

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES
ET DES SCIENCES DE GESTION DEPARTEMENT DES SCIENCES
COMMERCIALES



Mémoire de fin d'étude

En vue de l'obtention du diplôme de master en Science Commerciales
Spécialité : Finance et Commerce international

Thème

Développement et évaluation du E-banking en
Algérie
Cas NATIXIS Algérie Agence TIZI-OUZOU

Réalisé par:

BEN BELKACEM Yanis

CHEBALLAH Idir

Dirigé par : AKKOUL Jugurta

Devant le jury composé de :

- **Présidente : DJELLOUT Fatima M.A.A UMMTO**
- **Examineur : OUALIKKANE Salim M.C.B UMMTO**
- **Rapporteur : AKKOUL Jugurta**

2022/2023

Remercîment

Nous remercions le bon Dieu de nous avoir guidés dans le choix de notre étude, mais aussi par la volonté et la patience dont on a pu faire preuve par sa grâce.

Ce travail n'aurait pas aboutir à des résultats satisfaisants sans le soutien les encouragements et la contribution de plusieurs personnes que nous remercions.

Nos remerciements s'adressent à nos parents pour les innombrables sacrifices auxquels ils ont consentis afin que nous ayons une formation digne de ce nom.

*Nous tenons particulièrement exprimer notre profonde gratitude envers notre encadreur MR **AKKOUL Jugurta**, qui à travers sa disponibilité ses nombreux conseils et orientations tout au long de la réalisation de ce travail de recherche, pour le suivi efficace de nos avancements.*

Nous remercions les membres du jury qui ont eu l'amabilité d'accepter d'évaluer notre travail.

*Un chaleureux merci à notre encadreur de la banque NATIXIS Algérie **Mme MOALI** et sa merveilleuse équipe pour nous avoir accueillir.*

Nous remercions également tous ceux qui ont apporté leur aide de près ou de loin et tous mes amis qui en contribuer à la réalisation de ce mémoire.

DEDICACES

A mes très chers parents

Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime, le dévouement et le respect que j'ai toujours eu pour vous. Rien au monde ne vaut vos efforts fournis jour et nuit pour mon éducation et mon bien être.

Ce travail est le fruit de vos sacrifices que vous avez consentis pour mon éducation et ma formation.

Idir CHEBALLAH

DEDICACES

*Je dédie cet humble et modeste travail avec grand amour, sincérité et fierté ; à
ma très chère mère, mon très cher père, source de noblesse et d'affection.*

Puisse cette étape constituer pour vous un motif de satisfaction.

*A mes frères, en témoignage de la fraternité, avec mes souhaits de bonheur,
santé et de réussite.*

*A mes chers amis qui m'ont toujours encouragé, et à qui je souhaite plus de
succès.*

A tous ceux que j'aime.

Yanis BEN BELKACEM

Liste des abréviations

B to B	Business to business
B to C	Business to consumer
G to C	Gouvernement to consumer
B to G	Business to Gouvernement
C to C	Consumer to consumer
E to E	Entreprise to entreprise
TEF	Transfert électronique de fond
EDI	Electronic data interchange
ATM	Automatedteller machine
BEA	Banque extérieur d'Algérie
BNA	Banque nationale d'Algérie
BDL	Banque de développement local
CPA	Le crédit populaire Algérien
BADR	Banque d'agriculture et du développement rural
SATIM	Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique
DAB	Distributeur automatique de billet
GAB	Guichet automatique de billet
TPE	Terminaux de Paiement Electronique
ABEF	L'Association des Banques et Etablissements Financiers
FSAP	Financial Sector Assessment Program

Liste des figures

N° de la figure	Désignation
01	Nombre d'utilisateurs des principales plateformes de paiement mobile dans le monde (Aout 2017)
02	Evolution des paiements électronique en comparaison internationale
03	Représentation des différentes cartes bancaires
04	Organigramme de la BPCE
05	Organigramme de l'agence TIZI-OUZOU
06	Etapes d'ouvertures d'un compte BANXY
07	Opération d'un virement sur l'application Banxy
08	Répartition de l'échantillon selon le genre.
09	Répartition de l'échantillon selon la tranche d'âge
10	utilisation des services de la banque en ligne selon le facteur temps
11	Les services de banque en ligne les plus utilisés
12	La qualité des services par rapport à la banque traditionnelle
13	les avantages de l'e-banking selon les clients.
14	Inconvénients de l'e-banking selon les répondants
15	réponses des clients à propos de rencontre de problèmes. .
16	Niveau de satisfaction des clients par les mises à jour proposés par la banque en ligne
17	Recommandation des services de l'e-banking

Liste des tableaux

N° du tableau	Désignation
01	Comparaison entre le B to B et le B to C
02	Les différentes banques Algériennes étatiques et privées
03	Les services offerts par les applications mobiles
04	l'installation des agences de NATIXIS selon les régions
05	Genre de personnes interrogées
06	Répartition de l'échantillon selon la tranche d'âge.
07	utilisation de l'e-banking selon le facteur temps
08	les services de la banque en ligne les plus utilisés
09	évaluation des qualités des services des différents axes de la banque
10	Avantages de l'e-banking selon les interrogés
11	les inconvénients de l'e-banking selon les répondants
12	réponses des clients à propos de rencontre de problèmes
13	Les divers problèmes rencontrés lors de l'utilisation de l'e-banking
14	nombre de réponses par rapport à la recommandation des services de l'e-banking

Sommaire

Introduction générale	01
Chapitre 01 : L'avènement de l'E-banking.....	04
Introduction	04
Section 01 : Conceptualisation du commerce électronique et sa relation avec l'e-banking.....	04
Section 02 : Cadre conceptuel sur l'e-banking.....	11
Conclusion	21
Chapitre 02 : L'E-banking en Algérie.....	22
Introduction	22
Section 01 : Evolution de l'E-banking au niveau mondial.....	22
Section02 : Evolution de l'E-banking en Algérie	28
Conclusion	38
Chapitre 03 : Etude empirique sur l'application de l'e-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie agence Tizi-Ouzou.....	41
Introduction.....	41
Section 01 : Présentation de l'entreprise NATIXIS Algérie.....	41
Section 02: Présentation de la méthodologie de recherche suivie et analyse des résultats	47
Conclusion	61
Conclusion générale	62



Introduction Générale



INTRODUCTION GENERALE

Ces dernières années, l'outil internet est devenu un moyen indispensable dans tous les domaines ; il s'est intégré à l'économie d'une façon intelligente.

De nombreux secteurs sont touchés par l'avènement des nouvelles technologies, et le secteur bancaire est l'un d'eux. Partout, le monde des entreprises change, les modèles économiques se développent, des réseaux et des nouveaux concepts apparaissent en parallèle notamment le commerce électronique et l'e-banking.

L'e-banking s'est développé rapidement au fil des années et est devenu un moyen de plus en plus populaire et permet aux clients d'accéder à leurs services bancaires. La croissance de la connectivité Internet, la forte utilisation des smartphones et l'adoption croissante des nouvelles technologies par les consommateurs ont largement contribué à cette évolution.

Les utilisateurs de cette technologie bénéficient de nombreux avantages, tels que la commodité, la flexibilité et la disponibilité 24h/24 et 7j/7. Ils peuvent effectuer une variété d'opérations bancaires, telles que la consultation des soldes, les virements de fonds, le paiement des factures et la gestion des investissements, sans avoir à se rendre physiquement dans une banque. L'Algérie progresse avec des efforts pour améliorer la connectivité, fournir des services en ligne, développer le secteur financier numérique et stimuler le commerce électronique.

Ainsi, dans notre travail nous tenterons de répondre à la problématique suivante :
Qu'est-ce qui a caractérisé l'adoption du e-banking au niveau de la banque NATIXIS Algérie ?

Pour appuyer notre problématique nous avons formulé les sous-questions suivantes :

Quels sont les services en ligne spécifiques proposés par la banque NATIXIS Algérie ?

Quelle a été la réaction des clients de la banque NATIXIS Algérie face à l'e-banking ?

➤ **Objectif de recherche**

L'objectif de notre travail est de donner des éclaircissements sur le point de vue des clients qui fréquentent la banque en ligne de NATIXIS Algérie, et son avenir dans les prochaines années.

➤ **Hypothèses**

Suite à notre problématique exposée, nous avons émis deux hypothèses qu'on tentera d'affirmer par la suite.

Introduction générale

Hypothèse 01 : Terrain neutre ce qui a poussé la banque NATIXIS à investir en Algérie

Hypothèse 02 : Moins de bureaucratie par rapport aux banques traditionnelles, ce qui attire plus les clients.

➤ Motivations

Pour notre étude de cas, notre choix s'est fixé sur NATIXIS Algérie agence Tizi-Ouzou. Ceci parce que cette dernière est l'une des meilleures banques en Algérie, très avancée dans l'E-banking et la digitalisation. Elle répond également à notre processus de recherche ci-dessus, et c'est un lieu parfait pour répondre à nos questionnements.

➤ Méthodologie de recherche

Pour mener à bien cette étude et répondre à la question fondamentale évoquée précédemment, nous avons suivi la méthodologie de recherche suivante :

Nous avons utilisé des revues, ouvrages et des sites Web, un stage pratique sur le terrain avec l'appui d'un questionnaire destinés aux clients, ainsi que des documents interne fournis par la banque NATIXIS afin d'enrichir notre travail de recherche.

➤ La structure du mémoire

Nous avons divisé notre étude en trois chapitres comme suit :

Le premier chapitre qui porte sur l'avènement de la banque en ligne vise à comprendre les facteurs ayant conduit à l'apparition de l'e-banking.

Ce chapitre est composé de deux sections : la première est consacrée à la conceptualisation du commerce électronique, la deuxième est attribuée au cadre conceptuel de l'E-banking.

Le deuxième chapitre l'E-banking en Algérie, vise à voir l'état d'avancement de la banque en ligne dans différents coin du monde

Ce dernier est divisé aussi en deux sections : la première décrit l'évolution de la banque en ligne à l'international, la deuxième aborde la banque en ligne en Algérie.

Dans le troisième chapitre, porteras sur l'étude empirique au sein de la banque Natixis Algérie.

Introduction générale

Ce chapitre est composé de deux sections : La première sera sur la présentation de la banque Natixis Algérie et son application mobile BANXY ; la deuxième traite la présentation de la méthodologie de recherche suivie et analyse des résultats.

Nous terminons ainsi notre travail de recherche par une conclusion générale.

Chapitre I



L'avènement de l'E-banking



CHAPITRE I : L'avènement de l'e-banking

Il serait difficile de parler de l'histoire de l'e-banking sans parler de l'évolution de la pensée électronique tout au long des années récentes. Dans ce chapitre, nous examinerons l'avènement de l'e-banking, en conceptualisant d'abord le commerce électronique et sa relation avec l'e-banking, ainsi que l'historique et les objectifs de cette technologie.

A la fin, nous aborderons les défis ou les risques auxquels sont confrontées les banques et les mesures de sécurité mises en place pour garantir la confidentialité et la sécurité des transactions en ligne.

Section 01 : Conceptualisation du e-commerce

Le e-commerce englobe l'ensemble des transactions commerciales effectuées sur Internet. Il est également appelé commerce électronique car les moyens de paiement utilisés sont numériques. Le e-commerce peut être utilisé sur tous les canaux digitaux, c'est d'ailleurs ce qui fait son succès.¹

Dans cette section, nous allons définir le concept du e-commerce ainsi ses formes ou ses types, puis nous déterminerons la relation existante entre le e-commerce et l'e-banking.

1.1 Evolution de l'e-commerce ²

Il est indéniable que le commerce électronique est essentiel à la vie de milliards d'individus. Cependant, il n'a pas toujours été aussi simple qu'il l'est actuellement. Depuis le début d'Internet, le concept du commerce électronique a évolué et s'est amélioré. Aujourd'hui, toutes les formes de commerce en ligne sont capables d'offrir beaucoup plus de produits et de services qu'il y a seulement dix ans. Il est utile d'avoir une compréhension générale de l'histoire du commerce électronique et de la façon dont il a évolué au fil du temps, que vous soyez acheteur ou vendeur en ligne.

Dans les années 1960, les experts en technologie ont inventé l'échange de données informatisé (EDI), qui a donné naissance au commerce électronique. Le transfert de données numériques pour les commandes et les factures est possible grâce à ce système. C'était la première fois que des transactions étaient effectuées par voie électronique.

Ensuite l'un des premiers services Internet de commerce, CompuServe, a été créé par le Dr John R. Goltz et Jeffrey Wilkins en 1969. CompuServe est devenu le leader du courrier électronique au cours des vingt dernières années. Ils ont également joué un rôle important dans la création du commerce électronique et des services de vente en ligne.

Michael Aldrich invente le commerce électronique en 1979. Un téléviseur modifié est connecté à un ordinateur via une ligne téléphonique pour son système de vente à distance.

¹<https://www.appvizer.fr/magazine/marketing/ecommerce/qu-est-ce-que-le-e-commerce> consulté le 03/06/2023 à 9:58

²<https://www.wizishop.fr/blog/historique-ecommerce> consulté le 03/06/2023 à 18:41

Chapitre I : Conclusion générale

Cette installation a permis aux acheteurs et aux vendeurs d'effectuer des transactions avec une transmission de données sécurisée.

Aldrich a découvert cette technologie en discutant avec sa femme de la possibilité de connecter leur télévision à leur supermarché afin qu'ils puissent se faire livrer leurs courses. Le travail d'Aldrich a établi les fondations du commerce en ligne.

Plusieurs événements importants dans le domaine de la vente à distance ont marqué les années 1980. La toute première société de vente en ligne, Boston Computer Exchange, a été créée en 1982. Alexander Randall et Cameron Hall ont conçu cette plateforme.

Les utilisateurs l'utilisaient principalement pour acheter, vendre et échanger des pièces d'ordinateur. De son lancement jusqu'à sa fermeture dans les années 1990, Boston Computer Exchange a eu une activité quotidienne.

Amazon et eBay ont tous deux commencé à fonctionner en 1995. Amazon, qui a commencé comme une librairie en ligne, est maintenant le plus grand magasin de détail en ligne pour une large gamme de produits. eBay, qui a commencé comme un site d'enchères en ligne, est toujours l'une des meilleures plateformes de commerce électronique.

