenue à 100% par le Groupe Société Générale, est l'une des toutes premières banques privées à s'installer en Algérie, soit depuis 2000. Son réseau, en constante extension, compte actuellement 90 agences réparties sur 30 wilayas dont 11 Centres d'Affaires ou Business Center dédiés à l'activité de la clientèle des Entreprises et une Direction Grandes Entreprises. Société Générale Algérie offre une gamme diversifiée et innovante de services bancaires à plus de 450 000 clients Particuliers, Professionnels et Entreprises. L'effectif de la banque est de plus 1 400 collaborateurs au 31 décembre 2017.

- **BNP Paribas**

BNP Paribas, premier groupe bancaire français en volume d'actifs, est une banque universelle, qui exerce à la fois dans la banque de détail, l'assurance et la banque de financement et d'investissement. BNP Paribas est née en 2000 de la fusion de la Banque Nationale de Paris et de Paribas.

En 1945, le CNEP et la BNCI sont nationalisés. Ils fusionnent en 1966 pour former la première banque française, la Banque nationale de Paris (BNP).

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

- **Natixis Algérie**

01ere banque européenne implantée en Algérie, Natixis Algérie accompagne ses clients en établissement un véritable partenariat financier.

Banque universelle, Natixis Algérie offre une gamme étendue de produits et services financiers aux grandes entreprises, PME-PMI, professionnels et particuliers Algériens.

Natixis Algérie est également la 1^{ère} banque Algérienne à assurer des prestations des services pour le compte du groupe BPCE 2018, Natixis Algérie a lancé la première banque mobile en Algérie « Banxy ».

- **Arab Banking corporation**

ABC bank Algeria est une filiale du groupe Arab Banking corporation (BSC), Bahreïn et la première banque internationale privée installée en Algérie suite à l'obtention de son agrément de banque auprès du conseil de la monnaie et du crédit de la banque d'Algérie en septembre 1998.

Le groupe ABC a joué un rôle soutenu dans le financement de l'économie algérienne. Depuis sa création ABC Bank Algeria propose des services personnalisés destinés à une clientèle d'entreprise. La banque porte une attention toute particulière à la satisfaction des besoins de ses clients et compte à cet effet développer ses services bancaires et élargir son réseau d'agences pour mieux vous servir.

- **Trust Bank Algeria**

Trust Bank Algeria est membre du groupe Nest Investments Holding, LTD basé à chypre et dont le capital est détenu en majorité par les membres de la famille « Abu Nahl ». Nest Investements Holding, Ltd a investi dans divers secteurs d'activités, notamment la banque et/ou les services financiers, l'assurance, la réassurance, le développement de l'immobilier, l'industrie et le tourisme.

Le groupe est présent par ses filiales dans vingt-deux (22) pays dont : Algérie, Etats-Unis d'Amérique, Espagne, Angleterre, Qatar, chypre, Bahreïn, Jordanie, Liban, Palestine, Arabie Saoudite...etc.

Outre TRUST BANK ALGERIA Nest Investments Holding, Ltd conforte sa présence en Algérie à travers 05 autres entreprises, il s'agira de :

1. Trust Algeria Investment ;
2. Trust Algeria Assurance et réassurance ;

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

3. Trust Industrie ;
4. Trust Real Estate ;
5. World Trade Center Algeria.

Trust Bank Algeria (TBA) est une banque de droit algérien à capitaux privés. Dont l'activité a démarré en avril 2003 avec un capital initial de 750 millions de Dinars porté dès la neuvième année d'exploitation, soit en 2012, à 13 milliards de dinars.

- **Housing Bank for Trade & Finance-Algeria**

Housing Bank for Trade & Finance-Algeria s'appuie sur une riche expérience et un savoir-faire de plus de trente années dans le domaine financier et bancaire. La housing Bank Algérie a opté, dès le démarrage de son activité en octobre 2003, pour le lancement d'une gamme variée de produits destinés tant aux particuliers qu'aux entreprises.

Housing Bank Algérie investit le marché algérien en ayant pour ambition de mériter la confiance de sa clientèle, pour mission d'offrir à ses clients, des produits et services bancaires modernes, de qualité et conformes à leurs besoins et attentes.

Sa politique consiste à mettre en place un système de management de la qualité dans le but d'assurer une croissance régulière de ses résultats et occuper une place conséquente sur le marché. Pour ce faire elle s'est fixée comme devise satisfaire ces clients, promouvoir son personnel et développer le travail en équipe.

- **Gulf Bank Algérie**

Gulf Bank Algeria : membre de la Kuwait Project Company, Gulf Bank Algeria est une banque de droit algérien. Agréée en 2004, la banque a le statut de banque universelle qui propose des produits bancaires classiques, ainsi que des produits islamiques. Le réseau de la banque compte 24 agences.

- **Al Baraka Bank Algérie**

Pour ce qui est de l'Algérie, la finance islamique a vu le jour des années 90, avec la création de la première banque islamique sous le nom d'ALBARAKA BANK ALGERIE. La BADR signe en 1991 un protocole d'association portant sur la création d'une banque mixte, avec le groupe DALLAH ALBARAKA DJEDDAH : AL BARAKA BAN ALGERIE.

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

Cette banque est la première en Algérie à capitaux privés et étrangers autorisée à exercer en Algérie à la faveur de la loi sur la monnaie crédit. Elle offre des produits bancaires islamiques aux particuliers conformément à la charia.

- **Citibank Algérie**

Citibank, première banque étrangère établie en Algérie est à la recherche d'un analyste senior du risque réglementaire qui saura appliquer des connaissances disciplinaires approfondies, contribuant au développement de nouvelles techniques et à l'amélioration des processus et du flux de travail pour le domaine ou la fonction.

Intégrer les connaissances spécialisées et l'expertise sectorielle dans un domaine défini.

Requiert une compréhension approfondie de la manière dont les domaines s'intègrent collectivement au sein de la sous-fonction, ainsi que de la manière dont ils coordonnent et contribuent aux objectifs de la fonction et de l'activité globale.

Evaluer des questions modérément complexes et variables ayant un impact potentiel important, lorsque l'élaboration d'une approche/d'une action implique de peser les différentes alternatives et d'équilibrer les situations potentiellement conflictuelles en utilisant de multiples sources d'information.

Filtrer hiérarchiser et valider des documents potentiellement complexes et dynamiques provenant de sources multiples.

Citibank offre une gamme de services bancaires aux entreprises, compris le financement commercial, les transactions interbancaires, les services d'investissement, les dépôts, la gestion de trésorerie et la banque électronique.

L'opportunité est basée à Bab Ezzouar, Alger.

- **FRANSABANK EL DJAZAIR**

FRANSABANK est l'héritière en ligne directe d'une des premières banques installées au Liban.

Au fil des décennies, la banque s'est transformée en un groupe bancaire et financier comportant une dizaine de filiales spécialisées dans la banque de détail, l'étude de projets, la structuration de financements, la banque d'investissements, le crédit-bail, la bancassurance et l'immobilier.

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

Le groupe FRANSABANK est aujourd'hui présent au Liban, en France, en Biélorussie, au Soudan, en Irak, aux Emirats Arabes Unis, en Côte d'Ivoire ainsi qu'en Algérie.

Le groupe FRANSABANK est aujourd'hui présent au Liban, en France, en Biélorussie, au Soudan, en Irak, aux Emirats Arabes Unis, en Côte d'Ivoire ainsi qu'en Algérie.

- **Calyon Algérie**

Calyon Algérie est une filiale à 100% de Calyon SA (France), propriété du groupe français Crédit Agricole. La banque a été agréée comme banque universelle en 2007 pour effectuer toutes les opérations reconnues aux banques. Elle active principalement comme banque d'investissement et ne dispose que d'une (01) agence.

- **Al Salam Bank-Algeria**

Agréée en 2008. Al Salam Bank est une banque offrant des produits islamiques. La banque active dans l'investissement immobilier, les titres, les actions et les fonds d'investissement et dispose de deux (02) agences, en dehors de l'agence principale du siège.

- **HSBC Algérie (Succursale)**

Agréée en 2008 en tant que succursale de banque, HSBC Algérie peut exercer toutes les activités reconnues aux banques. HSBC Algérie dispose de deux (02) agences.

- **ARAB BANK PLC-ALGERIA**

Arab Bank PLC est une succursale de banque agréée en octobre 2001 avec le statut de banque universelle. Son réseau est composé de quatre (04) agences.

Section 3 : les TIC une nécessité pour la rentabilité des banques

1. L'impact des TIC sur la stratégie de la banque et le fonctionnement et le processus d'affaire.

Les innovations technologiques permettent de remplacer les organisations à structures hiérarchiques dont le management est dominé par une relation de contrôle, par des organisations horizontales oeuvrant dans un environnement plus favorable au changement. L'entreprise bancaire devient un lieu de socialisation et d'intégration de l'individu qui va au-delà de la simple relation contractuelle. Les TIC vont influencer la stratégie de la banque, le fonctionnement et le processus d'affaire.

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

1.1.L'innovation technologique et la stratégie de la banque

Pour ce qui est de l'influence sur l'orientation stratégique, les NTIC demeurent un puissant moyen de transformation de l'organisation pour autant que leurs potentiels soient complétés par des ressources et des capacités telles que la qualité de processus et le rôle central des personnes ou d'une philosophie orientée vers le client⁵. Leurs applications produisent durablement de la valeur quand elles sont adoptées conjointement avec des ressources adéquates comme une culture ouverte.⁶ Selon Badoc, Lavayssière et Copin (1994), les banques doivent s'appuyer sur ces technologies pour développer de nouvelles activités et aborder de nouveaux marchés et plus spécifiquement ceux de services financiers virtuels.

1.2. L'impact des TIC sur le fonctionnement et le processus d'affaire

Concernant l'impact des TIC sur la gestion des opérations, la banque électronique apparaît comme une technologie perturbatrice, dans la mesure où son adoption va avoir des implications sérieuses sur les méthodes et les processus de production des services de la banque⁷.

