

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA

RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU



FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES

SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES

**Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du
Diplôme de Master en Sciences Economiques
Option : Monnaie, Finance et Banque**

Thème

**La mobilisation de l'épargne par
les banques
Cas : CNEP-Banque**

**President: Dr KHENNICHE Youcef
Examinateur : MR DRIOUECHE Sofiane
Rapporteur : Dr BOUBAKEUR Mustapha**

**Réalisé par :
M^{lle} OUALI Lydia
M^{me} RABEHI Djamila**

Promotion 2014/2015

Remerciements

Tout travail n'est jamais totalement l'œuvre d'une seule personne, à cet effet. Nous tenons à exprimer notre sincère reconnaissance et nos vifs remerciements à tous ce qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

Nos remerciements vont tout d'abord à notre promoteur le Docteur, BOUBAKEUR Mustapha, qui nous a guidés et nous a fait progresser, nous ne pouvons que louer ses qualités humaines.

Puis nous remercions notre encadrice au niveau de la direction régionale de Tizi-Ouzou M^{me} MOUDOUD Kahina qui nous a aidé et orienté tout au long de ce travail.

Nous remercions également les membres du jury pour leur aimable acceptation d'évaluer ce travail et de participer à la soutenance.

Enfin, on adresse nos plus sincères remerciements à tous nos proches et à toute personne qui nous a soutenu et encouragé au cours de la réalisation de ce mémoire.

Merci à Dieu de nous avoir donné la force et le courage de mener jusqu'à la fin de ce travail.

Dédicaces

Je dédie ce travail à :

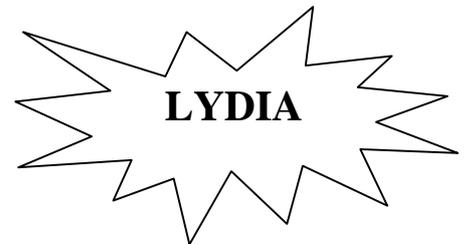
❖ Mes chers parents et ma grande mère.

❖ Mes deux sœurs.

RACHIDA et SAMIRA.

❖ Mon frère MOULOUD.

❖ Ma meilleure amie DJAMILA.



LYDIA

Dédicaces

Je dédie ce travail à :

- ❖ Mes chers parents.
- ❖ Mes chères sœurs.
- ❖ Mon cher frère.
- ❖ Particulièrement mon mari et mon bébé AKSIL.
- ❖ Ma meilleure amie LYDIA.



DJAMILA

Sommaire

Introduction Générale	07
Chapitre I : La notion de l'épargne	10
Introduction du chapitre	11
Section 01 : Les approches théoriques de l'épargne	12
Section 2 : Les différents types de placements bancaires	21
Section 03 : Ouverture et Fonctionnement des dépôts bancaires	29
Conclusion du chapitre	37
Chapitre II : Les politiques de la collecte des dépôts bancaires	38
Introduction du chapitre	39
Section 1 : Les moyens de collecte des dépôts bancaires	40
Section 2 : Les stratégies de la banque	46
Section 3 : Les avantages et les obstacles de collecte des dépôts bancaires	67
Conclusion du chapitre	75
Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque	76
Introduction du chapitre	77
Section 1 : La présentation de la CNEP- Banque	78
Section 2 : Produits et stratégies de la CNEP-Banque	88
Section 3 : L'usage de l'épargne drainée par la CNEP-Banque	103
Conclusion du chapitre	113
Conclusion Générale	115

Introduction générale

Si l'on juge par l'expérience de la dernière décennie, la croissance économique est le fruit d'une alchimie complexe. En effet, même si l'économie n'est pas une science exacte quelques règles doivent en tout état de cause être respectées. Un pays ne peut se développer que dans la mesure où il dispose de capitaux suffisants et les affectent à bon escient, c'est-à-dire sans porter atteinte à ses grands équilibres.

L'épargne joue un rôle primordial dans la croissance économique des Etats et sa mobilisation a toujours suscité un intérêt très important étant donné les implications de ce paramètre ; formation de revenu et création d'emplois.

L'Algérie après son indépendance et dans le but de collecter l'épargne à créer la caisse nationale d'épargne et de prévoyance CNEP le 10 août 1964 qui a été caisse avant de devenir banque. En effet à cette période le secteur bancaire Algérien était au service de l'économie planifier ne disposait ni de cadre institutionnel approprié ni d'expérience pertinente pour être des intermédiaires financiers efficaces. Après des années de financement en faveur des entreprises publiques, de spécialisation sectorielle du crédit et de réglementation prudentielle inadéquate. Elles se sont retrouvées avec des portefeuilles de créances lourdes et de piètre qualité, la solvabilité du système bancaire s'est effritée au fil des ans et le refinancement auprès de la banque centrale grimait d'une manière alarmante.

Cependant avec l'ouverture vers l'économie de marché il était nécessaire d'instaurer des réformes touchant différents secteurs parmi eux le secteur bancaire. Cette dernière a débuté par la promulgation de la loi sur la monnaie et le crédit loi 90/10 du 14 avril 1990 qui a redéfini le statut de l'ensemble des institutions financières et libéré leur champ d'investigation. À cet effet la caisse nationale d'épargne et de prévoyance est devenue banque en Avril 1997.

L'évaluation du système bancaire Algérien d'aujourd'hui, montre une grande diversité de ses composants qu'ils soient publique ou privé, banques commerciales, banques d'investissements, banque mutualistes ou coopératives, banques de développements...etc.

Pour rester efficaces et compétitifs, chacun desdits établissements se doit exploiter tous les moyens pour y parvenir, notamment par le repositionnement stratégique par rapport à la concurrence. Le modèle de la stratégie adoptée, amène la banque à entreprendre plusieurs

Introduction générale

mesures reconstituantes ; il n'en est ainsi de celle d'asseoir son activité sur le modèle d'organisation le plus approprié.

Par ailleurs, à l'instar de toutes les banques publiques Algériennes, la caisse nationale d'épargne et de prévoyance-banque s'est lancée dans un large programme de réformes affectant les agences bancaires considérées comme cellules de bases a fin de collecter les ressources nécessaires pour exercer son activité en tant que banque, car les dépôts bancaires constitues pour le banquier les ressources qui alimentent la partie la plus intéressante de son activité .

A ce propos autant de questions qui s'entendent la problématique de la collecte des ressources.

La problématique

Quels-sont les moyens ainsi que stratégies adoptés par les banques en général et la CNEP-Banque en particulier pour la réalisation d'une meilleure mobilisation de l'épargne ?

De cette problématique se dérive les questions secondaires suivantes :

- 1-Comment les banques utilisent les moyens dont elles disposent pour la réalisation de cet objectif ?
- 2-Est-ce-que ces moyens sont suffisants pour atteindre cet objectif ?
- 3-Quelle est la place de l'organisation bancaire dans la mobilisation de l'épargne ?
- 4-Quelle est l'évolution de l'épargne au niveau de la CNEP-Banque ?

Hypothèses

Pour bien mener à terme notre travail de recherche, nous allons émettre les hypothèses suivantes :

Hypothèse 01 : Les banques exploitent les moyens dont elles disposent pour faire inscrire leurs noms dans l'œil et dans l'oreille du public.

Hypothèse 02 : ces moyens sont insuffisants pour cela les banques recourent a d'autres stratégies, telle que la proposition des offres avantageuses pour les épargnants.

Hypothèse 03 : Une organisation adéquate permet la réussite de toute stratégie ainsi une meilleure mobilisation de l'épargne.

Introduction générale

Hypothèse 04 : L'épargne collectée par la CNEP-Banque augment d'une année a une autre suite a la réussite des stratégies appliquées.

Dans le but de porter les éléments de repense aux questions précitées et afin d'affirmer ou d'infirmier ces hypothèses nous avons structurés notre travail en trois chapitres.

Le premier chapitre portera sur les généralités de l'épargne ; ses concepts, son rôle, ses origines, son objectif, ainsi que les différentes formules de placement.

Dans le deuxième chapitre nous allons voir les différents moyens et stratégies mis en œuvre par les banques pour réaliser leurs objectifs, traiter la question de l'organisation, puis enfin expliquer les avantages ainsi que les obstacles des dépôts bancaires.

Le dernier chapitre sera le volet pratique de notre recherche, aura comme fin la présentation de la caisse nationale d'épargne et de prévoyance-banque, introduire les différents produits ainsi que stratégies proposées par cette institution, enfin on va traiter le devient de l'épargne drainée par cette dernière.

Méthodologie du travail

Le sujet impose une recherche bibliographique et documentaire.

Une collecte d'information auprès de la direction du réseau de la CNEP-Banque dans la Wilaya de Tizi-Ouzou qui est le fruit des :

- Orientations du staff du service épargne.
- Consultation de divers documents et circulaires internes.

Objet de recherche

L'objectif principal de notre recherche est de tenter d'éclaircir au maximum la notion de l'épargne ainsi que les stratégies appliquées pour la réalisation d'une meilleure mobilisation de cette dernière.

Démontrer l'efficacité des stratégies appliquées et cela en étudiant l'évolution de l'épargne collectée avant et après leurs utilisations dans le cas de la CNEP-Banque.

La principale motivation qui nous a incités a opté pour ce thème, émane de raison personnelle. En effet, le domaine des banques et leurs activités nous intéressent plus que d'autre.

Introduction générale

La seconde motivation, porte sur la nécessité de découvrir les réformes profondes que connaissent les banques afin de faire face aux nouvelles exigences économiques et financières.

Introduction

Sans épargne on ne peut pas investir et s'il n'y a pas investissement il n'y aura pas de développement et sans développement il n'y aura pas de progrès économique et sociale. L'accroissement des besoins des agents économiques a poussé les pouvoirs publics à chercher d'autres moyens de mobilisation de l'épargne avec l'apport de nouveaux systèmes des banques.

L'objet de ce premier chapitre est d'introduire les principaux concepts relatifs à l'épargne, et mieux connaître la place qu'occupe cette dernière dans l'activité économique. Il est nécessaire de maîtriser les diverses définitions relatives à l'épargne, celles-ci sera traitées dans ce chapitre.

Section 01 : Les approches théoriques de l'épargne.

Le développement économique de chaque nation exige une source de financement qui doit reposer sur la collecte de l'épargne nationale sous ses différentes formes.

1-Définition de l'épargne :**1-1-Définition économique :**

Les dictionnaires modernes définissent l'épargne comme étant « l'économie dans la dépense » c'est la fraction du revenu qui n'est pas consacré à la consommation.

Autrement dit : l'épargne est un acte par lequel un agent économique conserve momentanément ou à longue durée une partie de son revenu qui n'est pas atteinte par des objectifs de consommation de produits durables, ou en contre partie de présentation de service.

On peut exprimer l'épargne par l'équation¹ :

$$S=y-c$$

$$S=\text{Epargne}$$

$$Y=\text{Revenu}$$

$$C=\text{Consommation}$$

Donc l'épargne c'est transféré un pouvoir d'achat sur une période ultérieure en vue de l'acquisition des biens et services non destinés à un investissement, soit en le thésaurisant c'est-à-dire en gardant cette épargne en espèce dans un endroit secret tels que les matelas, carrelage, coffres, soit en le transformant en placement à vue auprès des établissements bancaires.

Selon Adam Smith l'épargne est un acte de privation d'abstinence, en vue d'une accumulation ultérieure.

Pour Smith le capitalisme est marqué par cet esprit d'accumulation de biens matériels qui constituent une richesse, un patrimoine de la nation.

¹ VILLIER Patrick, « Macroéconomie. Consommation et épargne », Ed la découverte, PARIS, 1997, p05.

« Tout ce qu'un individu épargne sur son revenu, il l'ajoute à son capital, la parcimonie et non l'industrie est la cause immédiate de l'accroissement du capital »

Pour Smith la croissance se résume dans la séquence :

Travail → **Production** → **Epargne** → **Accumulation** → **travail**

D'après JM Keynes, « l'épargne est ce qui reste de revenu après avoir choisi un certain niveau de consommation qui ne peut différer de l'addition à l'investissement¹ ».

On peut l'exprimer par la fonction suivante :

$$S = (1-a)y - b$$

S = l'épargne y=Revenu

a = la proportion à consommer

b = le volume de consommation incompressible

1-2- Définition comptable de l'épargne :

L'épargne est un élément fondamental dans l'économie elle est la contre partie de l'investissement, lequel permet à la croissance de se maintenir et de progresser.

En principe, plus le niveau d'épargne est élevé, plus les entreprises peuvent avoir accès à des financements bon marché qui leur servent à augmenter leur capacité de production et à produire d'avantage en distribuant ainsi plus de revenu à leur salarier et à la collectivité.

Il est donc indispensable d'avoir une bonne mesure de cette variable. Pour les économistes, l'épargne n'est pas analysée seulement comme un stock, elle est considérée aussi comme un flux.

¹ SAMUELSON Alain, « les grands courants de la pensée économique », OPU ALGER, 1997, p 117

2-L'objectif de l'épargne**2-1-D'après les classiques**

L'argent est épargné pour un motif transactionnel à fin de faire face au besoin de consommation, aussi la somme épargnée et une fonction de revenu.

Pour les économistes de l'école classique Adam Smith, David Ricardo et aussi Léon Walras, l'épargne est nécessairement investie sous forme de consommation ou de l'investissement.

L'épargne ne concerne jamais d'encaisses loisir, il y a pas trace de préférence par la liquidité toute épargne étant nécessairement transformée en investissement le taux d'intérêt est la variable qui permet l'égalisation de cas de grandeur, l'offre d'épargne est une fonction croissante du taux d'intérêt et la demande de fond d'investissement est une fonction décroissante.

2-2 D'après les Keynésiens

L'argent est épargné pour trois motifs :

2-2-1 Le motif de transaction : Compte tenu de l'incertitude de l'avenir et de leur recettes, les agents économiques sont amenés à faire des encaisses afin de faire face aux imprévues en partant aux dépenses secondaires et profités des conditions d'achats avantageuses d'appartement peut se présenter.

2-2-2 Motif de précaution : Disposer d'une réserve qui constitue une marge de sécurité pour faire face aux aléas de la vie (maladie ; accident...);

2-2-3 Le motif de spéculation : Les encaisses de la monnaie peuvent être constituées afin de spéculer sur le marché secondaire des titres financiers c'est-à-dire l'achat d'actions et obligations.

2-3 Autres motifs :

Par des fins de thésaurisation dans ce cas l'argent doit échapper au contrôle des autorités monétaires pour cela cet acte est considéré comme étant néo-économique.

Les agents économiques procèdent à l'épargne quelques fois pour bénéficier de ses rendements.

3 Les types de l'épargne

3-1 L'épargne forcée : c'est l'épargne réalisée par un agent du fait de la décision des autres agents économiques (impôts, cotisation sociale,...etc.) ;

L'épargne forcée est l'excès de l'épargne effective sur la somme qui serait épargnée s'il existait une situation de plein emploi dans un équilibre de grande période¹ ».

3-2 L'épargne de précaution : correspond à la fraction de l'épargne consacré pour faire face aux différents risques ;

3-3 L'épargne spéculative : représente l'ensemble de revenu épargné dans le but de tirer partie des associations de plus value en capital (achat des actions et des obligations).

4 Les déterminants de l'épargne

4-1 Les facteurs économiques

4-1-1 Le revenu et la richesse : l'épargne est une fonction croissante de revenu ; selon J.M KEYNES, pour augmenter l'épargne il faut les hauts revenus et maintenir les faibles revenus pour la consommation minimale².

BIALES a indiqué : «l'épargne dépend du revenu, du rythme auquel les biens d'investissements sont introduits³ » ;

Donc l'épargne ou la propension à épargner est étroitement dépendante du revenu de chaque agent économique.

¹ KEYNES, « théorie de l'emploi de l'intérêt de la monnaie », traduit de l'anglais par J. de Largentaye ; 1969 ; p103

² RIGZUT Alyos ; fiche technique de l'épargne 30/01/2001 ouvrage PDF, consulter le 24/07/2015.

³ BIALES.CH, « question sur l'épargne », ouvrage PDF, consulté le 24/06/2015.

4-1-2 L'investissement : dans la théorie d'HARROD « le déséquilibre entre l'investissement et l'épargne », a constaté deux résultats :

- si la propension à épargner est plus forte que la propension à investir (une dépression), dans ce cas ça peut aboutir à une situation de thésaurisation ;
- si la propension à épargner est plus faible que la propension à investir (une pression inflationniste). Cette situation va affaiblir la possibilité de l'épargne¹.

4-1-3 L'inflation et le risque : ces deux phénomènes encouragent la consommation immédiate, tendent à centraliser l'épargne vers ces actifs réels, considérer comme une couverture contre le risque monétaire ou suscite la fuite des capitaux.

Ceci explique le fait qu'une instabilité politique nécessite l'inclusion de « prime de risque » dans la rémunération de l'épargne ;

4-1-4 Le taux de rendement :

Les textes économiques semblent rejeter l'hypothèse d'une élasticité positive de l'épargne au taux de rendement réel. Il suggère une hypothèse alternative. L'épargne augmente quand une réforme financière induit une stabilité des prix renforce la sécurité accroît le nombre d'institutions financières.

A ces facteurs, on peut ajouter :

4-1-5 Le rôle des institutions financières : il existe une corrélation positive entre le volume de l'épargne et la part des activités financières non monétaires dans le PIB.

Dans le cas où le développement financier entraîne le développement économique, il faut mettre l'accent sur l'importance de l'intermédiation financière, ce qui devrait induire la croissance de revenus, de la richesse et relativement de l'épargne. On retrouve la controverse classique entre l'entraînement par la demande qui suppose le rôle principal de l'épargne et de l'investissement et l'entraînement par l'offre qui met en avant le rôle fondamental des institutions des services offerts.

¹ BABEAU André, « L'épargne dans son environnement », revu Banque, janvier 2008, P60.

On constate qu'il ya une diversification d'offre d'actif financier par cette institution ceci permettra relativement l'accentuation des volumes d'épargne.

4-1-6 L'impact du système fiscal : la fiscalité est un moyen de transfert de revenu mobilisable en épargne public ; l'accroissement des impôts est susceptible de diminuer le taux moyen d'épargne, ce qui induit à ce que l'épargne public aura un effet d'éviction sur l'épargne privé. La fiscalité a des effets sur l'épargne public et aussi a celle sur l'épargne privé de fait qu'elle modifie la répartition de revenu, il peut donc fluctuer le niveau général de l'épargne.

4-2 Les facteurs sociaux :

4-2-1 Le cycle de vie : on considère que l'épargne dépend de son âge, donc de la durée de placement. La banque peut appliquer un taux plus élevé si le dépôt est placé sur une échéance lointaine (intérêt simple ou composé)¹ ;

4-2-2 La pression communautaire : un phénomène qui s'illustre par le cas des sociétés africaines qui se caractérise par un ensemble d'obligations de solidarité communautaire qui constitue une base prioritaire dans l'affectation des ressources notamment l'argent.

5 Rôles et caractéristiques de l'épargne

5-1 Deux concepts s'opposent

Celui des néoclassique pour que l'épargne est égale à l'investissement par ce que chaque épargne est confrontée à une demande d'investissement. Pour les néoclassiques l'offre (l'épargne) crée sa propre demande (l'investissement).

Une autre conception, celle des Keynésiens pour que l'investissement est inférieure à l'épargne celle-ci est défini comme étant la partie du revenu non consommé, la fonction épargne se déduit donc de la fonction de consommation.

¹ JACQUENOT. P, RAFFINOT. N, « la nouvelle politique économique en Afrique », EDICAF, 1993, pp : 198-199.

Dans la mesure où l'épargne des ménages finance la construction immobilière existant de façon à la ajuster aux besoins de la population, elle mesure une fonction individuelle fondamentale et évite l'épargne de l'entreprise de se détourner de sa fonction de production ou à l'épargne publique de se détourner de sa fonction de production ou à l'épargne publique de se détourner de ses fonctions sociales.

Dans la mesure où elle régularise et soutient la consommation elle apporte une contribution essentielle à la croissance, qui pour se perpétuer au besoin d'une démarche solvable qui soutienne la production en lui permettant de s'écouler.

5-2 Le rôle économique

Sur le plan purement économique l'épargne est souvent associée à l'investissement.

La présentation de circuit économique montre l'importance de l'épargne pour l'activité économique en permettant de financer l'investissement¹. Les ménages épargnent pour acheter les biens immobiliers afin de se loger, ils épargnent aussi pour se protéger contre certaines éventualités (chômage, dépenses imprévues,..... etc.). Ils épargnent durant leur vie active afin d'accumuler un patrimoine qu'ils consommeront durant leur retraite, ils pratiquent ainsi durant leur retraite une désépargne (transformer l'épargne en consommation), et ils financent leurs constructions immobilières existantes grâce à l'épargne.

6- Les origines de l'épargne

L'épargne peut provenir de plusieurs acteurs :

6-1 L'épargne nationale :

Pour la comptabilité nationale l'épargne est un flux non un stock. La mesure de l'épargne des différents agents économiques porte sur la somme épargnée durant une certaine période et non sur le montant de leur épargne à un moment donné. On distingue en outre l'épargne brute, l'épargne nette qui est égale à :

$$\text{L'épargne nette} = \text{L'épargne brute} - \text{L'amortissement}^2$$

¹ DAVYDOFF Didier, « Macroéconomie, Qu'est ce que l'épargne ? », revue Université PARIS Dauphine, Ed BIPE. Janvier 2006.

² Huberchet.A et Guerra. F « mesure de la performance globale des agences bancaires : une application de la méthode des agences bancaires : une application de la méthode DEA », FRANCE, 2005, p10.

L'épargne nationale est ici la somme de l'épargne de tous les agents économiques (ménages, entreprises et administrations), mais la notion elle-même peut dégager une épargne, résultat de ses transactions avec le reste du monde. Il y a aussi une épargne de la nation lorsque la balance des paiements courante dégage un excédent cela signifie que toute l'épargne des agents économiques se trouve pas à s'employer dans l'économie nationale et que l'excédent est à des agents économiques extérieures.

6-2 L'épargne des ménages :

Dans la comptabilité nationale l'épargne des ménages à la consommation (l'épargne brute des ménages) correspond alors à trois éléments :

- L'épargne des 'entrepreneurs individuels mesuré par les investissements qu'ils réalisent :
- Les achats des biens immobiliers, qui font aussi partie de cette épargne les remboursements des prêt immobiliers on parle d'épargne contractuelle ;
- L'épargne financière des ménages appeler capacité de financement des ménages c'est-à-dire qu'ils épargnent plus qu'ils consomment.

Ainsi l'épargne des ménages peut être investie dans l'achat de logement ou de biens de production pour l'entreprise industrielle. La capacité de financement des ménages est susceptible de plusieurs utilisations une partie de cette épargne peut être thésaurisée, c'est-à-dire conserver et non réintroduite dans le circuit économique ; l'autre partie peut être placé c'est-à-dire confié au système financier, moyennant une rémunération appelée intérêt.

6-3 L'épargne des entreprises :

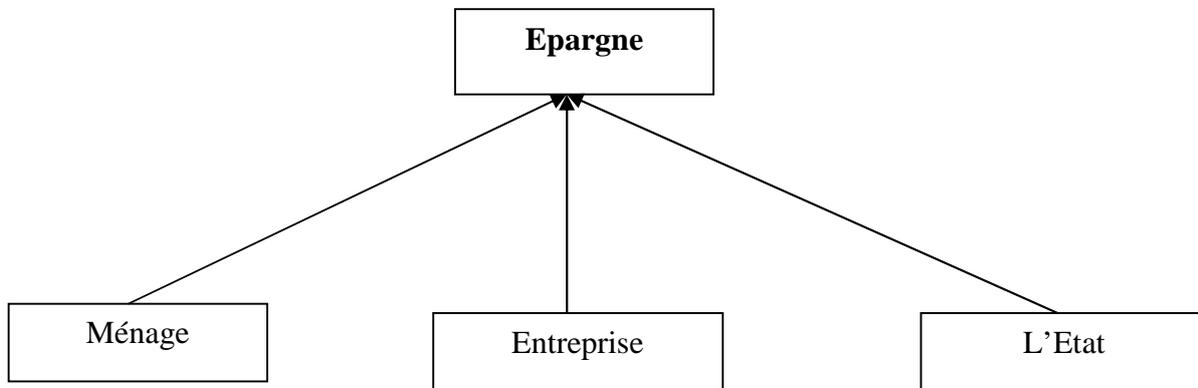
L'épargne brute des entreprises correspond à leur autofinancement, c'est-à-dire la part de leurs bénéfices nets après le payement de l'impôt et qui n'est pas distribuer aux actionnaires sous forme de dividendes, à laquelle s'ajoute l'amortissement.

L'épargne brute des entreprises= autofinancement= amortissement+ bénéfices non distribués.

Donc l'épargne peut provenir d'un salaire dans le cas d'un fonctionnaire ; ou d'une rente foncière (loyers) ; d'un bénéfice net dans le cas d'un entrepreneur et de l'excès des recettes courantes sur les dépenses courantes de fonctionnement ou d'un emprunt étranger le

cas de l'Etat ; l'épargne peut avoir une origine exceptionnelle dans le cas d'un héritage ou d'un gain particulier comme les jeux, la loterie (jeux au hasard).

Schéma N°1 : L'origine de l'épargne



Source : dictionnaire économique et de sciences sociales par olivier Garnier et jean Yves Capal, Ed découverte, PARIS, 2001, p 178.

Section 2 : Les différents types de placements bancaires

L'orthodoxie bancaire exige au préalable que les ressources détenues par une banque commerciale soient supérieures à celles qu'elle accorde à sa clientèle, ou du moins le montant des crédits octroyés ne doit jamais dépasser les ressources, sinon il y aura une inadéquation qui peut influencer négativement sur le devenir de cette agence bancaire.

De ce fait, la vocation de la banque est de collecter d'abord des ressources pour pouvoir les distribués par la suite sous forme de concours bancaires.

Il est donc d'usage au niveau des banques primaires d'axer leurs objectifs sur la collecte en premier lieu des ressources non rémunérées telles que¹

Les comptes courants ;

Les comptes chèques.

Et en second lieu de stimuler et d'accroître les ressources en placement de la clientèle telles que :

Les comptes sur livret ;

¹ Conformément à l'information recueillie auprès de la CNEP de Tizi-Ouzou, avec MOUDOUD Kahina, 16/08/2015

Les bons de caisse ;

Les placements à terme.

Matouk. J « Dans la terminologie courante, on utilise souvent, par abus de langage, indistinctement les termes de dépôt et de compte : on parle ainsi de compte à vue ou dépôt à vue, compte à terme ou dépôt à terme. Le dépôt est en tout rigueur, le solde créditeur du compte correspondant ». ¹

Il existe trois types de placements bancaires, qui sont représentés comme suit : dépôt à vue, dépôt à terme et les formules particulières.

1 Les dépôts à vue

Les dépôts à vue sont des dépôts dont le propriétaire peut disposer à tout moment de la somme correspondante.