Confinity était le nom du service de paiement électronique de PayPal créé en 1998. Après avoir fusionné avec X.com, la banque en ligne d'Elon Musk, en 2001, la société a été rebaptisée PayPal. La plateforme gère actuellement 24 devises différentes et il y a plus de 100 millions de comptes PayPal actifs. Une autre place de marché massive qui a vu le jour dans les années 1990 est Alibaba. Lancé en 1999, ce site de vente au détail était une entreprise rentable au début des années 2000 et est encore utilisé par de nombreuses personnes aujourd'hui pour le commerce en ligne.

Au cours des années 2000 à 2010, les avancées ont permis au commerce électronique de devenir un élément essentiel de nos habitudes d'achat. Google AdWords, aujourd'hui Google Ads, est un outil de marketing lancé par Google en 2000 qui permet aux entreprises de commerce électronique de diffuser des publicités aux utilisateurs de Google.

En 2005, Amazon a lancé son service Prime. En plus d'autres avantages, ce service nécessite une cotisation annuelle pour bénéficier de la livraison gratuite en 24 heures. Il a rapidement gagné en popularité dans le monde entier.

Les médias sociaux ont commencé à jouer un rôle important dans la croissance du commerce en ligne au début des années 2010. En 2011, Facebook a introduit ses contenus sponsorisés sous le nom d'Ads, l'un de ses premiers outils publicitaires. Cela a aidé les magasins en ligne à atteindre leurs publics cibles en utilisant des publicités dans le fil d'actualité de Facebook.

De nouvelles méthodes de paiement ont également été introduites pour simplifier les achats en ligne. Google Wallet, un système de paiement qui permet aux utilisateurs d'envoyer ou de recevoir de l'argent depuis leur téléphone ou leur ordinateur, a été lancé en 2011.

Apple Pay, un portefeuille numérique qui permet aux utilisateurs d'Apple de payer directement depuis leurs appareils, a été lancé en 2014. Cela simplifie encore plus les paiements en ligne, comme Google Pay, car les acheteurs n'ont plus besoin de saisir les informations de leur carte de crédit à chaque achat.

En 2017, Instagram Shopping a été introduit pour permettre aux utilisateurs d'afficher directement des informations sur les produits dans leurs posts sur les réseaux sociaux. Les utilisateurs peuvent inclure des balises de produit dans leurs photos en incluant des liens vers le site Web où les abonnés peuvent acheter les produits présentés.

Le commerce électronique est aujourd'hui ancré dans presque tous les domaines d'Internet. Des millions de vendeurs en ligne vendent leurs biens, et les publicités commerciales sont omniprésentes sur Google, les médias sociaux et les sites web.

Les achats sont désormais plus simples que jamais grâce aux logiciels de paiement, ce qui explique pourquoi de nombreux consommateurs utilisent le commerce électronique comme principale méthode d'achat.

1.2 Définition du e-commerce

Nous allons tenter d'approcher le concept via plusieurs définitions qui nous semblent les plus pertinentes.

Lorsque l'on parle d'e-commerce, de nombreuses personnes pensent qu'il s'agit du fait de vendre ou d'acheter un produit physique en ligne. Cependant, l'e-commerce comprend également la vente et l'achat de produits dématérialisés, comme des services et d'autres produits numériques. L'e-commerce fait avant tout référence aux activités de vente en ligne d'une entreprise.

Quand Internet n'existait pas encore, ce dernier aurait eu deux choix : commercialiser ses marchandises dans son propre magasin ou vendre ses produits en gros à de grandes animaleries implantées sur tout le territoire national. Aujourd'hui, ces propriétaires d'entreprises bénéficient d'une troisième option : l'e-commerce. Ils peuvent choisir de vendre leurs produits sur leur propre site Web, sur le site d'un tiers, ou les deux.³

L'OCDE définit le commerce électronique de la manière suivante : « Le commerce électronique désigne en général toutes les formes de transactions commerciales, associant les particuliers et les organisations, qui reposent sur le traitement et la transmission de données numérisées, notamment texte, son et image ».⁴

Selon l'OMC, on entend par commerce électronique la production, la promotion, la vente et la distribution de produits par des réseaux de télécommunications. Les exemples les plus patents de produits distribués électroniquement sont les livres, les œuvres musicales et les vidéos transmis par le biais des lignes téléphoniques ou par Internet.⁵

Selon l'AWT, l'e-business comprend toutes les applications possibles de l'informatique qui utilisent les TIC pour traiter efficacement les relations de communication d'information d'une entreprise comme une PME avec des organisations externes ou des particuliers. Les principales technologies utilisées sont Internet et le Web.

³<https://mailchimp.com/fr/marketing-glossary/e-commerce/> consulté le 03/06/2023 à 10 :06

⁴Mémoire réalisé par Anissa HAMDI & Ouiza BELKESSAM année 2017, thème « la stratégie d'acquisition de la clientèle dans le e-commerce », UMMTO . page 8

⁵https://www.wto.org/french/thewto_f/whatis_f/tif_f/bey4_f.htm consulté le 03/07/2023 à 10:17

Le e-commerce comprend principalement les transactions commerciales effectuées en ligne à partir de divers terminaux tels que les ordinateurs, les téléphones portables et autres tablettes, ainsi que celles effectuées sur des réseaux privés.⁶

1.3 Les types du e-commerce

Il existe plusieurs formes de e-commerce qui varient en fonction du type de produit vendu, du modèle économique et de la relation entre les acteurs du marché.

1.3.1 Le commerce B to C (business to consumer)

B to C désigne l'ensemble des relations qui unissent les entreprises et les consommateurs finaux. Le B to C peut aussi s'écrire B2C. Autrement dit, ce type de commerce recouvre les marchandises ou les prestations conçues pour le grand public.⁷

1.3.2 Le commerce B to B (business to business)

C'est un terme American désignant le commerce inter Entreprise, c'est à dire, les activités entre les entreprises seulement. Cette forme de commerce est plus ancienne que la précédente, historiquement elle s'appuie sur des solutions d'interconnexion de réseaux utilisant l'EDI.⁸ Alibaba est un exemple de plateforme B2B.

1.3.3 Le commerce B to G (business to gouvernement)

C'est un type de relation commerciale dans laquelle des entreprises fournissent des biens ou des services à un ou plusieurs gouvernements.

Le B2G est un type de business très fréquent et qui est très commun au sein des entreprises. Certaines entreprises se spécialisent dans le B2G tandis que d'autres réalisent des transactions avec les gouvernements alors même que ce ne sont pas leur cible.⁹ Exemple le secteur de l'armement ; armes, avions de chasse, tenues militaires, sous-marins.etc .

1.3.4 Le commerce C to C (consumer to consumer)

Le C to C concerne toutes les transactions pour l'achat et vente de produits et services entre consommateurs via le web par l'intermédiaire d'une entreprise. Ce type de commerce existait avant internet (petites annonces entre particuliers). Internet lui donne une nouvelle dimension puisqu'il démultiplie les possibilités d'échanges et facilite la recherche d'un bien.

Le service d'enchère d'eBay est un bon exemple de commerce de personne, des transactions ont lieu tous les jours depuis 1995.

⁶Mémoire réalisé par Anissa HAMDI & Ouiza BELKESSAM année 2017, thème « la stratégie d'acquisition de la clientèle dans le e-commerce », UMMTO . page 7

⁷<https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199123-b-to-c-ou-b2c-definition/> consulté le 03/07/2023 à 10 :42

⁸Mémoire réalisé par Anissa HAMDI & Ouiza BELKESSAM année 2017, thème « la stratégie d'acquisition de la clientèle dans le e-commerce », UMMTO . Page 10

⁹<https://moovago.com/blog/b2g/> consulté le 03/06/2023 à 11 :06

Chapitre I : Conclusion générale

Généralement, ce type de relations s'effectue en utilisant des sites spécifiques de commerce ou échange entre consommateurs particuliers. Ces sites proposent divers services aux consommateurs allant de la vente aux enchères de produits particuliers de certains vendeurs, à la vente directe moyennant des prix affichés (généralement avec photos du produit).¹⁰

1.3.5 Le commerce entreprises to entreprise E to E

Ce type désigne les relations que les membres d'une entreprise établissent directement entre eux pour assurer son bon fonctionnement.¹¹

Chacun des trois principaux types de commerce qui sont (B2C, B2B, C2C) présente ses propres avantages et inconvénients. Le commerce entre entreprises et consommateurs (B2C) est le plus populaire car il est simple à mettre en œuvre et à gérer. Cependant, il nécessite des frais de transaction élevés et des investissements importants dans le marketing et la publicité. Bien que le commerce entre entreprises soit plus lucratif, il nécessite des compétences commerciales et techniques particulières. Le commerce entre les entreprises et les consommateurs (C2C) est plus difficile à gérer car il dépend des consommateurs.¹²

Le commerce électronique est une technologie en perpétuelle évolution. Chaque type d'e-commerce a des avantages et des inconvénients. Ainsi, avant de choisir le type de e-commerce qui leur convient le mieux, les entreprises doivent réfléchir à leurs objectifs et à leur stratégie.

1.4 Différence entre B2B et B2C

Ils sont simplement différents. Chacun d'entre eux présente des avantages et des inconvénients. Certains services et produits sont plus susceptibles d'être vendus à un marché plutôt qu'à un autre. De plus, ils ont tendance à fonctionner différemment et à offrir des avantages distincts.

Le tableau ci-dessous représente la comparaison entre ces deux types.

Tableau n°01 : Comparaison entre le B to B et le B to C

B to B	B to C
Multiplés tarifs et volume très variable	Un prix pour tous
Plusieurs parties prenantes	Une personne prend toujours la décision
Beaucoup d'engagement	Peu d'engagement
Chronophage	Rapide
Centré sur l'expertise	Centré sur les émotions
Marché de niche	Marché plus large

¹⁰ Mémoire réalisé par ATOUI Nadjib & REKKOUCHE AbdEennour année 2016 thème « Conception et Réalisation d'un Système E-Banking pour les Transactions Electroniques », UMMTO Page 16 .

¹¹ Mémoire réalisé par Anissa HAMDI & Ouiza BELKESSAM année 2017, thème « la stratégie d'acquisition de la clientèle dans le e-commerce », UMMTO . Page 11

¹² <https://shotify.tn/hub/commerce/e-commerce-types/> consulté le 03/07/2023 à 22 :29

Source : <https://moovago.com/blog/b2b-et-b2c/> Consulté le 03/07/2023 à 23 :18

1.5 Mode de paiement en ligne ¹³

Le paiement des biens et des services s'effectue via un contrat électronique en ligne. L'aspect le plus controversé du commerce électronique est le paiement, qui reste un obstacle à la croissance en raison du risque encore assez important de fraude et de piratage. La confiance des opérateurs (banques, commerçants, utilisateurs) ne pourra être renforcée que par les méthodes de paiement sur le réseau.

Les risques de détournement d'un numéro de carte bancaire sur le réseau ne sont pas plus grands que ceux d'une empreinte laissée après un paiement dans un restaurant, car le risque pour le consommateur est généralement assumé par le banquier.

1.6 Les moyens de paiement du commerce électronique ¹⁴

Le choix du moyen de paiement le plus adapté au consommateur dépend de plusieurs paramètres. Ce choix créera des problèmes juridiques.

Aucun des nombreux outils de transaction ne s'est encore imposé comme standard. Il existe plusieurs types de méthodes de paiement différentes

La carte bleue

C'est le moyen le plus courant d'utiliser sur Internet pour communiquer son numéro de carte et sa date d'expiration. Il y a peu de chances que le numéro de carte bleue soit capté.

Porte-monnaie et jetons électroniques

Certaines entreprises offrent des "monnaies virtuelles" pour aider les sites Web à fidéliser les clients. La pratique est bien connue des adeptes du marketing et de nombreux sites Web offrent désormais des cadeaux « coupants virtuels » à leurs clients assidus.

L'intermédiation hors ligne

Les moyens de paiement utilisent également cette méthode. Un tiers demande au client de communiquer son numéro de carte bancaire tout en étant connecté, ce qui lui permet d'effectuer la transaction avec le serveur du vendeur. L'utilisation de ce tiers établirait la confiance entre le vendeur et l'acheteur tout en garantissant la sécurité du paiement et l'authentification de l'échange.

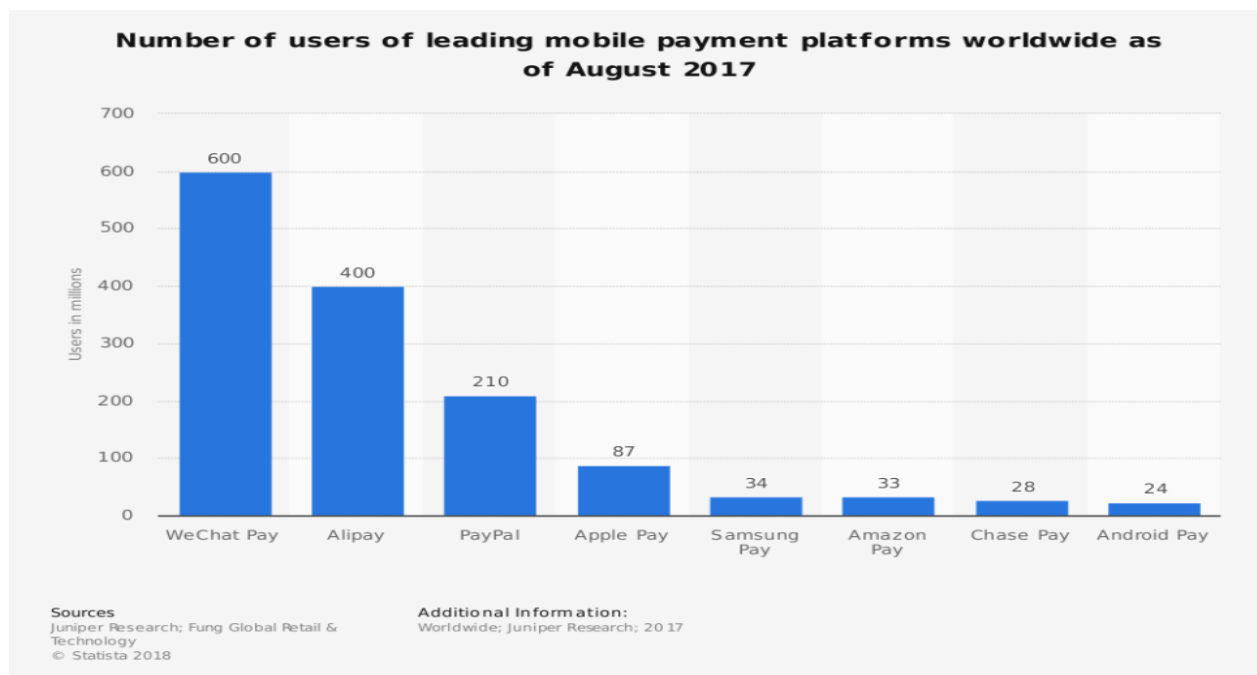
Paypal

C'est un service de paiement électronique géré par l'entreprise américaine Paypal Inc. qui permet de payer des achats, de recevoir des paiements ou d'envoyer et de recevoir de l'argent.