Dans la mesure où la banque électronique est une pratique d'affaires innovante, son adoption signifie une profonde remise en question des processus d'affaires et de la structure interne de l'organisation, allant au-delà d'une simple mise à niveau technologique. À titre d'exemple, l'amélioration des canaux de distribution requière des changements fondamentaux dans l'exécution des processus existants. Ainsi, les nouveaux processus ne sont pas différents des anciens, mais ils représentent une nouvelle façon de faire les choses.

Negro (2000)⁸ souligne que l'introduction des TIC au sein des institutions financières conduit à l'acceptation de repenser fondamentalement la gestion de relation avec les clients dans son ensemble. En pratique, cela va réclamer des efforts importants de la part des personnels concernés qui vont devoir exercer leurs métiers différemment en passant d'une « logique produit » à une « logique client ». Pour ce faire, ils doivent accepter d'être polyvalents afin de repositionner de façon significative leurs savoirs et leurs savoir-faire. Cela va donc entraîner l'acquisition, la transformation et l'exploitation de l'information pour une meilleure gestion de la relation avec les clients. A ce titre, une bonne agence bancaire, basée sur

⁵ Lejeune, A., Préfontaine, L., & Ricard, L. (2001). Les chemins vers la performance. L'approche relationnelle et la transformation des entreprises. *Revue Gestion*. 26. (3)

⁶ BADOC M., LAVAYSSIERE B., COPIN E., *E-marketing de la banque et de l'assurance*, Paris, Éditions d'Organisation, 1994

⁷ Deise, M.V., Nowikow, C., King, P., Wright, A. (2000). *Executive's guide to e-business : from tactics to strategy*.

⁸ Negro, Yves. « les compétences commerciales à l'épreuve de l'appropriation des technologies modernes de l'information et de la communication : le cas de la distribution en milieu bancaire ». *La revue des sciences de gestion, Direction et Gestion*, no. 190-191, Organisation, p.59-72.

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

les nouvelles technologies, est une agence apprenante, c'est-à-dire une agence organisée de telle sorte que les compétences de tous et de chacun puissent évoluer d'une façon individuelle et collective.

2. L'impact des TIC sur la rentabilité financière et la réussite commerciale

Les technologies nouvelles jouent un rôle primordial dans les entreprises en ce qui concerne la réussite commerciale et la rentabilité financière.

2.1. L'impact des TIC sur la réussite commerciale.

Parlant des conséquences commerciales de l'adoption la banque électronique, il est clair que, pour mieux servir ses clients et se démarquer de la concurrence, une institution financière doit améliorer continuellement son mix marketing. En acquérant des nouvelles technologies, l'entreprise de services peut intégrer à son offre existante des services nouveaux liés ou non à son activité de base⁹.

L'adoption des affaires électroniques conduit à une diminution des frais de transactions, des frais de promotion, une diminution des coûts de ventes et une diminution des coûts consacrés aux tâches répétitives¹⁰. A titre d'illustration, par rapport à l'agence, une transaction coûte en moyenne deux fois moins chère au guichet, trois fois moins chère par téléphone et sept fois moins chère par Internet¹¹.

Par ailleurs, la conquête de nouveaux marchés ou l'accroissement de la part de marché est l'objectif visé par des banques et des sociétés d'assurance qui introduisent les innovations technologiques au sein de leur entreprise¹².

L'adoption des technologies avancées permet à la banque la possibilité d'étendre ses activités vers de nouveaux marchés et d'établir de nouveaux modes de rencontres entre les vendeurs et les acheteurs¹³.

L'arrivée des canaux virtuels de distribution présente pour les institutions financières des possibilités de conquérir, de gérer et de fidéliser de nouveaux marchés¹⁴, l'entreprise de services, en

⁹ Munos, Annie. 1998. « Servuction et coopération : une approche marketing de la coopération dans les services », Revue Française de marketing.

¹⁰ Riddle, D.I. 2001. « Cadre d'analyse de rentabilisation pour l'adoption des affaires électroniques dans les petites entreprises ».

¹¹ Lemaitre, Pierre. 1997. « les enjeux de la banque à distance ». Banque. No. 587, p.63-65.

¹² Lamouline, Olivier. 1998. « L'innovation technologique dans les établissements de crédit et les sociétés d'assurance ». Sessi, no.95 (septembre). <http://www.industrie.gouv.fr/>

¹³ Rambicur, Jean François et khac thu Do. 1997. « Apres L'e-commerce, l'e-product », banque, no,586 (novembre) p20-21.

¹⁴ Badoc, M., Lavayssiere B. et Copin E, 1994. E-marketing se la banque et de l'assurance. Editions d'organisation.

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

intégrant les nouvelles technologies et les nouveaux canaux de distribution, doit faire face à un défi supplémentaire « parier » et compter sur ses clients comme acteurs principaux du processus d'innovation. Elle devra communiquer et « travailler » avec eux sur deux registres différents mais indissociables l'un de l'autre : client et coproducteur à la fois : le client devient l'acteur prioritaire de la réussite du processus d'innovation.

2.2.L'impact des TIC sur la rentabilité financière

De nombreux auteurs donnent des avis divergents en ce qui concerne l'incidence de l'adoption des innovations technologiques et des affaires électroniques sur la performance financière de l'entreprise¹⁵. Dans le cadre d'analyse de rentabilisation pour l'adoption des affaires électroniques dans les petites entreprises, souligne que les mesures financières traditionnelles, notamment le rendement des investissements, ne sont pas très utiles lorsqu'il s'agit d'évaluer les coûts et les avantages de l'adoption des affaires électroniques.

Cela rejoint ce que des¹⁶ Forrester Research (2001) avaient montré par rapport aux dépenses d'exploitation, pour la majorité des nouvelles cyber-entreprises, atteignent encore 170% des revenus en ligne moyens, et qu'il ne faut pas considérer le rendement des investissements comme indicateur de performance qu'avant la troisième année au moins. Certains auteurs comme Bernstein (2000)¹⁷, Carmichael (1999)¹⁸ mentionnent que la principale raison pour laquelle il faut envisager les affaires électroniques n'est pas le rendement des investissements mais la capacité d'atteindre les objectifs stratégiques de l'entreprise et de devenir/demeurer un chef de file dans sa catégorie.

¹⁵ Riddle, D.I. 2001. « Cadre d'analyse de rentabilisation pour l'adoption des affaires électroniques dans les petites entreprises ».

¹⁶ Forrester research. 2001. The forrester Report : E-retailing.

¹⁷ Bernstein, R. 2000. « The high cost of e-business ». RISE-technology.

¹⁸ Carmichael, M. 1999. « calculating the cost for e-commerce ». Advertising Age's Business Marketing Online.

Chapitre I : Le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC

D'autres auteurs comme Limayem, Poisson et Dhrif (1998), dans leur étude de l'impact de l'utilisation du réseau internet sur les performances organisationnelles, ont démontré, au contraire et de manière très concluante qu'Internet apporte des gains financiers et une augmentation des ventes aux organisations qui l'utilisent. En outre,

Myers (1995)¹⁹ montre que l'utilisation de la technologie de l'information « internet » procure des gains financiers significatifs. Ainsi, nous allons nous concentrer davantage sur la performance commerciale, en faisant une revue de l'impact du E-banking sur les dimensions reliées à cette dernière.

Conclusion

Ce chapitre a mis en évidence l'ampleur de nouvelles technologies de l'information et de la communication, leur importance dans le monde du travail ainsi que leur développement à travers le monde mais aussi en Algérie à travers le lancement du programme « e-banking ».

L'utilisation des TIC à travers les supports qui leur sont inhérents a montré qu'aujourd'hui, ces technologies sont indispensables pour l'entreprise.

¹⁹ Myers, W. (1995). « what we've learned to date ». Mortgage Banking. Vol. 56. P. 38.

Chapitre II : E-Banking

Section 1 : Aperçue générale sur la banque

1. La banque

Dans toute économie, la banque joue un rôle important. Elle est l'une des premières ressources de financement de l'activité économique, son intervention dans la création d'entreprise lorsqu'elle est sollicitée. Sa fonction principale est d'accorder des crédits qui ont un rôle dans le processus d'évolution économique et d'innovation.

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

La banque est l'intermédiaire entre offreurs et demandeurs de capitaux.

2. Les différents types de comptes bancaires

Il existe différents types de comptes bancaires disponibles pour les particuliers. Apprenant alors à faire la différence entre chacun d'entre eux et leurs caractéristiques.

2.1. Le compte bancaire courant

Presque tout le monde possède un compte bancaire, ce type de compte est tout simplement indispensable dans la vie quotidienne pour recevoir un salaire ou une pension, conserver son argent puis réaliser des dépenses, des virements ou mettre en place des prélèvements, il s'accompagne généralement au moins d'une carte bancaire et d'un chéquier même s'il est possible de posséder un compte bancaire sans carte et d'un chéquier.

2.2. Le compte épargne

C'est le compte sur livret est un compte bancaire destiné à l'épargne, il peut s'agir de livret réglementés avec un taux encadré par le gouvernement, les banques proposent également des livrets non réglementés, avec un taux imposable fixé de façon indépendante par chaque banque.

2.3. Le compte titre

Ce compte est un dispositif relié au compte courant en espèces, permettant d'acheter et de vendre des actions immobilières. Aucun plafond n'est imposé et le titulaire de ce compte peut être majeur ou non.

2.4. Le compte à terme

C'est un compte permettant de faire fructifier son épargne pendant une durée. L'argent déposé sur ce compte est immobilisé. Pendant toute la durée de contrat permettant au titulaire du compte de profiter de taux élevés. Le titulaire peut choisir de débloquer l'argent avant son terme avec pénalité.

Chapitre II : E-Banking

Un compte bancaire peut avoir un seul titulaire ou plusieurs, découvrant alors les comptes bancaires disponibles selon le nombre de titulaire.

- a. **Compte individuelle :** Ce compte appartient à une seule personne qui est le titulaire et il est le seul à pouvoir réaliser des opérations. Il est également le seul responsable en cas de dettes.
- b. **Le compte indivis :** est un compte bancaire collectif qui diffère du compte joint par son fonctionnement au quotidien.

En effet, chacun des opérations en lien avec ce compte peut être réalisée sans l'accord de chacun des titulaires du compte.