La restitution des fonds déposés à vue peut avoir lieu à tout moment sur une simple demande du déposant. Ces dépôts ne sont pas rémunérés par les banques. ² Et la durée de placement ne doit pas dépassée une année.

Sous cette rubrique figure les types de comptes suivants.

1-1 Le compte chèque :

Cette catégorie de comptes est ouverte aux particuliers pour leurs opérations personnelles, en principe, toujours créditeurs. Les soldes sont non rémunérés. Le client peut disposer à tout moment de ce solde sans aucun préavis.

1-2 Le compte courant :

Cette catégorie de compte est ouverte aux commerçants, aux industriels, aux sociétés industrielles et commerciales pour les besoins de leurs activités professionnelles. Les soldes créditeurs de ces comptes représentent des ressources à vue pour la banque sans aucune rémunération.

« A l'inverse du compte de chèque, ils peuvent présenter un solde débiteur » ¹

¹ Matouk. J, « Système financier français et étranger, Banque : instrument, institution, et gestion bancaire », Ed DUNOD, PARIS 1991, P 21.

² Benehalima. A, « Pratique des techniques bancaires », Ed DAHLEB, ALGER, 1997, p 39.

1-3 Les comptes courants bancaires :

Ce sont les comptes courants ouverts par une banque primaire auprès des autres banques.

Le solde de ces comptes représente des ressources à vue pour la banque. Ces dépôts, qu'ils soient en compte de chèque ou en compte courant sont essentiellement le fait des particuliers et des entreprises privées, et très accessoirement de quelques entreprises publiques commerciales.

Les dépôts à vue constituent la majeure partie des ressources collectées par les banques, et ce malgré l'emploi par les particuliers de leur salaires et de la faible utilisation du chèque comme moyen de paiement, en dehors du secteur public.

2 Les dépôts à terme :

Contrairement à l'épargne à vue placer son épargne à terme c'est s'engager à la laisser à la disposition de la banque pendant un certain délai, c'est-à-dire ; ils sont immobilisés jusqu'à la date prévue à l'échéance².

La durée du dépôt ne peut être inférieure à un an.

Les intérêts sont en fonction de la durée de placement.

Un compte distinct doit être ouvert pour chaque opération de dépôt à terme, chacun de ces comptes ne peut enregistrer que l'écriture de virement ou de versement des fonds à bloquer.

Le déposant est invité à signer une lettre qui définit les conditions de dépôt et fixe les modalités de disposition éventuelle des fonds avant l'échéance du terme.

La principale qualité de l'épargne à terme est en principe sa rentabilité, son principal défaut est son indispensabilité.

Dans cette catégorie on peut distinguer :

¹ Greslier.H, « Aide-mémoire banque », Ed DUNOD, PARIS 1979, p 97.

² BURNET-ROLLANDE Luc, « Opération banque et de bourses », 6^{ème} édition banque, PARIS, P62.

2-1 Les bons de caisse :

Ce sont des titres émis par les banques en contrepartie d'un placement de fonds et comportant l'engagement d'en rembourser le montant à une échéance déterminée moyennant le paiement d'un intérêt, dont la durée peut varier de trois mois à dix ans. Il s'agit d'un placement avantageux pour la clientèle et qui permet la mise à la disposition des banques de ressources stables. Les bons de caisse sont représentés par des formules détachables d'un carnet à souche dont la conservation relève du chef d'agence ou de son représentant, ils sont transmissibles par endos, la souscription des bons de caisse peut être effectuée par une personne physique ou morale.

Les banques émettent généralement deux sortes de bons de caisse :

➤ **Les bons de caisse anonymes ou au porteur :**

L'acquéreur n'a pas à déterminer son nom sur le bon, ni à le faire inscrire par la banque émettrice. Il a la possibilité de les faire transmettre de main à main.¹

➤ **Les bons de caisse nominatifs :**

Ils comportent le nom du souscripteur (de celui qui a placé les fonds), ils sont souscrits et remboursés sur présentation d'une pièce d'identité et ils sont transmissibles par voix d'endossement. Les intérêts sont versés conformément à la grille des conditions de la banque et ils sont soumis à un impôt de 10%. Le remboursement par anticipation est possible à la demande du titulaire de compte, le taux d'intérêt à verser va correspondre à la période effective connue, diminuée d'une pénalité d'un point.

2-2 Les comptes dépôts à terme (DAT) :

Le compte dépôt à terme est un compte à terme ouvert à des personnes physiques ou morales disposant d'un certain capital et souhaitant le placer pendant une durée déterminée leur permettant une rémunération, c'est une formule de placement à terme, et le titulaire du compte de dépôt à terme ne peut disposer des sommes qui figurent à ce compte avant la date fixée pour l'échéance du dépôt, mais en cas de besoin ; ce dernier peut se faire consentir des facilités de crédit en contre partie des fonds déposés. C'est une avance sur dépôt à terme.

¹ Benehalima. A, op.cit., p 42.

Les sommes figurantes aux comptes dépôt à terme représentent des ressources à terme pour la banque

2-3 Les bons d'épargne :

Les bons d'épargne sont une catégorie particulière de bons de caisse remboursable à tout moment à partir de trois mois.

Bien entendu, le taux croit avec la durée de placement.

2-4 Le compte sur livret :

Dans le cadre de l'encouragement de l'épargne, la banque ouvre aux seules personnes physiques des comptes sur livret d'épargne.

Ces comptes donnent lieu à l'inscription des mouvements sur un livret remis au client.

Les mouvements de ces comptes sont limités à des opérations de versement ou de retrait au profit du titulaire ou à des virements à son compte ordinaire, il n'est pas délivré de carnet de chèque au titre de compte sur livret.

Toute personne physique même mineure peut ouvrir un compte sur livret (compte livret d'épargne, compte spéciale logement.....)

L'ordonnance 04-10 du 01/09/2010 relative à la monnaie et au crédit notamment dans l'article 119, précise que :

« Les mineures sont admis à se faire ouvrir des livrets sans intervention de leurs représentants légal. Ils peuvent retirer sans cette intervention, mais seulement après l'âge de seize (16) ans révolus, les sommes figurantes sur les livrets ainsi ouverts, sauf opposition de la part de leur représentant légal signifiée dans la forme des actes extrajudiciaires. »¹

Le solde de ces comptes représente des ressources à terme pour la banque.

2-5 Les bons de trésor :

Ce sont des placements différents des autres produits classiques et présentent une garantie du titre c'est-à-dire, titres garanties par l'Etat et assurant des rendements conséquents. Les bons de trésor sont des titres représentatifs d'emprunt à court terme émis par

¹ Article 119 de l'ordonnance 10-04 du 01/09/2010 relative à la monnaie et au crédit.

le trésor public, ils ressemblent aux bons de caisse. Ils représentent une créance sur l'Etat. On distingue les bons de trésor sur formule et les bon de trésor en compte courant résultant de simples inscriptions comptables. Les bons de trésor en compte courant sont négociables sur le marché monétaire.

L'attrait principal des bons de trésor réside dans la possibilité de placement de la liquidité pour des périodes très flexibles (allant d'un jour à cinq ans), ce qui permet aux agents de rentabiliser ou rémunérer leurs excédents de trésorerie.

2-6 Les titres de créances négociables :

Ces formules de placements ne sont pas encore utilisées dans notre pays sont :

2-6-1 Les bons de trésor :

Les bons de trésor à taux fixe (BTF) de durée inférieure à un an et les bons de trésor à taux annuel normalisé (BTMN) dont les durés sont de deux ans à cinq ans.

2-6-2 Les certificats de dépôt (CD) :

Sont des titres négociables émis par certains établissements de crédit en représentation des dépôts effectués auprès d'eux même par leurs clients, essentiellement des entreprises. Les certificats de dépôts prennent la forme, soit d'un billet à ordre ou matérialisé par un simple jeu d'écriture, ils sont soumis à la réglementation des dépôts bancaires.

2-6-3 Les billets de trésorerie (BT) :

Emis par les entreprises, la banque dans ce cas de figure, va jouer le rôle d'intermédiaire entre l'émetteur et l'investisseur (offreurs et demandeurs des capitaux)

2-6-4 Les bons à moyen terme négociables (BMTN) :

Ils ont une échéance minimale d'un an ; il n y a pas de durée maximale. Les autres caractéristiques sont identiques à celles des certificats de dépôts.¹

¹ GILLES. G, « Les opérations bancaires et leurs fondement économique », Ed DUNOD, PARIS, 2000, P125.

3 Les formules particulières :

Sont les services offerts par les banques à leurs clientèles qui se présentent comme suit :

L'épargne logement, le plan d'épargne populaire et la location des coffres forts.

3-1 L'épargne logement :

L'épargne logement est une technique permettant à l'épargnant, ayant effectué des versements à un compte épargne logement pendant une période déterminée contractuellement, de bénéficier de prêt destiné à la construction ou à l'acquisition d'un logement à des taux et conditions privilégiés. Il existe deux formules :

- ✓ Le compte épargne logement.
- ✓ Le plan épargne logement.

3-1-1 Le compte épargne logement :

Le compte épargne logement ressemble au niveau de la période d'épargne au compte épargne bancaire, sa durée du placement est au minimum de dix-huit (18) mois (condition indispensable pour obtenir un prêt). Il n'y a pas de minimum.

3-1-2 Le plan épargne logement :

Tout comme le compte épargne logement, après une phase d'épargne, le titulaire peut obtenir un prêt épargne logement. Ce système d'épargne donne accès ultérieurement à un prêt à un taux privilégié pour contribuer à l'achat d'un logement (prêt habitat) pour l'habitat principal de l'intéressé ou de sa famille.

C'est le plan épargne logement qui donne lieu au détenteur l'ouverture d'un compte épargne logement dans le même établissement et lors de l'utilisation commune d'un prêt issu d'un plan épargne logement.

3-2 Le plan d'épargne populaire (PEP) :

Le plan d'épargne populaire est créé pour encourager une épargne à long terme pouvant notamment compléter les revenus des retraites, le plan d'épargne populaire se substitue au plan d'épargne retraite.

3-2-1 Le Fonctionnement du compte PEP :

Le plan d'épargne populaire prend la forme d'un compte ouvert auprès de tout intermédiaire financier pour une durée de dix (10) ans, pouvant être prolongée et renouvelée. Le souscripteur effectue des versements soit à un compte ouvert, soit au titre d'un contrat d'assurance sur la vie¹.

Un couple marié peut ouvrir un plan au nom de chaque époux.

A l'échéance du plan, le titulaire retrouve la libre disposition de son capital : les retraits pendant la durée du plan sont possibles, mais sont assujettis à l'impôt sur le revenu.

Cette formule de placement pratiquée aux Etats Unis n'existe pas en Algérie.

3-2-2 Le Régime fiscale du compte PEP :

Les versements effectués dans le cadre d'un plan d'épargne populaire ne donnent pas droit à une réduction d'impôt sur le revenu particulier.

Si le plan d'épargne populaire prend la forme d'un contrat d'assurance-vie, les versements peuvent cependant bénéficier de la réduction d'impôt réservée aux primes d'assurance-vie.

3-3 La location des coffres forts :

La location des coffres forts constitue un autre moyen pour la banque d'entrer en relation avec la clientèle. Il est bien évident que le banquier ne trouve, dans un tel service, qu'un avantage lointain, indirect en quelque sorte. Le prix de la location des compartiments de coffre fort ne soutient pas la comparaison avec les frais de construction et d'entretien des salles blindées. Mais ce service permet de prendre contacte avec le publiques, avec l'épargnants de valeurs mobilières et tous ceux qui ont quelques objets précieux ou des souvenirs de familles, ne voulant pas courir de risque de les voir tombés entre les mains des cambrioleurs, disparaître au cours d'un sinistre.²

Pour louer un coffre-fort, il faut être capable et justifier de son identité. Lors de la signature du contrat de location, le banquier utilise un carton similaire à celui qui est utilisé

¹ CHEHRIT Kamel, « techniques et pratiques bancaires, financières et boursières », ALGER, Grand Alger livre, 2003, P 147.

² Bodinot. A, Frabot. J. C, « Techniques et pratique bancaire », Ed Sirey. PARIS, pp 94,95.

pour les ouvertures de comptes sur lequel il recueille les éléments d'identité du locataire et un spécimen de signature.

Il existe une différence juridique essentielle entre l'ouverture d'un compte de dépôt et une location d'un coffre-fort. On sait, en effet, que l'ouverture d'un compte chèque se présente comme un contrat de dépôt imparfait. L'obligation du banquier consistant à restituer une somme d'argent, mais non les billets déposés. La location d'un coffre-fort, au contraire, est un contrat de louage.

Collecter des avoirs liquides et quasi liquides des autres agents économiques est une des fonctions essentielles des banques. Ces ressources peuvent avoir à la fois une double origine et une double nature. Elles proviennent de la clientèle ou de la profession. Elles sont à vue ou à terme.

Section 03 : Ouverture et Fonctionnement des dépôts bancaires

Un client étant identifié comme une personne entretenant une relation pérenne avec sa banque à travers un compte.

L'ouverture d'un compte pour un particulier repose sur deux besoins :

La sécurité : ses fonds seront à l'abri du vol et de la destruction.

La commodité : utilisation des moyens de paiement et encaissement.

Pour la banque, il s'agit à la fois d'un acte juridique et commercial auquel il convient de donner toute l'importance qu'il requiert.

1- L'entrer en relation :

Préalablement à l'ouverture du compte, il est demandé au futur client, la justification de : (voir annexe n° 01)

-son identité.

-l'adresse de son domicile.

-ses activités professionnelles actuellement exercées, les revenus ou tout élément permettant d'estimer les ressources, d'apprécier le patrimoine du client.

-sa capacité civile.

Ces quatre (4) vérifications préalables ont un caractère légal et sont donc obligatoires et doivent être régulièrement actualisées¹.

Elles visent en particulier à prémunir l'agence et les clients contre les opérations délictueuses commises sous une fausse identité ou adresse.

Le non respect de ces dispositions engage la responsabilité de l'agence.

2- Créations du fichier client

La saisie des données concernant le client est obligatoire et préalable à l'ouverture d'un quelconque compte à son nom. Elle est réalisée sur la base des informations contenues dans les documents constituant le dossier juridique fourni par le client.

Les données concernant le même client ne doivent pas être saisies qu'une seule fois et cela quelque soit le nombre de compte à ouvrir à son nom.

Le fichier client indépendant du fichier comptes, le client aura pour tous ses comptes un même numéro particulier.

La saisie d'informations varie selon qu'il s'agit de personne physique ou de personnes morales. Le système informatique affiche deux options : personne physique et personne morale.

3 Les comptes de la clientèle

3-1 Définition d'un compte

On peut définir le compte comme un état comptable sur lequel est inscrit l'ensemble des opérations effectuées entre la banque et son client².

Le compte est appelé communément un compte courant pour une personne physique ou morale afin de donner la possibilité à son titulaire d'effectuer des opérations bancaires courantes ; retrait, paiement, dépôts.

¹ Information recueillie au sein de la CNEP-Banque direction régionale de Tizi-Ouzou, avec MOUDOUD Kahina, 15/08/2015.

² TAIR Hocine, « Formation des chargés de clientèle, Module les comptes de la clientèle », p 120, Décembre 2013.

3-2 Ouverture de compte (voir annexe n°2).

Le compte est ouvert sur la base d'un dossier dont la composition à été citée plus haut.

Toute ouverture de compte doit faire l'objet d'une saisie dans le système informatique de l'agence.

La saisie de l'ouverture d'un compte s'effectue par l'utilisation des menus et sous menus appropriés.

Après la saisie de l'ouverture du compte, le chargé de l'opération :

- Procède à la vérification des documents remis par le client.
- édite la convention de compte
- fait apposer le spécimen de signature par le client sur la carte de signature
- fait signer par le client, la convention de compte, la signature devra être précédée de la mention « lu et approuvé » manuscrite et de la date.
- indique le numéro de compte ouvert sur la carte de signature.

Lorsqu'il s'agit de l'ouverture d'un compte sur livret, le préposé établit le livret et le remet au client, après enregistrement du premier versement.

Dans le cas d'une ouverture d'un compte courant ou de chèques, un exemplaire de la convention ainsi que le relevé d'identité bancaire(R.I.B) sont remis au client.

Le département contrôle des impayés est consulté, avant la remise de chéquier au client et la convention signée par les deux parties doit être classée avec les autres documents dans le dossier de client.

Lors de l'ouverture de compte, une convention est signée entre la banque et le client, cette dernière est un document essentiel, qui régit la relation entre le client et sa banque. Il précise toutes les règles d'ouverture, de fonctionnement et de clôture du compte bancaire.

3-2-1 Les conditions tarifaires

Les agences sont tenues de porter à la connaissance de leur clientèle les conditions des services proposés.¹

Le règlement de la banque d'Algérie impose aux banques et établissements financiers l'affichage de la tarification appliquée aux opérations bancaires.

3-2-2 Spécimens de signature (voir annexe n°3).

Toute ouverture de compte doit donner lieu à l'établissement d'une carte de signature(FB04).le spécimen de signature du client et/ou celui de son ou de ses mandataires, doit servir à authentifier les chèques et les ordres de toutes natures qu'il sera amené à donner à sa banque.

3-2-3 La procuration (voire annexe n°04)

La procuration est l'acte par lequel le titulaire du compte appelé MANDANT donne, en pleine capacité et librement à une personne(ou même plusieurs) en pleine capacité est acceptante, appelée MANDATAIRE, le pouvoir d'effectuer, en lieu et place, toute les opérations préalablement autorisées et définies.

La procuration peut être établie à l'ouverture du compte ou à tout autre moment après cette ouverture.

3-3 La clôture de compte (voir annexe n°5).

Tous banquier doit garder ses meilleurs clients et à ne pas conserver ceux sans intérêt ou à risque. En pratique, la distinction n'est pas toujours aisée à faire et il convient d'être prudent dans la sélection de son portefeuille.

Avant d'arrêter une stratégie le banquier doit essayer de rencontrer ses clients pour connaître leurs besoins et leurs motivations.

La clôture d'un comte est un acte aussi important que l'acte d'ouverture. Trois cas peuvent se présenter :

¹ TAIR Hocine, Idem, P127

-le client veut quitter la banque ; cela pour deux raisons, premièrement, il n'est pas satisfait des services rendus, deuxièmement, il a trouvé mieux ailleurs. Le client peut clôturer son compte, soit en prévenant son banquier par écrit ou oralement, soit en s'arrangeant pour que la position de son compte soit ramenée à zéro par émission d'un chèque ou par retrait de fonds. Dans ce cas le banquier prend des précautions :

- La demande de la restitution des chèques non utilisés et autre moyens de paiement.
- Contrôler les engagements du client : débit en compte, crédits en cours.....
- S'assurer que tous les chèques émis ont été présentés au paiement
- Eviter la passation de toute écriture postérieure à la clôture.
- Informer le service transactionnel (guichet) pour éviter tout retrait postérieur à la clôture du compte.

-le client est décédé ; Le banquier prend un certain nombre de mesures :

- Mettre en opposition le compte.
- Demander un certificat de décès, dont une copie sera transmise à la compagnie d'assurance en cas de prêt en cours.

Les prélèvements et les chèques émis avant le décès du titulaire du compte ou son mandataire doivent être payés si le solde du compte le permet.

- la banque souhaite interrompre la relation.

4- Les dépôts bancaires et la question de leurs garanties :

4-1 La relation banque-déposant.

L'épargnant qui se présente sur les marchés de capitaux souffre d'asymétrie d'information car il n'a ni le temps ni les moyens techniques et financiers d'apprécier la solvabilité des emprunteurs. La meilleure solution pour cet épargnant est de s'adresser à une banque, intermédiaire spécialisé dans l'évaluation et la division des risques ainsi que dans la surveillance des emprunteurs¹.

¹ Sylvie de Coussergues « La banque, structures, marchés, gestion » ed DALLOZ, 2^{em} édition 2000, p50.

Le contrat de dépôt procure à l'épargne de la liquidité mais simultanément il induit une incertitude sur les demandes de remboursement que la banque surmonte grâce aux observations statistiques sur le comportement passé en matière de retrait des déposants.

Se pose aussi la question du contrôle de la banque par le déposant. Dans un premier temps, c'est la banque qui assure son client sur la valeur de ses actifs en acceptant l'exigibilité immédiate de ses dettes. Par la suite, le souci de protection de l'épargne a suscité l'intervention des pouvoirs publics qui, par leur réglementation prudentielle, se substituent au déposant dans le contrôle des banques et garantissent la sécurité des dépôts.

Au total, plutôt que de chercher à résoudre par eux-mêmes les asymétries d'information, les déposants tirent avantage de confier cette tâche aux banques, pourvu qu'une garantie de remboursement leur soit assurée.

Malgré la relation d'agence entre banques et clients, des conflits surgissent inévitablement et les établissements de crédit, surtout lorsque le client ne jouit pas d'un pouvoir de marchandage élevé, peuvent l'évincer du marché des produits bancaires. En raison du rôle irremplaçable joué par les banques dans les économies contemporaines, cette situation est jugée inacceptable par la puissance publique qui intervient pour arbitrer ces conflits.

4-2 Faut-il garantir les dépôts des banques ?

Cette question donne l'occasion de présenter les arguments des partisans de la banque libre ou free Bankers qui nient la nécessité de la garantie des dépôts. Leur critique porte sur la garantie des dépôts en tant qu'instrument réglementaire. Le rejet de cette garantie est celui de toute forme de réglementation. L'assurance des dépôts est accusée d'entraver le bon fonctionnement des mécanismes de marché.

L'assurance des dépôts présenterait comme principal inconvénient d'inhiber l'incitation des déposants à contrôler la prise de risque des banques et leurs niveaux de fonds propres, deux indicateurs de leur probabilité de faillite. Ce phénomène typique d'alea de moralité serait donc à l'origine de faillites bancaires. En supprimant la garantie des dépôts on rétablit la vigilance des déposants qui mènent alors un contrôle actif de l'établissement de crédit où ils ont ouvert un compte courant. Les banques sont alors plus enclines à mener une

politique prudente a fin d'éviter les retraits opérés par les déposants au profit de banques plus sûres¹.

4-3 Pourquoi garantir les dépôts bancaires ?

La thèse des free Bankers ne fait aucun cas de :

- L'asymétrie d'informations entre déposants et direction de la banque
- La possibilité d'une ruée bancaire
- Le risque de système au niveau de secteur bancaire.

4-3-1 L'asymétrie de l'information :

Les déposants d'une banque, nombreux et de petite surface financière, sont peut incités à surveiller l'utilisation qui est faite de leurs dépôts. En effet une forte asymétrie informationnelle existe entre les déposants et les dirigeants de leurs banques étant donné que les premiers n'ont pas les moyens de juger et de contrôler le caractère plus ou moins risqué de la gestion menée par les seconds.

L'assurance des dépôts peut alors se justifier par la nécessité de protéger et de présenter les petits déposants. Dans cette perspective l'assurance devrait être organisée par une instance publique de supervision des établissements de crédits. Cependant il faut bien être conscient que l'asymétrie de l'information ne disparaît pas pour autant mais se transmet des déposants aux régulateurs. Il faut alors supposer que cette institution la maîtrise mieux que les déposants, étant donné son expertise et ses possibilités d'investigation.

4-3-2 La question des ruées bancaires

Dans un article fondateur, DESCAMPS et SOICHOT montrent que le contrat de dépôt conduit à deux types de situation, en fonction de l'anticipation que les déposants font du comportement des autres² :

- un équilibre optimal où les déposants viennent retirer à l'instant souhaité selon leur profil de consommation.

¹SYLVIE DE Coussergues, Idem, P54.

² DESCAMPS Christian et SOICHOT Jacques, « économie et gestion de la banque », ed Ems management et société, PARIS, 2002, P138.

-un équilibre indésirable de « course au guichet » inhérent au contrat de dépôt.

Tant que la banque fournit un service de liquidité en transformant des actifs illiquides en actifs liquides, tout contrat de dépôt sera sujet à ruée bancaire. En effet, cet équilibre sous-optimal peut toujours survenir car la valeur de liquidation des actifs de la banque est inférieure au montant des dépôts. Dans ces conditions si les déposants anticipent le retrait massif des autres déposants, ils viendront au plus vite reprendre les sommes déposées auprès de leurs banque car le service de liquidité est séquentiel et reprend à la règle « premier arrivé, premier servi ».

DESCAMPS et SOICHOT démontrent que le contrat de dépôt assorti d'une assurance permet d'éviter une course au guichet. En effet, chaque déposant n'a aucune raison de se précipiter au guichet puisqu'il sera remboursé dans tout les cas (et donc indemnisé si la banque se trouvait en situation d'illiquidité).

4-3-3 Les risques de système au niveau du secteur bancaire

Si la course au guichet n'est pas évitée, le système bancaire facilite la transformation de la faillite individuelle en panique bancaire suite à une forte interdépendance entre banques qui permet la transmission d'externalités négatives¹. Le facteur déclenchant n'est pas forcément lié à une course au guichet, mais peut être recherché aussi dans l'asymétrie d'information déposant-banque et le problème de passager clandestin entre déposants qui conduit les banques à accroître leurs risques faute de contrôle suffisant (ou encore à un défaut sur des crédits hypothécaires à haut risque).

¹ ARTUS Patrick, « Politique monétaire », Ed economica, PARIS, 2001, P31.

Conclusion du chapitre

L'analyse de phénomène d'épargne à travers ses origines, ses buts et ses déterminants dans ce chapitre a permis l'aboutissement des résultats suivants :

-La complexité de ce phénomène de fait qu'il ne peut être maîtrisé à cause de sa grande sensibilité vis-à-vis de plusieurs facteurs (sociaux et économiques) et qui varie d'un pays à un autre ;

-Son importance économique et sociale, du fait qu'il joue le rôle d'énergie principale de l'activité économique ;

De ce fait une épargne abondante et régulière permet à un pays de parvenir à une croissance équilibrée.

Il est important de souligner que le client doit s'informer sur les différentes modalités d'ouverture de compte en banque et censée avoir toutes les informations d'ordre général sur les prestations proposées par la banque.

On trouve certains auteurs qui nient la nécessité de la garantie des dépôts bancaires mais il reste que cette dernière est très importante à cause de l'existence d'une forte asymétrie informationnelle entre déposant et sa banque, ruée bancaire, enfin l'existence du risque de système aux niveaux du secteur bancaire.

Introduction :

Depuis l'année 80, le domaine bancaire a connu de profonds bouleversement, sans doute plus remarquable que ceux de tout autre secteur : dérégulation, concurrence accrue mais aussi, modification des activités et des couts d'exploitation face à une clientèle plus exigeante. Ces trois dimensions, l'une interne qui est « l'exploitation » et les deux autres externes que sont « la concurrence et la demande », se sont conjuguées pour faire naître un nouvel état d'esprit et une évolution remarquable des pratiques de gestion.