¹³ Mémoire réalisé par MOULKHALOUA Ali et MEDJADJI Omar année 2013 thème « Conception et réalisation d'un site Web E-Commerce » Université Abou BakrBelkaid– Tlemcen page 11

¹⁴ Mémoire réalisé par MOULKHALOUA Ali et MEDJADJI Omar année 2013 thème « Conception et réalisation d'un site Web E-Commerce » Université Abou BakrBelkaid– Tlemcen page 12

Figure n°01 : Nombre d'utilisateurs des principales plateformes de paiement mobile dans le monde (Aout 2017)



Source:Juniper research; Fung global retail & technology

1.7Relation du e-commerce avec l'e-banking¹⁵

Au cours des dernières années, la popularité du commerce électronique a énormément augmenté en raison de son moyen rapide et facile d'échanger des biens et des services mondiaux. Le commerce électronique implique un large éventail d'activités. Le but du commerce électronique est d'améliorer la manière dont les affaires sont conduites, par technologie. Le commerce électronique offre plusieurs avantages à différentes parties prenantes.

Aujourd'hui, le commerce électronique joue un rôle fondamental dans le comportement d'achat des clients. L'industrie du commerce électronique se développe à un rythme effréné en raison de la forte pénétration de l'internet et des appareils électroniques sophistiqués.

Néanmoins, le taux de développement actuel du commerce électronique en Algérie est bien inférieur à celui d'autres nations créées. Il existe de nombreux problèmes et défis de taille se posent aux commerçants en ligne. Des éléments tels que le bien-être et la sécurité de l'échange d'argent en ligne sont les problèmes les plus sérieux. Ainsi, les consommateurs en général ont été influencés de manière significative et positive par l'e-banking.

Grâce aux services bancaires par Internet, le client peut utiliser son compte tout en étant assis dans son bureau ou à son domicile. La banque électronique en tant que officiellement déclaré a grandement servi à la fois la population dans son ensemble et le

¹⁵ Assistant Professor, G. T. B. Khalsa College Of Education année 2019 International Journal of 3600 Management Review page 185 Consulté le 03/07/2023.

secteur bancaire. Cela a abouti à la création d'un meilleur environnement favorable qui sous-tend le développement, l'efficacité et la prospérité.

Les services financiers en ligne risquent de menacer certaines fonctions bancaires traditionnelles. Cependant, les banques traditionnelles tentent de se décharger de certaines fonctions administratives sur leurs clients afin de réduire les coûts de fonctionnement et pour redéployer le personnel libéré sur les services de vente.

Dans la plupart des pays, ce sont les banques centrales qui détiennent le monopole de l'émission de la monnaie légale et qui définissent le cadre de la gestion des moyens de paiement, ainsi que l'offre et la demande de capitaux. Tant que durera cette exclusivité et que les Etats en tireront des avantages pécuniaires, les banques demeureront le socle inébranlable de l'édifice du commerce électronique.

Ainsi, dans le cadre du e-commerce, les transactions financières sont effectuées en ligne via des plateformes de paiement en ligne. L'e-banking est utilisé pour gérer ces transactions financières, notamment en fournissant des services de paiement en ligne sécurisés et en permettant aux clients de vérifier leur solde, de transférer de l'argent et de gérer leurs comptes bancaires.

Conclusion de la section 01

Après avoir vu les différentes définitions du e-commerce, ses formes et sa relation avec l'e-banking, nous constatons que le e-commerce dépend de l'e-banking pour effectuer les transactions financières en ligne, et le e-banking est un élément clé du processus de paiement en ligne pour le e-commerce.

Section 02 : Cadre conceptuel sur l'e-banking

Dans cette section, nous allons présenter le concept de l'e-banking, son historique et développement, ainsi que ses objectifs.

L'objectif de cette section est de présenter les différentes définitions et d'évaluer les risques liés à l'e-banking ainsi que ses objectifs.

2.1 Définition de l'e-banking

La banque électronique est un terme utilisé pour désigner le nouveau système bancaire, qui signifie la livraison automatisée de produits et services bancaires nouveaux et traditionnels - directement aux clients par le biais de canaux de communication électroniques et interactifs. Le service permet aux clients d'accéder à leurs comptes, d'exécuter des transactions et d'obtenir des informations sur les produits et services financiers sur des réseaux publics ou privés, y compris Internet. La banque électronique fait référence à la fourniture de produits et de services bancaires de détail et de micro-banque par voie électronique. La banque électronique est l'utilisation des communications électroniques et de

Chapitre I : Conclusion générale

l'informatique pour fournir des services et des marchés financiers. Aujourd'hui, les banques se tournent vers la distribution multicanal des services financiers sur des plateformes hybrides.¹⁶

L'e-banking qui est l'ensemble des services bancaires assurés par voie électronique et donc par Internet, est un grand atout pour le client qui peut accéder aux données sans aucune limitation de temps et géographique et peut gérer ses transactions bancaires électroniquement sans être obligé de visiter une succursale physique.¹⁷

La banque électronique peut également être définie comme une variété de plateformes suivantes :¹⁸

- Services bancaires par Internet (ou banque en ligne).
- Services bancaires par téléphone.
- La banque par la télévision.
- Pc banking (ou hors banque).
- Canal ATM (l'Automated Teller Machine).

Autres définitions d'e-banking selon différents auteurs ¹⁹

Selon **l'agence Wallone**, E-banking, web-banking, pc-banking, net-banking, home-banking, etc. Différents termes désignent la banque par Internet. Grâce au web. Le client aura la possibilité de gérer son compte depuis son domicile.

Selon **STAMOULIS 1999**, l'e-banking est un canal de distribution et de livraison des services financiers par multimédia, et d'une façon globale moins coûteuse.

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

Selon **l'Office québécois de la langue française**, « **Legrand dictionnaire terminologique** » est un service qui permet, en accédant à un site Web, d'effectuer des opérations bancaires à partir d'un ordinateur. Une banque virtuelle permet entre autres, de vérifier le solde de son compte, de faire des virements, de régler des factures et de commander des chèques.

Selon **Financial Crimes Enforcement Network (Fincen).2000**, La banque électronique est un terme générique qui désigne le processus par lequel un client peut effectuer des opérations bancaires. C'est un processus par lequel un client peut effectuer des transactions bancaires par voie électronique sans se rendre dans l'agence. Les services bancaires sur PC et les services bancaires sur Internet ou en ligne sont les plus fréquemment utilisés. Il convient toutefois de noter que les termes utilisés pour décrire les différents types de sont souvent utilisés de manière interchangeable.

¹⁶ Dr. CHAREF année 2017 « L'E-Banking en Algérie » *Vol-01 (P:173-P:183)* Université DjillaliLiabes de SBA

¹⁷<http://e-biblio.univ-mosta.dz/handle/123456789/12959> consulté le 29/03/2023 à 23:02

¹⁸ Mémoire réalisé par Hibber Karima et Manseri Lamara année 2020 thème « Le comportement du consommateur algérien face aux défis de l'E-Banking » UMMTO page 10

¹⁹ DENOEL.C, « L'e-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? » Master en Sciences de Gestion, école de gestion de l'Université de Liège, disponible sur http://www.cedricdenoel.be/doc/cedric_denoel-memoirev1.01 consulté le 27/05/2023 à 21:11

2.2 Historique et développement de l'e-banking²⁰

Le progrès des technologies de l'information et des réseaux de communication a ouvert de nouvelles perspectives pour les banques. Ils ont permis l'émergence de nouvelles formes de banques qui offrent des services bancaires entièrement en ligne et se concentrent principalement sur une clientèle jeune et connectée.

F. Rowe distingue trois étapes dans l'informatisation de la branche bancaire.

La première étape a commencé dans les années 1950 et 1960 lorsque les banques ont cherché à automatiser les tâches du « back-office ». Au début des années 70, l'avènement des premiers centres de télé-compensation a permis d'automatiser les échanges interbancaires afin de bénéficier sur une échelle plus large des gains de la première période.

Cette année a également vu l'avènement des transferts de fonds électroniques (TEF) et des échanges de données électroniques (EDI) qui ont été utilisés pour envoyer des documents commerciaux tels que des bons de commande ou des factures par voie électronique.

Le vidéotex et l'audio texte (également connu sous le nom de serveurs vocaux et de messageries vocales) ont été présentés à la clientèle. La plupart des banques n'ont appréhendé cette double logique, informatisation des tâches et nouveaux modes d'accès, en cherchant à réduire le coût des opérations. Les banques ont commencé à considérer l'e-banking comme un moyen de remplacer une partie de leurs fonctions bancaires traditionnelles au début des années 1970.

De nouvelles façons de fournir des services bancaires aux clients, comme les guichets automatiques et les services bancaires en ligne, ont été introduits par la technologie. En conséquence, il est crucial que les banques ajustent leurs stratégies pour répondre aux besoins changeants de leurs clients et aux avancées technologiques.

Les guichets « front office » ont bénéficié de l'informatique dans les années 75-80, en particulier grâce à l'informatisation des postes de travail et à la mise en place des Distributeurs Automatiques et des Guichets Automatiques Bancaires (DAB et GAB).

Leur contenu en services, qui était initialement destiné à des tâches simples telles que le retrait d'espèces, la consultation de solde, ont évolué en incorporant de nouvelles fonctionnalités telles que le support publicitaire, le conseil, la simulation, etc.

Au milieu des années 1990, les institutions financières ont pris des mesures pour mettre en place des services de banque en ligne, mais de nombreux clients hésitent encore à effectuer des transactions financières en ligne. L'adoption généralisée du commerce électronique, basée sur des entreprises pionnières telles que América Online, Amazon.com et eBay, a rendu l'idée de payer pour des articles en ligne courants.

Cependant, la banque électronique est le résultat de différentes générations de transactions électroniques : GAB, banque par téléphone et banque par ordinateur.

²⁰Md. Abdul Hannan M, Mohammad Anisur. R, Md. Main U "E-banking: Evolution, Status and Prospects", The Cost and Management, Vol. 35 No.1, January-February, (2007), p.36.46.Consulté le 30/03/2023 à 00:16

Chapitre I : Conclusion générale

Après ces générations, Deutsche Bank a lancé le tout premier projet de services bancaires par Internet en Amérique Latine en 1996.²¹

De nombreuses banques ont commencés à voir la banque en ligne comme un impératif stratégique. L'attrait des banques à la banque en ligne sont assez évidentes : les coûts des transactions ont diminués, l'intégration plus facile des services, des capacités de marketing interactif, et d'autres avantages qui stimulent les listes de clients et les marges bénéficiaires.

Le développement de la banque suit l'évolution des usages de la clientèle et les besoins non couverts par les banques traditionnelles. En particulier, l'accès distant n'importe où, n'importe quand sous toutes ses formes, « anyhow, anytime anywhere » couvre un besoin largement insatisfait par les réseaux bancaires. Bousculant les pratiques de la banque traditionnelle de réseau, instaurant un nouveau type de relations et de services à la clientèle, les banques en ligne ont introduit une rupture profonde dans la façon de pratiquer le métier de la banque, répondant aux besoins insatisfaits jusqu'alors et génère de nouvelles attentes. Il s'agit là du levier principal de transformation, mû par des solutions techniques toujours plus grandes, par la multiplicité des modes d'accès et le foisonnement des usages, notamment la généralisation de l'utilisation du Smartphone.

Le développement de la banque en ligne prend deux formes différentes, la première par la création et le développement d'opérateurs entièrement en ligne et la seconde par le développement de services en ligne proposés progressivement à la clientèle par les banques traditionnelles dans une approche multicanal ou omnicanal, qui sont des opérations par voie électronique en agence avec un conseiller ou avec un guichet électronique, par téléphone ou avec l'envoi de documents par la Poste, par voie électronique via l'internet ou des applications mobiles, voire avec une webcam.²²

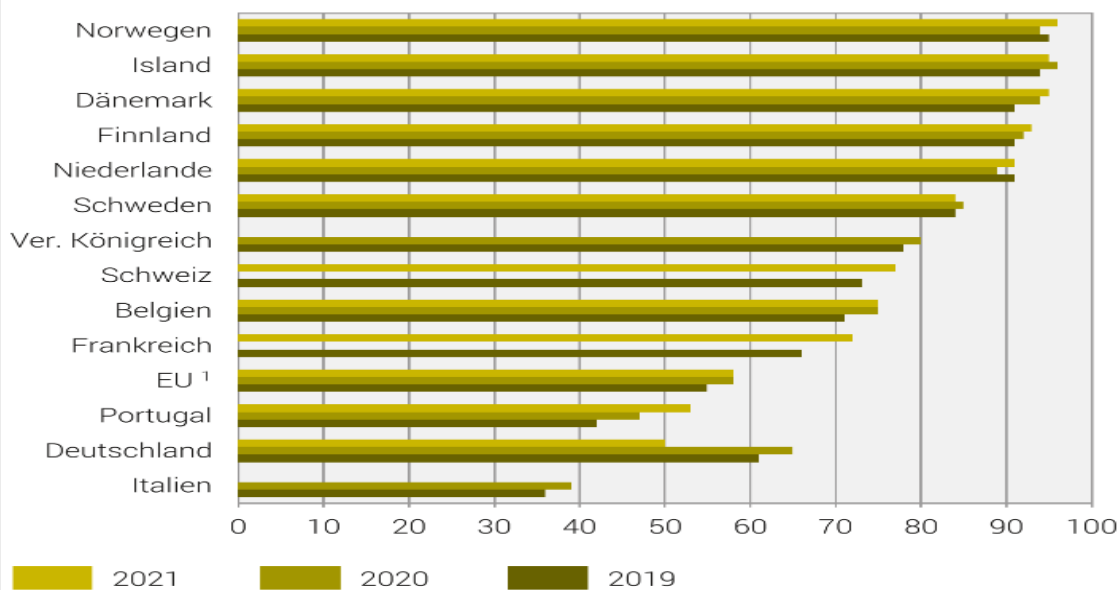
Dans la figure ci-dessous on verra l'évolution des paiements électroniques, plus particulièrement dans les pays du nord de l'Europe, pendant les années (2019, 2020, 2021)

Figure n° 02 : L'évolution des paiements électroniques

²² Mémoire réalisé par MERBOUTI & Amina MESTOUR Ouerdia, année 2019, thème « La banque en ligne (e-banking) : état des lieux en Algérie », UMMTO. Page 21

Paielements électroniques (ebanking) en comparaison internationale, évolution

En % de la population âgée de 16 à 74 ans



¹ Composition de l'UE au 1.2.2020

Sources: OFS; Eurostat

© OFS 2022

Source : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques> ,OFS Eurostat, Consulté le 01/04/2023 à 00 : 32

2.3. Objectifs de l'e-banking ²³

Les services bancaires électroniques offrent aux banques une meilleure image et une meilleure réactivité face au marché. Les banques qui réussissent avec ces services seront considérées comme des leaders dans la mise en œuvre de la technologie.