Section 2 : Présentation de l'E-Banking

1. Définition.

Dans la nouvelle économie de l'information, et dans un monde des affaires qui devient de plus en plus compliqué, l'habilité à s'adapter et à répondre se trouve dans le même degré d'importance que l'habilité à anticiper et à agir.²⁰

La digitalisation de l'information, combinée par les innovations avancées en moyens de communications, a changé d'une façon fondamentale la façon de fonctionnement des réseaux, des humains et des moyens de compétition; et ce changement avait ses conséquences profondes sur le travail des entreprises et sur la valeur économique créée.²⁰

Donc maintenir une part compétitive dans cette nouvelle économie signifie capitaliser dans les nouvelles informations et investir dans les meilleures technologies pour délivrer ses informations. D'où le besoin «des affaires électroniques».

Les affaires électroniques désignent la transformation des procédés administratifs et des relations d'affaires au moyen des technologies Internet. Elles comprennent le commerce électronique (transactions en ligne), la collaboration électronique (entre les employés, les clients et les partenaires/fournisseurs) et l'établissement de communautés électroniques²¹. Elles consistent principalement à utiliser les technologies Internet pour offrir un service vraiment axé sur les clients²², ce qui signifie qu'au moins une partie des activités de l'entreprise sont exécutée en ligne pour tirer parti des modes de communication Internet plusieurs à plusieurs.

²⁰ Sawhney, Mohanbir et Parikh, Deval. 2001. « Where value lives in networked world », Harvard Business strategy for the internet and beyond. Times Business.

²¹ Finneran, T.R. 2000 « E-biz metrics ». The Data Administration Newsletter.

²² Bock, G.E., et Marshak, D.S. 2000. « A guide to succeeding in the net economy : Creating and sustaining customer relationship on the web » iPlanet e-commerce solutions

Chapitre II : E-Banking

Selon « The Federal Deposit Insurance Corporation » (1998)²³, Le commerce électronique est un large terme appliqué sur les activités engagées dans l'échange des produits et des services à travers un réseau d'ordinateurs ou un système automatisé.

Comme autres participants signifiants dans ce marché, les institutions financières sont devenues plus agressives dans l'adoption des potentialités de l'e-banking qui inclut des systèmes marketing sophistiqués, des alternatives bancaires à distance et des programmes de stockage de la valeur.

Ainsi, comme résultat du développement des technologies, de plus en plus la banque électronique s'est évoluée et devenue dynamique, ce qui a conduit à l'émergence d'une variété des alternatives innovantes de livraison des produits et des services financiers.

L'étude de FDIC (1998) a montré que les systèmes électroniques bancaires sont développés à cause de :

- l'augmentation de la compétition de la part des compagnies non bancaires offrant des services financiers, de l'industrie de télécommunication et des fournisseurs des logiciels et des services d'applications.
- l'accroissement de la demande pour plus des services efficaces, flexibles et personnalisés.
- L'énorme différence entre les coûts de livraison des canaux électroniques et ceux des canaux de livraison traditionnels.

Cronin(1997) souligne que l'utilisation de la technologie moderne a permis aux banques de fournir de plus en plus des services distingués à leurs clients qui sont capables aujourd'hui de gérer leurs comptes, d'effectuer des paiements, de transférer des fonds et de faire des transactions directement ou à travers l'Internet ; Ce qui souligne le besoin d'augmenter l'investissement dans cette technologie qui permet aux banques d'améliorer leurs capacités, de satisfaire les besoins des clients quelles que soient l'heure, le lieu et dans les conditions de sûreté et de sécurité.

Ainsi, On entend par services bancaires électroniques (« e-banking », « online- banking »), les prestations des services financiers fournies par voie électronique, comme internet ou « internet banking », le téléphone portable « mobile banking », le télévision digitalisé « TV banking ».

Les services bancaires existants depuis un certain temps comme le bancomat ou le télébanking (« PC banking », lien direct avec la banque par téléphone, précédemment par vidéotex) sont également couverts par la dénomination de services bancaires électroniques.

Ici, il faut noter qu'une banque internet (« internet-only-bank », banque virtuelle) est une banque offrant

²³ Federal deposit insurance corporation 1998. Electronic Banking : Safety and Soundness Examination Procedures.p.1-13

Chapitre II : E-Banking

ses prestations de services exclusivement ou essentiellement par internet ou toute autre voie électronique. Une banque internet ne dispose plus de guichets.

Kirsner et Balbi(1997)²⁴ définit le e-banking dans un contexte que : Démontrer compétence et professionnalisme, promouvoir le savoir faire, tisser des réseaux d'alliances efficaces, dégager des gains de productivité, participer à l'innovation pour gagner des parts de marché et rester compétente sur le plan international passe, pour la banque, par la nécessité d'un système d'information performant et accessible par tout moyen(mobile, Internet, minitel, télécopie.....). Cette accessibilité doit être effective 24 heures sur 24, de n'importe quel lieu interne ou externe à l'établissement, pour tous les services offerts, pour ses besoins propres ou pour une relation de qualité avec la clientèle professionnelle ou grand public.

Selon Diniz (1997), **e-banking** est un service fourni par plusieurs banques, il permet aux clients de mener des transactions bancaires à travers l'Internet en utilisant un PC, mobiles, minitel, etc.

Le client pourra:

- Avoir accès aux comptes, tous les jours, même dans le week-end.
- Voir les bilans directement, et savoir la position de chèques, des cartes de crédits, des comptes de placement sur les marchés monétaires.
- Transférer des fonds entre les comptes.
- Télécharger des informations directement à travers les relevés, les rapports et aussi par courrier électronique ou par un numéro d'appel gratuit.
- Recevoir et payer des factures on-line (sans chèques, enveloppes, timbres.....).
- Avoir un accès à la base de données des banques.
- Avoir des conseils boursiers, comparaison des services bancaires.
- Visualiser l'image scannée des chèques encaissés.

Stamoulis (1999)²⁵ définit le e-banking comme un canal de distribution et de livraison des services financiers par multimédia, et d'une façon globale et moins coûteuse.

Diniz (1997)²⁶ indique que la fonctionnalité de **e-banking** se trouve dans les différentes opportunités

²⁴ Kirsner , D. et Balbi D. (1997), « Les besoins de banques », Banque, n 586, p 38-39.

²⁵ Stamoulis, D.S. (1994), « How banks fit in an internet Commerce Business activities Model ». dstamoulis@yahoo.com

²⁶ Diniz, E. 1998. « Web banking in USA », diniz@haas.berkeley.edu

Chapitre II : E-Banking

que cette technologie peut apporter à la banque, il classifie les opportunités de e-banking en 3types:

1- Un véhicule d'informations, puisque les banques sont considérées comme des fournisseurs d'informations.

2- Un canal pour mener des transactions par la même façon des banques traditionnelles ou ATM.

3- Un instrument pour améliorer la relation commerciale avec la clientèle.

Puis il considère que le degré d'adoption de cette technologie, la taille de la banque et le degré d'interactivité entre le e-banking et les clients améliorent les services et les activités offertes par la banque et ouvrent les possibilités à des transformations bancaires et à la création des nouvelles opportunités.

Ainsi, l'e-banking, le mot commercial, anglais d'origine représente ce qu'on appelle la banque électronique se trouvant dans le monde depuis les années 70, lorsqu'on a pu pour la première fois joindre plusieurs ordinateurs par un même réseau. Aujourd'hui, et après une révolution technologique, cette banque offre des services divers par l'intermédiaire d'un simple contact électronique, effectué par un commandant (l'utilisateur) et un récepteur (la machine), permettant aux clients d'exécuter leurs propres opérations sans l'intervention d'un tiers. Ainsi, on distingue :

Les services du centre d'appel : par téléphone on présente le « phone banking »

Les services du protocole WAP (wireless application protocol) ou protocole d'application sans fil : Se rapportant au téléphone cellulaire et présentant le « mobile banking ». Ce genre de service permet au client grâce à un accord entre une banque désignée et l'une des sociétés GSM d'effectuer certaines opérations bancaires à travers son téléphone mobile.

Les services de la machine ATM : « Automated Transfer Mode », un nombre important de machines électroniques – distributeurs automatiques des billets, implantés partout dans le monde, permettent aux clients, à travers le réseau qui les relie à leurs propres banques de tirer leurs besoins de la monnaie liquide.

Les services du réseau Internet : présentant l'Internet banking qui est presque le plus important des services déjà cités.

Dixon et Nixon (2000)²⁷ soulignent que les applications technologiques élevées ne sont pas nouvelles dans l'industrie bancaire qui a été, depuis longtemps, connectée aux ordinateurs pour traiter des chèques, mettre en service des ATMs, transférer des fonds, octroyer des crédits et mesurer les risques.

Alors ce mouvement en e-banking est un acte naturel pour les établissements de crédits dans un monde

²⁷ Dixon, Mary et Nixon, Brian. 2000. e-Banking : Managing your money and transactions online. SAMS publishing, 224p.

Chapitre II : E-Banking

de E-age où la connaissance et l'information sont enregistrées, stockées et transférées dans le monde en secondes en utilisant des électrons et où la technologie révolutionne les banques, comme toute autre industrie d'une façon très rapide.

Selon les auteurs, banking on-line signifie que les clients peuvent performer la plupart des fonctions bancaires sans compter sur le banquier et sans avoir un lien de proximité avec la banque.

La banque électronique, lorsqu'on la regarde du point de vue des acteurs, n'est ni une technologie, ni une finalité en soi mais bien une pratique d'affaires et une pratique d'affaires innovante dont la pénétration ne peut être évaluée de la même façon qu'une technologie générique.

Alors L'E-BANKING est une pratique d'affaires innovante basée sur des technologies de l'information et de communications, qui est adoptée par les banques, pour être diffusée au grand public dans le but de satisfaire leurs besoins et leurs attentes.

2. Conditions de l'E-Banking

Les titulaires du compte qui souhaite utiliser online banking et mobile banking doit souscrire aux services e-banking et, s'il souhaite donner également accès à son/ses fondé(s) de procuration.

Le titulaire du compte connaît que les présentes conditions de l'e-banking forment partie intégrante des conditions générales de la banque.