Devant une clientèle plus exigeante, mieux formée et informée, les banques doivent fondamentalement repenser et réviser leurs stratégies de banque, afin que ces dernières réalisent leurs objectifs en attirant de nouveaux clients tout en fidélisant les anciens.

Le marketing bancaire constitue aujourd'hui, l'un des outils les plus efficaces pour garantir la pérennité de l'entreprise et faire face aux nouvelles exigences d'un environnement de plus en plus concurrentiel et incertain.

Les dépôts bancaires constituent pour le banquier, les ressources qui alimentent la partie la plus intéressante de son activité, c'est-à-dire les opérations de crédits. De même pour le déposant qui confie ses fonds doit être assuré, au retour de quelques avantages, ce qui nous amène à dire que les dépôts bancaires présentent des avantages pour les deux parties.

Section 1 : Les moyens de collecte des dépôts bancaires**1 Les moyens mis en œuvre par la banque pour attirer la clientèle**

Le développement économique, la prolifération des organismes financiers, la mondialisation, ainsi que l'exigence toujours croissante des clients incite les banques à effectuées des changements radicaux pour l'innovation de leurs produits de manière à s'adapter aux besoins de marché.

1-1 L'implantation des guichets de banque :

L'implantation bancaire et l'ouverture des guichets relèvent de la stratégie et de la politique de rapprochement de la banque de sa clientèle. L'agence constitue la structure de base de la banque, elle doit être en mesure grâce à ses structures d'accueil et de traitement efficace de satisfaire sa clientèle, quel que soit sa nature et son secteur d'activité.

Les banques ont fait des efforts considérables pour ouvrir des guichets par tout où leurs activités peuvent trouver aliment, soit parce qu'il s'agit d'apporter un aid aux utilisateurs de capitaux (commerçants, épargnants), soit parce qu'il leur apparait possible de trouver des ressources (particuliers, épargnants), soit pour ces deux motifs à la fois

1-2 la localisation et la publicité :

L'objet de la banque est de tisser un réseau de clientèle le plus large possible. Elle vise à toucher les commerçants, les industriels..., les personnes physiques et morales. Pour faire face à la concurrence, son implantation est naturellement le résultat d'une étude de marché. En plus d'une implantation stratégique, la banque multiplie les opérations de publicité. La publicité s'est développée à notre époque, elle se charge de mettre en évidence les avantages que procure l'ouverture d'un compte.¹

« On peut encore inclure dans la publicité, des initiatives telles que l'ouverture des bureaux provisoires dans les foires ainsi qu'à certains égards, l'installation de bureaux de change dans les gares, aéroports, ou manifestations publiques. »

La communication publicitaire s'appuie sur deux principaux types de moyens publicitaires :

- La publicité sur lieu de vente (affichettes, dépliants...)

¹ Galacsi « Les systèmes d'information : analyse et conception » Ed. Dunod, PARIS, 1996, p 80.

- La publicité hors lieu de vente : les médias (presse, télévision, radio).

1-2-1 La presse

Ce média a été adopté par la banque pour ses nombreux avantages à savoir

- Un délai de réservation très court¹;
- Permet une publicité informative ;
- une grande pénétration et forte sélectivité géographique de la presse régionale qui atteint toutes les couches de la population de la zone de diffusion.
- sélectivité selon le profil des lecteurs de la presse nationale.
- crédibilité : les lecteurs font beaucoup confiance à la publicité dans la presse surtout l'ors qu'elle est régionale.

1-2-2 Les dépliant

C'est une des techniques de la publicité sur les lieux de vente(PLV). Ce dernier est défini comme un ensemble de moyens mis en œuvre par l'annonceur pour optimiser la présentation de ses produits et services sur les lieux de vente.

Le dépliant est un pliage en carton qui comporte des meubles publicitaire et autre objets traduisant le même esprit dans le but d'attirer plus d'attention de la clientèle. Il est facile à montrer peu encombrant et facile à expédier.

La publicité sur le lieu de vente joue un double rôle :

- mettre en valeur le produit et son positionnement pour transmettre un message et modifier un comportement d'achat.
- encourager une action de promotion des ventes.

1-2-3 Les calendriers

C'est un des moyens de publicité utilisé par la banque pour transmettre des informations et des images susceptibles d'attirer l'attention du consommateur.

¹ ARTUS Patrick, « L'épargne et les comportements », Revu banque, 2010, P 20.

1-2-4 Les sponsors

C'est un nouveau média publicitaire, il consiste pour la banque à financer des manifestations (activités) sportives, culturelles, pour que les organisateurs par des moyens d'affichage, de sigle et de communication, puissent faire la publicité à la banque.

1-2-5 Les logotypes

Il s'agit d'un dessin ou simplement d'un graphisme spécial au nom de la banque, les logotypes pouvant accomplir deux fonctions :

- une fonction de signification peut s'avérer difficile, parce qu'elle fait appel au pouvoir d'interprétation du public¹.

-une fonction d'identification ou de reconnaissance de la banque qui l'a mis en place.

La mise en place d'une communication publicitaire s'assigne plusieurs objectifs stratégiques :

- Le développement du taux de notoriété de la banque.
- La création et l'amélioration de l'image de la banque.
- La recherche d'un positionnement, l'atteinte d'une cible particulière.
- La promotion des produits et services de la banque.

Le but ultime de la publicité est faire parler la banque. Parmi tous les moyens de communication publicitaire existant, la banque n'a pu adopter que ceux déjà citer (la presse, les dépliants, les calendriers et les sponsors)

Ces moyens sont insuffisants pour transmettre le message publicitaire ce qui limite la communication publicitaire de l'agence avec sa clientèle pour cela il y avait la mise en place de la banque à domicile et de la banque 24 /24.

➤ La Banque à domicile

La concurrence acharnée et les moyens de communication modernes ont conduit les banques à proposer à leurs clientèles des services toujours plus sophistiqués tels que la banque à domicile par le biais du réseau Télétel voire pour la plus part d'entre elles par

¹ ARTUS Patrick, idem, P23.

Internet. L'établissement bancaire s'équipe d'un centre serveur accessible au moyen d'un minitel ou d'un micro-ordinateur¹.

Le client, muni d'un code confidentiel, interroge à distance le centre serveur de la banque pour effectuer un certain nombre d'opérations telles que : consultation de solde, reconstitution de mouvement par dates ou en valeur sur une période déterminée, information sur les produits de l'établissement émetteur, transmission des ordres à la bourse et suivi des cours de la bourse, demande de chéquier, ordre de virement internes ou externe, demande de crédit avec réception de la réponse par la même voie.

De plus, il ya un nombre de banques qui propose à leurs clients l'utilisation d'un service géré par un serveur vocal permettant au titulaire d'un compte de connaitre son solde et les plus récentes opérations au débit comme au crédit.

Pour utiliser ce service, le client dispose d'un code d'accès secret (cas de CCP en Algérie).

La liste des services ainsi proposés n'est pas limitative, la difficulté majeure est celle de la sécurité des opérations et leur confidentialité, ce qui explique que l'utilisation de l'Internet reste très limitée.

Pour le cas Algérien dans la sécurité des moyens de paiement l'article 62 de l'ordonnance 11-03 du 26/08/2003notamment dans l'alinéa 5 précise que le conseil de la monnaie et de crédit en tant qu'autorité monétaire, est investi des pouvoirs dans les domaines concernant : le fonctionnement et la sécurité des systèmes de paiement.²

Complété par l'article 56 bis de la loi 10/04 du 01/09/2010, cette loi précise que la banque centrale peut formuler un avis négatif quant à l'introduction de tout moyen de paiement, particulièrement s'il présente des garanties de sécurité insuffisantes, comme elle peut demander à son émetteur de prendre toutes mesures destinés à y remédier³.

➤ **La Banque 24 sur 24**

Pour satisfaire une clientèle toujours plus sollicitée, les banques sont à eu même d'offrir un service de caisse 24 sur 24 et ce au moyen des guichets automatiques de banque (GAB).

¹ LEROY Françoise, « Pour une banque a distance de qualité », revu banque, juillet 2010, P82.

² Article 62 de l'ordonnance 03/11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit, .

³ Article 56 de l'ordonnance 10/04 du 01/09/2010 relative à la monnaie et au crédit.

Ces appareils installés à certains endroits stratégiques utilisent les derniers progrès en matière de l'électronique et de la télématique et sont à même de permettre à la clientèle de nombreuses opérations telles que la consultation de solde, demande de chéquier, virement de compte à compte au nom du même titulaire, remise de chéquier, versement d'espèces pour des montants quotidiens relativement élevés, demande de crédit et la réponse est reçue par la même voie.

1-3 Le personnel qualifié

Il est indéniable que le personnel doit veiller à la préservation de l'image de la banque, car c'est lui qui fait sa réputation en les astreignant à une discipline rigoureuse, et à un comportement exemplaire¹.

Tout doit être fait pour attirer le client, le banquier doit aussi porter une tenue vestimentaire décente.

Enfin le personnel doit être considéré comme l'un des principaux véhicules de l'image de la banque sur tous les plans (accueil, capacité d'information, rapidité de traitement...).

1-4 La garantie des dépôts

L'article 118 de l'ordonnance 10 /04 du 01 septembre 2010 relative à la monnaie et au crédit stipule que « les banques doivent participer au financement d'un fonds de garantie des dépôts bancaires en monnaie nationale, créé par la banque d'Algérie.

Chaque banque est tenue de verser au fonds de garantie une prime annuelle de garantie de un pour cent au plus du montant de ces dépôts. Le conseil fixe chaque année le montant de la prime visée à l'alinéa précédent. Il fixe le montant maximum accordé à chaque déposant.

Les dépôts d'une personne auprès d'une même banque sont considérés, pour les besoins du présent article, comme un dépôt unique même s'ils sont en diverses monnaies.

Cette garantie ne pourra être mise en jeu qu'en cas de cession de paiement de la banque. Elle ne couvre pas les montants avancés par les banques entre elles ».²

C'est vrai que ces moyens ont permis de réaliser une augmentation des ressources collectées mais cette augmentation reste assez faible est insignifiante devant les objectifs des banques qui ne cessent d'augmenter, de plus ces derniers nécessitent des dépenses importantes en terme de moyens humains, matériels, et financiers.¹

¹ Patrick Monassier, « L'Entreprise : Organisation et Fonctionnement », ed economica, PARIS, 2010, p70.

² Article 118 de l'ordonnance 10/04 du 01 septembre 2010 relative à la monnaie et au crédit.

Section 2 : Les Stratégies de la banque

La stratégie de l'activité bancaire, conduit à l'application d'une stratégie justifiée par la catégorie dont fait partie la banque en l'occurrence.

1 définition de la stratégie :

Qu'entendons-nous par stratégie ? C'est la question qui est au centre des préoccupations des directions des banques. «La stratégie consiste à définir les conditions permettant de maintenir un différentiel maximal entre la valeur d'une offre et le cout qui a du être engagé pour le générer ».²

« Les deux grandes catégories de banques »

Banque commerciale	Banque d'investissement
-banque des particuliers	-banque d'affaires
-banque des PME et professionnels	
-financements spécialisés	-banque financière

Source : E. Lamarque et M. Zollinger « marketing et stratégie de la banque », Edition Dunod, 1999, p 147.

NB : Nous nous contenterons de développer la banque commerciale, dans la mesure où notre étude portera essentiellement sur cette catégorie de banque.

¹ Saim. T, « L'impact des technologies de l'information et de la communication dans la fonction des Ressources Humaines », mémoire pour l'obtention d'un diplôme de magister en management des entreprises, école doctorale d'Economie et de Management, ORAN, 2013,p106.

² Armand Dayan « Gestion », manuel de gestion, volume1, Ellipses Ed. Marketing S.A 1999, PARIS, p 127.

1-2 La banque commerciale :

C'est une banque en lien direct avec les particuliers. Elle collecte leurs épargnes et gère leurs dépôts. Pour cela, elle dispose d'un réseau d'agences réparties sur le territoire qu'elle dessert. Ces banques peuvent être nationales ou régionales. Pour attirer les clients, elles proposent de nombreux services. Dans un premier temps, elles offrent une rémunération de l'épargne pour inciter les épargnants à déposer un montant important. La rentabilité offerte est certaine et donc sans risque. Au période de crise lorsque la conjoncture est mauvaise, les comptes d'épargne sont des refuges pour les investisseurs¹.

Dans un premier temps, l'appréciation de la nature de la clientèle servie, nous permet de faire une première distinction entre la banque des particuliers communément appelée « banque de détail » et celle des PME. Dans un second, la spécificité de certains produits (crédit-bail, produits d'assurance....) amène à une classification particulière dans un contexte différent en dépit du fait qu'ils soient destinés respectivement aux deux types de clientèle précités.

2 les défis stratégiques imposés par le nouveau contexte bancaire :

Le contexte concurrentiel actuel incite les banques à reconsidérer leurs activités et les pousse à replacer le service client au cœur de leurs stratégies. La promotion de la fonction commerciale est devenue la cible prioritaire des banques. La stratégie relationnelle est aujourd'hui au centre des programmes de développement de plusieurs banques. Cette stratégie vise à promouvoir la relation-client tout en s'appuyant sur un ensemble de leviers dont nous pourrions retenir :

2-1 La valorisation de la fonction Marketing :

L'adaptation à l'environnement bancaire actuel ne peut se faire sans le recours aux techniques du Marketing.

Ce concept est très largement interprété par les spécialistes. Nous nous suffirons de le définir selon BADOUC comme « un outil privilégié pour développer le sens du client. Dans cette logique, les besoins de la clientèle deviennent la principale source d'inspiration pour le

¹ MAHIOU S, « les crédits aux particuliers », Ed PUBLISUD, PARIS, 2000, p96.

développement des produits et services. Toutefois, on ne doit pas réaliser ce développement au détriment de l'intérêt de la banque. En particulier, de ses deux impératifs fondamentaux qui sont : sa rentabilité et le maintien ou l'amélioration de son image. C'est pourquoi on se limite à le définir comme étant l'art de créer de la valeur conjointement pour le client et l'entreprise.¹

Parmi les stratégies marketing on trouve :

2-1-1 La stratégie de produit :

Cette dimension traduit la représentation multi-produite de l'activité bancaire. Chaque gamme de produits correspond généralement à une fonction, un type d'usage et un ou plusieurs segments de clientèle : services liés à la gestion des dépôts et aux opérations de crédit, produits d'ingénierie financière, conseil en gestion de patrimoine, montage financier etc.

Les stratégies produits se traduisent aujourd'hui par la proposition de produits 'en promotion' : octroi d'un taux d'épargne extrêmement attractif, ou d'une somme d'argent lors de l'ouverture d'un compte à vue pour les jeunes, produits de prévoyance, etc. elle débouchent aussi sur des offres 'packagées' combinant plusieurs services et offertes à des conditions avantageuses : gratuité les premiers mois d'utilisation, taux préférentiel du crédit associé à un produit d'assurance etc.

2-1-2 La stratégie prix :

Le financement de l'économie devient difficile en cas de baisse des taux d'intérêt puisque le taux d'investissement risque de baisser ; ce qui défavorise à son tour la croissance de l'emploi, privilégier la consommation, accentue l'inflation, dans la mesure où la demande de bien et service risque de croître plus vite que l'offre.

Une politique d'inspiration monétariste peut avoir comme conséquence à la hausse des taux d'épargne vu que l'augmentation des taux accroît les coûts de production, ce qui se répercute sur les prix et peut être renforcé l'inflation, il y a lieu donc de noter la nécessité des taux faibles favorables à l'investissement et celle des taux élevés favorables à l'épargne.

Dans la banque, la politique de prix a longtemps joué un rôle limité pour les raisons suivantes :

¹ BADOE. Michel « Réinventer le Marketing de la banque et de l'assurance », Revue Banque Ed 2004, pp 27-28

Les pouvoirs publics fixent le prix d'un grand nombre de produits bancaires : non rémunération des dépôts à vue, rémunération de produits d'épargne comme les comptes sur livrets, taux de certains crédits aidés au logement, crédit à taux préférentiels comme les prêts bancaires aux entreprises...)

La connaissance des coûts des produits bancaires est relativement récente, la comptabilité analytique ayant été introduite tardivement dans le secteur bancaire.

Le taux de base bancaire est, encore à l'heure actuelle, largement fixé à l'échelon professionnel¹.

Des changements dans ce domaine sont en cours. D'une part, les entreprises qui ont plusieurs banquiers les mettent systématiquement en concurrence pour les taux de crédit, les commissions et les jours de valeur. D'autre part, l'ensemble de la clientèle manifeste un souci de plus grande transparence dans la fixation des conditions de banque, souci pris en compte dans la loi bancaire de 1984 qui oblige les établissements de crédit à publier leurs barèmes et le composant prix est appelée à occuper une plus grande place dans le marketing mix.

L'activité bancaire a été et est toujours soumise à une surveillance renforcée des pouvoirs publics pour des motifs économiques. Ainsi, la politique de prix bancaire est souvent liée à la transparence pour que les clients prennent connaissance des conditions générales effectuées par ces dernières, telle que l'ouverture d'un compte et les différents services auxquels la banque donne accès.

Les banques Algériennes (privées et publiques) déterminent leurs prix (tarifs) selon les conditions générales de banque. Ces conditions sont fixées par la banque d'Algérie dans la majorité des cas.

Les tarifs des produits bancaires sont appelés taux d'intérêt et commissions.

Les banques Algériennes déterminent leurs taux d'intérêt sur la base du taux de référence fixé par la banque d'Algérie en fonction du contexte économique et financier. A partir de ce taux de référence, sera déterminé les taux d'intérêt créditeurs (applicables aux dépôts à vue et à terme) et les taux d'intérêt débiteurs (applicables aux crédits à court, moyen et long terme).

¹ Michel de Chollet : « Le marketing mix », Ed. DUNOD, PARIS 1979, P 102.

Cependant, les taux d'intérêt créditeurs sont rémunérés par les dépositaires d'argent à vue, les livrets d'épargne, les comptes à terme, les bons de caisse, les comptes d'épargne convertibles...etc.

Concernant les taux d'intérêt débiteurs, ils sont appliqués aux opérations de crédit à court, moyen et long terme. Autrement dit' ils sont produits par les opérations de crédits ; les taux appliqués sont fixés sur la base du taux de référence plus la marge bancaire et cette dernière est déterminée selon la nature de l'opération de crédit.

2-1-3 La stratégie qualité

2-1-3-1 Définition de la qualité :

Etymologiquement le mot « qualité » vient du latin « qualitas » qui veut dire manière d'être. Selon les spécialistes, « la qualité, est l'ensemble des propriétés est caractéristiques d'un produit ou d'un service qui lui confère l'aptitude à satisfaire les besoins exprimés ou implicites¹ ». « La qualité, c'est le niveau d'excellence que l'entreprise à choisie d'atteindre pour satisfaire sa clientèle ciblée, c'est en même temps la mesure dans laquelle elle s'y conforme »².

La qualité c'est d'abord la conformité ou spécification. C'est aussi la réponse ajustée à l'utilisation recherchée au moment de l'achat et à long terme, mais c'est également le plus de réduction et d'excellence plus proche du désir que du besoin.

En conclusion on peut dire que la recherche renouvelée de qualité n'est que la satisfaction du client.

2-1-3-2 l'évaluation de la qualité des services

Il est plus difficile d'évaluer la qualité d'un service que d'un produit, en raison de leur caractère intangible. Dans une recherche commune ZEITHAML BERRY et PARASURAMAN ont identifié dix caractères ou dimension utilisés par les consommateurs dans l'évaluation de la qualité des services ³:

- Tangibilité : apparence du support matériel, du personnel, des supports de communication.
- Fiabilité : capacité de réaliser le service promis de manière sure et précise.
- Crédibilité : être digne de confiance, honnêteté.

¹ Sylvie de Coussergues ,OPCIT, P71.

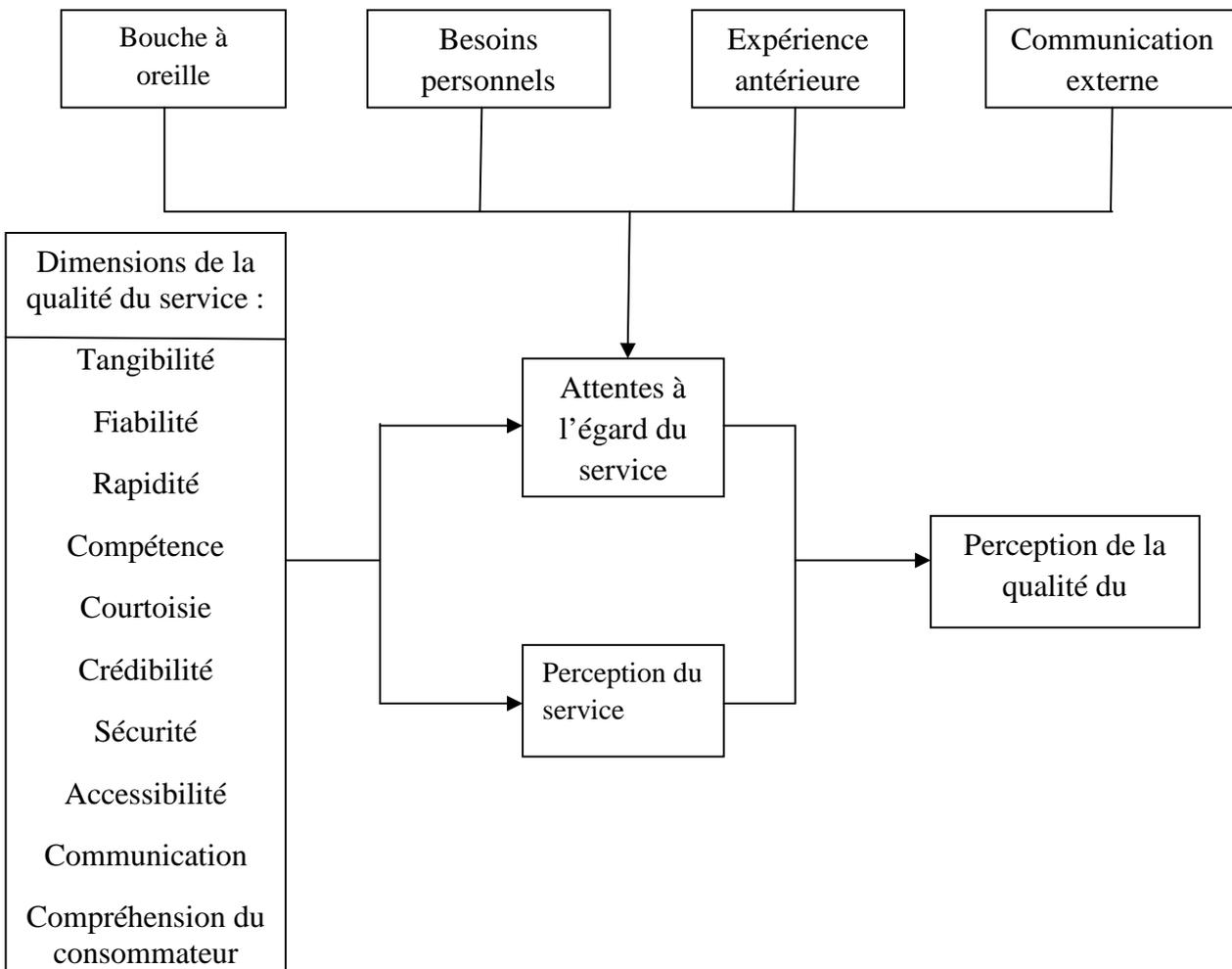
² Berrache (jean pierre) : « La qualité de service dans l'entreprise », Ed. Organistat 1992, p 22.

³ BERRY.Z et PARASURAMAN : « La qualité de service a la conquête du client », inter Ed, PARIS,2002, p 19

- Sécurité : préserver le client contre tous type de danger.
- Communication : écoute du client, information régulière du client et dans une langue qu’il comprend.
- Accessibilité : abord facile et contact aisé.
- Courtoisie du personnel : politesse, respect et amabilité du personnel.
- Réactivité : capacité d’aider le client en lui fournissant un service rapide et adapté.
- Compétence du personnel : possession de connaissances nécessaires pour délivrer le service.
- Compréhension du client : efforts pour connaitre les clients et leurs besoins.

Le schéma qui suit démontre l’influence de certains éléments sur les attentes du client, ainsi que le processus d’évaluation de la qualité de service par le client.

Figure 1 : Processus d’évaluation de la qualité du service par le consommateur.



Source : LOVELOCK (Christopher) et LAPERT (Denis) : Marketing des services ; stratégie ; outils ; management, Publie Union édition, Paris, 1999, P391.

On définit la qualité des services comme étant l'écart entre les attentes du client à l'égard du service et la perception de la qualité après avoir utilisé ce service et évaluer les différentes démentions du service cité précédemment.

Selon MICHEL LANGLOIS ces attentes sont influencées par :

- la bouche à oreille
- Les besoins personnels.
- L'expérience antérieure.
- La communication externe.

Cet écart est négatif quand l'offre est inférieure à la fin aux attentes du client, et positif quand l'offre est supérieure ou égale à ses attentes.

- **la gestion de la qualité de service**

Les services présentent un certain nombre de caractéristiques qui leurs sont spécifiques et qui rendent particulièrement difficile l'évaluation de la qualité de l'offre par un futur acheteur car il n'a pas la possibilité de tester le service avant de l'acquérir, ainsi que le maintient d'une qualité standard de cette offre¹.

Celui-ci dépend des éléments de la servuction à la fois du comportement du personnel en contact, du fonctionnement du système d'organisation interne de l'entreprise, de son support matériel et même de la participation du client à la production du service, ce client remarque presque tous les défauts.

Plus l'offre des services est large, plus la difficulté à gérer est importante et plus le risque d'erreurs est élevé.

Par ailleurs, la participation du client avec le personnel en contact, qui n'est pas toujours former suffisamment au face a face commercial, fait que la durée de ce contact influence directement le risque d'erreurs ; car plus la transaction est longue, plus le risque du mécontentement augmente ou il n'est pas possible de réparer le service défectueux ou l'échanger contre un bon service.

¹HAROVITZ. J, « Marketing management », 11^{eme} édition, Pearson Education France, PARIS, 2004, P 482.

-si une insatisfaction se produit, cela conduit à un bouche à oreille défavorable d'autant que ce vecteur moyen de communication, de par l'immatérialité des services, prend un poids considérable. HAROVITZ le démontre en estimant qu'un client mécontent racontera sa mésaventure à 11 personnes tandis qu'un client heureux ne transmettra sa satisfaction qu'à 3 autres.

-ici on peut déduire que la logique qualité recherchera fondamentalement une augmentation des ventes en s'appuyant sur un accroissement du taux de fidélisation et un meilleur bouche à oreille.

les difficultés spécialité de la gestion de la qualité dans les services ont incité ZEITHMAL PARASURMAN et BERRY à mettre une « analyse de la gestion de la qualité de service ».