La croissance d'Internet a créé des défis concurrentiels entre les différentes institutions bancaires, ce qui a conduit à l'existence de sites Web de comparaison et les banques sont complètement à distance.

Même aujourd'hui, la banque électronique est encore au stade de développement, mais son objectif principal est très clair, notamment ;

2.3.1 Gain du temps

L'e-banking permet aux clients de gérer rapidement et efficacement leur argent en ligne, ce qui peut leur faire gagner du temps précieux. Les clients peuvent effectuer des opérations bancaires telles que des transferts de fonds, des paiements de factures et des achats en ligne en quelques clics.

2.3.2 Réduction du coût d'intermédiation et de transaction

²³Mémoire réalisé par Hibber Karima et Manserilamara année 2020 thème « Le comportement du consommateur algérien face aux défis de l'E-Banking » UMMTO page 16-18

Certes, l'utilisation d'Internet limite l'intervention humaine dans les transactions bancaires, réduit considérablement les coûts du personnel et augmente la productivité grâce à des gains de temps. Mais également les banques paient généralement moins pour les transactions effectuées en ligne que pour les transactions effectuées en personne. Les frais bancaires des clients peuvent être réduits en raison de cette réduction des coûts.

2.3.3 Une extension géographique

Grâce à l'utilisation des technologies d'information et de communication, l'e-banking permet aux clients de gérer leurs finances à partir de n'importe quel endroit, à tout moment.

Les agents économiques peuvent intervenir sur le marché financier en utilisant des sites Web, en gérant leurs comptes, en vérifiant leurs soldes et en effectuant des virements de compte à compte. Ces services sont disponibles sept jours sur sept, sept jours sur sept, sans restriction géographique, économique, sociologique ou politique. Cela élimine le besoin de se rendre physiquement dans une banque pour effectuer des transactions bancaires.

2.3.4 Différenciation des produits

De nos jours, il y a une grande variété de produits dans les services des banques grâce au développement des TIC, ce qui donne aux banques de nouveaux avantages comparatifs. En ce moment, grâce au développement des technologies de l'information, il y a une concurrence entre les différentes banques pour obtenir une large gamme de produits disponibles.

2.3.5 Sécurité

Les banques en ligne mettent en place des protocoles de sécurité avancés pour protéger les informations personnelles et financières des clients. Les transactions sont également surveillées pour détecter toute activité frauduleuse.

2.3.6 Offres de services supplémentaires

Les banques en ligne offrent souvent des services supplémentaires tels que des outils de gestion financière, des alertes de compte et des conseils financiers pour aider les clients à mieux gérer leur argent.

2.3.7 La simplicité d'utilisation

La banque électronique offre aux clients le choix de moyen de communication, la possibilité d'effectuer des opérations qui nécessite la présence des informations claires et compréhensibles en rassurant la facilité et la rapidité d'exécution des opérations.

2.4 Evaluation des risques liés à l'e-banking

Dans ce titre nous présenterons les risques auxquels sont confrontées les banques en ligne et les mesures de sécurité mises en place pour garantir la confidentialité et la sécurité des transactions en ligne.

2.4.1 Présentation des risques liés à l'E-Banking²⁴

2.4.1.1 Les risques opérationnels

²⁴<https://wikimemoires.net/2013/commodite-confiance-et-risques-de-l-ebanking/> Consulté le 03/07/2023 à 14 :52

Chapitre I : Conclusion générale

Les risques opérationnels liés à l'e-banking comprennent les risques associés aux processus, aux systèmes et à la technologie utilisés pour fournir des services bancaires en ligne. On peut citer

Les Pannes du système

Les pannes de système peuvent se produire en raison de problèmes techniques, de la maintenance ou de mises à jour du système. Les clients peuvent ne pas être en mesure d'accéder à leur compte ou de traiter des transactions en ligne pendant la période d'interruption.

Erreurs de traitement

Les erreurs de traitement des transactions peuvent se produire en raison d'une saisie incorrecte des informations, de problèmes de communication, ou de problèmes de logiciels. Ces erreurs peuvent entraîner des débits ou des crédits incorrects, ou des transactions incomplètes.

Fraude interne

La fraude interne se produit lorsque les employés de la banque utilisent leur accès aux systèmes de la banque pour effectuer des transactions frauduleuses ou voler des informations confidentielles.

Fraude externe

Les escrocs peuvent utiliser des techniques de fraude pour voler des informations ou des fonds en ligne.

2.4.1.2 Les risques juridiques

Les risques juridiques ne doivent pas être négligés tant la matière est nouvelle. Ces risques liés à l'e-banking se rapportent aux obligations légales et réglementaires liées à la prestation de services bancaires en ligne.

Respect de la réglementation

Les banques doivent respecter les règles et les réglementations relatives à la confidentialité des données, à la sécurité de l'information, à la protection des consommateurs, à la lutte contre le blanchiment d'argent et à la fraude.

Protection des données personnelles

Les banques doivent se conformer aux lois et aux réglementations relatives à la protection des données personnelles, y compris la collecte, l'utilisation, la divulgation et le stockage des données personnelles des clients.

Propriété intellectuelle

Les banques doivent respecter les lois et les réglementations sur la propriété intellectuelle liées aux marques, aux brevets, aux droits d'auteur et aux autres droits de propriété intellectuelle.

Responsabilité civile

Les banques peuvent être tenues responsables en cas de violation de contrat, de dommages ou de préjudices causés aux clients en raison de la fourniture de services bancaires en ligne.²⁵

2.4.1.3 Les risques de réputation

Soulevons encore les risques liés à la réputation. Ceux-ci peuvent surgir en cas :

Problèmes de sécurité

Tels que les violations de sécurité, les attaques de phishing, les virus informatiques, etc., peuvent avoir des conséquences négatives sur la réputation de la banque.

Problèmes de disponibilité

Les interruptions de service, les temps d'arrêt et les problèmes de disponibilité peuvent entraîner une perte de confiance dans la banque et avoir un impact négatif sur sa réputation.

Dysfonctionnement dans l'utilisation du service en ligne ou violation de la confidentialité des données

Les clients peuvent perdre confiance dans la banque si leurs données personnelles sont divulguées ou compromises.

Mauvaise expérience des clients

Une mauvaise expérience client peut entraîner une perte de confiance dans la banque, des commentaires négatifs sur les réseaux sociaux et d'autres canaux de communication, ce qui peut avoir un impact sur la réputation de la banque.

2.4.1.4 Le blanchiment d'argent

Le blanchiment d'argent consiste à dissimuler l'origine de fonds obtenus illégalement afin qu'ils paraissent être issus de sources légitimes. Il n'est souvent qu'une composante d'autres infractions graves telles que le trafic de stupéfiants, le vol avec violence et l'extorsion.

Les bandes organisées font circuler les fonds obtenus illégalement dans le monde entier via des banques, des sociétés-écrans, des intermédiaires et des sociétés de transfert de fonds en vue de les réinjecter dans des sociétés et économies légales. De nos jours, ces bandes font régulièrement appel à des mules qui agissent en qualité d'intermédiaires, lesquelles ne savent parfois même pas qu'elles transportent des fonds illicites.²⁶

Le risque de blanchiment d'argent lié à l'e-banking est réel et constitue une préoccupation majeure pour les régulateurs et les banques. En effet, l'utilisation de services bancaires en ligne peut faciliter la réalisation d'opérations de blanchiment d'argent. Les banques doivent donc mettre en place des mesures de prévention et de lutte contre le

²⁵<https://wikimemoires.net/2013/01/commodite-confiance-et-risques-de-l-e-banking/> consulté le 03/07/2023 à 16 :04

²⁶ <https://www.interpol.int/> consulté le 29/03/2023 à 21 :21
<https://acpr.banque->

blanchiment d'argent pour protéger leur intégrité et réduire le risque de violation des réglementations en vigueur.

2.4.1.5 Autres risques

De plus, selon le type d'activité de la banque, les risques bancaires traditionnels (tels que le risque de crédit et le risque de liquidité) peuvent également survenir avec plus ou moins de conséquences.

Cela est particulièrement vrai pour les banques qui se spécialisent dans l'e-banking et en particulier dans les opérations d'argent électronique.

Risque de crédit

Le risque de crédit implique l'incertitude quant à la capacité d'un débiteur à rembourser tout ou partie de son crédit à son créancier dans les délais fixés par les contrats.

En fait, il existe un risque de crédit dès qu'un paiement est attendu d'une contrepartie ou d'un client. Ainsi, pour une banque ou une entreprise, le risque de crédit réside dans la possibilité de subir des pertes financières en cas de non-remboursement d'un emprunteur.

La sous-évaluation du risque de crédit met inévitablement l'établissement prêteur en danger de ne pas payer à la fois le capital prêté et les intérêts dus, ce qui entraîne des pertes et entrave les flux de trésorerie.²⁷

Risque de liquidité

Une entreprise ne peut pas honorer ses paiements à court terme, tels que les paiements bancaires, les paiements aux fournisseurs, les salaires et les dettes fiscales, ce qui indique son risque de liquidité.

En conséquence, le terme "risque de liquidité" fait référence à la possibilité qu'une entreprise ne puisse pas honorer ses engagements à court terme (moins d'un an). De tels problèmes de liquidité peuvent alors conduire l'entreprise à une situation de cessation de paiement, voire à la faillite.²⁸

2.5 Evaluation des mesures de sécurité mises en place pour limiter ces risques

De nombreux clients des banques effectuent leurs paiements en ligne. En outre, de plus en plus d'opérations d'e-banking sont exécutées sur des appareils mobiles. Les banques s'emploient à offrir les systèmes d'e-banking les plus sûrs du monde. La plupart des tentatives d'attaque en lien avec l'e-banking ne visent pas la banque elle-même mais les appareils des clients.²⁹

²⁷<https://www.3vfinance.com/infinance-le-blog/fr/risque-de-credit>, Consulté le 03/07/2023 à 16:50

²⁸<https://www.3vfinance.com/infinance-le-blog/fr/comprendre-le-risque-de-liquidite%C3%A9-d%C3%A9finition-origines-et-cons%C3%A9quences>, Consulté le 03/07/2023 à 17:10

²⁹<https://www.ncsc.admin.ch/ncsc/fr/home/infos-fuer/infos-private/aktuelle-themen/sicheres-e-banking.html> consulté le 30/03/2023 à 14:21

Cependant, les mesures de sécurité mises en place pour limiter ces risques comprennent notamment :³⁰

2.5.1 Cryptage

Les informations sensibles comme les informations de compte et les transactions sont cryptées pour empêcher les personnes non autorisées de les intercepter. Par exemple, lorsque le client accède à son compte e-banking ou utilise le cryptage SSL, il doit voir le symbole du cadenas au début de la barre d'adresse de son navigateur. Cela garantit que la connexion est sécurisée grâce au cryptage SSL.

2.5.2. Authentification forte ou le choix d'un mot de passe optimale

Les mots de passe restent aujourd'hui encore la forme la plus courante et la plus utilisée de protéger l'accès à des données électroniques sensibles et privées.

Les mots de passe contenant le nom d'un proche associé à une date d'anniversaire sont souvent faciles à mémoriser, mais ils peuvent être facilement déchiffrés par des logiciels spécialisés. Pour cela, les banques en ligne exigent souvent une authentification forte pour accéder aux comptes, telles que des mots de passe forts et des codes d'accès uniques envoyés par SMS.

2.5.3 Surveillance avec des antivirus

Afin de détecter immédiatement toute transaction frauduleuse et de la signaler à sa banque, il est également conseillé au client de vérifier tous les jours l'état de son compte. Les chances du client de récupérer son argent augmentent à mesure qu'il informe sa banque plus rapidement.

Les banques en ligne utilisent fréquemment des programmes de protection contre les virus et les logiciels malveillants pour empêcher les pirates d'accéder aux données des clients.

2.5.4 Notifications

Les clients reçoivent souvent des notifications par e-mail ou SMS pour les transactions effectuées sur leur compte, afin de détecter rapidement toute activité suspecte.

2.5.5 Blocage de l'accès aux Services E-Banking³¹

À la demande du Client

Dès l'instant où le Client sait ou soupçonne qu'un tiers puisse accéder aux Services E-Banking suite à la perte, au vol, au détournement ou à l'utilisation non autorisée de l'un de ses éléments d'identification, il en informe immédiatement la Banque ou tout autre fournisseur de sa solution d'authentification, afin que ceux-ci puissent bloquer un tel accès.

À l'initiative de la Banque

³⁰<https://www.ebas.ch/fr/est-ce-que-je-gere-mon-e-banking-en-toute-securite/> consulté le 03/07/2023 à 15 :33

³¹<https://www.banquedeluxembourg.com/BLPortlets-portlet/bankServlet/GedGetFileServiceSvt/pdf/Conditions-d-acces-et-d-utilisation-des-services-E-Banking-banque-en-ligne> Consulté le 03/07/2023 à 18:13

Lorsque les règles de détection de la banque indiquent un soupçon de fraude, une fraude avérée ou des menaces pour la sécurité de l'accès aux services E-Banking du client, en particulier en cas de soupçon de fraude sur virement, la banque contactera le client par tout moyen qu'elle jugera utile et le cas échéant l'informerait que son accès aux services E-Banking a été restreint ou bloqué afin de limiter le risque d'utilisation non autorisée.