Les fonctionnalités d'online banking fournis au titulaire de compte dépendront en particulier de son lieu de résidence et du type de compte. Le titulaire du compte reconnaît que selon son lieu de résidence et le type de compte, l'accès à certaines fonctions peut être refusé ou révoqué. Le titulaire de compte s'engage à informer la banque de tout changement d'adresse.

Toutes les autres conditions qui régissent les rapports avec la banque, telles que celles qui s'appliquent à l'ouverture de compte... continuent à s'appliquer. En cas de divergences entre les présentes conditions de l'e-banking et les conditions générales de la banque, ces dernières prévalent.

3. Les services E-Banking

3.1.L'internet banking

Certains auteurs définissent l'internet banking comme étant des banques traditionnelles qui offrent également la banque en ligne, alors que pour d'autres, ces institutions financières offrent leurs services exclusivement en ligne et donc sans présence physique.

Chapitre II : E-Banking

D'autres définissent l'Internet-banking comme un système de banque utilisant Internet comme canal de diffusion, dans lequel les clients peuvent visualiser les détails de leurs comptes, payer des factures et transférer de l'argent par le biais d'Internet.

Cette méthode offre une gamme complète de services bancaires de pointe en accédant directement au site Web de la banque via un navigateur Internet (soit par PC ou téléphone connecté à Internet).

Grace à l'internet banking, les clients jouissaient des services complets vingt-quatre heures sur vingt-quatre et sept jours sur sept et la banque se retrouve donc avec moins de clients sans rendez-vous.

Les services internet banking sont fournis à travers un portail ; ils s'appuient sur les signatures numériques et d'autres mesures de sûreté et de sécurité.

Ses principaux avantages pour les clients et les banques peuvent être résumés par le texte suivant:

Malgré les coûts d'installation et de maintenance technique, l'internet banking réduit les frais bancaires traditionnels permettant plus de rentabilité.

De plus, l'internet-banking permet d'offrir plus de services sur les sites bancaires; tels que les services fiscaux, où les clients peuvent remplir la demande d'impôt en ligne et calculer les taxes, etc.

En outre, L'internet-banking permet aux clients d'être alertés par email et téléphone des mises à jour et des changements dans leurs relations bancaires.

3.2.Guichet automatique bancaire (CIB)

Un guichet automatique de banque (GAB) est un automate permettant au porteur d'une carte délivrée par la banque propriétaire du GAB d'effectuer de nombreuses opérations sans intervention du personnel de sa banque et ce 000024 H sur 24 H (consultation de solde, demande de chèquiers, virement interne entre deux comptes ouverts dans la banque, remise de chèques, versement d'espèces, retrait d'espèces pour des montants quotidiens relativement élevés).

Ces appareils peuvent parfois être utilisés par les clients des autres banques, mais seulement pour les retraits et dans les limites de possibilité de retrait hebdomadaire de la carte.

3.3.Le Mobile banking

Chapitre II : E-Banking

Le mobile banking est l'ensemble des techniques qui permettent d'effectuer des opérations bancaires à partir d'un téléphone portable, d'un mobile, d'une tablette ou d'un Smartphone. Il s'agit d'une mise en relation technique, à distance et sans fil, d'une institution financière avec ses clients.

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

Le m-banking permet de :

- 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 ;

3.4.SMS banking

SMS Banking est un service qui permet aux clients d'une banque de lancer une requête via un numéro en direction de la banque afin d'obtenir des informations sur leur compte, ou à la banque de leur envoyer directement sur leur mobile des informations relatives à leur compte.

Une banque électronique est l'accès aux services bancaire depuis une interface interactive, sa disponibilité permet : l'accès aux comptes, pouvoir effectuer des transactions ou obtenir des informations financières récentes. Son accès peut s'effectuer depuis un guichet automatique bancaire (GAB), par téléphone, via un ordinateur ou grâce à un assistant personnel (PDA) ayant l'internet, la connexion se fait généralement par accès sécurisé. La banque électronique est un mode d'accès interactif a des banques ayant des agences bancaires, se distinguant de la `banque en ligne` sans guichet totalement en ligne.

3.5.Conditions de l'E-Banking

Les titulaires du compte qui souhaite utiliser online banking et mobile banking doit souscrire aux services e-banking et, s'il souhaite donner également accès à son/ses fondé(s) de procuration.

Le titulaire du compte connaît que les présentes conditions de l'e-banking forment partie intégrante des conditions générales de la banque.

Chapitre II : E-Banking

Les fonctionnalités d'online banking fournis au titulaire de compte dépendront en particulier de son lieu de résidence et du type de compte. Le titulaire du compte reconnaît que selon son lieu de résidence et le type de compte, l'accès à certaines fonctions peut être refusé ou révoqué. Le titulaire de compte s'engage à informer la banque de tout changement d'adresse.

Toutes les autres conditions qui régissent les rapports avec la banque, telles que celles qui s'appliquent à l'ouverture de compte... continuent à s'appliquer. En cas de divergences entre les présentes conditions de l'e-banking et les conditions générales de la banque, ces dernières prévalent.

Section 3 : L'E-Banking en Algérie

En attendant que la plateforme du paiement en ligne soit mise en service, deux des banques algériennes : La BADR et le CPA, ont proposé quelques-uns de leurs services en ligne à travers l'E-Banking.

L'e-banking en Algérie a été l'oeuvre d'une véritable évolution du secteur des finances en Algérie.

Les clients de la BADR et du CPA peuvent consulter leurs comptes sans se rendre à leur agence bancaire. Selon la formule adoptée, l'usage du e-banking peut se matérialiser via quatre canaux. Il s'agit de l'internet, les sms, le fax et enfin le téléphone.

La souscription à ces services est conditionnée par la signature d'un contrat. Dans une première phase, le service e-banking se limite à la consultation du solde du compte et le suivi des opérations comme les virements et les retraits.

Il est également possible d'imprimer les relevés de compte et procéder à l'identification d'une transaction précise. L'abonnement à ce service est symbolique. Il est à raison de 100DA par mois et par compte pour les clients particuliers et à 800 DA pour les clients professionnels avec les mêmes conditions.

Pour le moment, le CPA est à sa première phase dans le e-banking, il ne propose que la consultation des comptes à distance, la BADR qui elle, a un peu d'expérience dans le domaine propose en outre de la consultation des comptes un service aux paiements des factures par internet, virements et autres commandes de chéquiers.

1. La carte interbancaire (CIB)

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.

Chapitre II : E-Banking

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...

La carte interbancaire présente plusieurs avantages :

- **La sécurité** : Bénéficier d'un code confidentiel qui garantit toutes les opérations bancaires.
- **L'efficacité** : Gagner du temps grâce à la commodité de la carte CIB.
- **La disponibilité** : déposer de son argent selon sa convenance 24h/24 et 7j/7

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

1.1. Carte classique

Une **carte bancaire « basique »** est une carte de paiement internationale. Elle permet de régler ses achats et d'effectuer des retraits d'espèces dans des distributeurs et guichets automatiques.

Cette carte est un moyen de paiement équipé d'une bande magnétique et d'une puce électronique. Le support carte est techniquement limité à une durée de 3 ans.

La carte permet :

- de payer des achats réalisés auprès de commerçants ou de e-commerçants;
- d'effectuer des retraits d'espèces aux distributeurs de billets.

La carte basique peut être à débit immédiat ou à débit différé. Si le débit est immédiat, les opérations sont passées au jour le jour sur le compte bancaire du porteur ; s'il s'agit d'un débit différé, le compte est débité périodiquement à date fixe, par exemple le dernier jour ouvrable du mois. Toutefois, les retraits d'espèces sont débités immédiatement.

1.2. 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.

2. Internet banking en Algérie

La banque par Internet offre de nombreuses possibilités. Les internautes sont nombreux à consulter leur compte en banque sur Internet. Avec l'essor des Smartphones, les mobinautes sont de plus

Chapitre II : E-Banking

en plus nombreux à le faire sur leurs téléphones portables. Pour toutes les opérations, tous les sites de banque sont sécurisés.

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 chéquiers, voir l'historique de compte, demande de carte à puce... Il existe d'autre banque qui offre ce service comme : Société générale, BADR, BNA, CNEP,...

3. 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.

La banque nationale d'Algérie lance à partir du 16 février 2020, un nouveau service de banque à distance, le « SMS Card », qui est proposé à tous nos clients détenteurs d'une carte CIB et la BNA.

Conclusion :

L'explosion du nombre de terminaux mobiles dans le monde, au point de dépasser celui des ordinateurs, est un fait économique important. Avec les nouveaux réseaux de télécommunication et l'accroissement des capacités de traitement des terminaux, de nouvelles possibilités d'interagir et de communiquer avec les clients, y compris via le réseau Internet, ont fait leur apparition. Ainsi, l'Internet Mobile apporte des opportunités d'élargissement de la palette des services proposés par les banques.

L'amélioration de ces techniques électroniques du système bancaire a pour but de faire face aux défis de l'ère moderne, et assure la circulation des services bancaires avec une grande efficacité. Dans ce chapitre, nous avons parlé de la relation entre le client et la banque. Nous avons présenté aussi des généralités sur l'E-Banking.

Partie expérimentale

Chapitre III : Cas du CPA :

Cas de CIB

Introduction

Le crédit populaire d'Alger impulse activement son programme de modernisation des moyens de paiement, sa volonté de promouvoir les nouvelles technologies à travers un système d'information plus performant.

C'est dans le souci de conquérir une clientèle plus nombreuse et plus exigeante que le Crédit Populaire d'Algérie propose à ses clients une offre variée et novatrice de produits et entretenir une meilleure qualité de services qui visent à améliorer deux axes ; la qualité interne ou l'amélioration de son processus de rentabilité et la qualité externe ou la satisfaction et la fidélisation de la clientèle.

Le CPA a été la première banque en Algérie à introduire les cartes à puces et les distributeurs de billet automatique (DAB).

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil Crédit populaire d'Algérie

Dans l'objectif d'éclairer les notions clé de la fidélisation, nous avons illustré notre étude théorique par un cas pratique au sein de la banque publique Crédit Populaire d'Algérie. Nous avons jugé nécessaire avant d'entrer dans le vif de ce sujet et dans le souci de la clarification, de commencer par la présentation de cette dernière.