2-1-3-3 principes de la démarche qualité

Pour réussir une stratégie qualité les dirigeants d'une entreprise doivent s'armer de quelque conviction et fonder leur démarche qualité autour de certains principes :

- le respect des besoins des clients.
- la qualité est un investissement incontournable, au delà de sa dimension éthique et morale.
- la prise au sérieux des premiers mécontentements du client avant même leur expression car cela pourrait être déjà trop tard.

2-1-3-4 Enjeu de la qualité

Pendant très longtemps, beaucoup d'entreprises pensaient que faire de la qualité coûtait énormément cher mais à partir des années 1970 environ la mondialisation de l'économie a montré le contraire de cela, la réussite financière ne précède pas la qualité, faire de la qualité était un gage de retour d'investissement rapide et c'est à partir de là que les entreprises commençaient à investir dans la prévision¹.

Les entreprises en mesure de livrer des services de qualité :

- sont moins vulnérables à la guerre des prix ou toute action promotionnelle des concurrents.

¹ Michel de Chollet ,OPCIT, P69.

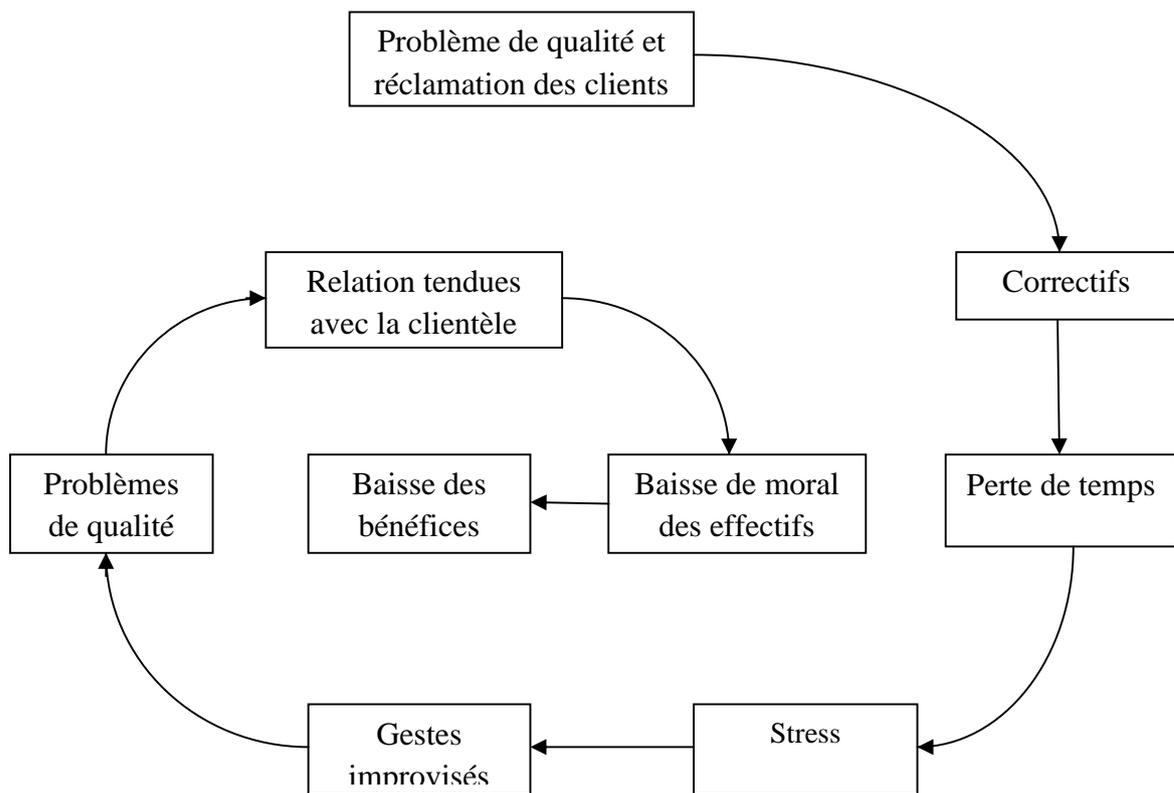
-ont des couts marketing plus faible que la concurrence. Elle s'appuient sur l'effet de bouche à oreille par leur clientèle pour véhiculer une image positive.

Commercialement parlant, il est plus difficile et moins couteux de conserver un ancien client que d'acquérir un nouveau.

La qualité de service fournie par l'entreprise se traduit par la satisfaction du client, cette satisfaction se traduit aussi par une meilleure fidélisation de la clientèle et donc une plus grande rentabilité pour l'entreprise à court terme mais aussi à long et à moyen terme.

Ainsi il existe un cercle négatif et un cercle positif, le schéma suivant démontre le cercle négatif de la qualité.

Figure 2 : le cercle négatif de la qualité.

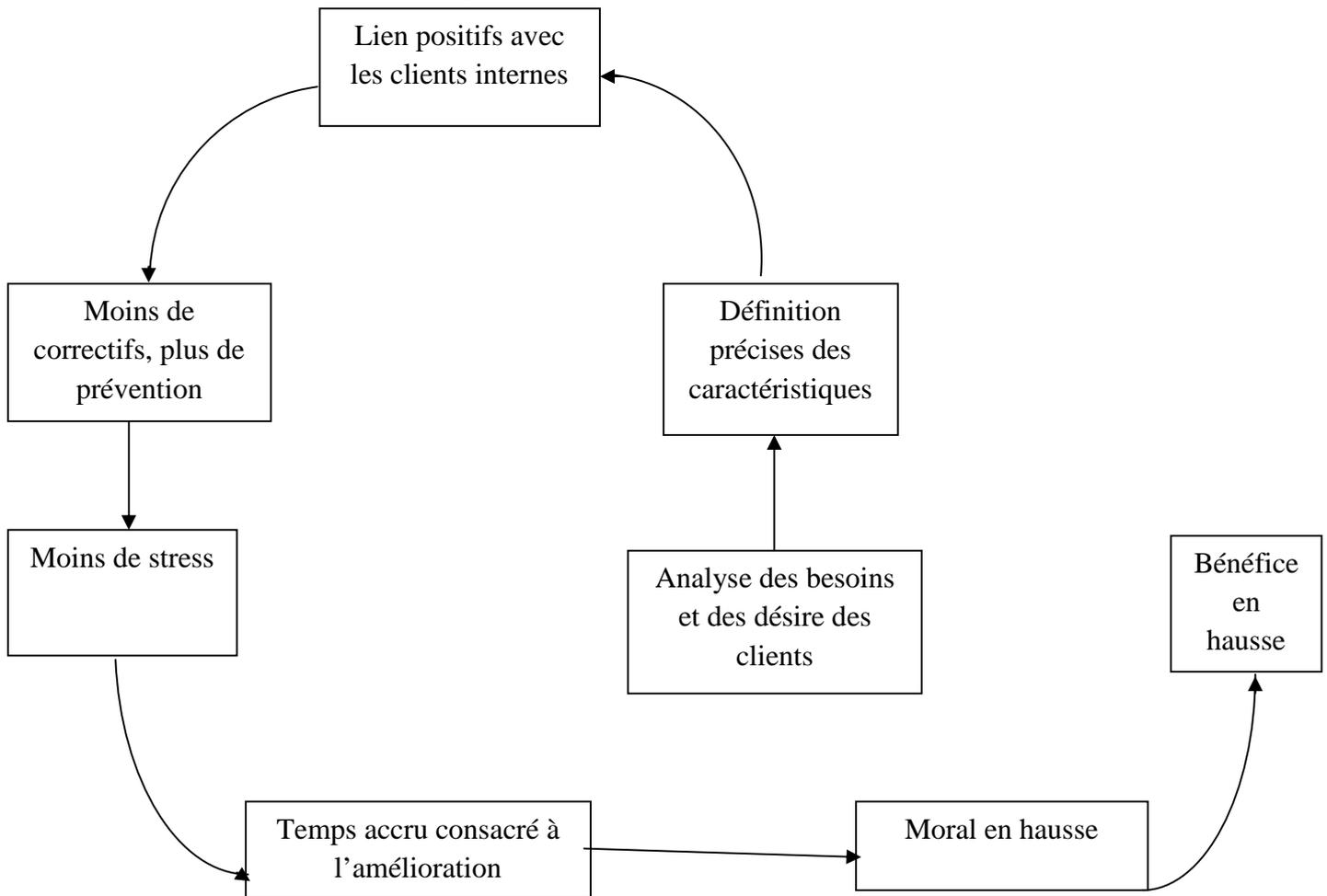


Source : Gérald TOQUER et Michel LANGLOIS « Marketing des services, le défi relationnel ».

Il traduit une dynamique d'échec liant la qualité et la rentabilité et qui se nourrit de la non satisfaction de la clientèle. Cela a pour conséquence : une baisse des bénéfices de l'entreprise, perte de temps du personnel pour répondre aux réclamations des clients et à la correction des erreurs.

Le schéma qui suit par contre démontre le cercle positif de la qualité

Figure 3 : le cercle positif de la qualité.



Source : Toquer (Gérard) et Langlois Michel Loc. « Marketing des services, le défi rationnel.

Le cercle positif s'explique par la relation qualité-fidélité. car un client fidèle coute 3 à 5 fois moins cher qu'un client infidèle (anticipation des attentes et des besoins, optimisation du retour sur investissement, publicité auprès des connaissances du client). Cela s'explique aussi par la relation fidélité rentabilité car rentable pas pour une seule transaction mais à long terme.

2-1-3-5 La satisfaction et la fidélisation du client :

- **La satisfaction du client :**

La satisfaction est un état psychologique après l'achat et la consommation d'un produit ou d'un service qui se traduit par un sentiment fugace résultant de la différence entre les attentes du consommateur et les performances perçues. La satisfaction dépend également de l'attitude préalable envers la marque et le produit.

La satisfaction est aussi définie comme étant : « l'impression positive ou négative par un client vis-à-vis d'une expérience d'achat et ou de consommation. Elle résulte d'une comparaison entre ses attentes à l'égard du produit et sa performance perçue ».

- **La fidélisation du client :**

La fidélité d'un client se mesure par le renouvellement de ses achats à la même marque et le pourcentage des achats de cette marque dans l'ensemble des achats de même catégorie faits par ce client.

La fidélisation est un ensemble d'actions liées au produit ou service, au prix, à la communication ou à la promotion, destinées à renforcer la fidélité des clients à une entreprise, la fidélisation repose aujourd'hui sur une véritable gestion de la relation client. La fidélisation et la gestion de la relation client. La fidélisation et la gestion de la relation client sont aujourd'hui pour de nombreuses entreprises des priorités pour affronter la concurrence¹.

- **La relation entre fidélisation et satisfaction :**

La satisfaction n'est pas une fin en soi. Elle est considérée comme étant un moyen pour favoriser la fidélité. En général, un client satisfait reste plus fidèle à sa marque, il accorde moins d'intention à la concurrence et diffuse un bouche à oreille positif sur l'entreprise.

La relation entre satisfaction et fidélité n'est pas linéaire. Un client mécontent peut abandonner l'entreprise et en dire du mal à son entourage. En cas de satisfaction moyenne, il peut être fidèle par habitude, mais il peut aussi être amené à changer de marque suite à une

¹ LAMARQUE Eric « gestion bancaire », Ed PEARSON, PARIS , 2000, P 36.

offre plus intéressante faite par un concurrent. Par contre, un client très satisfait est moins enclin au changement.

2-1-4 la stratégie de distribution

Pour une banque, un réseau de distribution doit parvenir à optimiser deux variables : la satisfaction du client et la rentabilité du réseau (agence). Ce dernier présente la forme de distribution des produits bancaires la plus adoptée par les banques car, l'agence est une unité d'exploitation qui constitue une décentralisation géographique du siège, vu l'importance de l'intérêt généré par les opérations qu'elle assure au quotidien et, l'avantage concurrentiel qu'elle crée à travers desdites opérations, il ne serait pas exorbitant de qualifier l'agence bancaire d'appareil circulatoire à part entière de la banque.

En effet, cette cellule de base constitue un point d'ancrage entre les deux fameuses composantes : banque et client, C'est à travers l'agence que le client se fait une idée de sa banque et c'est avec un contrat entre le client et le personnel de l'agence que se joue l'achat des produits et services bancaires.

2-1-5 la stratégie de communication

Les actions commerciales d'une banque ne doivent pas se limiter à la gestion des produits, à la fixation des tarifs ou encore au réseau de distribution¹.

Une banque doit transmettre et communiquer des informations persuasives à l'extérieur de son institution qui permet l'achat de ses produits. On distingue deux types de communication qui sont la communication interne et la communication externe.

➤ La communication interne :

La communication interne englobe l'ensemble de la communication qui se produit à l'intérieur d'une banque. Elle permet au personnel d'être au courant des changements internes, des objectifs et orientation de la banque car une bonne circulation de l'information interne permet une meilleure diffusion de l'information extérieure de la banque. Par exemple la CNEP-banque utilise trois modes de communication interne qui sont :

¹ Lambin-J« Marketing Stratégique : fondements, méthodes et application »- Mc Graw-Hill-2^{ème} édition 1991, P45

-La communication écrite en utilisant des supports tels que les lettres communes, les rapports d'activités annuels et les journaux et revues interne. Cette forme de support est la plus utilisée par la CNEP-banque

-La communication orale qui est trop timide entre les responsables et les exécutants ; par exemple les réunions.

-La communication audiovisuelle.

➤ **La communication externe :**

La communication externe a pour objectif d'acquérir une image et une notoriété qui reflète l'identité de la banque auprès de son environnement. Ainsi donc la publicité est un moyen de communication utilisé par la banque dans le but d'informer et de convaincre le marché afin d'acheter ses produits.

• **Les dix commandements d'un marketing des services réussi :**

Le marketing des services repose sur dix commandements essentiels à la réussite de toute organisation de service.

-Tangibilité des services créant le plus souvent les supports matériels possible.

-Amélioration de la qualité des services de toutes les compétences de l'environnement du service.

-Présenter des résultats, des garanties de qualité, résultats de sécurité.

-Utiliser une grande variété de canaux de communication et une multitude de concepts publicitaires.

-Accorder une grande importance à la compétence et l'amabilité du personnel de contact commercial.

-Développer une communication informative.

-Promouvoir le phénomène de l'éducation de la clientèle, de la prescription et les stratégies de fidélité.

-Veiller à l'homogénéité des différents points du réseau commercial avec la clientèle.

-Favoriser le suivie des relations commerciales avec la clientèle.

-Standardiser les méthodes de commercialisation et de servuction.

2-2 La connaissance du client :

La connaissance du client occupe une place importante dans la stratégie bancaire, c'est une condition fondamentale pour l'évaluation du comportement client et l'anticipation de ses besoins. A ce titre, de nouvelles techniques informatiques ont été introduites pour permettre à la banque de mieux connaitre ses clients et personnaliser sa relation avec eux.

EMMANUEL FOURNIER dit « demander aux clients ce qu'ils veulent puis essayer de leurs donner ne suffit pas. Le temps que vous le fabriquez, ils voudront quelque chose de nouveau ». ¹

La GRC (Gestion de la Relation Client) appelée aussi CRM en anglais (Customer Relationship Management), est une composition de logiciels permettant de capitaliser dans des bases de données l'ensemble des contacts et accords avec un client quelle que soit son origine : contact téléphonique, via internet, visite etc. cette nouvelle relation intervient donc pour obtenir une connaissance intime des clients et de sélectionner les clients les plus profitables.

La mise en œuvre de cette politique stimule l'efficacité de la force de vente et renforce les liens entretenus par la banque avec ses clients.

Toutefois, ces liens doivent perdurer dans le temps d'où la nécessité de fidéliser le client. Un constat montre qu'une augmentation de 5 pourcent du taux de fidélité peut entraine 25 à 100 pourcent de rentabilité en plus. En effet comme on la déjà citer ci dessus De gros effort sont à conjuguer dans ce sens, en améliorant la qualité des l'accueil, du relationnel et de l'information fournie mais aussi, en optimisant les détails de prise en charge des préoccupations et traitement des réclamations.

3 La question de l'organisation :

Les évolutions environnementales et leur impact sur les stratégies poursuivies par les banques, montrent l'intérêt pour ces dernières d'asseoir leurs activités sur un solide réseau

¹ Emmanuelle Fournier « la restructuration bancaire et financière », mémoire DEA Monnaie Finance Banque, université de PARIS Panthéon Sorbonne, 2010, pp 8-9.

bancaire. Le choix du modèle d'organisation interne à la banque s'avère dès lors décisif notamment dans une optique fondée sur la pérennité et la notoriété de cette institution.

3-1 Définition de l'organisation :

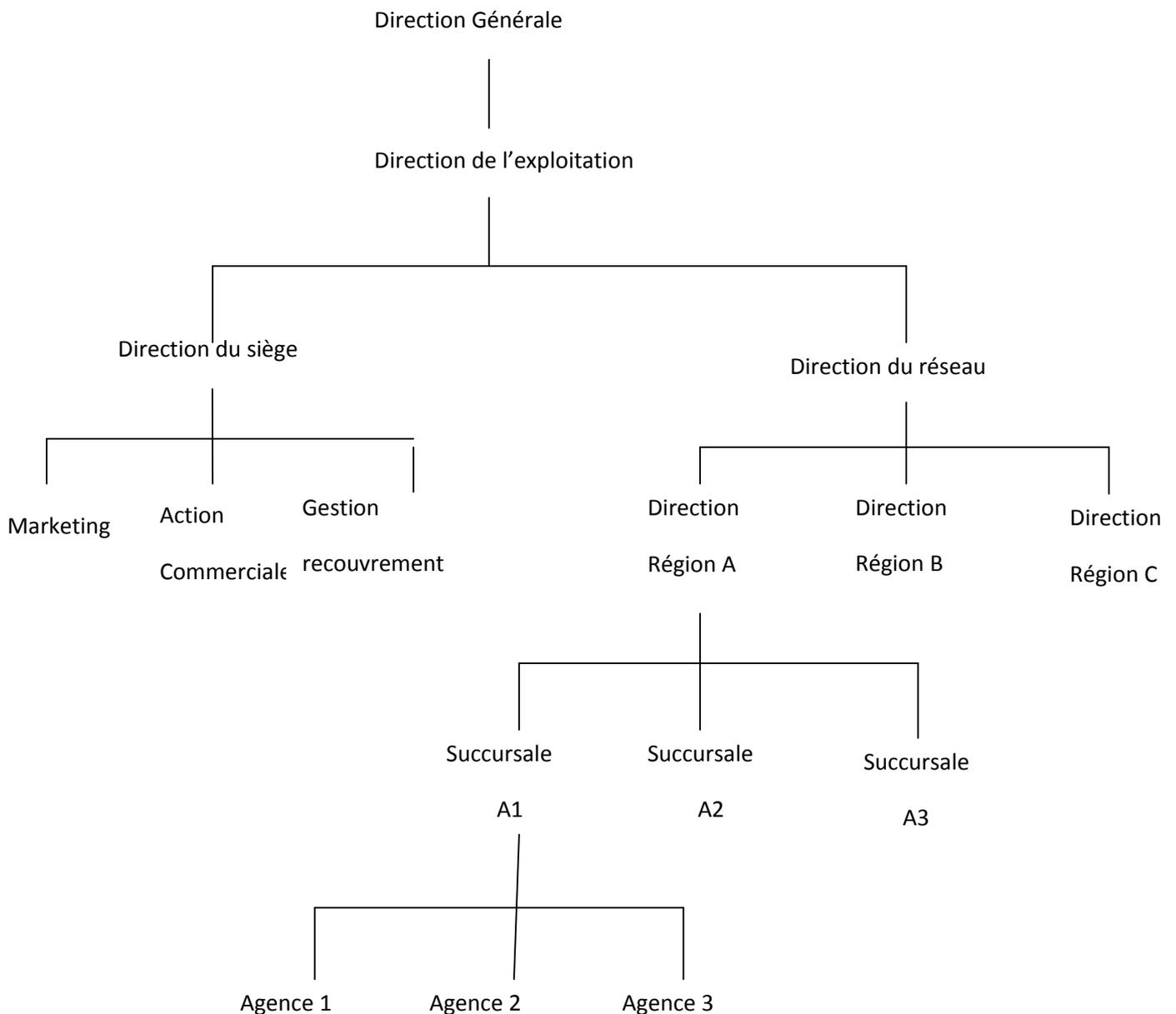
La définition du concept de l'organisation dans un cadre étant réservé à l'entreprise ne semble pas rendre suffisamment compte de la spécificité d'une banque. Cela s'explique par le fait que la banque se distingue des autres catégories d'entreprises de services par la coexistence d'un pôle administratif, plus communément appelé siège et d'un pôle à vocation commerciale, constitué par le réseau d'agence.

La particularité de cette forme de structure est qu'elle est en elle-même un moyen de contrôle, dans la mesure où il nous est possible de distinguer la superstructure de l'infrastructure. La première est composée d'éléments plus apparents, perçus facilement dans un organigramme (au sein du siège). Par contre, la deuxième comprend des éléments qui permettent la réalisation des différentes tâches confiées aux autres niveaux tels : les dispositifs de planification, d'information et de communication.¹

¹ O. de la Villarmois, « le contrôle du réseau bancaire : exploration de la faisabilité et de la pertinence d'une démarche de comparaison entre les unités opérationnelles » thèse université des science et technologies de LILLE, 2009 p 42.

Figure 04 : Organigramme de la banque

Cela s'affirme dans l'organigramme ci après :

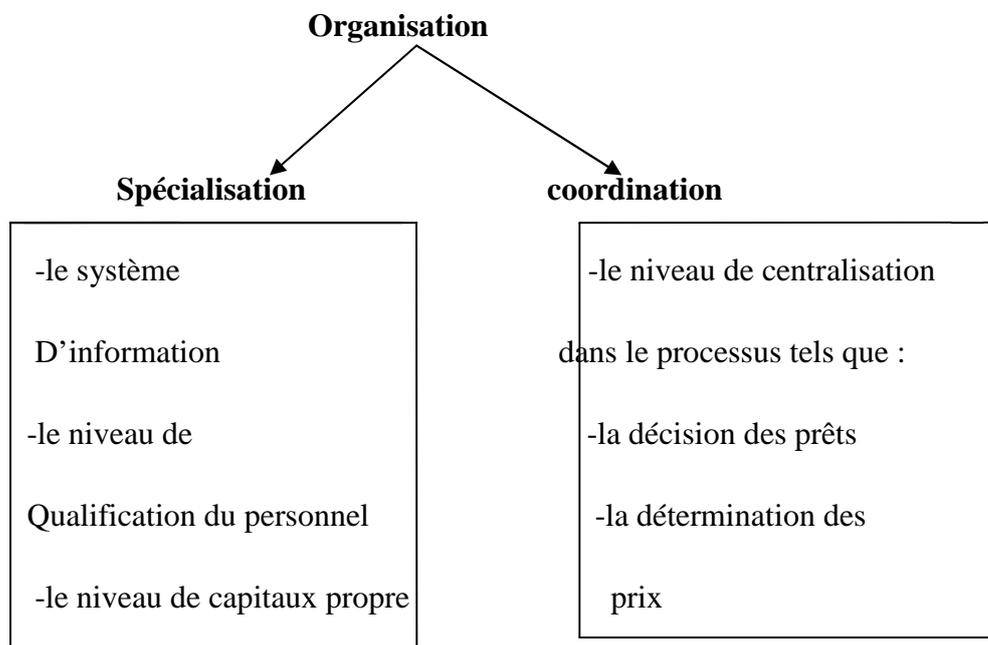


Source : O. de la villarmois « le contrôle du réseau bancaire : exploration de la faisabilité et de la pertinence d'une démarche de comparaison entre les unités opérationnelles ».

3-2 composantes de l'organisation :

L'organisation au sein d'une banque prête à confusion avec l'ensemble des moyens engagés par la banque dans son activité. Lesdits moyens se déclinent sous deux angles distincts : la spécialisation et la coordination ou encore régulation.

Le schéma ci-après reprend les deux composantes tout en citant les éléments constitutifs de chacune des deux :

« Composantes de l'organisation-banque »

Source : Omur Suer, « Un modèle de la performance des banques : Banque OPERA », papiers Gregor n°06, université de Galatasaray, 2002, P25.

Essayant de décrypter ces deux composantes :

3-2-1 la spécialisation :

Dans le secteur bancaire, la spécialisation touche à tous les éléments qui permettent de créer un service bancaire. A souligner que cette composante de l'organisation peut créer un avantage concurrentiel. D'après coussergues, il existe quatre éléments constitutifs de la spécialisation¹, on distingue :

-l'existence d'une infrastructure physique (constituée par le réseau d'agences).

-l'existence d'un système d'information, de gestion et de la télécommunication qui permet d'assurer à la fois la coordination et la cohérence entre les diverses décisions prises au niveau du même établissement bancaire et ce, grâce à une meilleure communication de l'information. Ce système peut être défini selon Galacsi comme étant « un ensemble des moyens humains et matériels, des méthodes se rapportant au traitement des différentes formes d'information rencontrées dans les organisations »².

-l'impacte du facteur humain : les capacités professionnelles des employés ainsi que la formation interne à la banque constituent des avantages concurrentiels. En effet, il existe une relation proportionnelle entre le niveau de qualification du personnel et le niveau de spécialisation, cela veut dire que plus le niveau de qualification est élevé, plus le niveau de spécialisation est important et vice-versa.

-l'incidence des ressources financières (le capital) : le niveau des capitaux propres revêt une importance considérable, dans la mesure où il impacte aussi bien le niveau des investissements engagés par la banque (extension du réseau, aménagement des agences, formation du personnel....)

-un dernier élément constitué par les actifs immatériels, leurs répercussions sur l'activité bancaire sont d'ampleur inévitable, on peut en recenser : la qualité de service, la flexibilité de la forme organisationnelle et les procédures administratives et informatiques.

¹ Sylvie de coussergues , OPCT, p 275.

² Galacsi , OPCIT, p 110

3-2-2 la coordination :

Elle porte sur l'adaptation de l'organisation à son environnement et sa régulation en interne. Le mode de coordination au sein de l'organisation est fonction du niveau d'autonomie des employés. Il convient néanmoins de souligner dans ce contexte que le niveau de régulation en tant que critère, ne suffit pas lui seul de différencier les établissements bancaires, dans la mesure où il est impacté par la réglementation bancaire qui s'inflige de manière équitable à tous les concurrents.

3-3 les déterminants de l'organisation :

L'organisation d'une banque évolue en fonction de son activité, de son potentiel et des contraintes de son environnement. Ces trois paramètres sont à leur tour appréciés selon la personnalité de la banque (relation d'agences : répartition du pouvoir). l'équation suivante permet de simplifier le lien en question¹.

$$O_t = f(A_t \times ET \times POT_t - 1) (Pert - 1)$$

O_t: les variables de la dimension organisation actuelle.

A_t: les variables de la dimension activité actuelle.