2.5.6 Devoirs de diligence du Client

Le client s'engage à protéger tous ses identifiants et prend toutes mesures de sécurité afin de garder le contrôle exclusif sur son mode d'authentification d'accès (support d'authentification et identifiant reçus par sa banque et son mot de passe) afin de prévenir toute utilisation frauduleuse.

Il est exclusivement à lui de protéger ces codes personnels strictement confidentiels. Ils ne doivent ni être enregistrés sur la mémoire d'un ou plusieurs appareils, ni être communiqués ou transmis à une tierce personne.

Conclusion de la section 02

Après avoir présenté l'e-banking et les divers risques liés à ce dernier, nous pourrions dire qu'il est nécessaire de prendre en considération les mesures de sécurité lors de l'utilisation des services bancaires en ligne afin d'éviter ces risques plus particulièrement celui de fraude et vol d'identité.

Conclusion

Le e-commerce est favorisé en raison de la variété de produits disponibles, du gain de temps et de la comparaison des prix. Cependant, même s'il existe une variété de modes de paiement, le paiement en ligne n'est pas une option recommandée car il y a une utilisation maligne qui peut compromettre la disponibilité, l'intégrité et la confidentialité des informations, et cela ne rassure pas les clients soucieux de préserver leurs données privées.

Le développement de l'e-banking a connu une croissance rapide notamment ces dernières années. Cette évolution a été encouragée par les différentes technologies numériques telles que le e-commerce, la forte utilisation quotidienne de l'internet et le gonflement de la demande des clients pour une expérience bancaire plus rapide, plus efficace et plus transparente.

Même si la banque en ligne a de nombreux avantages par rapport à la banque traditionnelle néanmoins, elle a des inconvénients et se trouve face aux divers risques comme la sécurité et la confidentialité des données de leurs clients qui peuvent menacer la réputation de cette dernière.

Chapitre II

L'E-banking en Algérie

Chapitre II : L'E-Banking en Algérie

L'e-banking à l'échelle internationale a grandi pour devenir une partie importante du secteur bancaire mondial. L'e-banking à l'échelle mondiale a été façonné par l'accessibilité accrue, l'expansion des services, les progrès en matière de paiements électroniques, l'amélioration de la sécurité, la collaboration entre les banques et l'adoption croissante.

Actuellement, l'Algérie n'a plus à craindre que le secteur bancaire ne soit pas vulnérable aux influences des nouvelles technologies. Les banques doivent prendre en compte le facteur de la croissance explosive des utilisateurs d'Internet dans leur feuille de route du digital, car un tel acquis devrait exhorter les décideurs, les institutions financières, les organismes de réglementation et les opérateurs de télécommunications à prendre conscience que la portabilité des services bancaires numériques consolidera l'activité bancaire du pays.

Depuis le début des années 2000, le secteur bancaire algérien a mis en place des projets d'E-banking pour répondre aux nouvelles exigences et mutations technologiques. Bien que l'adoption de l'E-banking ait été considérée comme une véritable révolution dans le domaine financier, l'E-banking en Algérie est encore en phase de développement.

Dans ce second chapitre, nous allons traiter en premier lieu l'évolution d'E-banking au niveau mondial, ensuite, nous évoquerons l'état de la banque en ligne en Algérie et les différents services actuels de la banque en ligne en Algérie.

L'objectif de ce chapitre est de voir l'évolution de la banque en ligne dans les différents coins du monde afin d'effectuer une comparaison à la fin du chapitre. La première section s'est focalisée sur le niveau international, ensuite la seconde est d'évaluer l'e-banking en Algérie.

Section 01 : l'E-Banking au niveau mondial

Dans la présente section, nous évaluerons l'e-banking au niveau mondial, en citant divers pays dans les différents continents du monde, ainsi de suivre l'évolution de ce dernier.

1.1 Naissance et transformation de la banque en ligne³²

Les grandes banques se développent en Europe, en Amérique et en Afrique. Par conséquent, elles diversifient leurs activités en offrant des services d'investissement dans les domaines de l'immobilier et de l'industrie. Au cours des dix dernières années, l'apparition de comptes sans banque et de la banque en ligne a été observée. Les Fintechs commencent à séduire les clients bancaires et à prendre des parts de marché importantes aux banques traditionnelles.

1.1.1 La principale banque en ligne des États-Unis

³² Mémoire réalisé par MERBOUTI Amina et MESTOUR OUERDIA année 2020 thème « La banque en ligne état des lieux en Algérie » UMMTO, page 09

Le terme "en ligne" est devenu populaire sur ce continent à la fin des années 1980, faisant référence à l'utilisation d'un terminal, d'un clavier et d'un moniteur pour accéder au système bancaire par ligne téléphonique.

1.2 Apparition de la banque par ordinateur³³

L'United American Bank, une banque communautaire basée à Knoxville, au Tennessee, a commencé à offrir des services bancaires par ordinateur en décembre 1980. United American Bank a collaboré avec Radio Shack pour créer un modem personnalisé sécurisé pour son ordinateur qui permet à ses clients d'accéder en toute sécurité à leurs informations bancaires.

Au cours de la première année de mise en service, des milliers de clients payaient de 25 à 30 \$ par mois pour ce service, qui comprenait le paiement des factures, les vérifications du solde des comptes et les demandes de prêts. En 1981, les principales banques américaines suivent l'exemple de l'United American Bank. Quatre des principales banques de New York (Citibank, Chase Manhattan, Chemical and Manufacturers Hanover) offrent des services bancaires à domicile à l'aide du système vidéotex, mais ce dernier subit un échec commercial et ne se popularise pas.

1.3 La banque en ligne en Europe

Dans les années 1980, le minitel proposant des services d'épargne et de courtage en Bourse a contribué au développement de la banque en ligne sur le continent européen. Au milieu des années 1990, l'amorce de l'ouverture de compte a été connue, et il a fallu attendre les années 2000, avec le développement des banques et assurances en ligne, pour que les services bancaires comme les chèquiers et les cartes se généralisent progressivement.

1.3.1 L'e-banking en France³⁴

Au milieu des années 1980, des entreprises telles que Cortal, une filiale de BNP Paribas qui sera fusionnée avec Consors, fournissaient principalement des services d'épargne et de courtage en Bourse, sans avoir de compte bancaire. Internet a commencé à se développer considérablement à la fin des années 1990, en particulier chez les particuliers. Il a fallu attendre 1994 pour bénéficier de ce type de service, qui n'a pas encore été mis en place. C'est pourquoi de nouvelles marques sont apparues dans le domaine des banques à distance à partir de 1999. Parmi elles, ING Direct a été créée en 2000 et est devenue la première banque en ligne en France, mais elle s'est initialement concentrée sur l'épargne et ces banques ne trouvent pas réellement de clients.

Au début des années 2000, une nouvelle catégorie de banques en ligne a vu le jour, à savoir les « bancassuranceurs », les filiales d'Axa (qui a acquis « Banque Directe ») et d'AGF (futur Allianz), qui sont venues sur le marché en offrant une gamme de services bancaires classiques. Elle fournira des comptes bancaires authentiques avec des méthodes de paiement telles que les cartes et les chèquiers. Dès 2002, de nouveaux acteurs apparaîtront, tels que les entreprises spécialisées dans la bourse en ligne qui vont étendre leur offre vers l'épargne et le

³³ Mémoire réalisé par MERBOUTI Amina et MESTOUR OUERDIA année 2020 thème « La banque en ligne état des lieux en Algérie » UMMTO, page 10

³⁴ <https://www.mataf.net/fr/patrimoine/edu/banques-en-ligne/banques-en-ligne-histoire-et-fonctionnement>
Consulté le 04/07/2023 à 11 :21

compte courant, comme Boursorama Banque qui est devenue une filiale de la Société Générale, Fortuneo qui est lancé par Crédit Mutuel et BforBank qui est lancé par le Crédit Agricole.

1.3.2 La banque en ligne en grande Bretagne³⁵

Dans les années 1980, les banques britanniques ont commencé à utiliser le réseau téléphonique Prestel, qui signifie « PressTelephone ». En 1983, la Nottingham Building Society (NBS) a lancé le premier service de banque en ligne à domicile au Royaume-Uni, appelé « homelink ». Ce système permettait de consulter en ligne les états bancaires, de faire des transferts et de payer des factures.

Un avis écrit avec les informations du destinataire devait être envoyé à la NBS afin qu'elle puisse encoder ces informations dans le système "Homelink" afin de procéder à un transfert bancaire et de régler une facture. Les compagnies de gaz, d'électricité et de téléphone, ainsi que d'autres banques, étaient les destinataires courants. Le détenteur du compte introduisait les informations de paiement dans le système NBS à l'aide de Prestel. Ensuite, NBS envoyait un chèque au bénéficiaire et le propriétaire du compte recevait un avis reprenant les informations de paiement. Ce n'est qu'en 1996 que l'OP Financial Group devient la deuxième banque en ligne du monde après la Stanford FederalCredit Union et la première en Europe.

1.3.3 La banque en ligne en Grèce³⁶

Les technologies de l'Internet ont un potentiel considérable pour transformer radicalement les banques et le secteur bancaire. Les banques développent et exploitent leurs propres systèmes de banque en ligne en partie en raison des opportunités que les services et technologies de banque en ligne offrent au secteur bancaire pour répondre aux besoins des clients existants et attirer de nouveaux clients. Les banques grecs étendent leurs services bancaires en ligne afin de rester compétitives et de suivre les développements.

1.4 La crise a changé le modèle de la banque de détail

Le crash des subprimes a marqué le début de la crise financière en 2006. Le système de rotation des crédits, avec des taux variables pouvant atteindre jusqu'à 18 %, a été entraîné par la politique d'accession à la propriété du gouvernement américain.

Avec l'aval des agences de notation, les banques américaines avaient créé des paquets de crédits structurés en tranches et revendus sur le marché mondial à des investisseurs et à des assureurs. Le Fonds monétaire international estime que la crise financière aura un coût de 4 000 milliards de dollars.

1.4.1 La relance de la banque en ligne³⁷

A la fin des années 1990, le secteur financier est touché par une vague de fusions et d'acquisitions, augmentant considérablement la clientèle des banques. Ensuite, les banques se

³⁵ Mémoire réalisé par MERBOUTI Amina et MESTOUR OUERDIA année 2020 thème « La banque en ligne état des lieux en Algérie » UMMTO, page 11

³⁶ Aggelis, V. G. (2005). *The bible of e-banking*. Athens: New Technologies Publications (in Greek) consulté le 04/07/2023 à 16 :14

³⁷ <https://jeretiens.net/histoire-de-la-banque-en-ligne/> consulté le 05/07/2023 à 09 :54

tournent vers le commerce en ligne pour maintenir leurs clients et les retenir. Dans l'ensemble, les facteurs mentionnés ont conduit un certain nombre de banques à créer un site Web, qui a commencé par une présence initiale limitée à des pages purement publicitaires. Ensuite, les banques ont commencé à fournir plus d'informations sur des services et des produits plus traditionnels, ainsi que sur le type et la qualité des services proposés et véhiculés à travers ce nouveau circuit de distribution et de vente.

A l'an 2000, l'utilisation par les clients s'est rapidement accrue. La banque d'Amérique met dix ans à acquérir 2 millions de clients de banque en ligne. Cependant, en 2001, le « web marchand » a marqué un changement culturel majeur. La banque d'Amérique devient la première banque à avoir plus de 3 millions de clients en ligne, ce qui représente plus de 20 % de sa clientèle. En comparaison, Citigroup et d'autres grandes institutions nationales revendiquent 2,2 millions de relations en ligne dans le monde, tandis que JP Morgan Chase estime qu'il compte plus de 750 000 clients de services bancaires en ligne.

1.4.2 Le nouveau modèle bancaire³⁸

Cependant, le retour à la normale graduel après la crise financière révèle certaines tendances, en particulier dans les banques généralistes. Il faut noter en particulier ; la nécessité de diversifier les sources de profit pour compenser la baisse de rentabilité des activités de trading, même si celle-ci n'est que temporaire, la forte baisse des taux directeurs et le maintien des taux directeurs au plus bas par les banques centrales, engendrant une bonne rentabilité du crédit pour les banques.

La rentabilité des banques augmente aujourd'hui plus fortement que par le passé en raison de ces changements ; des services offerts aux clients privés, du crédit sous toutes ses formes, en raison de l'écart accru entre les taux auxquels les banques empruntent et ceux auxquels elles prêtent.

Malgré une communication institutionnelle importante à l'intention du grand public, les banques généralistes perdent fréquemment du terrain dans le domaine du conseil à la clientèle, qu'il s'agisse de conseil patrimonial, fiscal ou de montage d'un dossier de crédit.

La plupart des banques de détail sont revenues en arrière pendant la période qui a suivi l'éclatement de la bulle Internet. En effet, le cycle rapide de changements au début des années 2000 et l'éclatement de cette bulle ont conduit un certain nombre de banques de détail, qui s'étaient spécialisées dans des activités bancaires en ligne, à se retirer.

Certaines banques, après avoir connu plusieurs faillites, ont décidé de réinvestir dans leurs agences traditionnelles et de participer à des programmes de renouvellement de celles-ci. Les banques existent pour réduire les risques en étant fiable, solide et sécurisée.

1.5 Le digital banking en Afrique

Les expressions banque digitale et banque en ligne sont souvent utilisées, à tort, de façon interchangeable. En effet, toutes deux désignent des alternatives online aux établissements physiques traditionnels. Mais contrairement à une simple banque en ligne, une banque digitale, en plus d'être présente en ligne, permet d'effectuer pratiquement tous les types d'opérations bancaires quotidiennes de façon totalement dématérialisée et autonome.