1. Création et organigramme du Crédit Populaire d'Algérie, « CPA »

Quelques années après la création de la BNA, le système bancaire national a été renforcé par la mise en place d'un autre intermédiaire financier bancaire, qui est le CPA.

1.1. Création du CPA

Le CPA a été créé en 1966 par l'ordonnance n°66/12/1966 avec un capital initial de 15 millions de DA. Le CPA a hérité des activités gérées auparavant par les banques populaires (Banques Populaires Commerciale et industrielle à Alger, Oran, Annaba, ET Constantine ; ainsi que d'autres banques étrangères ; Banque Alger-Misr, société marseillaise du crédit et Compagnie Française de Crédit et de banque (CFCB).

1.2. Mission et opération du CPA

Défini par ses statuts comme une banque universelle, le CPA a pour mission de promouvoir le développement du bâtiment des travaux publics et de l'hydraulique (BTPH), les secteurs de la santé et du médicament, le commerce et la distribution, l'hôtel et le tourisme, les médias, la PME/PMI et l'artisanat. Conformément à la réglementation en vigueur en Algérie, le CPA traite les opérations de crédit et de banque. Il reçoit des dépôts et accorde des crédits sous toutes formes ; prend des participations dans le capital de toutes entreprises et mobilise pour le compte d'autrui tous crédits consentis par d'autres institutions.

A la mise en œuvre du processus de réforme économique en 1988, le CPA est devenu une entreprise publique économique sous la forme juridique de société par action (CPA) dont le capital est propriété de l'Etat. La loi 88/01 du 13/01/1988, a fait obligation aux banques d'accorder des crédits qu'aux entreprises dont la solvabilité est certaine. Cependant, ce principe a été rangé à l'oubli par des injonctions gouvernementales traduites par le financement systématique des entreprises publiques. Ce n'est qu'avec l'arrivée de la loi 90/10 du 14/04/90 à la monnaie et au crédit que le système bancaire fut révolutionné et a donné une certaine autonomie aux banques.

Depuis 1996 et en vertu de l'ordonnance relative à la gestion des capitaux marchands de l'Etat, les banques publiques sont placées sous la tutelle du ministère des finances. Après avoir satisfait aux conditions d'éligibilité dictées par la loi relative à la monnaie et au crédit (loi 90/10 du 14/04/90) ; le CPA a obtenu le 7 avril 1997 son agrément du conseil de la monnaie et du crédit devenant ainsi la deuxième banque en Algérie.

2. Structure du CPA

Le CPA, en tant que banque commerciale intervient sur le marché de l'intermédiation bancaire et financière notamment la réception des dépôts du public, l'octroi du crédit sous toutes ses formes, la mobilisation des crédits extérieurs et la souscription à des prises de participation dans les filiales et des sociétés nationales. Dans un contexte économique marqué par l'évolution de la concurrence, le CPA émerge dans une dynamique de changement induite par la nécessité de s'adapter aux nouvelles exigences de gestion fondées sur la rentabilité et la compétitivité.

Cette exigence d'adaptation requiert l'amélioration continue et harmonieuse des performances globales de la banque, seul choix qui est à même de lui permettre de consolider ses atouts de compétitivité par voie de conséquence, sa position sur le marché ainsi que l'accentuation de son intervention dans le financement de l'économie.

Cette volonté d'amélioration est véhiculée par un processus de modernisation de la banque appuyée par la réorganisation de ses structures centrales et de son réseau d'exploitation. Ainsi, ce processus a donné un nouvel organigramme qui comporte :

Une division centrale : la division des affaires internationales ;

Trois directions générales adjointes (DGA chargée de l'exploitation, DGA chargée de l'administration et DGA chargée des engagements et des affaires juridiques).

Chaque directeur adjoint est spécialisé dans son domaine, c'est l'avantage des relations fonctionnelles pour atténuer les relations hiérarchiques.

3. Les objectifs de la banque CPA

Les objectifs fondamentaux de la banque CPA sont :

- attirer la clientèle et la fidéliser pour accroître sa part de marché ;
- offrir de nouveaux produits et assurer une meilleure qualité de services ;
- renforcer l'octroi de crédits aux entreprises ;

- assurer une rentabilité optimale pour ses actionnaires ;
- conforter et promouvoir le personnel de la banque pour le fidéliser.

4. L'organisation des agences CPA

En 1995, le réseau d'exploitation de la banque, à travers sa structure de base, qui est l'agence, a connu une réorganisation de son espace physique et professionnel de travail, autour de deux axes essentiels, que sont le front office (traitement des opérations au guichet) et back office (traitement des opérations au arrière guichet).

Le schéma organisationnel de l'agence devait constituer le couronnement du processus de généralisation de la nouvelle solution informatique à tout le réseau d'exploitation de la banque d'une part, au lancement et la mise en œuvre de son système d'information spécialisé d'autre part.

Les contraintes nées de l'environnement externe de la banque n'ont pas permis la réalisation conjuguée et synchronisée des différents volets du plan de modernisation de l'établissement à travers notamment, la mise en œuvre de l'installation complète de son nouveau système d'information et sa connexion sur le réseau de télétransmission des données conçu au plan interbancaire.

Partant de ce qui précède, il devient impératif, compte tenu des objectifs de redressement et de croissance qui s'est assigné la banque dans le cadre de son plan de développement à court et à moyen terme, de reconsidérer l'organisation ancienne du réseau d'exploitation et instituer en privilégiant la mise en place d'organigrammes adaptés, qui tiennent compte des évolutions économiques et sociales enregistrées par les structures de la banque.

5. Présentation du groupe d'exploitation :

Le groupe d'exploitation de Tizi-Ouzou a onze agences qui sont :

Tableau N°01 : La répartition des agences de TIZI-OUZOU

AGENCE	CODE	AGENCE	CODE
TIZI-OUZOU	120	DELLYS	163
LARBAA NATH IRATHEN	149	BOURDJ MNAIEL	193
DRAA BEN KHEDDA	189	DRAA EL MIZAN	187
TIZI-OUZOU	194	BOUMERDES	141
BOUIRA	111	LAKHDARIA	196
SOUR EL GHOUZLANE	191		

Source : document interne de la banque CPA

5.1. Mission et organisation du groupe d'exploitation

5.1.1. Mission du groupe

A pour principale mission de veiller à l'exécution de la politique générale de la banque et de conduire le développement de son activité de crédit, de l'action commerciale, de commerce extérieur, d'administration et des moyens et de contrôle.

5.1.2. Organisation du groupe

Le groupe est doté de trois fonctions :

- **L'exploitation ;**
- **Administration et ressources humaines ;**
- **Contrôle.**

Les fonctions sont individualisées en secteur, cellules, services, compartiment et section selon le volume des tâches à remplir.

5.2. Objectifs du groupe d'exploitation

- améliorer l'organisation de l'action commerciale vers la satisfaction du client par la qualité s'accueil et de rapidité dans le traitement des opérations ;
- développement de l'activité de la banque au plus régional et élargir son portefeuille clientèle ;
- assister les agences rattachées en vue de concrétiser les objectifs de la banque.
- renforcer les missions de management et de contrôle dévolues au directeur de l'exploitation.
- promouvoir les actions de communications interne et externe pour consolider et conforter l'image de marque de l'établissement.

Section 2 : Conditions générales d'utilisation de la carte interbancaire CIB

1. Objet de la carte

Le présent document a pour objet de fixer l'ensemble des conditions de délivrance, d'utilisation, de renouvellement, de mise en opposition, de retrait de la carte interbancaire bancaire "CIB". Les présentes conditions viennent en complément de toutes conventions régissant les comptes ou produits concernés sans en modifier les conditions qui leur sont propres. Son usage est strictement limité aux opérations suivantes (en monnaie nationale) :

- **Retrait d'espèces**

Dans les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) et les Guichets Automatiques de Banques (GAB) autorisés à fournir ce type de prestation ;

- **Paiement de proximité**

Pour régler l'achat d'un bien ou d'une prestation de service réellement effectuée, chez des commerçants ou prestataires de services adhérant au système de Paiement «CB» (ci-après accepteur «CB»), équipés de Terminaux de Paiement Electronique (TPE), autorisés à fournir ce type de prestation ;

- **Paiement à distance (Via internet)**

Pour régler à distance via Internet des factures de prestations de services et/ou des achats de bien suivant un mode de règlement en ligne immédiat sur des sites sécurisés, autorisés à fournir ce type de prestation.

2. Délivrance de la carte

La carte CIB est délivrée par la banque, dont elle reste la propriété, à la demande et sous réserve d'acceptation de cette demande, à ses clients titulaires d'un compte.

Le titulaire du compte s'engage à utiliser la carte et/ou son numéro, exclusivement dans le cadre du Réseau Monétique Interbancaire RMI et des réseaux agréés.

La carte est rigoureusement personnelle, son titulaire devant y apposer obligatoirement sa signature à sa réception.

Il est strictement interdit au titulaire du compte de la prêter ou de s'en déposséder. Et en aucun cas d'apporter des altérations fonctionnelles ou physiques à la carte susceptible d'entraver son fonctionnement et celui des TPE, DAB/GAB de quelque manière que ce soit.

3. Code confidentiel

Un code personnel est communiqué confidentiellement par la banque au titulaire du compte et uniquement à celui-ci. Ce dernier doit prendre toutes les mesures propres à assurer la sécurité de sa carte et du code confidentiel. Il doit absolument conserver son code et ne pas le communiquer à qui que ce soit, ne doit pas l'inscrire sur la carte, ni sur tout autre document. Il doit veiller à le composer à l'abri des regards indiscrets.

Le nombre d'essais successifs de composition du code confidentiel est limité à trois (03) sur les appareils automatiques, avec le risque notamment de confiscation ou d'invalidation de la carte au 3ème essai infructueux.

La composition du code secret au niveau du DAB/GAB, du TPE ou paiement en ligne (via internet) équivaut à une signature emportant reconnaissance de l'opération initiée par le titulaire du compte au moyen de celle-ci.

4. Modalités d'utilisation de la carte pour des retraits d'espèces dans les DAB/GAB et auprès des agences bancaires.

Les retraits d'espèces sont possibles dans les limites des montants plafonds hebdomadaires de retrait fixés par le titulaire du compte Banxy à partir de l'application.- Les montants enregistrés de ces retraits, sont portés, dans les délais habituels propres aux retraits d'espèces, au débit du compte concerné.