POT_{t-1}: les variables de la dimension 'potentiel'.

Pert-1: les variables de la dimension personnalité.

X: représente les relations matricielles entre les variables.

-le type de l'activité a un impacte considérable sur l'organisation de la banque. Nous revenons de ce fait sur le cas de deux banques distinctes : la banque A dont le portefeuille clientèle est largement diversifié, et la banque B dont le portefeuille clientèle est homogène. Dans cette perspective, la première, se doit de concevoir de nouveaux services et être en mesure de donner des conseils personnalisés à ses clients. Cela suppose une grande spécialisation de la part de son personnel. La deuxième, ne peut pas adopter une stratégie de diversification de service car dans ce cas la spécialisation du personnel est d'un poids moins important.

¹ SURER Omur, « Un modèle de la performance des banques », papiers Gregor n°06, université de Galatasaray, 2002, p 15.

-le potentiel de la banque est aussi un facteur déterminant, dans la mesure où le bon niveau de la rentabilité peut captiver le personnel et permet d'améliorer les systèmes d'information.

Quant à la personnalité de la banque, elle apparaît indirectement sur l'organisation. En effet, la personnalité est d'abord influencée par la nature du secteur où la banque évolue : public ou privé. Dans le cas d'une banque publique, l'impacte des décisions de l'Etat est assez important, par exemple dans le cadre de la politique de résorption du chômage, l'Etat demande aux banques publiques d'augmenter leurs effectifs, cela amène à une remise en question des qualifications requise.

3-4 les nouveaux choix stratégiques en matière d'organisation :

L'introduction et l'évolution des nouvelles technologies conduisent la banque à reconsidérer son modèle organisationnel. Une nouvelle organisation ciblant les trois niveaux (siège, région, et agence), consacrée à la double séparation entre métiers (particuliers et entreprises) et fondée sur la reconfiguration du management interne des structures, doit être mise en place. La tendance est la réduction des niveaux hiérarchiques et l'application d'une organisation autour d'un système centré sur le client et ce, en vue de saisir des avantages concurrentiels, ceci cependant requiert :

- la mobilisation considérable des ressources humaines et matérielles.
- la dotation aux nouvelles technologies proposées.
- la revalorisation des compétences et leur gestion optimale.
- l'accompagnement des acteurs intervenants via des programmes de formation adéquat.
- la facilité et la réussite de toute stratégie appliquée.¹

¹ Capet.M, Geneviève. C et Meunier. J, « diagnostic, organisation, planification d'entreprise », ed economica, PARIS, 2002, P98.

Section 03 : Les avantages et les obstacles de la collecte des dépôts bancaires

Les opérations bilatérales que la banque noue avec sa clientèle constituent le cœur de l'intermédiation Bancaire traditionnelle :

Collecte des dépôts au passif et octroi de crédit à l'actif.¹

« Le banquier ne travaille que pour une faible part avec les capitaux qui lui appartiennent en propre ; il utilise surtout les fonds qui lui sont confiés sous forme de dépôts, et sous forme de compte courant par sa clientèle ».

1- Les avantages des dépôts bancaires

Quand une banque est excédentaire, elle prête sur le marché interbancaire et cette opération apparait à son actif.

Si elle est déficitaire, elle emprunte sur le marché interbancaire et cette opération est enregistrée à son passif.

L'origine de ces ressources conduit le banquier à une grande prudence dans leur emploi.

Astreint à restituer, sur première réquisition, les fonds à lui confier, il ne doit les investir que dans l'opération sûres et se déliant à brève échéance, à moins qu'il n'ait la possibilité d'en mobiliser le montant c'est-à-dire de rendre immédiatement liquide la créance à terme qu'il détient ».²

Si pour le banquier la prudence est de mise, il n'en demeure pas moins que les intérêts du client doivent être garantis.

1-1 Les avantages des dépôts bancaires pour les déposants

Pour les déposants, la notion dépôts bancaires consiste à confier son argent à la garde du banquier.

Le plus souvent, il se fait ouvrir un compte parce qu'il désire profiter des facilités que peut lui procurer une banque. Ces dépôts sont des sommes versées en vue d'opérations

¹ Scialom. L, « économie bancaire », ed la découverte, PARIS, 1999, p 11

² Coussergues. S, OPCIT,P 107.

futures ou provenant d'opération passées. Il est courant que le déposant décide d'effectuer un placement qui représente les sommes versées à un compte rémunérer, compte sur livret, ou à un compte à terme ou à un compte d'épargne logement. Parmi les avantages des dépôts bancaires pour le déposant, on peut citer : la sécurité, la rentabilité, la disponibilité, la confidentialité.

1-1-1 La sécurité

Pour éviter les risques de vol, perte, incendie...les personnes peuvent toujours placer leurs monnaie au niveau des banques.

Le banquier a pour vocation principale de collecter des fonds auprès des déposants pour ensuite les réinjecter dans le processus de développement ou de qualité de la vie, qui est l'investissement, l'exploitation ou le crédit a la consommation en tirant lui-même le profit pour sa pérennité et son développement.

Cette mission traditionnelle du banquier n'est pas sans risque, puisque d'une part il est tenue d'assurer la sécurité des dépôts qui doivent être restitués sur demande de leurs propriétaires et veiller au remboursement des fonds empruntés aux échéances précises qui sont, en fait, les dépôts de la clientèle, selon diverses formes à vue ou à terme.

Donc le banquier doit veiller à la sécurité des dépôts et les rendre disponibles et liquides à la demande ou au terme du contrat de placement.

1-1-2 La rentabilité

Les intérêts sont décomptés de la remise à la date d'échéance plus un jour de banque.

Quand il y a moins de dix jours entre les deux dates, le banquier prend forfaitairement dix jours. Il applique un jour supplémentaire de report d'échéance lorsque la date d'échéance ne tombe pas un jour ouvrable. ¹

Les personnes qui ont un surplus de monnaie peuvent les placer dans les banques à échéance avec un taux d'intérêt, ainsi ils sont assurées par rapport à leur argent en même temps la somme initialement placée sera augmentée.

¹ Guilles.G, , OPCIT, p 155

1-1-3 La disponibilité

Par l'utilisation des instruments de paiement que la banque met à la disposition de ses clients (carte de crédit, carte de paiement, le cheque....) ces derniers peuvent disposer immédiatement de leur argent et cela pour faciliter la transaction entre les agents économiques qui ont des comptes auprès des banques et pour ne pas avoir à transporter des sommes importantes de monnaie.

Donc, on peut dire que cette possibilité de retrait des fonds à tout moment est l'un des avantages des dépôts bancaires pour les déposants.

1-1-4 La confidentialité

« La qualité première attendue du banquier a toujours été celle du respect de la confidentialité, sœur jumelle de la discrétion. En tout temps cette confidentialité sur les affaires des clients a été conservée et maintenue comme principe sacré »¹

Le banquier est tenu par le secret professionnel et n'a pas à divulguer les informations sur les clients. En Algérie le client est protégé par l'ordonnance 10/04 du 01/09/2010 qui précise dans l'article 117 que :

« Sont tenus au secret professionnel, sous peine des sanctions prévues par le code pénal :

-Tous membre d'un conseil d'administration, tout commissaire aux compte et toute personne qui, à un titre quelconque, participe ou à participé à la gestion d'une banque ou d'un établissement financier ou qui en est ou en été l'employé.

-Toute personne qui participe ou à participé au contrôle des banques et des établissements financiers.

Le secret est opposable à toutes les autorités sauf :

-Aux autorités publiques de nomination ou de désignation des administrateurs des banques et établissements financiers.

-A l'autorité judiciaire agissant dans le cadre d'une procédure pénale.

¹ Jerez. O, « Le secret bancaire », Ed banque éditeur, PARIS,2003, p 117

-Aux autorités publiques tenues de communiquer des informations aux institutions internationales habilitées, notamment dans le cadre de la corruption, le blanchiment de l'argent et le financement du terrorisme.

-A la commission bancaire ou à la banque d'Algérie agissant pour le compte de cette dernière conformément à l'article 108 de cette ordonnance.

La banque d'Algérie et la commission bancaire peuvent transmettre des informations aux autorités chargées de la surveillance des banques et établissements financiers dans d'autres pays, sous réserve de réciprocité et à condition que ces autorités soient elles mêmes soumises au secret professionnel avec mêmes garanties qu'en Algérie. Le liquidateur d'une banque ou d'un établissement financier peut aussi être rendu destinataire des informations nécessaires à son activité ».¹

Enfin le dépôt en banque est un actif totalement liquide, il ne présente pas de risque de perte de capital, il est parfaitement divisible et accepté par tous comme moyen de paiement. En plus de sa parfaite liquidité, le dépôt bancaire garde sa valeur nominale fixe non soumise à des variations comme c'est le cas pour le titre financier (c'est-à-dire, il protège leur détenteur d'une telle dévalorisation nominale).

Le déposant est confronté au risque de faillite bancaire, mais compte tenu de la surveillance de la commission bancaire, le dépôt peut être considéré moins risqué que les titres émis sur le marché financier.

1-2 Les avantages des dépôts bancaires pour les banquiers

Pour le banquier, les dépôts bancaires sont les composants principaux des ressources bancaires et surtout les dépôts à vue qui occupent le plus grand pourcentage de ces ressources, qui constituent des ressources gratuites puisqu'elles ne sont pas rémunérées.

Ils constituent ainsi les ressources qui alimentent la partie la plus intéressante de son activité, c'est-à-dire les opérations de crédit.

La recherche des dépôts ainsi est l'une des préoccupations dominantes d'un grand nombre de banque.

¹ Article 117 de l'ordonnance 10/04 du 01 /09/2010 relative a la monnaie et au crédit.

1-2-1 L'octroi des crédits :

Si le particulier peut disposer de ressources suffisantes pour assurer ses besoins, il arrive fréquemment que ses disponibilités du moment l'empêchent d'envisager la réalisation d'un projet.

Pour cela, il peut se tourner vers son banquier qui est à même de l'aider à faire face à différents besoins : difficultés passagères de trésorerie, dépenses exceptionnelles, dépenses d'équipement ou d'investissements mobiliers....

Conformément à l'article 2 du code de commerce, les actes accomplis par la banque sont des actes de commerce. Parallèlement à la collecte des dépôts elle octroie des crédits.

Le crédit au sens de l'article 68 de l'ordonnance 10-04 du 1 septembre 2010 est « tout acte à titre onéreux par lequel une personne met ou promet de mettre des fonds à la disposition d'une autre personne ou prend dans l'intérêt de celle-ci, un engagement par signature tel que l'aval, cautionnement ou garantie ». ¹

Que ce soit aux entreprises ou aux particuliers, les banques accordent les crédits pour diverses raisons.

1-2-2 Autres avantages

Les dépôts bancaires procurent d'autres avantages pour le banquier qui sont :

1-2-2-1 Prise de participation :

Certaines banques participent au financement des entreprises par le biais de prise de participations directes dans le capital de celle-ci. En achetant des actions dans des sociétés par actions (SPA).

1-2-2-2 La mise des surliquidités dans le marché interbancaire :

Si une banque est en excédent de trésorerie, elle mettra à la disposition des banques en situation de déficit de trésorerie le surplus dans le marché monétaire.

Souscription des bons de trésor à des taux d'intérêt du marché, et des obligations².

¹ Article 68 de l'ordonnance 10/04 du 01 septembre 2010 relative a la monnaie et crédit

² GUILLES.G, OPCIT,P208.

1-2-2-3 La rentabilité :

La collecte de ressources et l'octroi de financement représentent les fondements de l'activité et du rôle économique des banques. A la différence des autres activités réalisées par les banques (prestation de services, fonction d'intermédiation sur les marchés...), qui génère des commissions diverses, cette activité d'intermédiation produit une marge financière, celle-ci provient de la différence entre les produits sur les emplois et les coûts des ressources collectées.

La marge financière = produits perçus sur emplois - coûts des ressources collectées.

2- Les obstacles de la collecte des dépôts bancaires :

On constate assez souvent, qu'il y a une augmentation des ressources collectées par les banques mais il reste que ces dernières sont entravées par quelque obstacles tel que: la concurrence, le chômage, les différents risques bancaires dont le risque de liquidité...

2-1 La concurrence

En Algérie, il fut un temps où la concurrence est pratiquement insignifiante puisque le domaine bancaire est monopolisé par l'Etat qui a spécialisé chacune d'elle dans un secteur donné, mais depuis la loi 90-10 du 14/04/90 qui a institué la déspecialisation des banques, ces dernières doivent faire face à une concurrence toujours croissante entre les C.C.P au niveau d'Algérie poste.

Cette concurrence est dû principalement à :

- l'ouverture du système bancaire Algérien au capital étranger et aux banques étrangères.
- Aux capitaux nationaux du secteur privé.
- La concurrence interbancaire.

Il y a aussi « la concurrence, finance directe et finance indirecte, avec l'extraordinaire développement des marchés des capitaux, les entreprises ont le choix entre le financement sans intermédiaire sur le marché et les financements intermédiaires pendant que les financements des nouveaux produits et services bancaires connaît encore des hésitations, voire même un certain retard, un nouveau produit financier vient compléter la gamme des instruments financiers déjà existant.

C'est le produit boursier, ce dernier par son caractère non inflationniste concurrence le produit bancaire en terme de collecte et de drainage de l'épargne ».

2-2 Le chômage

Selon les chiffres d'une enquête menée par l'office nationale des statistiques(ONS), en 2013, le taux de chômage en Algérie s'est établi à 9,8 pourcent ,avec une baisse continue du taux de chômage chez les universitaires qui est passé de 21.4 pourcent à 15,2pourcent entre 2010 et 2012 pour atteindre 14,3 pourcent en 2013.

Les résultats de cette enquête montrent que le chômage touche toujours les universitaires et plus particulièrement les diplômés de l'enseignement supérieur, en dépit d'une baisse continue.

Le taux de chômage augmente encore en Algérie en 2015 en passant à 11.3 pourcent contre 10.8 pourcent en 2014.

On peut qualifier le chômage de mal endémique le plus important de notre société.

Les fléaux du chômage sont connus : mal vivre, violence, drogue, perte de production et gonflement des importations pour le pays et bien évidemment baisse de l'épargne. Il faut le considérer comme l'ennemi numéro un du pays et orienter les politiques économique pour l'éradiquer.

Une analyse détaillée de l'économie nationale permet d'affirmer que tous les autres problèmes sont reliés directement ou indirectement au chômage. Un gouvernement doit avoir une stratégie de communication. Plusieurs de ses facettes seraient orientés pour rehausser le prestige des emplois manuels.

Vaincre le chômage est possible mais avec une vision, une stratégie et des politiques économiques renouvelées.

2-3 Le risque de liquidité

La banque en tant qu'intermédiaire financier est exposée au risque de liquidité. Ce risque peut déclencher une panique bancaire.

Ce dernier est l'un des risques majeurs de l'activité bancaire. Il convient de définir ce risque et présenter ses aspects et les conditions de sa survenance¹.

2-3-1 Définition du risque

Le risque de liquidité peut être défini comme : « le risque pour un établissement de crédit de faire face, à un moment donné, à ses engagement pour la mobilisation de ses actifs ». Les risques de liquidité consistent en l'incapacité d'un établissement de crédit de faire face à des demandes de paiement de la part de sa clientèle.

¹ BESSIS. J, « gestion des risques et gestion actif passif des banques », DALLOZ, PARIS, 1995, P145.

Ce risque découle de la fonction de transformation des échéances d'une banque ; le terme des emplois étant généralement supérieur à celui des ressources, la banque peut se trouver confrontée à deux situations :

-Risque de liquidité immédiate : c'est la situation où la banque est dans l'impossibilité de faire face à une demande massive et imprévue de retrait de fonds de la clientèle ou d'autres établissements de crédit.

-Risque de transformation : il résulte d'une modification progressive du terme des emplois qui s'allonge alors que celui des ressources raccourcit.

Quand les déposants sont informés du risque de liquidité de leur banque ils viennent tous, en même temps, réclamer leurs argent et constituent ainsi des files d'attente sans même savoir pourquoi, et cela peut aussi provoquer une crise bancaire.

Ce comportement des déposants peut être considéré comme irrationnel d'autant plus que tout le monde ne peut pas être remboursé. Le souci majeur de la banque est bien entendu de préserver et de faire fructifier l'argent et les biens du client. Pour cette raison la recherche continue des ressources de financement doit revêtir un caractère primordial. Cela suppose des efforts gigantesques lesquels doivent conjuguer l'efficacité, le sérieux et la rentabilité.

Conclusion du chapitre

Au regard de tout ce qui précède, on peut dire que si les banques aspirent à se développer et à prospérer dans l'économie d'aujourd'hui, elles vont devoir développer de nouvelles compréhensions majeures et des nouvelles compétences importantes. Dans cette perspective, le marketing devra être au cœur de l'activité bancaire, renforcer son rôle stratégique et promouvoir les nouvelles technologies de l'information, ainsi la réussite de toute stratégie bancaire est conditionnée à une bonne structure organisationnelle de la banque.

Les dépôts bancaires présentent une multitude d'avantages que se soit pour la banque qui arrive à exercer son activité grâce a ces derniers ou pour le déposant, en effet parmi les avantages qu'il procure on trouve la sécurité, la rentabilité, la disponibilité et la confidentialité. Mais il reste qu'à l'encontre de ces avantages, on trouve certains obstacles qui entravent leur mobilisation dont la concurrence, le chômage et le risque de liquidité.

Introduction du chapitre :

Afin d'appuyer les acquis théoriques précédemment présentés, il nous paraît judicieux de traiter un cas pratique reflétant la réalité de notre thème au niveau d'une banque, plus précisément la Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance-Banque (CNEP-Banque) au sein de la direction régionale de Tizi-Ouzou.

Aujourd'hui, la Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance- Banque (CNEP) représente l'une des plus puissantes banques primaires, Algériennes, compte tenu de ses activités, ses parts de marché ainsi que son chiffre d'affaire réalisé annuellement.

Pour faire face à la concurrence actuelle et future, la CNEP-Banque a pour obligation de proposer différentes formes de produits à sa clientèle que ce soit d'épargne ou de crédit, et aussi, d'améliorer sa démarche Marketing

Ainsi donc, quels sont les types de produits ainsi que stratégies proposés par la CNEP-Banque pour collecter le maximum de dépôts et puis quel est le devenir de ces derniers ?

Section 1 : La présentation de la caisse nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP)

1 Historique :

La caisse nationale d'épargne et de prévoyance créée le 10 août 1964 sous l'égide de la loi n° 64/227 en substitution à la caisse de Solidarité des Départements et des Communes d'Algérie (CSDCA) et à vocation principale, la collecte de l'épargne et le financement de l'habitat social.

La CNEP a connu divers changements tant sur le plan statutaire que sur le plan de ses activités. Les principaux changements dont elle a fait l'objet peuvent être recensés comme suit :

1-1 La CNEP de 1964 à 1970

Durant cette période, les conditions économiques et sociales de l'épargne étaient défavorable puisque l'Algérie qui venait de recouvrer son indépendance. Présentait de façon aigue les caractéristiques d'un pays sous-développé et un marasme économique.

Mais les nouvelles orientations politiques opérées pendant l'année 1965 ont encouragé l'essor de l'épargne.

L'activité de la CNEP était basée sur la collecte de l'épargne sur livret avec le règlement du contentieux algéro-français sur l'épargne en 1966, qui a permis à la CNEP de récupérer l'ancienne caisse d'épargne française. Au fur et à mesure que l'Algérie s'organisait politiquement et économiquement l'épargne se développait graduellement.

Durant cette période, le nombre de points de collecte comprenait 575 bureaux 10 agences propres à la CNEP dont les deux premières ont été ouvertes à la clientèle à Alger et à Tizi-Ouzou en 1967. L'avènement du premier plan quadriennal, à partir de l'année 1970 devait s'accompagner par la suspension de tous les prêts individuels qui étaient en vigueur durant la période 1966-1970¹.

¹ KADI. R, « De la CNEP-caisse à la CNEP-Banque », revue CNEP, P 26.

1-2 La CNEP DE 1970 à 1980

Durant cette période, il a été consacré un enjeu particulier à la collecte de l'épargne en la modulant en système épargne logement.

L'arrêté du 19 février 1971 instituant le système épargne logement allait permettre à la CNEP de développer sa présence sur le marché de l'épargne en direction d'une clientèle potentielle pour drainer le maximum de fonds. La même année et dans le prolongement de la mise en place des instruments de mobilisation de l'épargne nationale, un nouveau produit d'épargne a été lancé (compte épargne devise) qui avait pour cible la population algérienne résidente à l'étranger¹.

La CNEP entrait de pleins pieds dans ce privilège dès le début des années 1970. Elle a été chargée alors de financer les programmes d'habitat en utilisant soit les fonds qu'elle collectait, soit les fonds mis à sa disposition par le trésor public.

L'épargne logement était destinée à faciliter le financement de la construction de logement sans appel à des capitaux publics et sans peser sur la masse monétaire.

1-3 La CNEP de 1980 à 1990

Cette période est caractérisée par l'instauration d'une dynamique nouvelle à la CNEP lui assignant d'autres missions qui sont :

L'encouragement de l'initiative individuelle dans le domaine du logement à travers de multiples crédits (crédits à la construction, achat, extension ou aménagement d'un logement)

La mise en place des promotions publiques de logement dont la réalisation sera financée par les fonds de l'épargne au profit exclusif des épargnants (comme l'EPLF, GENI, SIDER, COSIDER et les ouvres sociaux) l'institution d'autre formules d'épargne jeunes et épargne voitures cette motivation a permit la multiplication du réseau de collecte de fonds à la CNEP ;

¹ Revu CNEP, idem, P28.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

La décennie 80 a connu une certaine prospérité en amenant la CNEP à comptabiliser au 31/12/1988 49 000 crédits accordés aux particuliers, une somme globale se 7 677 M DA et 11 590 logements vendus et un montant total d'encours de dépôts de 59 M DA.

1-4 La CNEP après 1990

Le changement des statuts de la CNEP est devenu une nécessité à partir de 1988, lors de la mise en œuvre des réformes économiques, cette initiative s'est concrétisée avec la promulgation de la loi n°90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit.

1-4-1 la loi 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit :

La réforme économique a pour objet principal explicite de limiter le champ de planification centralisée et impérative aux plans physiques et financiers, et de promouvoir des mécanismes de régulation procédant de l'économie de marché. Parmi ces mécanismes, la gestion de la monnaie constitue un levier important dont le réformateur algérien s'est souvent soucié depuis 1968. Mais ce n'est que récemment avec la loi 90-10 relative au crédit et à la monnaie que des perspectives réelles de bouleversement du système bancaire s'ouvrent¹.

Pour bien saisir les implications et impacts de cette nouvelle législation, résumons d'abord l'apport de cette loi par rapport à la CNEP.

1-4-2 l'apport de la loi sur la monnaie et le crédit du 14 avril 1990

La loi relative à la monnaie et au crédit prévoit l'adaptation des statuts de la CNEP : la caisse nationale devant être transformée en banque au même titre que les cinq banques qui existent à l'épargne.

A cet effet, il est à relever que l'organisation bancaire, ne prévoit que deux catégories d'intermédiaires financiers :

- Les banques qui ont une vocation générale.
- Les établissements financiers qui ne sont pas habilités à recevoir des dépôts.

¹ Revu CNEP, idem, P30

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

Transformer la CNEP en une de ces deux catégories, revient en fait à faire perdre à la CNEP son caractère d'intermédiaire financiers chargé de la collecte de l'épargne populaire et à faire perdre à l'économie nationale un outil de financement du développement non inflationniste. En d'autre terme, dans son aspect relatif à l'organisation bancaire, la loi sur la monnaie et le crédit trace un cadre à la fois limitatif et rigide qui constitue une contrainte non seulement à la collecte de l'épargne mais également au financement de l'investissement indispensable à toute relance de l'économie.

1-5 La bancarisation de la CNEP (1997)

La phase transitoire qui traverse le pays impose à la CNEP le défi d'augmenter la collecte de l'épargne dans une situation d'information et dans un environnement bancaire non adapté. Il est à noter enfin, que la CNEP, à partir du 27 juillet 1997, a changé de statut en devenant une banque.

Suite à la décision du ministre des finances du 27 juillet 1997 (n°115), la CNEP est érigée en société par actions sous la dénomination sociale de la CNEP banque. Cette dernière est régie par la loi 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, l'ordonnance 95-25 du 25 septembre 1995 relative à la gestion des capitaux marchands de l'Etat, la décision d'agrément n° 01/97 est délivrée par la banque d'Algérie.

Sa durée est de 99 ans à partir de la date de son immatriculation au registre de commerce.

Les apports effectués à la constitution de cette société sont formés de numéraires et de tous les actifs d'exploitation et d'immobiliers, formant le patrimoine de la CNEP.

1-6 Mai 2005 : Financement des investissements dans l'immobilier

L'assemblée général extraordinaire a décidé le 31 mai 2005 de lui donner la possibilité de s'impliquer davantage dans le financement des infrastructures et des activités liées à la construction, notamment pour la réalisation des biens immobiliers à usage professionnel administratif et industriel,.....etc.¹.

¹ Revu CNEP-Banque, « Le financement de l'immobilier aux service des promoteurs et des particuliers »,P35.

1-7 Février 2007 : Repositionnement stratégique de la CNEP-banque

L'assemblée générale ordinaire du 28 février 2007 a décidé au titre des crédits aux particuliers :

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

-Les crédits à la consommation.

-Il a été également décidé d'accorder des crédits à titre prioritaire et principal aux épargnants, et à titre accessoire, aux non épargnants.

Concernant le financement de la promotion immobilière, sont autorisés l'acquisition de terrains destinés à la construction de logements et la réalisation de programmes d'habitat. Les programmes éligibles aux financements sont ceux destinés exclusivement aux épargnants ;

1-8 Juillet 2008 : Repositionnement stratégique de la CNEP-banque

L'assemblée générale ordinaire du 17 juillet 2008 relative au repositionnement stratégique de la banque décide que sont autorisés au titre des crédits aux particuliers¹ :

-Les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires en vigueur au sein de la banque à l'exclusion des prêts pour l'achat, la construction et l'aménagement des locaux à usage commercial ou professionnel.

1-8-1 Financement de la promotion immobilière :

Sont autorisés :

-Le financement des programmes immobiliers destinés à la vente ou à la location, y compris ceux intégrant des locaux commercial ou professionnel ;

-Le financement de l'acquisition ou de l'aménagement de terrains destinés à la réalisation de logements.

¹ MECIBAH. M, « La CNEP-Banque au service de développement économique de pays », janvier 2003, P19.

1-8-2 Financement des entreprises :

Sont autorisés :

-Le financement des opérations d'acquisition, d'extension et/ou de renforcement des moyens de réalisation (équipements) initiées par des entreprises de production de matériaux de construction ou des entreprises de réalisation intervenant dans le secteurs du bâtiment¹ ;

-Le financement de projets d'investissement dans les secteurs de l'énergie, de l'eau, de la pétrochimie ou de l'aluminerie.