³⁸MATHIEU.M, « OÙ VONT LES BANQUES ? » 2015/5 N° 115, « Le journal de l'école de Paris du management », p. 38-44.

d'un point de vue client Autrement dit, les services sont accessibles via les terminaux digitaux (PC, smartphone, tablette, etc.) partout, à tout moment et à la demande La banque digitale se veut aussi plus « mobile » afin d'offrir des fonctionnalités simplifiées, riches, intuitives et centrées autour des besoins clients

Alors que les banques traditionnelles sont encore peu adoptées par la population, l'Afrique s'appuie de plus en plus sur des offres digitales et mobiles Le très faible nombre d'agences - on en compte 5 pour 100 000 habitants en Afrique, contre 13 pour 100 000 habitants dans les pays émergents d'Asie¹ – explique en partie l'explosion du phénomène digital Banking. La révolution digitale a débuté avec l'introduction du mobile banking par les opérateurs télécoms tels que Vodafone au Kenya via son système m-pesa qui ont rapidement distancé les banques Dans un monde jusque-là très peu bancarisé, 70% des adultes en Afrique subsaharienne ne possèdent toujours pas de compte en banque.³⁹

les opérateurs télécoms mobile (OTM) ont su utiliser leur proximité avec le client et capitaliser sur les terminaux mobiles, qu'il s'agisse de téléphones basiques appelés « Feature phones » utilisant le protocole USSD ou de smartphones, pour proposer tout un panel de services mobiles bancaires Les usages du mobile money ont évolué, passant des opérations transactionnelles (cash in et cash out, paiement de factures, versement de salaires, transferts de banque à mobile...) à des services financiers avancés impliquant tout un écosystème (assurance, microfinance, etc.) et supportés par une digitalisation de plus en plus développée Aujourd'hui on compte en Afrique à peu près 346 millions de comptes de mobile money enregistrés contre 120 millions de comptes bancaires⁴⁰

1.5.1 En Afrique du nord ⁴¹

Au cours de l'année 2016, le puissant groupe bancaire AttijariWafa a lancé une banque en ligne appelée "L'BANKALIK" au Maroc, destinée à la clientèle jeune. Selon les données affichées sur son site internet, cette offre bancaire s'adresse aux personnes âgées de 18 à 34 ans.

La succursale du groupe Société Générale au Maroc offre également une banque en ligne. "BANKATY" est une solution innovante qui vous permet d'ouvrir un compte bancaire en ligne et d'accéder à des services bancaires supplémentaires.

En 2018, le groupe BPCE, qui est présent en Algérie depuis plus de 20 ans, a introduit l'offre "BANXY". Le but du groupe bancaire français était de renforcer sa position sur le marché de la clientèle spécifique, où les banques publiques sont majoritaires. La solution technologique développée par la Fintech allemande rachetée par le groupe en 2016 a permis cette innovation.

1.5.2 En Afrique du sud ⁴²

³⁹<http://www.innogencepulse.com/intouch-sa-lagregateur-senegalais-de-paiements-mobiles-et-de-services-numeriques> Consulté le 05/07/2023 à 10 :32

⁴⁰<https://www.africa24tv.com/fr/afrique-enjeux-de-la-bancarisation-et-inclusion-financiere> Consulté le 05/07/2023 à 10 :53

⁴¹<https://fintalk-mag.com/2018/12/04/quelles-sont-les-banques-en-ligne-en-africaines/> consulté le 04/07/2023 à 11 :45

⁴²Mémoire réalisé par MERBOUTI Amina & MESTOUR Ouerdia année 2020 thème« La banque en ligne, UMMTO page 13

Plusieurs banques en ligne existent en Afrique du Sud, notamment Bank Zero et Discovery Bank. En outre, TymeBank, fondée par le milliardaire Patrice MOTSEPE, a fait son entrée dans le secteur bancaire sud-africain. L'entreprise propose l'ouverture d'un compte bancaire en ligne en 5 minutes. Elle offre également des services supplémentaires comme un coach d'épargne et un transfert d'argent.

L'Afrique du Sud, le Nigéria et l'Afrique du Nord ont des marchés bancaires plus matures que la plupart des pays d'Afrique subsaharienne. Les besoins des clients de ces pays peuvent en théorie être satisfaits par les offres de banques en ligne.

1.5.3 Au Nigeria

DANGOTE, un milliardaire nigérian, a fondé Sun Trust Bank Nigéria. Elle a commencé officiellement ses opérations en 2016. La nouvelle banque, dont le siège est à Lagos, commercialise des produits bancaires via des canaux électroniques comme Internet et les téléphones mobiles. La banque offre l'ouverture de comptes bancaires en ligne en 8 minutes. La banque se distingue par son offre de services innovante sur un marché nigérian concurrentiel avec environ 15 acteurs bancaires et 40 millions de clients potentiels.

1.5.4 Au Cameroun⁴³

L'émergence des TIC en Afrique et particulièrement au Cameroun a contribué à moderniser le secteur bancaire. A cet effet plusieurs banques ont opéré une mutation dans leur mode de fonctionnement. La banque traditionnelle a peu à peu laissé place à la banque virtuelle (banque électronique), communément appelée E-banking. La fintech a davantage enrichi ce paysage, avec de nouveaux concepts tels que: banque digitale, mobile banking etc. Toutes choses ayant accru l'automatisation des services bancaires, avec un impact sur les lignes métiers, en front office comme en back office. Au Cameroun, 12 banques sur 15 offrent des services en ligne. Ces derniers génèrent une masse importante d'informations sur de nouveaux supports, du fait d'une intense activité.

1.6 La banque en ligne en Asie

1.6.1 En chine⁴⁴

L'une des caractéristiques de l'économie chinoise est l'adoption et la généralisation rapides du paiement mobile. Les Chinois ont changé leur façon de dépenser et de consommer en adoptant de nouveaux biens et services payables en ligne ou avec un porte-monnaie électronique en raison de l'abandon progressif des espèces au profit de solutions de paiement numérique en mobilité. Les principaux acteurs de l'économie numérique sont Tencent et Alibaba. Ils utilisent leurs filiales WeChat et Alipay plutôt que leurs propres identités dans les services de paiement. Les clients chinois ont appris à utiliser leur téléphone pour payer avec leurs applications numériques. Ils préfèrent désormais utiliser le paiement mobile même lorsqu'ils voyagent.

⁴³<https://fr.linkedin.com/pulse/e-banking-en-afrique-enjeux-et-defis-dans-la-gestion-des> consulté le 05/07/2023 à 11:09

⁴⁴<https://www.cairn.info/revue-d-economie-financiere-2019-3-page-99.htm> consulté le 04/07/2023 à 16:34

Alipay a précédé les offres de Tencent de plusieurs années. L'introduction des services WeChatPay était suffisamment originale pour attirer des utilisateurs, et elle s'est positionnée de manière si habile qu'elle a profité des initiatives préalables de son concurrent sans provoquer de réaction franchement négative de sa part. Le développement rapide d'Alipay et de WeChatPay a remis en question les équilibres du secteur de l'intermédiation financière grand public, qui était traditionnellement réservé aux banques en Chine.

Cependant, ce sont les Chinois en mobilité plutôt que d'autres clients qui visent les deux applications à ce jour. Les cartes de paiement standard sont très utilisées, que ce soit en Europe ou aux États-Unis. Les régulateurs et les États, soucieux de limiter l'usage des espèces, sont plutôt satisfaits des externalités qu'elles engendrent. Les initiatives des gouvernements de pays tels que la Suède ou le Canada visant à promouvoir une économie sans argent bénéficient principalement au duopole mondial Visa/Mastercard déjà très établi dans ces nations. En ce qui concerne les opérateurs téléphoniques, ils sont moins intéressés par le paiement mobile dans les pays fortement bancarisés et offrent des méthodes pratiques et abordables pour effectuer des transferts internationaux.

1.6.2 En Malaisie⁴⁵

L'arrivée d'Internet a changé la façon dont les transactions bancaires sont menées. En juin 2000, la Banque centrale malaisienne, consciente de l'importance de la banque en ligne, a autorisé les banques à exercer leurs activités bancaires sur Internet. Quatre ans après, presque toutes les grandes banques régionales offrent désormais des services de banque en ligne.

Conclusion section 01

Cette section nous a permis de confirmer que l'e-banking est très développé en Europe et en Amérique par rapport à l'Afrique ou l'Asie, grâce à la croissance du développement technologique.

Section 02 : l'évolution de la banque en ligne en Algérie

Dans cette section nous présenterons le système bancaire algérien, la modernisation de ce dernier ou nous citons les différents moyens de paiements en ligne, et au dernier lieu nous évoquerons les services actuels de la banque en ligne proposés par les banques algériennes.

L'objectif de cette section est d'analyser l'état d'avancement de la technologie de la digitale banque.

2.1 L'évolution du système bancaire Algérien

La crise des années 1980 a renforcé les contraintes budgétaires et mis en évidence la confusion des rôles, conduisant l'Etat à entamer son désengagement du financement de

⁴⁵<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/j.1681-4835.2005.tb00139.x> consulté le 04/07/2023 à 16:37

Chapitre II : L'E-banking en Algérie

l'économie. L'objectif était de sortir de la crise du financement par l'endettement et de rétablir les grands équilibres macro-économiques.⁴⁶

Dans le secteur bancaire, les premiers effets significatifs de cette nouvelle politique se sont manifestés par la transformation des banques publiques, dès 1989, en sociétés par actions (SPA), soumises aux règles du code du commerce. Mais c'est la loi n° 90-10 du 14 Avril 1990 relative à la monnaie et au crédit qui va permettre la libéralisation du secteur bancaire algérien notamment par :

Les investissements privés étrangers qui sont désormais autorisés dans toutes les activités économiques, sauf celles expressément réservées à l'Etat.

Les banques étrangères qui sont disposées aussi à ouvrir des succursales en Algérie.

Les investissements privés algériens sont également encouragés.

Le système bancaire algérien a fait l'objet, en 2003, d'une évaluation conjointe (Fond Monétaire International, Banque mondiale) dont les résultats ont été publiés en 2004. En matière de supervision bancaire, la mission FSAP (financial sector assesment program) a examiné en 2003, le niveau d'application des vingt-cinq principes de Bâle. Il en ressort un constat positif par rapport à ce qui a été enregistré en 2000.⁴⁷

Les banques algériennes semblent en avoir pris note. Une série de recommandations a ainsi été prise en charge : La promulgation de la loi bancaire (ordonnance 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit) a été la première action entreprise dans ce sens, les contrôles, surtout au niveau de banques en difficultés, ont permis de déceler les indices de déséquilibres financiers.⁴⁸

2.1.1 La banque centrale ⁴⁹

La banque d'Algérie est organisée au niveau central en directions générales s'occupant des départements d'études, d'inspection et des activités bancaires. L'organisation de la Banque d'Algérie est également composée de deux directions Générales gérant des aspects spécifiques liés à l'émission de billets et à la formation bancaire.

La Banque d'Algérie dispose, en outre d'un réseau composé de 49 agences et succursales, lui assurant une présence effective dans chacune des wilayas du pays : les agences et succursales sont coordonnées par trois directions régionales implantées dans les villes d'Alger, Oran et Annaba.

Un vaste programme de modernisation des équipements et des méthodes de travail ainsi que des programmes de formation ont été mis en œuvre afin de permettre à la Banque d'Algérie de répondre et de veiller à ce que le système bancaire en général réponde aux exigences du nouveau contexte, tant national qu'international.

⁴⁶Mémoire réalisé par MERBOUTI Amina & MESTOUR Ouerdia, année 2020, thème « La banque en ligne », UMMTO Page 74

⁴⁷<https://www.enssea.net/systeme-bancaire-algerien/> Consulté le 24/04/2023 à 22 : 32

⁴⁸<https://www.bank-of-algeria.dz/politique-monetaire-reglement/> consulté le 24/04/2023 à 21 :32

⁴⁹<https://www.bank-of-algeria.dz/histoire-de-la-banque/> consulté le 24/04/2023 à 22 :00

Chapitre II : L'E-banking en Algérie

La Banque Centrale d'Algérie fut créée par la loi numéro 62-144 votée par l'assemblée constituante le 13 Décembre 1962, portant création et fixant les statuts de la banque centrale. Elle a pour mission de maintenir dans le domaine de la monnaie, du crédit et des changes, les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie.

La Banque d'Algérie établit les conditions générales dans lesquelles les banques et les établissements financiers algériens et étrangers peuvent être autorisés à se constituer en Algérie et à y opérer. Elle établit, en outre, les conditions dans lesquelles cette autorisation peut être modifiée ou retirée.

2.1.1.1 Cadre législatif et réglementaire de la banque centrale⁵⁰

Dans le cadre de la réforme économique en cours, le système bancaire et financier algérien a connu des transformations profondes et rapides. Outre le fait qu'elle crée un cadre juridique commun applicable à toutes les entreprises du secteur financier (banque et établissement financiers) cette loi a réhabilité la banque dans ses véritables fonctions et élargit son pouvoir décisionnelle dans la gestion de ses emplois et ses ressources.

2.1.2 Les banques commerciales⁵¹

Les banques commerciales sont des établissements de crédit effectuant des opérations de banque avec les particuliers, les entreprises et les collectivités publiques. L'activité principale des banques commerciales est de collecter des fonds pour les redistribuer sous forme de crédit, ce qui les distingue des banques d'affaires qui réalisent essentiellement des opérations de marché.

Les banques commerciales en Algérie sont des institutions financières qui offrent une gamme de produits et de services bancaires aux particuliers, aux entreprises et aux autres organisations. Elles jouent un rôle important dans l'économie algérienne en fournissant des financements et des services financiers aux entreprises et aux particuliers.