Le titulaire du compte doit, préalablement à chaque retrait et sous sa responsabilité, s'assurer de l'existence au compte d'un solde suffisant et disponible et le maintenir jusqu'au débit correspondant.

5. Modalités d'utilisation de la carte pour le règlement d'achats de biens et de prestations de services

La carte est également un moyen de paiement qui peut être utilisé pour régler des achats de biens et des prestations de services.

Ces paiements sont possibles dans les limites des montants plafonds hebdomadaires de paiement fixés à partir de l'application.

Le titulaire du compte doit s'assurer que le compte présente un solde suffisant et disponible, pour faire face à ses transactions de paiement.

Les paiements par carte sont effectués selon les conditions et procédures en vigueur chez les Commerçants ou les Web Marchands adhérant au Réseau Monétique Interbancaire et affichant le logo "CIB".

La banque a la faculté de débiter immédiatement le compte du montant des dépenses effectuées à l'aide de la carte. Cette règle s'applique aux cas de décès, d'incapacité juridique du titulaire du compte, d'incidents de paiement ou de fonctionnement du compte, de clôture du compte ou du retrait de la carte par la banque, décision qui serait notifiée au titulaire du compte

Le titulaire du compte autorise la banque à débiter son compte sur le vu des enregistrements ou des relevés transmis par le Commerçant ou le Web Marchand, pour le règlement des achats de biens ou des prestations de services.

Le montant détaillé des paiements par carte passés au débit du compte figure sur un relevé des opérations consultable à tout moment sur l'interface utilisateur de la banque mobile Banxy.

La banque ne peut être impliquée dans tout différent de nature commerciale, pouvant survenir entre le titulaire du compte et le Commerçant ou le Web Marchand.

6. Preuve des opérations

Les opérations effectuées au moyen de la carte sont enregistrées automatiquement sur un support électronique. Ces enregistrements constituent la preuve des opérations effectuées au moyen de la carte et la justification de leur imputation au compte sur lequel cette carte fonctionne.

7. Limitation et cessation de l'usage électronique de la carte.

La banque, le titulaire du compte peuvent mettre fin à l'utilisation de celle-ci sans préavis ni justification.

De même, ils peuvent exclure du champ d'utilisation de la carte un ou plusieurs services liés à celle-ci.

Toute limitation, désactivation e-paiement ou cessation de l'usage électronique d'une carte, à l'initiative de son titulaire sur lequel elle fonctionne, doit être notifiée par écrit à la banque qui s'efforcera d'en tenir compte dès réception. La cessation de l'utilisation de la carte n'est opposable à la banque que si la carte lui a été restituée contre accusé de réception.

8. Responsabilité de la banque

La banque n'est responsable des pertes directes encourues par le titulaire du compte dues au dysfonctionnement du système que lorsque ce dernier incombe directement à la banque et n'est pas indépendant de sa volonté. En cas d'indisponibilité technique du système la banque n'est nullement responsable des conséquences directes ou indirectes de l'inutilisation de la carte.

De même, la responsabilité de la banque est dérogée si le défaut est signalé au titulaire de la carte par un message sur l'appareil ou d'une autre manière visible. (DAB/GAB, TPE, les sites web Marchands).

9. Recevabilité des oppositions

L'ordre de paiement donné au moyen de la carte est irrévocable. Seules sont recevables par la banque, les oppositions émanant du titulaire du compte, expressément motivées par la perte ou le vol de la carte, l'utilisation frauduleuse de la carte ou des données liées à son utilisation, le redressement ou la liquidation judiciaire du bénéficiaire du paiement.

L'opposition pour utilisation frauduleuse de la carte ou des données liées à son utilisation peut être effectuée dans le cas où le porteur de la carte est toujours en possession de sa carte au moment de l'opération contestée uniquement dans les cas suivants :

- si la carte a été contrefaite,
- si le paiement contesté a été effectué frauduleusement, à distance, sans utilisation physique de la carte, avec son seul numéro et d'autres données y figurant.

10. Modalité de blocage et d'opposition de la carte

Le titulaire du compte doit mettre en opposition sa carte dès la perte ou le vol de la carte. La mise en opposition doit être faite, pour le blocage de la carte, sur l'interface utilisateur de la banque mobile via la rubrique prévue à cet effet.

En cas d'utilisation frauduleuse de la carte ou des données liées à son utilisation, le titulaire doit faire opposition pour ce motif et la déclarer.

En cas de perte, de vol ou d'utilisation frauduleuse de la carte ou des données liées à son utilisation, la banque peut demander un récépissé ou une copie d'un dépôt de plainte ou de déclaration de perte faite aux autorités judiciaires.

11. Responsabilité du porteur de la carte

11.1.Principe

Le titulaire du compte est responsable de l'utilisation de sa carte CIB, de la conservation de celle-ci et de son code confidentiel. Il assume, les opérations effectuées avant opposition et les conséquences de l'utilisation de la carte tant qu'il n'a pas fait opposition.

11.2.Frais d'opposition

Les frais pour la mise en opposition et délivrance d'une nouvelle carte sont ceux applicables dans conditions tarifaires en vigueur.

12. Durée de validité - Renouvellement – Retrait (Capture) – Restitution (Récupération) de la carte

- **Durée de validité** : La carte comporte une durée de validité dont l'échéance est inscrite sur la carte elle-même.
- **Renouvellement** : A la date d'échéance, la carte fait l'objet d'un renouvellement automatique du support.
- **Retrait** : La banque a le droit de retirer, de faire retirer ou de bloquer l'usage de la carte à tout moment ou de ne pas la renouveler. La décision de retrait est notifiée dans tous les cas, au titulaire de la carte.
- **Restitution** :
 - Le titulaire s'oblige, en conséquence, à la restituer à la première demande et s'expose à des sanctions si après notification du retrait de la carte, par simple lettre, il continue à en faire usage.
 - La clôture du compte sur lequel fonctionne une ou plusieurs cartes entraîne l'obligation de les restituer. L'arrêt définitif du compte ne pourra intervenir au plus tôt qu'un (01) mois après restitution des cartes.
 - La résiliation du présent contrat entraîne la restitution de la carte à la banque par le titulaire du compte, contre accuse de réception.
- **Capture de la carte** :

La carte peut faire l'objet de retrait par un commerçant ou un établissement financier tiers, sur demande de la banque émettrice. Dans ce cas, la décision de restitution de la carte à son titulaire appartient à la banque. Une carte capturée par un DAB/GAB peut être récupérée par son porteur titulaire dans un délai d'une semaine après sa capture au guichet où est situé l'appareil, après accord du centre d'autorisation de la banque. Passé ce délai, la carte sera inutilisable.

13. Réclamations - Conservation des documents et informations

Le titulaire du compte a la possibilité de déposer une réclamation depuis son application. Le centre de relation client lui notifiera par email la réception de la réclamation ainsi que la réponse à celle-ci.

Les informations ou documents ou leurs reproductions détenues par la banque, relatifs aux opérations visées dans le présent contrat et qui font l'objet de réclamation, doivent être produites par la banque quarante-cinq (45) jours au plus tard après réception de la réclamation du titulaire du compte.

La banque a l'obligation de faire diligence auprès de tout correspondant afin que celui-ci lui communique les pièces qu'il pourrait détenir et qui ont trait à l'opération contestée.

Les parties conviennent d'apporter les meilleurs soins à leur information réciproque sur les conditions d'exécution de l'opération. Le cas échéant, et notamment en cas de fraude ou de suspicion de fraude commise par un tiers identifié ou non, la banque peut demander au titulaire de carte un récépissé ou une copie d'un dépôt de plainte auprès des autorités judiciaires.

14. Remboursement en cas de réclamation

Les réclamations qui s'avèrent fondées conformément aux clauses du présent contrat donneront lieu au remboursement de tous les débits non justifiés, y compris la totalité des frais bancaires supportés le cas échéant par le titulaire du compte. Le remboursement intervient au plus tard soixante (60) jours à compter de la réception de la réclamation.

Section 3 : Traitement statistique de l'enquête

Le développement de la technologie a permis au système bancaire d'introduire de nouveaux moyens de paiement.

En effet, ces moyens de paiement par leur simplicité d'utilisation sont devenus des produits essentiels pour les différentes fonctions qu'ils assurent au niveau des institutions financières.

L'objet de cette section consiste à élaborer un questionnaire pour déterminer le niveau d'utilisation de la carte bancaire CIB et de déterminer s'il y a lieu des blocages ou des réticences.

Le questionnaire contient une série de questions qui nous permettront de répondre à la problématique.

1. L'élaboration du questionnaire

Le questionnaire est un instrument de communication qui contient une série de questions qui permettent la collecte des informations à travers une enquête d'une manière directe ou par le recrutement d'un enquêteur.

Notre enquête s'est basée sur un questionnaire adressé aux clients des différentes banques qui se trouvent au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou. Par ailleurs, la récolte de l'information a été complétée par des interviews directes auprès de quatre-vingt clients. Ce questionnaire nous permettra de voir le degré d'utilisation de la carte.

2. Interprétation des résultats de la recherche :

2.1.Présentation par sexe

Tableau n°2 : Répartition selon le sexe :

Désignation	Nombre de personne interrogées	Pourcentage
Hommes	60	75%
Femmes	20	25%
Total	80	100%

Source : établi par nos soins

D'après le tableau n°1 nous remarquons que la majorité est des hommes et que seulement 25% sont des femmes. Ces statistiques montrent que la population masculine qui recourt le plus aux services bancaires.

2.2. Répartition selon l'âge :

Tableau n°3 : répartition de l'échantillon selon l'âge :

Catégorie d'âge	Nombre de personne interrogées	Pourcentage
18_25 ans	05	6.25
30 _ 50 ans	45	56..25
50 _ 60 ans	20	25
60 ans et plus	10	12.5
Total	80	100

Source : établi par nos soins

Le tableau ci-dessus qui présente la répartition par catégorie d'âge montre que la plupart des personnes qui ont répondu concerne la catégorie 30 ans et 50 ans.