1-9 financement des investissements tous secteurs d'activités économiques 2011

La CNEP-banque est désormais habilitée à financer tous secteurs économiques y compris le fond de roulement nécessaire au démarrage de l'activité, elle est également autorisée pour les crédits par signature et le leasing immobilier.

2-Objectifs :

La stratégie de développement de la CNEP-banque à l'échelle nationale est axée sur sa relation avec sa clientèle, dans la mesure où elle continue de créer et de mobiliser tous les moyens possibles pour rester toujours à proximité et à l'écoute de ses clients, de part la mise en place de nouveaux dispositifs de financement et de sécurité de leurs fonds déposés.

La crise chronique que connaît le pays en matière de logements incite de plus en plus cette institution à tracer ses objectifs dans une vision macroéconomique.

Quelques chiffres liés aux réalisations de la CNEP-banque dans ce secteur lors de ces dernières années témoignent de l'importance de ces objectifs :

2-2 L'an 2013, la CNEP-banque est la première banque de l'immobilier avec 74 pourcent de part de marché :

La CNEP-banque a ensuite réalisé un autre record une année après soit au titre de l'exercice 2013. Selon une étude menée par le ministère des finances, la CNEP-banque avait accordé en 2013 près de 122 milliards de dinars de crédits tous segments confondus. Les

¹ MECIBAH. M, idem, P22.

particuliers ont eu la part du lion avec un montant de 46,2 milliards de dinars pour un nombre de 22069, dont 541 totalisant 3,2 milliards de dinars ont profité aux jeunes de moins de 35 ans, la CNEP-banque accapare ainsi 74 pourcent du marché des particuliers et se repositionne en tête. 9029 crédits bonifiés pour une somme de 18,5 milliards de dinars ont été octroyés la même année pendant que 6000 crédits pour près de 10 milliards de dinars ont servi à financer l'auto construction.

A souligner dans le même contexte que 43,5 milliards de dinars ont été engagés durant la même année pour le financement des investissements dont le tiers a été destiné au secteur privé soit 14,3 milliards de dinars, réalisant ainsi une hausse de 65,24 pourcent par rapport à l'an 2012. Ce chiffre confirme le plein engagement de la CNEP-banque à booster et soutenir le secteur privé.

2-3 L'an 2014, les crédits hypothécaires dominant l'activité :

Enfin, l'an 2014 était aussi pour sa part fructueux en termes de volume de crédits hypothécaire octroyés. En effet, la CNEP-banque avait accordé 10.759 crédits hypothécaires à fin mai 2014 pour un montant de 21,5 milliards de dinars. Les crédits à taux bonifiés représentent 39,11 pourcent du total de ces crédits consentis. Depuis leur lancement, la CNEP-banque a accordé 523.096 crédits pour un montant de plus de 378.8 milliards de dinars¹.

L'avènement du projet de mise en place du nouveau système d'information témoigne de l'ampleur des objectifs tracés par la CNEP- Banque :

L'un des plus grands chantiers de la CNEP-Banque à l'heure actuelle consiste à mettre en place un nouveau système d'information (appelé TEMENOS 24). Ce dernier a en effet, révélé son incapacité à s'adapter aux nouvelles ambitions de la banque (qui supposent une meilleurs connaissance et segmentation de sa clientèle) et cela, s'explique par le fait qu'il soit conçu dans une optique purement comptable.

Le nouveau système d'information permettra à la banque, non seulement d'optimiser les opérations comptables en assurant un traitement rapide et sécurisé des transactions mais aussi et surtout, de disposer d'une base d'informations clientèle bien organisée, facilitant de ce fait sa segmentation pour une meilleure utilisation dans un but bien clair ; satisfaire le client et le

¹ Revu CNEP-Banque, « Journée de communication sur les nouvelles réalisations », nouvelle édition 2014, P19.

fidéliser. La CNEP-Banque ambitionne de par ce projet de se rehausser au dépositaires des normes internationales, un objectif interprété à long terme comme un levier permettant de franchir des pistes au-delà des frontières nationales.

3- Organisation agence CNEP-Banque :

L'agence bancaire CNEP-Banque a connu de multiples mutations en matière de forme organisationnelle adoptée. Les structures organisationnelles constatées au niveau des différentes agences CNEP de nos jours, ne sont qu'à une certaine étape de leur évolution. Le premier modèle organisationnel qui fait l'objet d'une mutation graduelle, est défini par la décision réglementaire n° 75-95 du 21 novembre 1995 (voir annexe n°06).

Au sens de cette décision réglementaire, les agences bancaires sont des structures centralisées, hiérarchiquement rattachées aux directions régionales.

3-1 Les types de structures prévus par la décision réglementaire 75-95 :

Cette décision en l'occurrence, prévoit au niveau de chaque réseau, trois (03) types d'organisations conçus pour trois catégories d'agences :

- ✓ L'agence bancaire catégories « A » (voir annexe n°07) :

Elle a pour mission la collecte de l'épargne et l'octroi des crédits y compris le financement de l'accession à la propriété. L'organigramme conçu pour cette catégorie d'agences est le plus sophistiqué des trois vu l'amplification de la mission qui lui est confiée.

- ✓ L'agence bancaire catégorie « B » (voir annexe n°08) :

Sa mission se résume à la collecte de l'épargne et sa réutilisation sous forme de crédits destinés exclusivement aux particuliers, requérant ainsi un organigramme moins compliqué.

- ✓ L'agence bancaire catégorie « C » (voir annexe n°09) :

Sa tâche se limite seulement à la collecte de l'épargne. Cela sous-entend, son organigramme est très simplifié.

3-2 Analyse de l'organisation :

3-2-1 Analyse des points forts :

Dans la mesure où elle est fondée sur le principe de centralisation et hiérarchisation des pouvoirs bien distinguées. Ce modèle d'organisation profite prioritairement à la banque de par les deux points forts qu'il fait apparaître¹ :

-La facilité de contrôle et d'animation tant par le directeur de l'agence que par le directeur régional et ses collaborateurs vu le nombre limité de services opérants sur place quelle que soit la catégorie de l'agence.

-Le non densification des services suppose des qualifications moins personnalisées de la part du personnel activant sur place, on parle d'une **polyvalence** de ce dernier.

3-2-2 Analyse des points faibles :

Compte tenu des évolutions environnementales, il y a lieu d'admettre que cette organisation n'est plus orientée vers l'avenir. Autrement dit, elle est fondée essentiellement sur une vision **transactionnelle** et non **relationnelle**, tournée sur le **produit** plutôt que sur le **client** et dépourvue de tout aspect commercial. Cela s'identifie à travers les différentes insuffisances qu'elle fait ressentir :

- La non spécification des services entraîne d'une part pour ce qui est du personnel un certain embrouillement dans le traitement des tâches (ouverture des comptes, transferts, clôtures, délivrance de cartes, transactions, renseignements.....) et un mécontentement d'autre part manifesté par les retards assez récurrents, enregistrés dans la prise en charge de leurs demandes. Dans le même ordre d'idées, les activités du back et du front office sont largement confondues (renseignement crédits, traitement des dossiers, recouvrement.....)

-La surconcentration de l'effectif au niveau d'un service donné, favorise l'évolution d'un certain désœuvrement et oisiveté et par conséquent elle décourage les énormes compétences dont disposent quelques éléments.

-La répartition aléatoire des tâches affecte l'exactitude du niveau de la productivité apprécié dans la mesure où il est impossible d'évaluer cette productivité sur le plan individuel¹.

¹ Revu CNEP-Banque, « Banque apprendre a changer » revu numéro 12, P38.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

-L'inexistence des notions d'accueil et d'orientation de la clientèle d'où la manifestation d'une certaine perplexité de la part de cette dernière suscitant ainsi son insatisfaction.

-La disposition des services dans cette logique, n'est plus adaptée aux nouveaux repositionnements stratégiques de la CNEP-Banque notamment après l'introduction des produits de la bancassurance dans son activité. En effet, la vente de ce type de produits requiert la mise en place de pas mal de dispositifs relationnels garantissant leur promotion à commencer par leur réunion au sein d'un service dédiée à cet effet.

Section 2 : produits et stratégies de la CNEP-Banque.

1- Les produits de la CNEP-Banque :

La CNEP-banque offre à ses clients deux sortes de produits qui sont entre autre : les produits d'activité bancaire et les produits d'épargne et de placement².

1-1 les produits d'activités bancaire :

1-1-1 La carte interbancaire (CIB)

La carte de paiement et de retrait interbancaire(CIB) est un instrument de paiement permettant à son titulaire, d'effectuer des paiements et des retraits.

-la carte interbancaire permet d'effectuer des retraits d'espèces, à concurrence d'un seuil autorisé, 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24 au niveau de tous les distributeurs de billets du réseau monétique interbancaire (RIM).

-elle permet également à son titulaire de régler ses achats chez le commerçant disposant d'un TPE (terminal de paiement électronique).

-elle se révélera très utile dans les moments d'urgence ou lors de la fermeture des banques.

-on trouve deux catégories de cartes interbancaires :

La carte interbancaire « classique » (couleur bleue)

La carte interbancaire « gold » (couleur jaune or)

¹ Revu CNEP-Banque, idem, P 39.

² Revu CNEP-Banque, « Le système de paiement de masse à la CNEP-Banque » édition spéciale n°12 février 2008, P 13.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

-le plafond mensuel autorisé sur carte interbancaire est déterminé pour chaque client en fonction de son revenu, il ne peut excéder 80 pourcent du revenu mensuel.

-les cartes CIB doivent être conservées dans des conditions de sécurité garantissant leur protection contre toute manipulation non autorisée. Il est donc indiqué qu'elles soient conservées dans des coffres forts sous la responsabilité du directeur d'agence.

Au bout de deux mois de conservation, si le porteur ne se présente pas à l'agence pour prendre sa carte, celle-ci doit être oblitérée.

-la durée de validité de la carte CIB est de deux ans.

-le contrat porteur de la carte CIB peut être résilié à l'initiative du client ou de l'agence.

1-1-1-1 Les bénéficiaires de la carte interbancaire(CIB) :

La carte CIB est délivrée aux personnes physiques titulaires d'un compte de chèque justifiant d'un revenu mensuel régulier.

Les clients dont le salaire ne peut être domicilié à la CNEP-banque titulaire d'un compte épargne peuvent bénéficier d'une carte CIB sous réserve de la signature, par leurs soins, d'une autorisation de prélèvement sur leur compte épargne.

La carte interbancaire et le code confidentiel sont remis par le chargé des opérations CIB à son titulaire après vérification de son identité, de son revenu et la signature du contrat porteur¹.

Remarque

Aucune carte ne doit être adressée au client par voie postale, ni être retirée par procuration.

1-1-2 le virement

le virement est un ordre donner par le client d'une banque pour prélever une somme déterminée de son compte pour qu'elle soit transférée électroniquement et portée au crédit du compte du bénéficiaire géré par une autre banque. C'est un moyen de paiement utilisé pour des paiements périodiques ou non et des montants fixes ou variables. L'exécution du virement est une opération irréversible.

¹ Revu CNEP-Banque, idem, P14.

Le virement peut être utilisé dans les cas suivants :

- pour les transferts d'argent d'une banque à une autre (réseau interbancaire)
- pour le versement des salaires.
- pour le règlement de factures entre entreprise et commerçant.

1-2 les produits d'épargne et de placement

1-2-1 Les dépôts à vue :

Les dépôts à vue sont des dépôts dont le propriétaire peut disposer à tout moment de la somme correspondante.

La restitution des fonds déposés à vue peut avoir lieu à tout moment sur une simple demande du déposant. Ces dépôts ne sont pas rémunérés par les banques.¹ Et la durée de placement ne doit pas dépasser une année.

Sous cette rubrique figure les types de compte suivant.

1-2-1-1 le compte chèque :

Le compte chèque est un compte de dépôt à vue non rémunéré destiné aux personnes physiques, morales et associations civiles. Le versement minimum à l'ouverture d'un compte chèque est de 1000 dinars, les versements ultérieurs sont illimités et l'alimentation du compte peut s'effectuer par un dépôt en espèces, par virement ou par dépôt de chèque (sous réserve d'encaissement)².

Toutefois, l'ouverture du compte chèque est gratuite et peut se faire dans l'ensemble des agences de la CNEP-banque. Les fonds sont remboursables à vue à la convenance du client, en partie ou en totalité et le solde ne peut être réduit à 1000 dinars, auquel cas le compte chèque sera clôturé.

Pendant, à tout moment, le titulaire du livret peut donner une procuration sur son compte chèque à une ou plusieurs personnes et concernant la clôture du compte, elle peut

¹ Bénéhalima. A, « Pratique des techniques bancaires », Ed DAHLEB, ALGER ,1997, p 39.

² Information recueillie au sein de la CNEP-Banque avec M^r TAIR Hocine chargé de clientèle, document les comptes de la clientèle, le 25 out 2015.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

intervenir sans préavis par son titulaire. Le compte chèque est commercialisé par la CNEP-banque depuis janvier 2000.

Ainsi il existe deux types :

1-2-1-1-1 Les comptes chèques personnels :

Ils sont la particularité d'être exclusivement réservés aux personnels ou activité à la CNEP-Banque. Ils sont alimentés prioritairement de versements mensuels par la CNEP-Banque de salaire de titulaire et de tout d'autre remboursement opérés par la CNEP aux profits de l'employé.

1-2-1-1-2 Les Comptes Chèques Particuliers :

Destinés aux personnes physiques ou morales, ces comptes sont ouverts à tout bénéficiaires de crédits quelque soit sa nature.

1-2-1-2 compte courant commercial :

Le compte courant commercial est un compte bancaire de dépôts à vue non rémunéré tenue en dinars par lequel transitent les règlements effectués par et en faveur du client dans le cadre de l'activité économique qu'il exerce.

Il est destiné aux personnes physiques et morales ayant le statut de commerçant.

1-2-1-2-1 Les Caractéristiques du compte courant commercial :

Comme le compte chèque le compte courant commercial est commercialisé seulement au niveau du réseau de distribution de la banque, il est destiné aux personnes physiques ou morales justifiant d'une activité commerciale. Le versement minimum à l'ouverture est de 10 000 dinars, les versements ultérieurs sont illimités et l'alimentation du compte peut s'effectuer par dépôts en espèces, par virement ou par dépôt de chèque (sous réserve d'encaissement).

Concernant les retraits, les fonds sont remboursables à vue, à la convenance du titulaire, en partie ou en totalité. Aussi, l'ouverture du compte commercial est gratuite et peut être faite dans l'ensemble des agences de la CNEP-banque.

1-2-1-2-2 Clôture du compte courant :

Le compte courant commercial peut être clôturé suivant deux formules :

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

Clôture sans délai : dans le cas où toutes les formules de chèques ont été soit utilisées, soit restituées¹.

Clôture avec délai : après 30 jours à compter de la date de formulation de la demande dans le cas où des formules de chèque ont été soit émises et non présentées en agence, soit perdues ou volées.

Pour financer les besoins de crédits des entreprises et particuliers, la CNEP banque doit mobiliser une quantité d'épargne importante. Elle y parvient en recueillant des fonds du public. Ces dépôts s'effectuent à long terme.

1-2-1-3 le livret d'épargne logement.

Le livret d'épargne logement est un compte d'épargne rémunéré, qu'une personne peut ouvrir dans une agence de la CNEP-banque ou dans un bureau de poste (voir annexe n°9). Ce livret permet d'avoir une épargne à vue pour toute personne physique ou morale, mineure ou majeure. Le versement minimum à l'ouverture du compte est de 2 pourcent par un brut. Ce compte d'épargne à vue permet aux postulants :

- d'effectuer des opérations de retrait et de versement à tout moment.
- De bénéficier d'un taux d'intérêt bonifié pour les postulants aux crédits indivisibles.

Cependant, le livret d'épargne logement est remis gratuitement par l'agence où la demande a été déposée. (Voir annexe N°10).

1-2-1-3-1 Les caractéristiques du livret d'épargne logement :

- Souscripteur : tout particulier majeur ou mineur résident.
- Nature de l'épargne : à vue.
- Support : livret magnétique « couleur verte ».
- Versement initial : est de 5000 dinars.
- Retraits : libre, sans rendre le solde inférieur à 1000 dinars (sinon le compte sera clôturé)
- Délivrance : gratuite

¹ Information recueillie au sein de la CNEP, idem.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

-Frais de gestion : 100 dinars et TVA 17 pourcent.

-La rémunération se fait selon les conditions de la banque et le paiement des intérêts est en chaque fin d'année et ils sont soumis à l'impôt(IRG), sans oublier que ses derniers sont calculés selon la règle de la quinzaine.

-domiciliation : réseau CNEP-banque et réseau postal.

-avantages : retrait d'espèces auprès de toutes les agences, rémunération- taux avantageux prêt immobilier- cession des droits d'intérêts

- le transfert se fait à l'intérieur de la CNEP-banque.

Tableau N° 01 : L'évolution des taux d'intérêts créditeurs de LEL :

L'année	1966- 1970	1971- 1978	1979- 1982	1982- 1994	1996- 1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003- 2014
Taux d'intérêt	2.8%	3.5%	4%	5%	12%	7.5%	6%	5%	4%	3.5%	2%

SOURCE : CNEP-Banque, document évolution des taux d'intérêts créditeurs,

Code 223530 et223570.

D'après ce présent tableau, on constat qu'il ya une augmentation des taux d'intérêt créditeurs de LEL de 1966 jusqu'à 1997 c'est-à-dire quand elle a été caisse et à partir de sa bancarisation 1997 ces taux d'intérêts ne cesse de baisser jusqu'à stabiliser à 2%.

1-2-1-4 Livret d'épargne populaire L.E.P. (Voir annexe n° 11)

Le compte d'épargne populaire est un compte qui est crée en 1992, en effet il permet l'accès à un prêt immobilier¹.

1-2-1-4-1 Les caractéristiques du livret d'épargne populaire L.E.P :

-Souscripteur : tout particulier majeur ou mineur.

-Support : livret à piste magnétique « couleur rouge ».

-Versement initial : 10 000 dinars.

¹ Information recueillie au sein de la CNEP-Banque avec MOUDOUD Kahina, 29 out 2015.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

-Retraits : libre, sans toutefois rendre le solde inférieur à 1000 dinars (sinon le compte sera clôturé).

-Délivrance : gratuite.

-Frais de gestion : 100 dinars et TVA 17 pourcent.

-La rémunération se fait selon les conditions de la banque, le paiement des intérêts est en chaque fin d'année, ils sont soumis à l'impôt(IRG), et c'est le même principe avec le compte L.E.L le calcul des intérêts se fait selon la règle de la quinzaine.

-Domiciliation : réseau CNEP-banque et réseau postal.

-Avantages : retraits d'espèces au niveau de toutes les agences, rémunération des dépôts, la possibilité de céder ses droits d'intérêt à un membre de la famille.

-Le transfert se fait à l'intérieur du réseau de la CNEP.

-Le taux d'intérêt est de 2.5 pourcent par un brut.

Tableau N°02 : Evolution des taux d'intérêts créditeurs de LEP :

Année	1992	1994	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003- 2004	2005- 2014
Taux d'intérêt	8%	14%	16%	16%	11%	8%	8%	6%	4%	3.5%	2.5%

SOURCE : CNEP-Banque document évolution des taux d'intérêts créditeurs, code 223530 et 223570.

On constate que ces taux ont vu une augmentation de 1992 jusqu' à 1997 (quand elle a été caisse). Et à partir de 1997(quand elle a devenu CNEP-Banque) ces taux baissent d'une année à une autre, jusqu'à ce qu'ils arrivent à 2.5% en 2004 et stabiliser à ce taux.

1-2-1-5 Les livrets d'épargnes Hadj et Omra :

Ce sont des comptes d'épargne à vue non rémunérés, destinés aux personnes physiques, leur gestion est entièrement gratuite. Ils permettent à leur titulaire de constituer à travers un ou

plusieurs versements successifs, on tout sécurité, une épargne destiner ou règlement des frais d'accomplissements du pèlerinage aux lieux saints de l'islam¹.

1-2-2 Les dépôts à termes

1-2-2-1 Le dépôt à terme logement (DAT logement) :

Le compte dépôt à terme logement est celui dont le titulaire s'engage à laisser à la disposition de la CNEP-banque une certaine somme pendant un délai supérieur à 3 mois dans le but de l'acquisition d'un logement. Il s'agit d'un dépôt à terme rémunéré destiné aux personnes morales (entreprises, sociétés, association,...etc.) dont sa rémunération est variable et progressive. Le montant minimum exigé à l'ouverture du compte est de 500 000 dinars et le paiement des intérêts s'effectue à terme annuel échu.

Remarque :

- Toute souscription d'un compte de placement à terme est subordonnée a l'ouverture d'un compte chèque ou compte courant commercial au profit de souscripteur².
- Le renouvellement des comptes de placement à terme se fait a la demande du souscripteur.
- Dans le cas ou le souscripteur ne se manifeste pas au terme du placement des bons de caisse ou DAT banque, la souscription est renouvelée automatiquement, une seule fois pour une durée maximum de 3 mois.
- Le DAT logement quant à lui ne peut être renouvelé qu'à la demande de souscripteur.
- Le souscripteur du DAT logement désigne les personnes physiques au profit desquels vont être cédés les droits d'intérêts générés par le placement.

Les personnes physiques bénéficiaires de la cession d'intérêt doivent détenir la qualité d'épargnants.

1-2-2-2 Dépôt à terme banque (DAT banque) :

Dépôt à terme ouvert à toute personne physique ou morale matérialisé par une convention de souscription.

¹ Revu CNEP-Banque, « Les nouveaux produits d'épargne », nouvelle édition n°5, 2005, P25.

² Information recueillie au sein de la CNEP-Banque, document compte de la clientèle, avec TAIR Hocine, 29 out 2015.

1-2-2-3 Les bons de caisse

Les bons de caisse sont des dépôts à terme matérialisés par des titres négociables proposés par la CNEP-banque à ses clients en vue de drainer des dépôts stables pour se mettre à l'abri du risque d'immobilisation. En contre partie d'un dépôt effectué auprès de la CNEP-banque, l'épargnant reçoit un bon ; sur ce document, la CNEP-banque reconnaît sa dette et s'engage à la rembourser à une date donnée au déposant ou à tout bénéficiaire désigné par le souscripteur.

Tableau N° 03 : Taux créditeurs actuel des dépôts à terme

Durées	1 ^{er} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année	6 ^{ème} année	7 ^{ème} année	8 ^{ème} Année	9 ^{ème} année	10 ^{ème} année
Taux Annuels	2%	2.10%	2.20%	2.30%	2.5%	3%	3.10%	3.25%	3.35%	3.5%

Source : CNEP-Banque département épargne

Suivant le tableau on constate que les taux d'intérêts créditeurs des dépôts à termes augmentent suivant la durée de dépôt, plus la durée et langue plus le taux de rémunération est important.

2 Les stratégies de la CNEP-Banque :

La CNEP-Banque évolue actuellement dans un environnement bancaire marqué par une évolution relative induite par la volatilité des facteurs tant internes d'ordre démographique, économique, culturel et réglementaire, qu'externes l'amplification du contexte concurrentiel et le développement des partenariats sont les effets majeurs de cette évolution.

2-1 La Stratégie de formation :

La stratégie de formation vise trois axes prioritaires :

-L'amélioration des compétences managériales de l'encadrement.

-L'amélioration des performances de la banque¹.

-L'engagement du personnel dans une démarche qualité.

A travers le premier point précité, il s'agit de la formation au management stratégique et opérationnel, au profil de l'ensemble de l'encadrement supérieur de l'institution.

Le second point, concerne l'amélioration des performances et la, il y a lieu de préciser que ce cursus de formation s'adresse à différentes catégories des responsables de la banque au niveau des agences et des directions de réseau.

Le troisième point évoqué ci-dessus et qui concerne la démarche qualité, son cursus de formation repose sur deux thèmes : « Les comportements commerciaux » et « L'accueil de la clientèle ».

2-2 La Stratégie de la Qualité :

En plus de l'amélioration de la qualité des comportements commerciaux et l'accueil de la clientèle la CNEP-Banque a procédé à l'amélioration de la qualité de ses produits.

En effet elle s'achemine de plus en plus vers une gestion moderne du support d'épargne. L'abandon du livret d'épargne manuel s'est réalisé progressivement par son remplacement par le livret à piste magnétique. De même elle a lancé en Mai 2013 une carte monétique au profit de ses épargnants, cette carte va remplacer progressivement les deux livrets (LEL et LEP), personnalisée sécurisée répondant aux normes EMV (Européen Master Card et Visa), cette carte est dotée d'une puce et d'une piste magnétique avec un code confidentiel. Ainsi toute nouvelle ouverture de compte épargne logement ou populaire sera faite sous forme de carte épargne « CE », unique avec des codes différents et qui désirent transférer leur compte d'une agence vers une autre de la CNEP, ces cartes auront une durée de validité de cinq ans à compter de la date de leur production, et ils sont renouvelables dès leur expiration².

¹ Revue trimestrielle de la CNEP-Banque, « Pour une meilleure maîtrise de métier de banquier » revue °06, Juin 2008, P 10.

² BENNACEUR Chérif, « la CNEP remplace les livrets par une carte monétique », le soir d'Algérie la 26/05/2013.

2-3 La Stratégie de rapprochement de la clientèle :

En plus de la publicité sur le lieu de vente tel que les dépliants, les calendriers, et hors lieu de vente tel que la presse, afin d'attirer plus de clientèle et en plus de son réseau d'agence bancaire, la CNEP-Banque bénéficie de la présence des 3633 bureaux postaux sur tout le territoire national pour collecter l'épargne auprès de sa clientèle et ce, suite à la signature d'un partenariat avec la CNEP-Banque, ce qui constitue un avantage pour cette dernière par rapport aux autres banques. Près d'un tiers des ressources de la banque est collecté par Algérie Poste.

2-4 La Stratégie de Diversification des Produits :

Afin de diversifier ces produits la CNEP-Banque a réalisée un partenariat avec Cardif-El-Djazair qui est une filiale assurance vie du groupe bancaire français BNP Paribas, obéissant au droit algérien et exerçant son activité en Algérie depuis l'an 2006¹.

Suite à la promulgation de l'ordonnance relative aux assurances n°95/07 du 25 janvier 1995, modifiée et complétée par la loi n°06/04 du 20 février 2006, accordant pouvoir aux sociétés d'assurance de distribuer leurs produits par l'entremise des banques et des établissements financiers, la CNEP-Banque était la première banque publique à s'investir dans la bancassurance en Algérie et ce, en partenariat avec Cardif El-Djazair.

En 2009, les deux partenaires avaient lancé leur premier produit de bancassurance, appelé la « totale prévoyance », un produit d'assurance de personnes qui couvre le décès ou l'invalidité absolue et définitive et qui a attiré pas moins de 30.000 souscripteurs à la fin du premier semestre 2012.