On distingue deux types de banques commerciales en Algérie soit les banques étatiques et privés présenté dans le tableau ci-dessous

Tableau 02: Les différentes banques Algériennes étatiques et privées

Les banques étatiques	Les banques privées
• La banque extérieure d'Algérie (BEA) • La banque nationale d'Algérie (BNA) • Le crédit populaire Algérien (CPA) • La banque de développement local (BDL)	• La Banque Al Baraka d'Algérie • La Citibank N.A Algeria (succursale de banque) • Arab Banking Corporation-Algeria (Bank ABC) • Natixis-Algérie • La Société Générale-Algérie (SGA) • Arab Bank PLC-Algeria (succursale de banque)

⁵⁰<https://www.bank-of-algeria.dz/cadre-legislatif-et-reglementaire/> consulté le 25/04/2023 à 12 :37

⁵¹ <https://banque.ooreka.fr/comprendre/banque-commerciale> consulté le 24/04/2023 à 22:12

Chapitre II : L'E-banking en Algérie

• La banque d'agriculture et du développement rural (BADR) • La Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance (CNEP)	• BNP Paribas Al-Djazair. • Trust Bank-Algeria (TBA). • The Housingbank for trade and finance-Algeria (HBTF-Algeria). • Gulf Bank Algérie (AGB) • Fransabank Al-Djazair • Le Crédit agricole corporate et investment Bank-Algérie (CA-CIB) • HSBC-Algeria (succursale de banque) Al Salam Bank-Algeria
--	---

Source : <https://www.bank-of-algeria.dz/>

2.2 Bureaux de représentation des grandes banques internationales⁵²

Il s'agit des bureaux représentant les grandes banques étrangères en Algérie qui sont :

- British Arab Commercial Bank (BACB)
- Le Crédit Industriel et Commercial (CIC)
- L'union des Banque Arabes et Françaises (UBAF)
- Banco Sabadell
- Banca Monte Dei Paschi Di Siena (BPMS)
- CaixBank « Espagne ».

2.3 Les établissements financiers⁵³

Qui sont au nombre de neufs (09) et dont l'activité est basée principalement sur le crédit-bail et le financement d'acquisition de logements, notamment :

- La Société de refinancement hypothécaire (SRH).
- La Société Financière d'investissement, de participation et de placement (Sofinance-Spa)
- Arab Leasing Corporation (Société de crédit-bail) (ALC).
- Maghreb Leasing Algérie (MLA).
- Le Fonds National d'Investissement (FNI).
- La Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA).
- La Société Nationale de Leasing (SNL).
- Ijar leasing Algérie (ILA).
- El DjazairIjar (EDI).

2.4 L'Association des Banques et Etablissements Financiers (ABEF)

Cette association a été créée pour répondre à deux principaux objectifs :

La représentation des intérêts communs de ses membres auprès des pouvoirs publics.

L'information et la sensibilisation de ses adhérents ainsi que le grand public.

⁵²<https://www.bank-of-algeria.dz/bureaux-de-representation/> consulté le 26/04/2023 à 23 :02

⁵³<https://www.bank-of-algeria.dz/les-etablissements-financiers/> consulté le 26/04/2023 à 23 :04

Les missions de l'ABEF consistent en l'organisation de la profession bancaire en Algérie via l'amélioration des techniques de banques et de crédits, la stimulation de la concurrence dans le secteur, l'introduction de nouvelles technologies pour la modernisation du secteur, ...etc.⁵⁴

2.5 Modernisation de système bancaire algérien

2.5.1 La SATIM⁵⁵

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

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

SATIM réunit 18 adhérents dans son réseau monétique interbancaire, se composant de 17 banques dont 06 banques publiques et 11 banques privées ainsi qu'Algérie Poste.

SATIM a connu ces dernières années une évolution conséquente et une croissance soutenue sur ses services. À ce jour, plus de 1351 automates bancaires et 40000 terminaux de paiement électronique déployés sont connectés à ses serveurs, ajoutés à cela plus de 274 sites web marchands opérationnels sur sa plateforme. Cette croissance est essentiellement due à l'impact de la carte CIB sur les habitudes d'achat des citoyens Algériens

Les principales missions de la SATIM sont :

- Promouvoir les moyens de paiement électronique.
- Développer la monétique interbancaire.
- Accompagner les banques dans la mise en place et le développement des produits monétiques.
- Prendre en charge et gérer les infrastructures et les aspects techniques.
- Participer à la définition des normes, des règles techniques et des règles de gestion et de tarification des produits monétiques.
- Personnaliser les chèques et les cartes de paiement et de retrait d'espèces.

2.5.2 La monétique en Algérie⁵⁶

2.5.2.1 Définition :

La monétique est un ensemble des moyens électroniques mis en œuvre pour automatiser les transactions bancaires (cartes de paiement, de retrait, etc.). Ou encore, l'ensemble des technologies, procédés et équipements permettant une électronique de transferts de fonds et l'information de la clientèle sur ses comptes. Les cartes ne sont donc

⁵⁴ <https://www.abef-dz.org/abef/?q=presentation.html> Consulté le 03/05/2023 à 11 :12

⁵⁵ <https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html> consulté le 04/07/2023 à 12:09

⁵⁶ <https://www.lelyn.fr/finance/banque> Consulté le 09/05/2023 à 12 :21

qu'une manifestation du processus monétique et ne lui sont associables que par leur lien, direct ou non, avec la monnaie scripturale, nous pouvons distinguer deux types de cartes ; carte bancaire et carte à puce, celles-ci pouvant être utilisées grâce au distributeur de billets et les terminaux de paiement automatique.

2.5.2.2 La carte bancaire ⁵⁷

La carte bancaire est un moyen de paiement de masse, c'est le produit le plus évalué ces dernières années. La carte bancaire a une gamme qui comporte quatre niveaux distincts par les possibilités d'usage : carte badges, cartes nationales, cartes internationales et cartes internationales de prestige.

On distingue différents types de cartes bancaires, qui offrent des conditions d'utilisation différentes.

Les cartes de retrait : elles permettent de retirer de l'argent aux distributeurs automatiques de billets (DAB), soit uniquement dans les distributeurs de votre réseau bancaire, soit dans les distributeurs de tous les établissements.

Les cartes de paiement : elles permettent à la fois de retirer de l'argent et de réaliser des achats sur internet ou directement chez les commerçants.

Les cartes de crédit : elles permettent de payer non pas avec l'argent disponible sur son compte bancaire, mais avec un crédit renouvelable, souscrit auprès de l'organisme qui a délivré la carte et dont le taux a été fixé contractuellement.

Les cartes de débit : il en existe deux type ;

Soit le débit est immédiat sans autorisation systématique. Le contrôle est aléatoire pour les petits montants, il existe donc un risque de découvert

Soit le débit est différé, sans qu'aucun contrôle du solde ne soit effectué, le compte est débité à une date ultérieure, parfois en fin de mois. Ce type accorde donc en quelque sorte, un crédit réduisant le risque de découvert.

Les cartes prépayées : elles permettent de disposer d'une somme d'argent limitée, dont le montant a été pré chargé. Ces dernières fonctionnent comme des cartes de paiement classiques avec autorisation systématique sauf qu'elles ne réclament pas l'ouverture d'un compte en banque mais d'un compte de monnaie électronique.

Les cartes mixtes (paiement/crédit) : Une carte mixte, avec une double fonctionnalité (débit/crédit) permet de régler ses achats dans tous les points de vente et de réaliser des retraits dans les DAB. Ces cartes bancaires peuvent être délivrées par une banque ou être issues d'un partenariat entre un établissement de crédit ou une enseigne.

Les cartes bancaires MasterCard et visa : les réseaux MasterCard et visa formulent des produits très proches, leur produit au niveau international est équivalente même si le réseau Visa apparaît plus implanté en Europe, alors que le réseau MasterCard est plus étendu aux

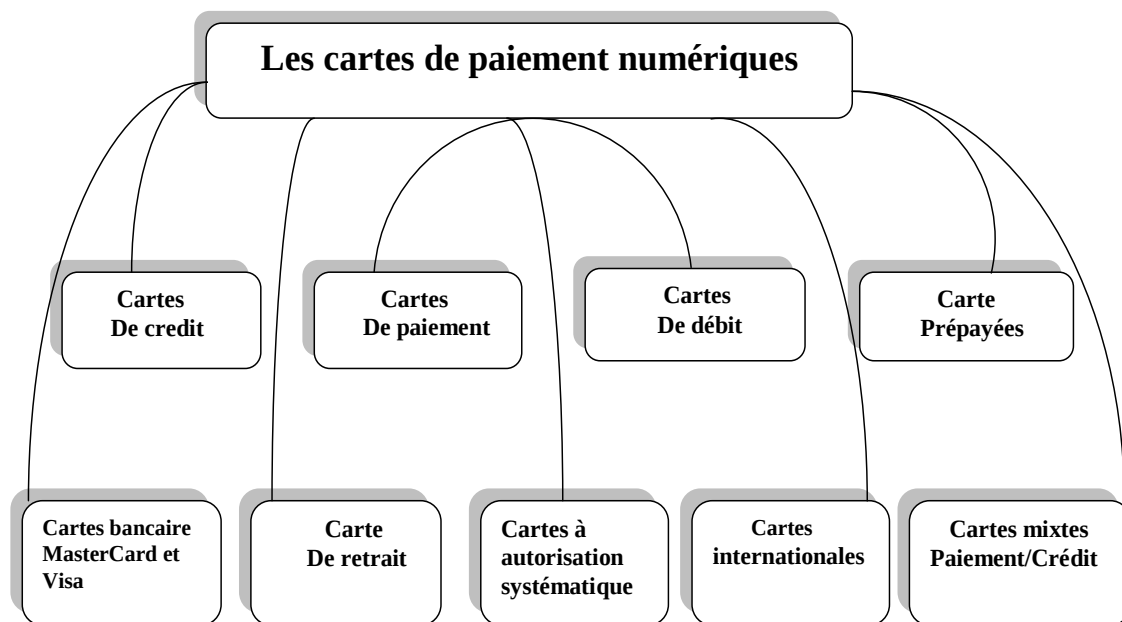
⁵⁷<https://www.lafinancepourtous.com/?s=cartes+bancaires> consulté le 09/05/2023 à 13 :12

Etats-Unis. Toutefois les voyageurs n'ont aucune difficulté à gérer leur argent à l'étranger que ce soit avec une carte Visa ou une carte MasterCard.

Les cartes internationales : une carte internationale admet d'effectuer des paiements et des retraits partout dans le monde. Elle est aussi utilisable dans les réseaux MasterCard et Visa moyennant de commissions, prélèvements ponctionnés par la banque à chaque opération effectué en devises.

Les cartes à autorisation systématiques : Une carte à autorisation systématique est une carte de paiement à débit immédiat ou le solde du compte bancaire est interrogé avant chaque transaction. Si le solde est inférieur à un certain plancher déterminé, le paiement ou le retrait est refusé.

Figure N°03 : Représentation des différentes cartes bancaires



Source : mémoire réalisé par MARBOUTI et MESTOUR année 2018 thème « la banque en ligne » UMMTO page 24

2.5.2.3 Les cartes de paiement interbancaire CIB Classique et gold

Les cartes de paiement interbancaires CIB « Gold et Classic » sont des cartes monétiques EMV. Ils sont fournis selon la demande du client.

La carte CIB traditionnelle offre la possibilité de bénéficier de toutes les prestations accessibles dans les DAB/GAB des banques et des postes d'Algérie, ainsi que de régler les achats de biens et services auprès des vendeurs affiliés au Réseau Monétique Interbancaire (RMI) de la SATIM et munis de Terminaux de Paiement Electronique (TPE).

2.5.2.4 Les automates bancaires⁵⁸

Un automate bancaire est un appareil électronique à l'intérieur ou à l'extérieur d'une banque ou d'un lieu public. Il permet des opérations bancaires courantes comme les dépôts et retraits d'espèces, les virements, les paiements de factures, et bien d'autres. Ces automates bancaires sont en réseau et généralement disponibles 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, offrant une grande commodité aux clients qui ont besoin d'accéder à leurs fonds à tout moment.

Il existe deux catégories d'automates bancaires, à savoir les terminaux de paiement électroniques et les services bancaires gratuits.

- **Les Terminaux de paiement électroniques (TPE)**

Le terminal de paiement électronique désigne tout appareil électronique permettant de traiter un paiement par carte. C'est une machine dotée d'un clavier, d'un écran, et d'un logiciel avec mémoire. Les TPE sont généralement fournis par des entreprises spécialisées dans les services de paiement électronique, telles que des banques, des sociétés de traitement de paiements ou des fournisseurs de services de paiement.

Le crédit du commerçant et le débit du client sont assurés par un système de compensation qui créditera l'acquéreur et débitera l'émetteur. Le TPE permet ainsi de gagner du temps par le traitement rapide et efficace des opérations.

- **Les Libre-service bancaires⁵⁹**

La banque libre-service est une notion qui désigne l'ensemble des prestations bancaires pouvant être obtenues par les clients à travers des terminaux automatiques, comme les guichets automatiques bancaires – GAB - et les distributeurs automatiques de billets (DAB).

Les distributeurs automatiques de la banque (DAB)

Un DAB est un distributeur automatique de billets, généralement placé à proximité d'une agence bancaire ou dans un lieu public fréquenté permettant au titulaire d'une carte bancaire de retirer des espèces et/ou de consulter son compte bancaire après avoir composé un code confidentiel. Ce dispositif permet d'éviter l'attente au guichet.

Un DAB est un appareil moins sophistiqué qu'un Guichet Automatique Bancaire (GAB) qui permet de retirer de l'argent, mais aussi d'effectuer certaines opérations : impression de RIB, dépôt d'espèces, commande ou remise d'un chéquier, consultation des soldes et des dernières opérations, virements, etc.

Les guichets automatiques bancaires (GAB) :

Le guichet automatique bancaire est un appareil électronique et électromécanique permettant aux clients d'effectuer différentes transactions bancaires en libre-service. Différents modèles de GAB permettant de faire des retraits, acceptent des dépôts en liquide ou par chèque, ordonnant des transferts de fonds, impriment des mises à jour des carnets, augmentant le montant d'une carte d'appel téléphonique et même, vendent des timbres de poste.

⁵⁸<https://www.boursedescredits.com/> Consulté le 09/05/2023 à 23 :01

⁵⁹<https://www.capital.fr/> consulté le 30/04/2023 à 9 :38

Tous les GAB sont connecté à un GDG (Gestionnaire de DAB/GAB) .Ce GDG est lui-même connecté au réseau interbancaire, ce qui facilite le retrait et autres opérations n'appartenant pas à la banque où le client possède un compte.

Toutefois, les banques se sont vite rendues compte du coût élevé de ces appareils, d'autant plus qu'ils fonctionnaient off-line entraînant ainsi des risques élevés de fraude et des restrictions d'utilisation.

Les banques décidèrent donc d'installer de nouveaux matériels plus performants, et répondant aux motifs suivants :

- Pallier la durée réduite d'ouverture des agences.
- Diminuer les coûts de transaction.
- Offrir aux clients de nouveaux services en leur évitant de se déplacer vers leurs agences domiciliataires.
- Mieux à informer le client de l'état de son compte.