Ces personnes sont jeunes ceci est expliqué par le fait qu'ils sont toujours actifs, enfin les moins de 25 ans ont le taux le plus faible, ils ne sont pas encore dans le monde de travail, compte tenu du fort taux de chômage qui touche les plus jeunes.

2.3. Professions des personnes interrogées :

Le tableau n°4 : Professions des personnes interrogées :

Professions	Nombre de personnes interrogées	Pourcentage
Commerçant	30	37.5
Retraité	20	25
Etudiant	05	6.5
Employé	15	18.5
Autres	10	12.5
Total	80	100

Source : établi par nous même

Dans le tableau n°3 on note que la majorité des clients qui utilisent la carte CIB sont des commerçants, cela est tout à fait normal car leur activité nécessite beaucoup l'utilisation de la monnaie. En seconde position, nous avons les retraités et la plupart d'entre eux sont des personnes qui ont travaillé à l'étranger et leurs retraite est conséquente.

2.4. Connaissance du terme carte bancaire :**Tableau n°5 : Utilisation des moyens de paiement**

Eléments	Nombre de personne interrogées	Pourcentage (%)
Espèce	60	75
Chèque	10	6.5
Virement	05	12
Carte bancaire	05	6.5
Total	80	100

Source : établi par nous-mêmes

Dans le tableau ci-dessus on note que les ménages utilisent beaucoup l'espèces avec un pourcentage de 75% suivi du chèque avec 10%.

La carte bancaire n'est utilisée que par 05% des ménages cela montre que les agents économiques ne sont pas encore prêt à éviter la cash qui est une culture propre aux Algériens.

La carte CIB commence à être utilisée, mais la préférence à l'espèce pour sa simplicité et sa rapidité, continue à être préférée par les clients de la banque. En plus de sa maniabilité, l'espèce est gratuite quant au chèque, les clients retiennent sa sécurité et sa traçabilité.

2.5. Les facteurs qui poussent le refus de la carte CIB :**Tableau n°6 : les raisons de refus de la carte CIB :**

Désignation	Nombre de personne interrogées	Pourcentage (%)
Utilisation compliquées	10	12.5
Manque d'intérêt	05	6.25
Manque de confiance	10	12.5
Prix élevé	30	35.5
Avantages limités	10	12.5
Absence de sécurité	10	12.5
Autres	05	6.25
Total	80	100

Source : par nos soins

Le tableau ci-dessus montre que 37.5% des clients sont réticents à l'utilisation de la carte CIB par les frais très élevés pour son exploitation (commission élevée).

10% des personnes interrogées refusent l'usage de la carte CIB par rapport aux avantages limités que l'on peut avoir.

Enfin 10% des clients considèrent qu'elle est difficile est compliquée à utiliser.

2.6. Utilisation de la carte CIB auprès de ses porteurs

Tableau n°7 : Utilisation de la carte CIB auprès de ses porteurs

Désignation	Nombre de personne interrogées	Pourcentage (%)
Retrait	50	62.5
Versement	10	12.5
Virement	05	06.25
Paieiment	10	12.5
Consultation	05	06.25
Autres	/	/
Total	80	100

Source : par nos soins

Les résultats du tableau n° 6 montrent que la carte CIB est surtout utilisée pour les retraits par ses détenteurs

Le reste soit 50% les clients pour les versements et les paiements. Cette situation nous montre que les clients de la banque ont des difficultés à utiliser la carte CIB pour d'autres opérations, ce qui réduit sensiblement son implication dans le marché monétaire.

2.7. Difficultés liées à l'utilisation de la carte interbancaire CIB :

Tableau N°8 : problèmes rencontrés lors de l'utilisation de la carte interbancaire :

Désignation	Nombre de personnes interrogées	Pourcentage (%)
Oui	60	75
Non	20	25
Total	80	100

Source : établi par nos soins

Le tableau n°7 montre que plus de 75% des personnes interrogées rencontrent des problèmes divers lors de l'utilisation de la carte CIB pour les retraits au niveau des DAB. Ces difficultés sont liées au problème du réseau internet, diverses pannes des distributeurs ainsi que le plafonnement du montant des retraits.

2.8. Prise de connaissance de la carte CIB :**Tableau n° 9 : Mode de la connaissance de la carte CIB**

Désignation	Nombre de personnes interrogées	Pourcentage (%)
A la demande	10	12.5
Média	10	12.5
Affichage	15	18.8
Ace niveau des guichets	45	56.2
Autres	00	00
Total	80	100

Source : établi par nos soins

Pour voir comment la population pris connaissance CIB, la récolte des informations indiquent que 45% des personnes interrogées ont été conseillé au niveau des guichets par les conseillers de la banque.

15% des clients ont eu connaissance à travers l’affichage dans les différentes banques de la région.

Pour vulgariser l’utilisation de la carte CIB et la rendre disponible et conquérir de nouveau clients, les banques utilisent tous les atouts en leur possession.

Conclusion

Le suivi de la satisfaction des clients est un moyen d’améliorer le service au public et le rendement des programmes en général. L’adaptation d’une approche globale pour mesurer la satisfaction des clients peut procurer d’importants avantages à la banque.

Le CPA trace une stratégie fiable et efficace pour attirer et satisfaire sa clientèle, et cela à travers les différentes gammes de produits et services offertes, la qualité d’accueil et la motivation du personne

Conclusion générale

Depuis le début des années 2000, suite au développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, la plupart des secteurs ont connu des mutations importantes.

Comme nous avons pu le constater à travers ce mémoire, ce fut aussi le cas pour le secteur bancaire, avec notamment l'avènement de la banque par Internet.

Ce travail a permis de montrer que le E-Banking permet aux clients d'avoir accès à ses comptes, de transférer des fonds entre des comptes, de payer des factures en ligne, et de comparer les différentes offres des différentes banques, sur un simple clic, et cela, sur une base quotidienne. Les banques électroniques apportent de ce fait des opportunités d'élargissement de la palette des services proposés sur le marché sous de nouvelles formes. Via la multi canalisation de la distribution de leurs services.

La performance de ces nouvelles activités est difficile à mesurer et a rendu nécessaire une conception élargie et de nouveaux instruments de mesure adaptés. Les composants essentiels de la performance des banques, la qualité du service à la clientèle, l'efficacité organisationnelle et la rentabilité financière, sont fortement conditionnés par l'apparition des nouveaux canaux de distribution issus de l'innovation technologique.

Les trois critères de performance sont intimement liés et il n'est plus possible d'envisager un de ces vecteurs de performance sans les autres, comme le fait apparaître le système de performance proposé. Le crédit populaire algérien déploie tous les efforts nécessaires pour mieux satisfaire sa clientèle en mettant à leur disposition une plateforme permettant de réaliser n'importe quelle opération à distance et ça a un impact sur l'image de marque, la fidélité, la personnalisation du service et les frais de service.

Dans cette optique, l'adoption du E-Banking est devenue une condition sine qua none pour la banque d'une part et la clientèle ; constituée soit des individus, des entreprises ou organisations de tout genre, d'autre part Nous concluons en soulignant que les banques semblent avoir bien compris les opportunités du canal Internet. Mais, il est indéniable que pour l'heure le canal Internet ne peut être en mesure de mener, à lui seul, toutes les facettes de la relation bancaire.

Certains progrès restent à faire et certaines habitudes des clients non pas encore fait le pas pour un changement vers une vie économique plus simple, Mais à l'avenir, nous pouvons escompter une prise de place de plus en plus importante de ce canal dans nos vies. Sachant que la crise sanitaire du covid 19 à impacter l'activité bancaire d ou on remarque une minimisation de contact avec la clientèle pour ne pas

dire une suppression, le client est obligé de faire avec et d'accepter les changements vers une banque digitale.

Bibliographie

1. BADOUC, M., LAVAYSSIERE B. ET COPIN E, 1994. E-marketing se la banque et de l'assurance. Editions d'organisation.
2. BERNSTEIN, R. 2000. « The high cost of e-business ». RISE-technology.
3. BOCK, G.E., ET MARSHAK, D.S. 2000. « A guide to succeeding in the net economy : Creating and sustaining customer relationship on the web » iPlanet e-commerce solutions
4. CARMICHAEL, M. 1999. « calculating the cost for e-commerce ». Advertising Age's Business Marketing Online.
5. DEISE, M.V., NOWIKOW, C., KING, P., WRIGNT, A. (2000). EXECUTIVE'S GUIDE TO E-BUSINESS : FROM TACTICS TO STRATEGY.
6. DINIZ, E. 1998. « Web banking in USA », diniz@haas.berkely.edu
7. DIXON, MARY ET NIXON, BRIAN. 2000. e-Banking : Managing your money and transactions online. SAMS publishing, 224p.
8. FINNERAN, T.R. 2000 « E-biz metrics ». The Data Administration Newsletter.
9. FORRESTER RESEARCH. 2001. The forrester Report : E-retailing.
10. KIRSNER, D. ET BALBI D. (1997), « Les besoins de banques », Banque, n 586, p 38-39.
11. LAMOULINE, OLIVIER. 1998. « L'innovation technologique dans les établissements de crédit et les sociétés d'assurance ». Sessi, no.95 (septembre). <http://www.industrie.gouv.fr/>
12. LEJEUNE, A., PREFONTAINE, L.,& RICARD,L. (2001). Les chemins vers la performance. L'approche relationnelle et la transformation des entreprises. Revue Gestion. 26. (3)
13. LEMAITRE, PIERRE. 1997. « les enjeux de la banque à distance ». Banque. No. 587, p.63-65.
14. MUNOS, ANNIE. 1998. « Servuction et coopération : une approche marketing de la coopération dans les services », Revue Française de marketing.
15. MYERS, W. (1995). « what we've learned to date ». Mortgage Banking. Vol. 56. P. 38.
16. NEGRO, YVES. «Les compétences commerciales à l'épreuve de l'appropriation des technologies modernes de l'information et de la communication : le cas de la distribution en milieu bancaire ». La revue des sciences de gestion, Direction et Gestion, no. 190-191, Organisation, p.59-72.
17. RAMBICUR, JEAN FRANÇOIS ET KHAC THU DO. 1997. « Apres L'e-commerce, l'e-product », banque, no, 586 (novembre) p20-21.
18. RIDDLE, D.I. 2001. « Cadre d'analyse de rentabilisation pour l'adoption des affaires électroniques dans les petites entreprises ».