En janvier 2013, la CNEP-Banque s'est lancée dans la commercialisation d'un autre nouveau produit de la filiale Cardif nommé « sahti » (assurance de personnes), couvrant les dépenses liées à l'hospitalisation suite à un accident et aux maladies graves notamment le cancer.

Ces stratégies ont contribuées à attirer un nombre très important de clientèle ainsi la collecte des montants colossaux de l'épargne que nous allons voir dans le point qui suit.

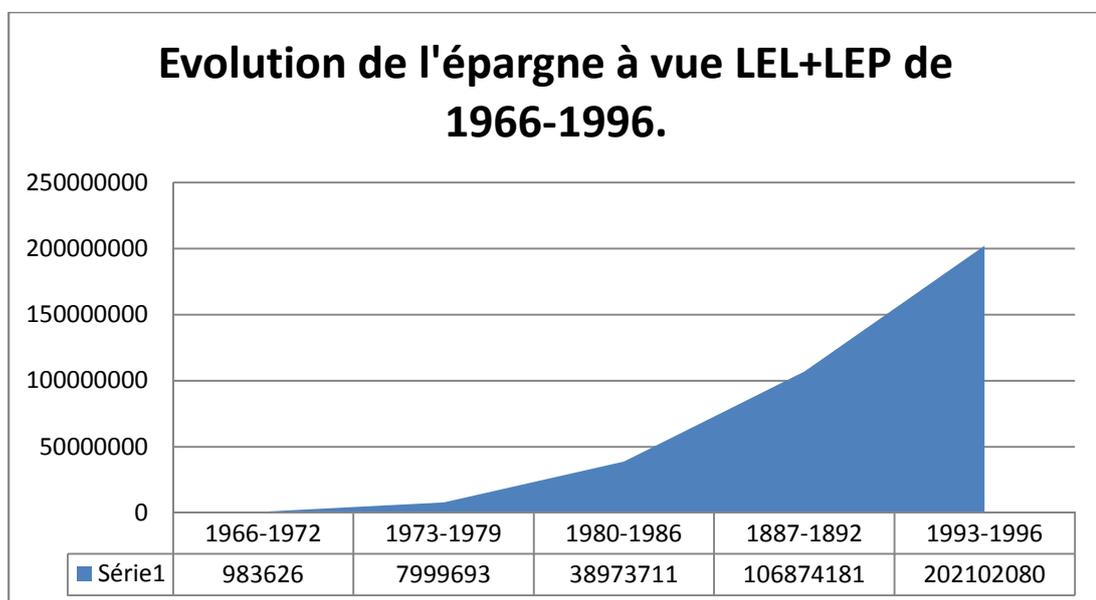
¹ Revu de la CNEP-Banque : « La Bancassurance, un axe stratégique du développement de la CNEP-Banque », nouvelle édition, juin 2008.

2- Evolution de l'épargne collectée par la CNEP (Comparaison entre CNEP-Caisse et CNEP-Banque).

Tableau n° 04 : évolution de l'épargne collectée sur LEL et LEP par la CNEP-Caisse.(annexe n°12)

Années	1966-1972	1973-1979	1980-1986	1887-1892	1993-1996
Epargne	983626	7999693	38973711	106874181	202102080

Source : CNEP-Banque DRTO, département épargne, statistique de l'épargne collectée sur LEL et LEP de 1966-1996.



Elaborer par nous même.

D'après le tableau illustré on constate qu'il y a une augmentation de l'épargne collectée

Car de 1966-1979 il y avait une augmentation de 12.29% de Taux de l'épargne collectés

1979-1986 il y avait une augmentation de 20.52%

1986-1992 il y avait une augmentation de 36.47%

1992-1996 il y avait une augmentation de 52.88%

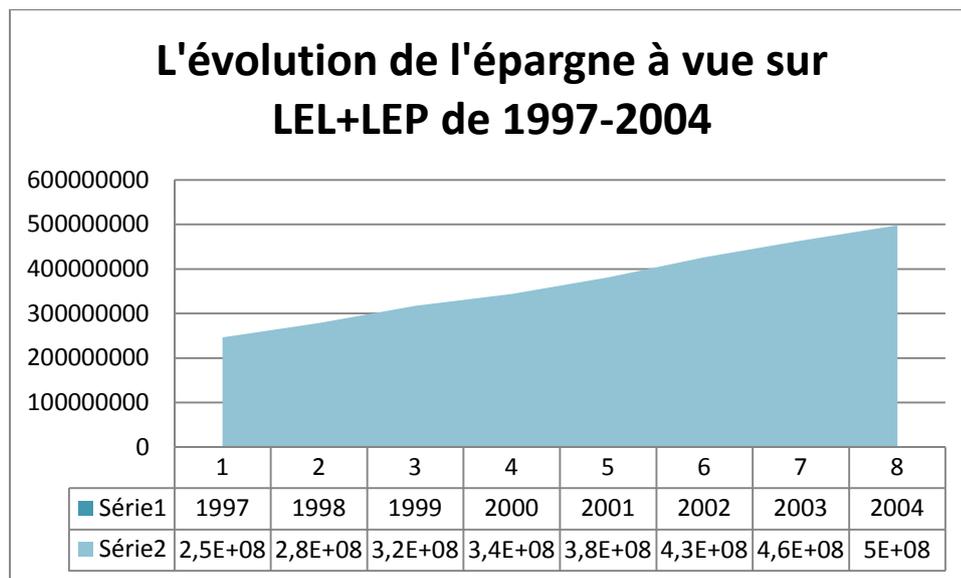
Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

En effet a cette période (1966-1996) l'Algérie avais besoin de liquidité pour cette raison la CNEP-Caisse a fixée des taux d'intérêts très élevés dans le but d'attirer plus de ressources.

Tableau n°05 : L'évolution de l'épargne collectée sur LEL et LEP par la CNEP-Banque (annexe n°13).

Années	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Epargne	246600553	278590607	316952421	344042000	381375530	426419362	463504759	497781100

Source : CNEP-Banque DRTO, département épargne, statistique de l'épargne collectée sur LEL et LEP de 1997-2004.



Elaborer par nous même.

Source : CNEP-Banque DRTO, département épargne, statistique de l'épargne collectée sur LEL et LEP de 1997-2004.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

Durant la période «1997-2004 » c'est-à-dire a partir de sa bancarisation la CNEP-Banque a collectée en seulement huit ans 295 679 020 DA contre 202 102 080 DA collectée pendant 30 ans quand elle a été caisse, cet écart revient premièrement a la diversification de son champ d'investigation en devenant banque ainsi l'utilisation de divers moyens pour attirer la clientèle comme toutes les autres banques, puis deuxièmement par la diversification de ses stratégies fondées sur une vision relationnelle et non transactionnelle tournée sur le client plutôt que sur le produit. La CNEP-Banque arrive a collecter des montants de plus en plus important sur tous les comptes qu'elle dispose prenant ainsi l'exemple des dépôts collectés sur les comptes courants, les comptes particuliers et les compte chèques personnels. Au niveau de la DRTO.

Tableau N°06 : Evolution des dépôts a vue collectés sur comptes courants, compte particuliers et comptes chèques personnels.

Produit/ Année	Comptes courants	Structure %	Compte particuliers	Structure %	Comptes chèques personnels	Structure %	Total	Total %
2008	3759389726.06	91%	13220966.15	1%	366346475.69	8%	4137957167.89	100%
2009	4657193552.26	65%	2281724826.85	32%	173581414.89	3%	7112499794	100%
2010	5164506557	85%	757634005.94	12%	175899786.08	3%	6098040349.02	100%
2011	7091611849.85	56%	5291459117.20	41%	387935512.13	3%	12771006479.18	100%
2012	10662862757.58	88%	1197475137.93	10%	279127557.32	2%	12139465452.83	100%
2013	22278670077.10	88%	2620745206.52	10%	498112349.28	2%	25397536632.9	100%
2014	12099671442.14	86%	1532144815	11%	484871665.29	3%	14116687922.37	100%

Source : CNEP/Banque DRTO (200), département épargne, document « résultat épargne sur les comptes a vue, 2008 à 2014 »

Lorsque nous analysons l'évolution de l'épargne au niveau de ces trois comptes on constate les remarques suivantes :

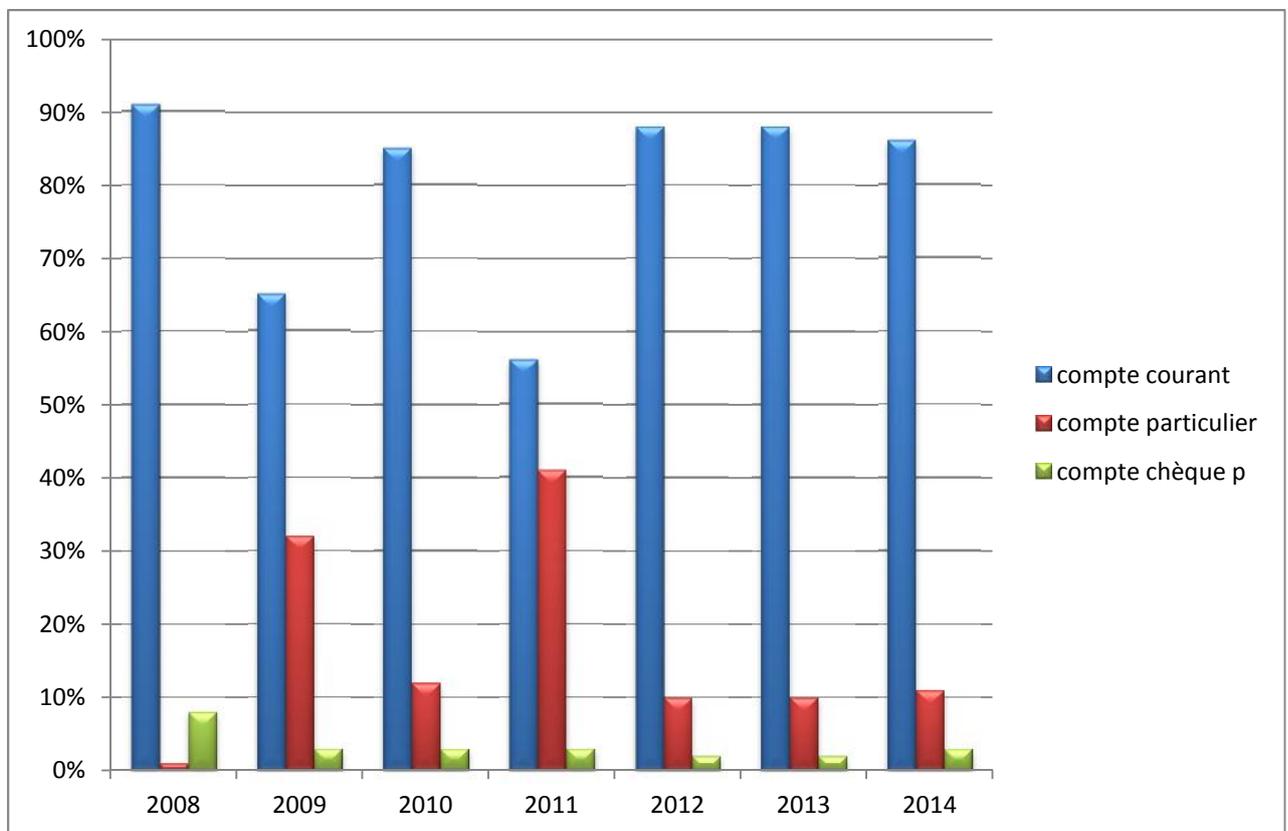
-Concernant les comptes courants on constate qu'il y a une augmentation de l'épargne collectée durant les six premières années c'est-à-dire de 2008 à 2013. Cependant, la CNEP a connaît une baisse importante de niveau de l'épargne collectée entre 2013 et 2014.

- Concernant les comptes particuliers on remarque qu'il y a une fluctuation des niveaux de l'épargne collecté entre une augmentation durant les années 2008- 2010- 2013. Et une baisse durant les années 2010- 2012- 2014. Mais il reste que les montants collectés sont très importants.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

-Enfin, pour les Comptes personnels on constate également une fluctuation des niveaux de l'épargne collecté ou il y a une augmentation durant les années 2010- 2011- 2013. Et une baisse 2009- 2012- 2014.

-Concernant la structure des dépôts collectés, les comptes qui constituent la part des dépôts la plus importante sont les comptes courants pendant les six années cependant les comptes chèques personnels constituent la part la plus faible et cela revient à ce que ce compte est réservé uniquement au personnel de la CNEP et donc il ya peut de client qui s'intéressent à ce compte.



Elaborer par nous même.

Structure des dépôts collectés sur les comptes a vue au niveau de réseaux de Tizi-Ouzou

(2008-2014).

Section 3 L'usage de l'épargne drainée par la CNEP-Banque.

1 Les opérations de crédits :

C'est par l'ouverture d'un compte que se noue le premier contact financier entre le client et le banquier. Et c'est dans le cadre du compte qu'auront lieu les opérations de crédits¹.

Collecteur de capitaux, la CNEP-banque va pouvoir consentir des crédits aux particuliers comme aux entreprises pour satisfaire tant des besoins de trésorerie que des besoins d'équipement.

1-1 les crédits à la consommation de la CNEP-banque :

Malgré que la CNEP-banque n'octroi plus de crédits à la consommation, elle est considérée comme leader dans ce domaine, du fait que c'est la première banque en Algérie, à proposer ce type de produit. Les différentes catégories de crédits à la consommation qui existaient à la CNEP-banque étaient : le crédit véhicule, le crédit confort, le crédit convenance et le crédit adaouet.

1-1-1Le crédit véhicule :

Partiellement des acquisitions auprès d'un concessionnaire agréé.

La durée de crédit est de quatre ans et le taux d'intérêt est celui en vigueur le jour de signature de la convention de crédit. Le remboursement s'effectue par des prélèvements de mensualités constantes sur le compte chèque ou CCP de l'emprunteur. Mais ce paiement peut se faire par anticipation avec le paiement d'une commission de 1 pourcent calculé sur le montant du capital à rembourser².

1-1-2Le crédit confort :

Le crédit confort est destiné à financer l'acquisition pour un particulier des biens et articles ménagers fabriqués et montés en Algérie. Il permet ainsi aux ménages d'acquérir des appareils électroménagers grand public tel que des chaînes stéréo, des télévisions,...etc. ainsi que des meubles, des sanitaires et des motocycles.

¹ BOUYACOUB Farouk, « l'entreprise et le financement bancaire, casbah édition, 2000, p31.

² Revu CNEP-Banque, « Crédit véhicule démarche et statistique » revu n° 15, Octobre 2003, P 17.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

Le montant minimum de crédit pouvant être accordé est de 10 000 DA et le maximum est de 100 000 DA sans pour autant dépasser 70 pourcent du prix à acheter.

Concernant le taux d'intérêt applicable, c'est celui qui est en vigueur le jour de la signature de la convention du crédit et la durée de ce dernier dépend des montants accordés.

Quant-à la capacité de remboursement du crédit, elle ne doit pas dépasser 30 pourcent du revenu net de l'emprunteur et les fonds sont mis à la disposition du client par un virement au compte du vendeur ou par chèque.

Enfin, le remboursement se fait par des prélèvements mensuels constants sur le compte chèque ou CCP de l'emprunteur, mais le remboursement anticipé est autorisé à condition d'accepter un paiement d'une commission de 1 pourcent du capital à rembourser.

1-1-3 Le crédit convenance :

Le crédit convenance est un crédit de trésorerie destiné à financer des biens personnels et son usage est laissé à la convenance de l'emprunteur.

Les montants du prêt varient en fonction du revenu de l'emprunteur et la durée du crédit est de 12 mois sans différé. Le taux d'intérêt applicable est celui qui est en vigueur le jour de la signature de la convention du crédit et la mise des fonds à la disposition du client se fait en créditant le compte chèque de l'emprunteur¹.

Cependant, le remboursement se fait par des prélèvements de mensualités constantes sur le compte chèque de l'emprunteur dans le mois suivant la mise à la disposition des fonds. Le remboursement anticipé est autorisé.

1-1-4 Le crédit adaouet :

Le crédit adaouet est accordé en vigueur de financer des dépenses des ménages liées à la rentrée scolaire.

Les montants du crédit dépendent du revenu de l'emprunteur et la durée de remboursement est de 12 mois sans différé. Le taux d'intérêt applicable est celui en vigueur le jour de la signature de la convention du crédit.

¹ Revu CNEP-Banque, «soutenir le produit Algérien » nouvelle édition, 2003, P15.

Cependant, les fonds sont mis à la disposition du client en créditant le compte chèque de l'emprunteur et le remboursement se fait par des prélèvements de mensualités sur ce compte chèque ou CCP de l'emprunteur.

Toutefois, le remboursement anticipé est autorisé mais, avec le paiement d'une commission de 1 pourcent calculée sur le montant à rembourser.

1-2 Les crédits d'investissements :

Après le repositionnement stratégique de 2011, la CNEP-banque bat le record en 2012. Sachant qu'entre la fin des années 1990 et fin 2011, la CNEP-banque avait accordé 200 milliards de dinars de crédits à l'investissement. En 2012 la CNEP-banque a atteint le niveau jamais égalé dans son histoire en terme de crédits à l'investissement accordés et ce, en finançant des projets d'investissements, publics et privés, à hauteur de 343,7 milliard de dinars. Sur le total de ce type de crédits sollicité auprès des six banques publiques activant en Algérie, estimé à 631,3 milliards de dinars en 2012, la CNEP-banque a octroyé 318.6 milliards de dinars soit 50 pourcent du total des crédits¹.

A souligner que les secteurs ayant bénéficié de ces crédits étaient dans leur majorité publics, dont on peut citer la sonelgaz (principal client de la CNEP-banque entre 2011 et 2012 en détenant 90 pourcent des crédits) l'industrie, le tourisme et l'hôtellerie.

1-3 les nouveaux types de crédits accordés par la CNEP-banque :

Pour être compétitif sur le secteur bancaire, la CNEP- banque offre aujourd'hui, des différents types de crédits à sa clientèle, à savoir : le crédit location-habitation, le crédit d'extension d'une habitation, le crédit achat d'un logement "vente sur plan", le crédit aménagement, le crédit achat d'un terrain, le crédit achat d'un logement auprès d'un particulier, la caution, le crédit construction d'une habitation, le crédit « immobilier jeune », le crédit achat d'un logement social participatif et les crédits immobiliers à taux d'intérêt bonifier.

¹ Revu CNEP-Banque, «CNEP et record », Ed spéciale, 2012, P30.

1-3-1 Le crédit location-habitation :

Ce type de crédit permet à la CNEP-banque d'accorder à sa clientèle le financement nécessaire pour le paiement anticipé de leur loyer auprès d'un particulier. Le montant maximum du crédit accordé est de un million de DA, sur la base d'un contrat de bail notarié¹.

Concernant la durée du crédit, elle est fixée selon la durée du bail porté sur le contrat notarié et doit être de 12 mois au minimum et de 24 mois au maximum. Et aussi, un différé de remboursement de 3 mois est accordé aux épargnants.

Pendant, le taux d'intérêt applicable est de 7.5 pourcent en hors taxe et la périodicité des échéances de remboursement est mensuelle. La mobilisation du crédit s'opère par chèque libellé au nom du notaire chargé de l'établissement du contrat de location.

Toutefois, une police d'assurance décès couvrant la durée du crédit doit être souscrite avec subrogation au profit de la CNEP-banque.

1-3-2 Le crédit extension d'une habitation :

La CNEP-banque peut accorder à sa clientèle un crédit pouvant aller jusqu'à 80 pourcent maximum du devis estimatif des travaux d'extension ou de surélévation de leur habitation.

La durée du crédit est de 30ans et la limite d'âge est de 75ans. Aussi, un différé de remboursement de 36 mois est accordé.

Pour les épargnants de la CNEP-banque :

-théoriquement, le montant du crédit appliqué au taux épargnant est de 30 fois le montant des intérêts cumulés non utilisés sur leur épargne.

- ils peuvent augmenter le montant de leurs intérêts par ceux cumulés par leur conjoint, leurs ascendants directs et collatéraux².

Néanmoins, les épargnants peuvent augmenter leur crédit par une caution solidaire d'un membre de leur famille.

¹ Revu CNEP-Banque, « CNEP-Banque vous propose une gamme varier de produit, article crédit location-habitation » n° spécial, mars 2004, P 6.

² Revu CNEP-Banque, « CNEP-Banque vous propose une gamme varier des crédits immobiliers, article extension d'une habitation, n° spécial, mars 2004, P 11.

Cependant, leur logement constitue une garantie et fera l'objet d'une hypothèque de premier rang au profit de la CNEP-banque.

Dans le cas où le crédit initial n'a pas suffi à l'achèvement des travaux d'extension ou de surélévation de leur habitation, les épargnants ont la possibilité de contacter un crédit complémentaire. La durée de ce crédit complémentaire est égale à la durée restante pour le remboursement du crédit initial.

1-3-2 Le crédit d'achat d'un logement "vente sur plan"

La CNEP-banque peut offrir un financement pouvant aller jusqu'à 90 pourcent du prix d'un futur logement en vente sur plan à un client. L'âge de ce dernier détermine la durée du crédit qui ne peut excéder 30 ans et la limite d'âge est de 75 ans. Aussi, un différé de remboursement de 36 mois est accordé.

Toutefois, l'emprunteur peut augmenter son crédit en faisant appel au revenu d'un membre de sa famille (caution solidaire) ou un tiers.

Concernant les épargnants de la CNEP-banque :

-ils peuvent augmenter le montant de leurs intérêts par ceux cumulés par un membre de leur famille (conjoint, fils et fille, père et mère, frère et sœur).

-théoriquement, le montant du crédit appliqué au taux épargnant est de 30 fois le montant des intérêts cumulés non utilisés sur leur épargne¹.

Enfin, le futur logement constitue une garantie et fera l'objet d'une hypothèque de premier rang au profit de la CNEP-banque.

1-3-4 Le crédit aménagement :

Pour améliorer le confort, la CNEP-banque peut accorder à sa clientèle un prêt pour réaliser leurs travaux. Le montant du crédit est déterminé par quatre paramètres à savoir :

- Le revenu : la base de calcul du crédit est déterminée par leurs revenus nets. L'emprunteur peut conforter sa capacité financière de remboursement par une caution (membre de sa famille) ou toute autre personne physique.

¹ Revu CNEP-Banque , « Le financement de l'immobilier service des promoteurs et particuliers » nouvelle édition N° 06, P 20.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

- L'âge : il détermine la durée du crédit et ne peut excéder 10 ans. L'âge limite est de 70 ans.
- Le devis estimatif des travaux : le montant du crédit est de 70 pourcent maximum du devis estimatif des travaux à réaliser.
- Les intérêts : ils donnent droit à l'emprunteur à un crédit à taux privilégié (LEL) et préférentiel (LEP).l'emprunteur peut augmenter le montant de ses intérêts par ceux de son conjoint, de ses ascendants, descendants directs, frère et sœurs.

Cependant, le client peut choisir de rembourser par : trimestre, semestre ou un an

L'emprunteur a aussi la possibilité de réaliser un remboursement anticipé. Les taux d'intérêt sont variables selon les conditions de banque en vigueur.

1-3-5 Le crédit achat d'un terrain :

La CNEP-banque peut octroyer à ses client un financement pouvant aller jusqu'à 90 pourcent du prix d'un terrain pour construire une maison auprès d'une agence foncière ou d'un particulier. La limite d'âge est de 75 ans et la durée du crédit est de 30 ans avec un différé de 12 mois.

Pour les épargnants de la CNEP-banque : c'est le même principe avec les autres crédits accordés par cette dernière.

1-3-6 Le crédit achat d'un logement auprès d'un particulier :

Il s'agit d'un crédit qui permet le financement pour l'achat d'un logement ancien ou une habitation individuelle auprès d'un particulier. Le montant du prêt peut aller jusqu'à 90 pourcent du prix du logement, dans la limite de 80 pourcent de sa valeur vénal. La durée du crédit est de trente ans, la limite d'âge est de 75 ans et une période de différé de remboursement de six mois est accordée¹.

Cependant, les emprunteurs peuvent augmenter leur crédit par une caution solidaire d'un membre de leur famille et leur logement constitue une garantie et fera l'objet d'une hypothèque de premier rang au profit de la CNEP-banque. Si le bien à acquérir ne possède pas encore d'acte de propriété, ils peuvent hypothéquer un autre bien immobilier possédant un acte de propriété.

¹ Revu CNEP-Banque, «La CNEP-Banque vous propose une gamme varie des produits immobiliers, crédi

1-3-7 La caution :

C'est un type de crédit qui permet d'augmenter la capacité de remboursement des emprunteurs et d'obtenir un crédit immobilier suffisant en faisant appel au revenu de leur conjoint, d'un ascendant direct ou d'un descendant direct. Ainsi, leur capacité de remboursement peut être augmentée de :

-30 pourcent du revenu mensuel net du conjoint.

-15 pourcent du revenu mensuel net de l'ascendant ou du descendant.

La durée du crédit est calculée sur l'âge de la caution lorsque cette dernière est la plus âgée la mensualité de remboursement ne doit, en aucun cas, dépasser 60 pourcent du revenu mensuel net du principal débiteur. Et les revenus devront être permanent et réguliers.

Cependant, le taux d'intérêt débiteur « épargnant » est appliqué dans le cas où le principal débiteur ou bien le conjoint possède un livret épargne à la CNEP-banque. Le bien immobilier à financer par la CNEP-banque doit être la propriété du principal débiteur et en garantie du prêt accordé, une hypothèque de premier rang est inscrite sur ce bien immobilier. En cas d'absence du titre de propriété du bien à financer, la banque peut accepter comme garantie de substitution, un autre bien immobilier possédant un acte de propriété.

Toutefois, le principal débiteur et la caution doivent souscrire chacun une assurance contre le risque de décès.

1-3-8 Le crédit construction d'une habitation :

La banque peut accorder à sa clientèle possédant un terrain à bâtir et voulant construire leur maison, un financement pour réaliser leur projet. Ainsi, le montant du crédit peut atteindre jusqu'à 90 pourcent du devis estimatif des travaux de leur maison.

Néanmoins, la durée du crédit peut aller jusqu'à 30 ans, avec un différé de remboursement de 36 mois est accordé.¹

Concernant les épargnants de la CNEP-banque :

-le montant du crédit appliqué au taux épargnant est de trente fois le montant des intérêts cumulés non utilisés sur leur épargne.

¹ Revu CNEP-Banque, « Le financement de l'habitat priorité de la CNEP-Banque », nouvelle édition 2008, P22.

-ils peuvent augmenter le montant de leur intérêt par ceux cumulés par leur conjoint, leur ascendant, descendant direct ou collatéral.

Cependant, les emprunteurs peuvent augmenter leur crédit par une caution solidaire d'un membre de leur famille, et leur habitation constitue une garantie et fera l'objet d'une hypothèque de premier rang au profit de la CNEP-banque.

La CNEP-banque peut également octroyer à ses clients un prêt complémentaire destiné à l'achèvement des travaux de construction de leur habitation si le crédit initial n'a pas suffi.

La durée du crédit complémentaire est égale à la durée restante pour le remboursement du crédit initial.

1-3-9 Le crédit immobilier jeune :

Il s'agit d'un crédit octroyé par la CNEP-banque à sa clientèle ayant moins de 40 ans et un revenu régulier, qui peut aller jusqu'à 100 pourcent du prix de cession de logement ou de devis estimatif des travaux réaliser pour la construction d'une habitation, dans la limite de leur capacité de remboursement.

Cependant, les crédits accordés avec la formule prêt « immobilier jeune » sont :

- Achat d'un logement auprès d'un particulier.
- Achat d'un logement promotionnel.
- Achat d'un logement social participatif.
- Achat d'un logement en vente sur plan.
- Construction d'une habitation.

La durée de crédit est de 40 ans dans la limite d'âge est de 75 ans.les taux d'intérêts applicables au prêt jeune sont les suivants :

- Epargnant titulaire d'un livret d'épargne logement : cinq pourcent
- Epargnant titulaire d'un livret d'épargne populaire : cinq pourcent
- Non épargnant : six pourcent

Toutefois, l'emprunteur peut augmenter le montant de son crédit par une caution solidaire. L'emprunteur doit être âgé de 40 ans au plus à la date de dépôt de la demande de crédit.

1-3-10 Le crédit achat d'un logement participatif :

La CNEP-banque peut accorder à ses clients le financement nécessaire pour l'achat de leur logement social participatif en état fini (construction achevée) ou en vente sur plan (construction en projet). La durée du crédit peut aller jusqu'à 30 ans dans la limite d'âge de 75 ans.

Dans ce type de crédit, il ya une possibilité d'accès à l'aide de l'Etat sous réserve des conditions d'éligibilité. Aussi, le logement constitue une garantie et fera l'objet d'une hypothèque de premier rang au profit de la CNEP-banque¹.

1-3-11 Le crédit immobilier à taux d'intérêts bonifiés :

La CNEP-banque finance pour ses clients l'achat de leur logement collectif neuf ou la construction d'un logement rural à des taux d'intérêt bonifiés à certains taux :

-Un taux d'intérêt bonifié à 1 pourcent est accordé pour le revenu mensuel net inférieur ou égal à 6 fois le salaire national minimum garantie (SNMG)².

-Un taux d'intérêt bonifié à 3 pourcent est accordé pour le revenu mensuel net supérieur à 6 fois et inférieur à 12 fois le SNMG. Toutefois la bonification du taux d'intérêt ne s'accorde qu'une seule fois.

On remarque que ces nouveaux types de crédits s'orientent pour soutenir le secteur immobilier car la crise chronique que connaît le pays en matière de logements incite de plus cette institution à tracer ses objectifs dans une vision macroéconomique.

1-3-11-1 Le partenariat Cnep-Banque / Agence immobilières.

Le financement de la promotion immobilière allait conférer à la **CNEP** une place privilégiée, puisque étant la seule institution financière en Algérie chargée de collecter et drainer l'épargne des ménages dans le but de financer le logement.

La CNEP a procédé à la réalisation d'un partenariat avec les agences immobilières. Ce partenariat à contribuer a la création de plusieurs avantages que se soit pour la banque ou pour les agences immobilières.

¹ Revue CNEP-Banque « solution a l'accession de l'logement social participatif », nouvelle édition,2008, P24.

² MECIBAH. M, journée de communication « nous devons simplifier l'accès aux crédits », revue spéciale, 2008,p 27.

Chapitre III : La Mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP-Banque

La signature d'une promesse de vente entre la CNEP et L'agence immobilière pose deux principaux problèmes : en effet, le vendeur veut avoir la certitude d'avoir en face de lui un acheteur dont il est assuré qu'il paiera le montant de la transaction et l'acheteur veut entrer en possession de ce document pour avoir la certitude qu'il n'aura pas de mauvaise surprise de la part du vendeur. C'est ce qu'appellera la CNEP-Banque, à la préparation d'un consensus à deux qui sert à protéger les intérêts des deux parties. Par ailleurs, un autre problème inhérent à la promesse de vente a été soulevé, ce lui de la possibilité de non octroi de crédit par la CNEP-Banque pour non-éligibilité de l'acquéreur, c'est à cet effet qu'il a été convenu d'élaborer une fiche de renseignements commune au vendeur et à l'acheteur qui permettra au vendeur de s'assurer que l'acheteur bénéficiera bien de l'octroi du crédit au niveau de la CNEP-Banque.

Les agences immobilières veillent à leurs tour a la rapidité du traitement par la CNEP-Banque des demandes de crédit, afin de garantir au vendeur une transaction rapide et en toute sécurité.

A fin de faire connaitre cette nouvelle démarche de partenariat il y a une création d'une agence CNEP-Banque destinée exclusivement aux agences immobilières.

Conclusion du chapitre

En définitive, on peut dire que la CNEP-Banque a connu plusieurs étapes depuis sa création à nos jours qui ont marqué son existence. Ainsi, pour faire face à la concurrence, elle a mis et continue à mettre en place plusieurs produits que ce soit de placement ou de crédits, afin de fidéliser les anciens clients et d'en attirer de nouveaux.

La CNEP-Banque est la première banque de détail en Algérie, et ses réalisations confirment la place qu'elle occupe, en effet, aujourd'hui on ne peut pas parler de l'épargne en Algérie sans parler de la CNEP-Banque car à la seule évocation de cet établissement on pense automatiquement au rôle que lui est assigné dans un créneau qui est incontestablement le sien, aussi bien en terme de mission qu'en terme de vocation ; car elle est leader dans les crédits aux particuliers et le financement du logement avec 236 milliards de dinars de crédits accordés dont plus de 80% pour le financement de programmes immobiliers, ce qui lui vaut de compter aujourd'hui près de 7 millions de clients.

Conclusion générale

Conclusion Générale :

L'épargne est la partie du revenu qui n'est pas consacrée à la consommation. C'est la partie qui ne se détruit pas immédiatement. Dans une acception plus large, elle désigne tout comportement qui inclut un sacrifice dans l'espoir d'obtenir un meilleur rendement futur ;

En économie bancaire, la mobilisation de l'épargne joue une influence primordiale dans les ressources des établissements financiers, ces derniers utilisent l'épargne pour faire face à leurs emplois et au financement de l'investissement de l'économie nationale.

Aujourd'hui, la compétitivité est devenue indispensable, dépend de l'agencement de divers services et compétences ; pour ce faire, l'argent liquide laisse place à différents moyens de paiement grâce aux nouveaux instruments de placements beaucoup plus pratiques et plus sûrs. Ces moyens incitent donc les agents à capacité de financement de confier de plus en plus leurs avoirs aux banques

En effet, Pour attirer plus de clientèles et réaliser une meilleure bancarisation de la monnaie ces dernières recourent à plusieurs moyens dont l'implantation des guichets, la publicité, la formation du personnel et en accordant des garanties favorables pour les déposants. Mais il reste que ces moyens présentent l'inconvénient qu'ils nécessitent des dépenses importantes en termes de moyens humains, matériels et financiers. Alors les banques recourent à d'autres stratégies, dont la stratégie relationnelle qui est aujourd'hui au centre des programmes de développement de plusieurs banques. Cette stratégie vise à promouvoir la relation-client tout en s'appuyant sur un ensemble de leviers dont la valorisation de la fonction Marketing et la connaissance du client et sa fidélisation.

Néanmoins, le choix du modèle d'organisation interne à la banque s'avère décisif notamment dans une optique fondée sur la pérennité et la notoriété de cette institution.

Après avoir mentionné l'essentiel des points théoriques nous avons essayés de ramener un cas pratique qui traite cette théorie au niveau de la direction régionale de Tizi-Ouzou CNEP-Banque.

Comme toutes les autres banques, la CNEP-Banque met devant elle un programme de développement basé sur une multitude de stratégies dont la stratégie de formation, stratégie de rapprochement de la clientèle notamment par son partenariat avec Algérie poste qui ce trouve au niveau de tous le territoire national ce qui lui confère un avantage par rapport aux autre

Conclusion générale

banques, la stratégie qualité et enfin la stratégie de diversification de ces produit par son partenariat avec cardif-El-djazaier

La CNEP-Banque s'intéresse également a la stratégie de connaissance de la clientèle, suite a son grand chantier a l'heure actuelle qui consiste à mettre en place un nouveau système d'information appelé TEMENOS 24 qui suppose une meilleure connaissance et segmentation de la clientèle.

Grace à ces stratégies, la CNEP-Banque arrive à mobiliser des montants colossaux d'épargne et cela après y avoir analysé et étudié l'évolution des dépôts bancaires collectés après et avant l'utilisation de ces dernières

Concernent l'utilisation de l'épargne drainée par la CNEP-Banque on trouve que 80% de cette épargne s'oriente pour le financement de programme immobilier.

Aujourd'hui, la CNEP-Banque occupe une place toute particulière dans le système bancaire algérien car elle est la première banque de détail avec un total bilan de plus de 687,4 milliards de dinars et plus de 29,6 milliards de dinars de Fonds propres, comme elle est leader dans la collecte de l'épargne, en employant plus de 5000 collaborateurs et elle est présente sur tout le territoire national avec 213 agences et près de 100 DAB installés (Distributeur Automatique de Billets).

La CNEP-Banque de jour au jour elle multiplie ses efforts en vue de relever les défis d'une économie algérienne non stable et de gagner les enjeux présent et futur.

Bibliographie

Ouvrages

- ARMAND Dayan, « Gestion », manuel de gestion, volume1, éd. Marketing S.A, PARIS, 1999.
- ARTUS Patrick, « Politique monétaire », ed. Economica, PARIS, 2001.
- BERRACHE jean-pierre, « La qualité de service dans l'entreprise », ed. Organisations, PARIS, 1992.
- BENEHALIMA. Ammour, « Pratiques des techniques bancaires », ed. Dahleb, ALGER, 1997.
- BESSIS.J, « Gestion des risques et gestion Actif-Passif des banques », ed. Dalloz, PARIS, 1995.
- BERRY. Z et PARASURAMAN, « La qualité de service a la conquête du client », inter edition ,PARIS, 2002.
- Bodinot. A, Frabot. J. C, « Techniques et pratiques bancaires »,ed. Sirey, PARIS, 2001.
- BOUYACOUB Farouk, « l'entreprise et le financement bancaire », casbah édition, 2000.
- CHEHRIT Kamel, « techniques et pratiques bancaires, financières et boursières », Alger, Grand Alger livre ; 2003.
- CAPET.M, GENEVIEVE. C et MEUNIER. J, « diagnostic, organisation, planification d'entreprise », ed. Economica, 1^{ère} édition, PARIS, 2002.
- DESCAMPS Christian et SOICHOT Jacques, « économie et gestion de la banque »,ed. Ems management et société, PARIS, 2002.
- LAMARQUE Eric, « gestion bancaire », ed Pearson, PARIS, 2000.
- GALACSI, « les systèmes d'information : analyse et conception », ed. Dunod, PARIS, 1996.
- GRESLIER.H , « Aide-mémoire banque », ed Dunod, PARIS, 1979
- GUILLES.G, « les opérations bancaires et leur fondement économique », ed. Dunod, PARIS, 2000.
- JACQUENOT. P, RAFFINOT. N, « la nouvelle politique économique en Afrique », ed. Edicaf, 1993
- LAMBIN-J, « Marketing Stratégique : fondements, méthodes et application », ed. Mc Graw-Hill-2^{ème} édition 1991.
- JEREZ. O, « Le secret bancaire », ed. banque éditeur, PARIS, 2000.

KEYNES, « théorie de l'emploi de l'intérêt de la monnaie », traduit de l'anglais par J. de Largentaye, 1969.

MAHIOU S, « les crédits aux particuliers », ed. Publisud, PARIS, 2000.

MATOUK. J, « Système financier français et étranger, Banque : instrument, institution, et gestion bancaire », ed. Dunod, PARIS, 1991.

HAROVITZ. J, « Marketing management », 11^{ème} édition, Pearson Education FRANCE, PARIS, 2004.

SAMUELSON Alain, «les grands courants de la pensée économiques », ALRER OPU, 1997

SCIALOM. L, « économie bancaire », ed. la découverte, PARIS ,1999.

SYLVIE de Coussergues « La banque, structures marchés gestion », ed. Dalloz, 2^{ème} édition 2000.

VILLIER Patrick, « Macroéconomie, Consommation et épargne », ed. La découverte, PARIS, 1997.

Article de revus

ARTUS Patrick, « L'épargne et les comportements », 2010.

BADOC Michel, « Réinventer le Marketing de la banque et de l'assurance », 2004.

DAVYDOFF Didier, « Macroéconomie, Qu'est ce que l'épargne ? », revu Université PARIS Dauphine, Ed BIPE. Janvier 2006.

LEROY Françoise, « Pour une banque a distance de qualité », juillet 2010.

BENNACEUR Chérif, « la CNEP remplace les livret par une carte monétique », le soir d'Algérie la 26/05/2013.

BABEAU André, « L'épargne dans son environnement », janvier 2008.

KADI. R, « De la CNEP-caisse a la CNEP-Banque », revu CNEP.

MECIBAH. M, « La CNEP-Banque au service de développement économique de pays », janvier 2003.

Thèses et mémoire

- O. de la Villarmois, « le contrôle du réseau bancaire : exploration de la faisabilité et de la pertinence d'une démarche de comparaison entre les unités opérationnelles » thèse université des sciences et technologies de Lille, année 2014.
- Saim. T, « L'impact des technologies de l'information et de la communication dans la fonction des Ressources Humaines », mémoire pour l'obtention d'un diplôme de magister en management des entreprises, école doctorale d'Economie et de Management, ORAN, 2013.

- Emmanuelle Fournier, « la restructuration bancaire et financière », mémoire DEA Monnaie Finance Banque, université de PARIS Panthéon Sorbonne, 2010.
- SURER Omur, « Un modèle de la performance des banques », papiers Gregor n°06, université de Galatasaray, 2002.

Textes juridiques :

Article 56-62-68-117-118-119 de l'ordonnance 10-04 du 01/09/2010 relative à la monnaie et au crédit.

CNEP : Caisse Nationale d'épargne et de prévoyance.

DATL : Dépôt à terme Logement.

CD : Certificat de Dépôt.

BT : Billet de Trésorerie.

BTF : Bons de trésor à Taux Fixe

BTMN : Bons de Trésor à taux Annuel Normalisé

BMTN : Bon à Moyen Terme Négociable.

CIB : Carte interbancaire.

PEL : Plan Epargne Logement.

PEP : Plans Epargne Populaire.

RIB : Relevé d'identité interbancaire.

PLV : Publicité sur Lieu de Vente.

CCP : Centre des Chèques Postaux.

GAB : Guichets Automatiques de Banque.

DAB : Distributeurs Automatiques de Billets.

RIM : Réseau Monétique Interbancaire.

RIB : Relevé D'Identité Interbancaire.

IRG : Impôt sur le Revenu Globale.

LEP : Livret d'épargne populaire

LEL : Livret d'épargne Logement

TVA : Taxe sur la Valeur Ajouté

EMV : Européen Master Visa

CCP : Compte Chèque Postaux.

SNMG : Salaire National Minimum Garantie.

CE : Carte Epargne.

Liste des Tableaux

Tableau N° 01 : Evolution des taux d'intérêts créditeurs de LEL.

Tableau N° 02 : Evolution des taux d'intérêt créditeurs de LEP.

Tableau N° 03 : Taux créditeurs actuel des comptes à termes.

Tableau N°04 : Evolution de l'épargne collectée sur LEL et LEP par la CNEP-Caisse.

Tableau N°05 : Evolution de l'épargne collectée sur LEL et LEP par la CNEP-Banque.

Tableau N° 06 : Evolution de l'épargne collectés sur les comptes à vue, comptes courants comptes particuliers et comptes chèques personnalisés.

Liste des Figures

Figure N° 01 : Processus d'évaluation de la qualité du service par le consommateur.

Figure N° 02 : Le cercle négatif de la qualité.

Figure N° 03 : Le cercle positif de la qualité.

Figure N° 04 : Organigramme de la banque.

Table des matières

Table des matières

Introduction Générale	7
Chapitre 01 : La notion de l'épargne	10
Introduction du chapitre	11
Section 01 : Les approches théoriques de l'épargne	12
1-Définition	12
1-1Définition économique.....	12
1-2Définition comptable.....	13
2-L'objectif de l'épargne	14
2-1-D'après les classiques	14
2.2. D'après les Keynésiens	14
2.2.1. Le motif de transaction.....	14
2.2.2. Motif de précaution	14
2.2.3. Le motif de spéculation	14
2.3. Autres motifs	14
3. Les types de l'épargne	15
3.1. L'épargne forcée.....	15
3.2. L'épargne de précaution	15
3.3. L'épargne spéculative.....	15
4. Les déterminants de l'épargne.....	15
4.1. Les facteurs économiques.....	16
4.1.1. Le revenu et la richesse	16
4.1.2. L'investissement.....	16
4.1.3. L'inflation et le risque	16
4.1.4. Le taux de rendement	16
4.1.5 Le rôle des institutions financières.....	16
4.1.6. L'impacte de système fiscal	17
4.2. Les facteurs sociaux	17
4.2.1. Le cycle de vie.....	17
4.2.2. La pression communautaire.....	17
5-Rôles et caractéristiques de l'épargne	17
5.1. Deux concepts s'opposant	17
5.2. Le rôle économique	18
6- Les origines de l'épargne	18

Table des matières

6.1. L'épargne nationale	19
6.2. L'épargne des ménages	19
6.3. L'épargne des entreprises	20
Section 2 : Les différents types de placements bancaires.....	21
1. Dépôts à vu.....	22
1.1Le compte chèque.....	22
1.2. Le compte de courant	22
1.3. Les comptes courants bancaires	22
2. Dépôts à terme.....	23
2.1. Les bons de caisse	23
2.2. Les comptes dépôts à terme (DAT).....	24
2.3. Les bons d'épargnes	24
2.4. Le compte sur livret.....	25
2.5. Les bons de trésor.....	25
2.6. Les titres de créances négociables.....	25
3. Les formules particulières	26
3.1. L'épargne logement.....	26
3.2. Le plan d'épargne populaire (PEP)	27
3.3. La location des coffres forts	28
Section 03 : Ouverture et Fonctionnement des dépôts bancaires	29
1 L'entrer en relation	29
2- Créations du fichier client	30
3 Les comptes de la clientèle.....	30
3-1 Définition d'un compte	30
3-2 Ouverture de compte.....	30
3-2-1 Les conditions tarifaires.....	31
3-2-2 Spécimens de signature.....	32
3-2-3 La procuration.....	32
3-3 Clôture de comptes.....	32
4- Les dépôts bancaires et la question de leurs garanties :	33
4-1La relation banque-déposant.	33
4-2- Faut-il garantir les dépôts des banques	34
4-3 Pourquoi garantir les dépôts.....	34
4-3-1 L'asymétrie de l'information	35
4-3-2 La question des ruées bancaires.....	35

Table des matières

4-3-3 Les risques de système au niveau du secteur bancaire.....	36
Conclusion du chapitre	37
Chapitre 2 les politiques de collecte des dépôts bancaires	38
Introduction du chapitre	39
Section 1 : Les moyens de collecte des dépôts par la banque	40
1- Les moyens mis en œuvre par la banque pour attirer la clientèle	40
1-1L'implantation des guiches de banque.....	40
1-2 La localisation et la publicité	40
1-3 Personnel qualifié.....	44
1-4 La garantie des dépôts bancaires.....	45
Section 2 : Stratégies de la banque	46
1 Définition de la stratégie	46
2 Les défis stratégiques imposés par le nouveau contexte bancaire.....	47
2-1 L'intégration et la valorisation de la fonction Marketing	47
2-1-1 Stratégie de produit.....	48
2-1-2 Stratégie de prix	48
2-1-3 Stratégie de qualité	50
2-1-4 Stratégie de distribution.....	58
2-1-5 Stratégie de communication.....	58
2-2- La connaissance du client	60
3 La question de l'organisation	61
3-1 Définition	61
3-2 Composantes de l'organisation	63
3-2-1 La spécialisation	64
3-2-2 La coordination.....	65
3-3 Les déterminants de l'organisation	65
3-4 Les nouveaux choix stratégiques en matière d'organisation.....	66
Section 03 : Les avantages et les obstacles de collecte des dépôts bancaires	67
1- Les avantages des dépôts bancaires.....	67
1-1 Les avantages des dépôts bancaires pour les déposants.....	67
1-2 Les avantages des dépôts bancaires pour les banquiers.....	70
2 Les obstacles des dépôts bancaires.....	72
2-1 La concurrence.....	72
2-2 Le chômage.....	73

Table des matières

2-3 Le risque de liquidité.....	73
2-3-1Définition de risque	74
Conclusion du chapitre	75
Chapitre III : La mobilisation et L'utilisation de l'épargne par la CNEP.....	76
Introduction du chapitre	77
Section 1 La présentation de la CNEP-Banque	78
1-Historique.....	78
2-Objectifs.....	83
3- Organisation et administration de la CNEP-Banque.....	85
3-1-Les types de structures prévus par la décision réglementaire 75-95.....	86
3-2- Analyse	86
3-2-1- Analyse des points forts	86
3-2-2- Analyse des points faibles	87
Section 2 : produits et stratégies de la CNEP-Banque.	88
1-Les produits de la CNEP-Banque :	88
1-1 Les produits d'activités bancaire :.....	88
1-1-1 La carte interbancaire (CIB)	88
1-1-1-1 Les bénéficiaires de la carte interbancaire(CIB) :	89
1-1-2 Le virement.....	89
1-2 Les produits d'épargne et de placement.....	90
1-2-1 Les dépôts a vue :	90
1-2-1-1 Le compte chèque :	90
1-2-1-1-1 Les comptes chèques personnels :.....	90
1-2-1-1-2 Les Comptes Chèques Particuliers.....	90
1-2-1-2 Compte courant commercial :	91
1-2-1-2-1 Les Caractéristiques du compte courant commercial :.....	91
1-2-1-2-2 Clôture du compte courant commercial.....	91
1-2-1-3 Le livret d'épargne logement.....	92
1-2-1-3-1 Les caractéristiques du livret d'épargne logement :.....	92
1-2-1-4 Livret d'épargne populaire L.E.P.	93
1-2-1-4-1Les caractéristiques du livret d'épargne populaire L.E.P.....	93
1-2-1-3 Les livrets d'épargnes Hadj et Omra :.....	94
1-2-2 Les dépôts a termes :.....	95
1-2-2-3 Le dépôt à terme logement (DAT logement) :	95
1-2-2-4 Dépôt à terme banque (DAT banque)	95

Table des matières

1-2-2-5 Les bons de caisse	96
2-Les stratégies de la CNEP-Banque :	96
2-1 La Stratégie de formation :	96
2-2-La Stratégie de la Qualité :	97
2-3 La Stratégie de rapprochement de la clientèle :	97
2-4 La Stratégie de Diversification des Produits :	98
3 Evolution de l'épargne collectée par la CNEP-Banque.....	99
Section 3 L'usage de l'épargne drainée par la CNEP-Banque.....	103
1 Les opérations de crédits :	103
1-1 Les crédits à la consommation de la CNEP-banque :	103
1-1-1 Le crédit véhicule :	103
1-1-2 Le crédit confort :	103
1-1-3 Le crédit convenance	104
1-1-4 Le crédit adaouet :	104
1-2 Les crédits d'investissements.....	104
1-3 Les nouveaux types de crédits accordés par la CNEP-banque :	105
1-3-1 Le crédit location-habitation :	105
1-3-2 Le crédit extension d'une habitation :	106
1-3-3 Le crédit d'achat d'un logement "vente sur plan"	106
1-3-4Le crédit aménagement :	107
1-3-5 Le crédit achat d'un terrain :	107
1-3-6 Le crédit achat d'un logement auprès d'un particulier :	108
1-3-7 La caution :	108
1-3-8 Le crédit construction d'une habitation :	109
1-3-9 Le crédit immobilier jeune :	109
1-3-10 Le crédit achat d'un logement participatif :	110
1-3-11 Le crédit immobilier à taux d'intérêts bonifiés :	110
1-3-11-1 Le partenariat Cnep-Banque / Agence immobilières.	111
Conclusion de chapitre	113
Conclusion générale	115
Bibliographie.....	117
Liste des Tableaux et Figures.....	121
Abréviations.....	123
Annexes.....	124

Table des matières

Résumé

Les banques ont des activités spécifiques qui se constituent dans la collecte des fonds, la distribution du crédit, la mise à disposition de la clientèle des moyens de paiement et leur gestion et la prestation de service.

Pour exercer leurs activités les banques ont besoin des fonds ; pour cela, elles disposent de trois catégories de ressources, dont les dépôts bancaires. En effet, ces derniers représentent une part très importante de leurs ressources, de ce fait en dit que l'épargne joue le rôle d'énergie principale de l'activité économique.

A fin de drainer ces dépôts les banques mettent à la disposition des agents à capacité de financement, divers types de produits de placement vers lesquels ces derniers s'orientent en fonction de leur motivation, leur choix.

Les banques, de plus en plus, font des efforts dans le but d'attirer une masse importante de clientèle par divers moyens tel que la publicité, l'implantation des guichets de banques etc. Mais il reste que les ressources collectées sont assez timide et aussi irrégulière ; devant des objectifs bancaires de plus en plus importants.

La stratégie relationnelle est au centre des programmes de développement de plusieurs banques, elle vise à promouvoir la relation client tout en s'appuyant sur un ensemble de leviers dont nous pourrions retenir premièrement : la valorisation de la fonction marketing qui est un outil privilégié pour développer le sens du client par ses politiques prix, qualité, communication et distribution, deuxièmement la connaissance du client qui stimule l'efficacité de la force de vente et renforce les liens entretenus par la banque avec ce dernier.

Cependant, le choix du modèle d'organisation interne à la banque est décisif notamment dans une optique fondée sur la pérennité et la notoriété de cette institution.

Ce présent mémoire nous aura permis de constater que la CNEP banque occupe une place toute particulière dans le système bancaire algérien. Cette place qui se voit consolider par le rôle de plus en plus crucial qu'elle assure dans le financement de tous les secteurs notamment celui de l'immobilier tout en préservant son statut de monopole et cela grâce aux importantes ressources quelle collecte en suivant divers stratégies dont la stratégie de formation, stratégie de rapprochement de la clientèle, stratégie qualité et la stratégie de diversification des produits. La CNEP banque donne aussi une importance a la stratégie de connaissance de la clientèle et ce la suite a la mise en place d'un système information TEMENOS 24 qui suppose une meilleur connaissance et segmentation de la clientèle.