19. SAWHNEY, MOHANBIR ET PARIKH, DEVAL. 2001. « Where value lives in networked world », Harvard Business
20. STAMOULIS, D.S. (1994), « How banks fit in an internet Commerce Business activities Model ». dstamoulis@yahoo.com

Autres documents















Autres documents :

Catalogue interne du CPA.

Document CPA : circulaire a l'ensemble des agences et structures de la banque LC/CPA/N05/2008 modalités et procédure relative à la gestion des prestations de banque à distance

Claude COUDERC Workflows SharePoint Designer pour SharePoint Online 2018

Sites Internet :

-  <http://eduscol.education.fr/numerique/dossier/apprendre/tablette-tactile/aspectstechniques/quelques-precisions/utilite>
-  <https://www.editions-tissot.fr/droit-travail/dictionnaire-droit-travail>
-  <https://www.etudier.com/dissertations/e-Banking/486717.html>
-  <https://www.sab2i.com/ref/open-banking.html>
-  <http://bazekon.icm.edu.pl/bazekon/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171529412>
-  https://www.arpce.dz/fr/doc/obs/etude/2020/Observatoire_Mobile_2020_Trim2.pdf
-  www.satim.dz
-  <http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/12959/486.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
-  <https://labcalidad.files.wordpress.com/2013/02/oil.pdf>
-  https://books.google.dz/googlebooks/images/kennedy/inse rt_link.png
-  <https://www.memoireonline.com/08/10/3790/Decomposition-de-la-rentabilite-dune-banquepar-centre-de-profits-cas-dEcobank-Togo.html>
-  <https://www.memoireonline.com/08/10/3790/Decomposition-de-la-rentabilite-dune-banquepar-centre-de-profits-cas-dEcobank-Togo.html>
-  https://www.researchgate.net/publication/276268740_guide_des_banques_en_algerie_Guide_banks_in_Algeria. Jean. Luc BERNARD, Jean. Pierre MALLE, Henri MARTY, Le marketing digital et ses services(en ligne). Disponible sur : www.NetWare.net.
-  Le chèque électronique : <https://www.granddictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?ldfiche=8370849> • Le Marketing mobile, pourquoi, pour qui, et comment, (en ligne), disponible sur www.conseils.Marketing.fr

- ✚ Olivier Epinette et Jean-Michel Sahut, «La banque directe : canal de distribution Bibliographie viable ? » : www.iae.univ-larochelle.fr/epinetteetsahut.pdf
- ✚ Rôle d'un site web pour une entreprise (en ligne). Disponible sur www.lesinfostrategie.com. • Publicité sur Internet (en ligne) disponible sur www.commenentcamarche.net.

Liste des tableaux

Liste des tableaux

Tableau 1 : La répartition des agences de TIZI-OUZOU

Tableau 2 : Répartition selon le sexe

Tableau 3 : Répartition de l'échantillon selon l'âge

Tableau 4 : Profession des personnes interrogées

Tableau 5 : utilisation des moyens de paiement

Tableau 6 : Les raisons de refus de la carte CIB

Tableau 7 : Utilisation de la carte CIB auprès de ses porteurs

Tableau 8 : Problème rencontrés lors de l'utilisation de la carte

Tableau 9 : Mode de la connaissance de la carte CIB

ANNEXES

Line 15
Page 2428

قرض قسطی اجرتی CPA

[Empty box]

قرضی یا دیگر
.....

.....
.....

.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....

.....

2742719

00400120415001809529



البيان
STATEMENT OF FINANCIAL CHANGES

البيان رقم: لسنة:
 المدة: من: إلى:
 (بالدينار الجزائري)

المدة:

البيان رقم: لسنة:

المدة: من: إلى:

المبلغ:

المدة: من: إلى:

المبلغ:

المدة: من: إلى:

المبلغ:

المدة:

البيان رقم: لسنة:

المدة: من: إلى:

المبلغ:

المدة: من: إلى:

المبلغ:

المدة:

المدة:	المدة:	المدة:





Carte VISA GOLD

Les cartes VISA émises par la CPA
sont utilisables partout dans le monde.



Carte CIB GOLD

Cette carte au plafond conséquent, vous offrira de nombreux avantages

Guide de l'assuré



القرض الشعبي الجزائري
Crédit Populaire d'Algérie

Oui à la vie

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale 9

Partie théorique

Chapitre I : le fonctionnement de la banque algérienne avant les moyens NTIC12

Introduction 13

Section 1 : Aperçue générale sur les NTIC 14

1. Définition et historique des TIC 14

1.1. Définition et historique des TIC 14

1.2. L'historique des TIC 14

1.2.1. L'ordinateur 14

1.2.2. Les logiciels 15

1.2.3. Les réseaux et les télécommunications 15

1.2.4. Techniques audiovisuelles 15

Section 2 : Le secteur bancaire algérien avant l'avènement de la technologie 16

1. État des lieux du système bancaire algérien actuel 16

1.1. La banque d'Algérie 16

1.2. Les banques publiques 17

1.3. Les banques privées 18

Section 3 : les TIC une nécessité pour la rentabilité des banques 22

1. L'impact des TIC sur stratégie de la banque et le fonctionnement et le processus d'affaire 22

1.1. L'innovation technologique et la stratégie de la banque 23

1.2. L'impact des TIC sur le fonctionnement et le processus 23

2. L'impact des TIC sur la rentabilité financière et la réussite commerciale..... 24

2.1. L'impact des TIC sur la réussite commerciale 24

2.2. L'impact des TIC sur la rentabilité financière 25

Conclusion 26

Chapitre II : E-Banking	27
Introduction	28
Section 1 : Aperçue générale sur la banque	28
1. La banque	28
2. Les différents types de comptes bancaires	28
2.1. Le compte bancaire courant	28
2.2. Le compte épargne	28
2.3. Le compte titre	28
2.4. Le compte à terme	28
Section 2 : présentation de l'E- Banking	29
1. Définition	29
2. Conditions de l'E-Banking	30
3. Les services E-Banking	33
3.1. L'internet Banking	34
3.2. Guichet automatique bancaire	34
3.3. Le mobile Banking	35
3.4. SMS Banking	35
4. Condition de l'E-Banking	35
Section 3 : l'E-Banking en Algérie	36
1. La carte interbancaire	36
1.1. Carte classique	37
1.2. Carte gold	37
2. Internet Banking en Algérie	38
3. SMS Banking en Algérie	38
Conclusion	38
Chapitre III : Cas du CPA : Cas de CIB.....	39
Introduction	41
Section 1 : présentation de l'organisme d'accueil crédit populaire	42

1. Création et organigramme du crédit populaire d'Algérie (CPA)	42
1.1. Création du CPA	42
1.2. Mission et opération du CPA	42
2. Structure du CPA	43
3. Les objectifs de la banque CPA	43
4. L'organisme des agences CPA	44
5. Présentation du groupe d'exploitation	44
5.1. Mission et organisation du groupe d'exploitation	45
5.1.1. Mission du groupe	45
5.1.2. Organisation du groupe	45
5.2. Objectifs du groupe d'exploitation	45
Section 2 : Conditions générales d'utilisation de la carte interbancaire CIB	45
1. Objet de la carte	45
2. Délivrance de la carte	46
3. Code confidentiel	46
4. Modalités d'utilisation de la carte pour des retraits d'espèces dans la DAB/GAB et auprès des agences bancaires	47
5. Modalités d'utilisation de la carte pour le règlement d'achats de biens et de prestations de services..	47
6. Preuve des opérations	48
7. Limitation et cessation de l'usage électronique de la carte	48
8. Responsabilité de la banque	48
9. Recevabilité des oppositions	48
10. Modalité de blocage et d'opposition de la carte	49
11. Responsabilité du porteur de la carte	49
11.1. Principe	49
11.2. Frais d'opposition	49
12. Durée de validité – renouvellement – retrait – restitution de la carte	49
13. Réclamations – conservation des documents et informations	50
14. Remboursement en cas de la réclamation	51
Section 3 : Traitement statistique de l'enquête	51

1. L'élaboration du questionnaire	51
2. Interprétation des résultats de la recherche	52
2.1. Présentation par sexe	52
2.2. Répartition selon l'âge	52
2.3. Professions des personnes interrogées	52
2.4. Connaissance du terme carte bancaire	53
2.5. Les facteurs qui poussent le refus de la carte CIB	54
2.6. Utilisation de la carte CIB auprès de ses porteurs	55
2.7. Difficultés liées à l'utilisation de la carte interbancaire CIB	55
2.8. Prise de connaissance de la carte CIB	56
Conclusion	56
Conclusion générale	57
Bibliographie	
Liste des tableaux	
Annexes	
Table des matières	

Résumé

Vu l'importance capitale des technologies d'information et de communication et de l'e-Banking et sa propagation, les banques de la wilaya de Tizi-Ouzou opte pour l'amélioration et à modernisation de ce secteur en terme d'avantage concurrentielle et de facilité d'utilisation qu'elles procurent à sa clientèle. On peut dire que le travail des banques à la promotion du service E-Banking porte ses fruits principalement pour les banques privées. La banque à distance constitue une réponse technique et stratégique à l'innovation technologique et aux nouvelles formes de concurrence dans l'offre bancaire Malgré les efforts fournis par les banques le développement de l'E-Banking reste faible et se confronte à quelques problèmes réglementaires, les habitudes culturelles restent l'entrave la plus importante. Mots clés : les nouvelles technologies d'informations et de communications. E-Banking. Performance bancaire. Rentabilité bancaire.

Abstract

Given the capital importance of information and communication technologies and e-Banking and this spread, the banks of Tizi-Ouzou opt for the improvement and modernization of this sector in terms of competitive advantage and ease of use that they provide to that clientele. We can say that the work of the banks to promote the E-Banking service is bearing fruit mainly for private banks. Remote banking is a technical and strategic response to technological innovation and new forms of competition in the banking offer Despite the efforts made by the banks, the development of e-banking remains weak and faces some regulatory problems, cultural habits remain the most important obstacle. Key Word : new information and communication technologies. E-Banking. Banking performance. Bank profitability