2.6 Les services actuels de l'E-banking dans les banques algériennes

A l'heure actuelle, la majorité des banques algériennes, publiques et privées, ont lourdement investi sur des services E-banking. Répondant au programme national e-Algérie, un grand nombre de banques proposent le service de paiement par carte bancaires des factures.

Ce sont surtout les banques qui ont effectué pour le moment les modifications techniques nécessaires, les établissements publics (la CPA, la BDL, la CNEP, la BEA et la BADR), mais également cinq privés (Natixis, Société générale, Gulf Bank, Al Baraka et Trust Bank).

Cette initiative devrait dans un premier temps ne concerner que les 1,4 million d'Algériens déjà détenteurs d'un compte bancaire (sur une population de 40 millions d'habitants) Cependant, deux ans après le lancement de l'internet mobile 3G, les banques algériennes, publiques ou privées, ont peu investi sur la mobilité ; peu de banques proposent des applications mobiles à leurs clients utilisables sur Smartphone avec un accès internet, permettant de garder le contact avec sa banque lorsqu'on est en déplacement.⁶⁰

Aujourd'hui seulement quatre banques proposent une application mobile, en plus d'un service E-banking sur une plateforme web, ceux sont : la Banque de Développement Local (BDL), la BNP Paribas El Djazaïr, Gulf Bank Algeria et enfin, Natixis Algérie.

Si ces deux dernières bénéficient d'un support et d'une expérience internationale, la BDL est la première banque publique à lancer une application mobile. En effet, annoncée à la mi-décembre 2015, l'application MyBDL a été mise en ligne dès les premiers jours de février 2016. Elle est téléchargeable sur la plateforme e-banking BDL et sur Play Store de Google.

Les autres établissements bancaires installés en Algérie offrent d'autres services de E-banking, notamment la banque Natixis Algérie qui a un service E-banking et SMS banking, et récemment l'application Banxy .La Société Générale Algérie (SGA) offre depuis dix ans,

⁶⁰Dr. CHAREF Leila année 2017 titre « l'e-banking en algérie »Vol-01, page 177

Chapitre II : L'E-banking en Algérie

plusieurs services de banque à distance comme SG@NET, Messagi et Messagi Pro SWIFT, SOGELINE et la SGA Touch.

Aussi, la Banque d'Algérie a un site sur Internet qui expose des données sur politique monétaire, financière et des statistiques variées, qui sont antérieures à savoir : le dernier rapport annuel qui existe sur le site date de 2005, il ne fournit aucun service électronique la différence des sites des banques centrales dans le monde et dont certains supervisent les systèmes de paiements électronique des banques commerciales à travers leur site Web.⁶¹

D'autres banques comme BNP Paribas d'Algérie, Gulf Alegria (AGB) et Natixis Algérie disposent d'un site web transactionnel au lieu d'un site vitrine, à travers lequel elles offrent à leurs clients la possibilité d'effectuer des opérations bancaires en ligne.

Les banques commerciales algériennes privilégient dans leur site les moyens de contacter la banque (par email, en agence ou par téléphone) mais ces services ne se présentent pas sous la même forme. Aussi, les graphismes interactifs, les forums de discussion, le chat en ligne et l'ouverture d'un compte en ligne sont des services totalement absents. De ce point de vue, les sites Web bancaires présentent une interactivité faible.⁶²

Désormais, les clients peuvent consulter leurs comptes sans se rendre à leur agence bancaire selon la formule adoptée, l'usage de l'e-banking peut se matérialiser via quatre canaux qui sont ; l'internet, sms, le fax et enfin le téléphone.

En s'appuyant sur les nouvelles technologies, ces banques mettent à la disposition de leurs clients divers de services bancaires à travers l'internet Banking. Les services sont de trois types notamment :

- Des opérations de consultation (consulter le solde de son compte, consultation du Cours des devises ...etc)
- Des opérations de simulation d'un crédit, d'édition et de téléchargement (éditer extrait du compte, télécharge relever bancaire, formulaire de demande de prêt, ...etc)
- Des opérations transactionnelle (ordonner un virement, effectuer une demande carnet de chèque, demande des cartes bancaire,...etc)

Tableau 03 : Les services offerts par les applications mobiles

Nom de la banque	Nom de l'application mobile	Services offerts par l'application mobile
La Banque de Développement Local (BDL)	MyBDL	• Consultation de comptes • Faire des virements simples ou de masse. • Téléchargements de relevés. • Commande de chèquiers.

⁶¹Mémoire réalisé par AbdelliRyadh et Ait SaidKoceila année 2020 thème «Les services d'e-banking en Algérie »UMMTO,page77

⁶²Le crédit Populaire d'Algérie a l'ère du e- banking.(mars 2013) , [http //www.djazairess.com/letemps/89797](http://www.djazairess.com/letemps/89797). Consulté le 06/05/2023 à 16 :30

Chapitre II : L'E-banking en Algérie

BNP Paribas El Djazaïr	MyBank	• Permet d'effectuer de manière flexible des transferts financiers (auto-transfert de fonds, d'autres banques locale ou internationales) • Paiements de factures. • Demandes électroniques avec une livraison rapide et sécurisée.
Gulf Bank Algeria	AGB Phone	• Dépôt d'espèces sur l'un de vos comptes sans passer en agence • Faire des virements • Rechargements des cartes Visa et MasterCard prépayées. • Consultation de comptes.
Natixis Algérie	Banxy	• Ouverture d'un compte bancaire en ligne. • Offre aux utilisateurs des cartes bancaires virtuelles et physiques. • Effectuer des transferts d'argent entre les utilisateurs de l'application. • Sécurité et protection des données des utilisateurs.

Source :Zahar. A, Les établissements bancaires boudent encore les applications mobiles.http://www.huffpostmaghreb.com/2016/02/27/banques-applicationsmobiles_n_9333764.html)Op.cit

D'après le tableau ci-dessus, on constate que toutes les application mobiles ont un point commun qui est le transfert d'argent à distance que ce soit en petite ou en masse quantité. Mais chaque appli a ses propres services, l'une différente des autres c'est là où le client fait son choix par rapport à celle qui lui convient. Pour cela l'utilisation de ces dernières est devenu indispensable pour les citoyens algériens vu leurs bénéfices et leurs minime frais.

Conclusion de la section 02

Cette section nous montre que l'e-banking en Algérie a connu une progression lente mais prometteuse. La croissance de l'accès à Internet et l'utilisation croissante des smartphones ont entraîné une augmentation significative de l'utilisation des services bancaires en ligne dans le pays ces dernières années.

Les clients en Algérie peuvent gérer leurs comptes, effectuer des transactions et accéder à divers services financiers via des plateformes en ligne sécurisées et les réseaux sociaux dans cet axe jouent un rôle très important pour la croissance des utilisateurs de cette technologie ; notamment en faisant des publicités dans divers réseaux afin d'attirer le maximum possible de clients. La consultation de comptes, les virements bancaires, le paiement de factures et les achats en ligne sont généralement des services proposés.

CONCLUSION

L'e-banking s'est développé dans diverses régions du monde. En termes de services bancaires en ligne, les États-Unis et l'Europe sont généralement considérés comme des régions avancées, offrant une gamme complète de services et de fonctionnalités avancées. Avec des innovations comme les paiements mobiles, la consultation de comptes, les virements bancaires, l'e-banking a connu une croissance rapide en Asie, en particulier en Chine.

En Algérie, l'e-banking est en train de se développer, bien que l'utilisation des services bancaires en ligne ait augmenté dans le pays, mais il y a encore des problèmes, notamment en termes d'infrastructure technologique et de sensibilisation des clients à la sécurité en ligne. Cependant, il y a eu des avancées dans le secteur de l'e-banking en Algérie, avec la création de plateformes en ligne sécurisées et la création d'applications mobiles pratiques.

Il est important de noter que l'e-banking en Algérie est en constante évolution, mais pas avec le même rythme que les pays développés, et ça à cause de plusieurs facteurs mais principalement le développement technologique qui est vraiment en avance notamment en Europe et en Amérique

Chapitre III

***Etude empirique sur l'application
de l'E-banking au sein de
NATIXIS Algérie***

CHAPITRE 03 : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

Dans le présent chapitre nous verrons l'application de la banque en ligne par NATIXIS Algérie, et cela en analysant les réponses obtenues grâce à un questionnaire que nous avons fournis à quelques clients de la banque qui utilisent l'application mobile BANXY.

L'objectif de ce chapitre est de présenter l'aspect pratique de notre travail, en consacrant la première section à une présentation générale de NATIXIS Algérie, ainsi que son application mobile BANXY et la deuxième section pour la description de la méthodologie, l'analyse des données et la discussion des résultats obtenus grâce aux questionnaire afin de répondre à notre question principale qui est d'évaluer l'e-banking en Algérie.

Section 1 : Présentation de la banque NATIXIS Algérie

Dans cette section nous allons présenter un aperçu général sur la banque NATIXIS Algérie, notamment, son historique, son organigramme, ainsi que ses missions et objectifs.

1.1 Historique de NATIXIS Algérie

NATIXIS est le deuxième acteur bancaire en France, elle est la banque de financement, de gestion et de services financiers du Groupe BPCE et opère dans trois types d'activités.

Elle intervient en tant que Banque de grande clientèle. Elle conseille et accompagne les entreprises, les investisseurs institutionnels, les compagnies d'assurance, les banques et les entités du secteur public. Par le biais de son pôle Epargne, NATIXIS offre une gamme complète de solutions d'épargne à sa clientèle. Elle offre des services financiers spécialisés distribués par les banques de détails.

NATIXIS est présent dans près de 70 pays. Ses activités sont réparties essentiellement en Amérique, en Asie, en Europe, au Moyen-Orient, et en Afrique.⁶³

1.2 Le groupe BPCE

Le groupe BPCE est le deuxième acteur bancaire en France. Avec 100 000 collaborateurs, il est au service de 35 millions de clients dans le monde, particuliers, professionnels, entreprises, investisseurs et collectivités locales. Il est présent dans la banque de proximité et l'assurance en France avec ses deux grands réseaux Banque Populaire et Caisse d'Epargne ainsi que la Banque Palatine et Oney. Il déploie également au niveau mondial les métiers de gestion d'actifs et de fortune, avec Natixis Investment Managers, et de banque de grande clientèle avec Natixis Corporate& Investment Banking.⁶⁴

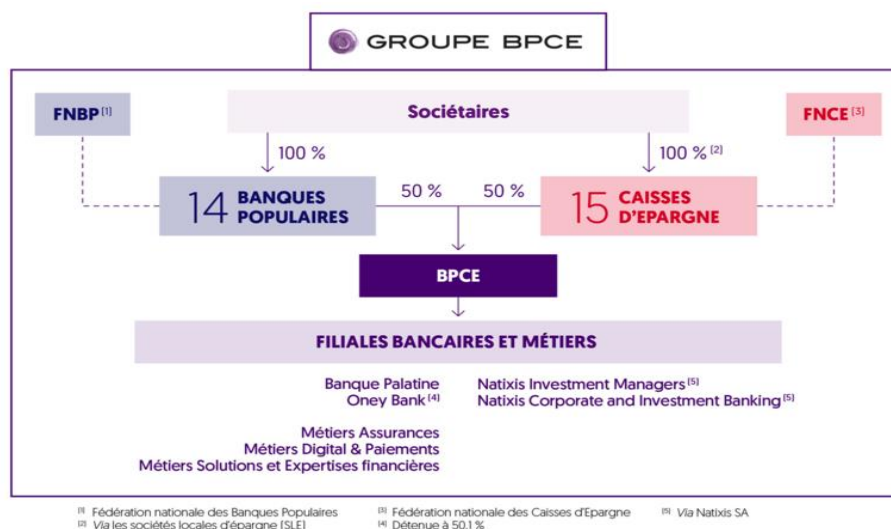
1.2.1 Organigramme de la BPCE

Figure n° 04 : Organigramme de la BPCE

⁶³ Documents interne de NATIXIS Algérie

⁶⁴ Documents interne de NATIXIS Algérie

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie



Source : Documents interne de NATIXIS Algérie

1.3 NATIXIS Algérie

Natixis Algérie est une banque universelle de plein exercice de droit algérien. C'est la première banque française implantée en Algérie depuis 1999 comme une filiale de banque populaire sous le nom AMANA Banque. En 2007, la banque change de dénomination et devient Natixis Algérie qui est issue de rapprochement d'activité de banque et de financement, investissement et de services des groupes banque populaire et caisses d'épargne, qui entend élargir son offre en projetant de s'implanter à travers le territoire nationale.

Elle s'appuie sur un effectif de 17000 collaborateurs et 28 agences réparties sur tout le territoire algérien, elle place, le client au centre de ses préoccupations. Son offre qui est destinée aux entreprises, aux professionnels et aux particuliers, repose sur toute une gamme de produits et services attractifs comme : crédit d'investissement, le prêt à l'habitat, le crédit-bail (leasing), la banque à distance, la gestion du compte et les moyens de paiement.⁶⁵

Tableau n° 04 : l'installation des agences de NATIXIS selon les régions

Réseau	Numéro de l'agence
Dr CENTRE	
Hydra 1	00001
Hydra 2	00164
Bab Ezzouar	00163
Rouiba	00162
Tizi-Ouzou	00151
Gue Constantine	00166
Cherraga	00267
Blida	00091
Dr EST	
Sétif 1	00191

⁶⁵ Documents interne de NATIXIS Algérie

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

Sétif 2	00192
Béjaia	00061
Akbou	00062
Bourdj Bou-Argeridj	00341
Annaba	00231
Batna	00051
Consatantine	00251
Dr OUEST	
Oran 1	00311
Oran 2	00312
Oran 3	00313
Oran 4	00314
Tlemcen	00131
Sidi Bel Abbès	00221
Mascarra	00291
Relizane	00481
Mostaganem	00271
Chelef	00021

Source : Documents interne de NATIXIS Algérie

1.3.1 Les missions de la banque NATIXIS Algérie⁶⁶

La maîtrise de la qualité est de l'offre de Natixis Algérie qui englobe une gamme étendue des produits et services pour : les entreprises, professionnels et les particuliers.

- Pour les entreprises, Natixis Algérie est avant tout un interlocuteur qui les accompagne dans la gestion quotidienne de leurs affaires et la concrétisation de leurs projets de développement ;
- Pour les professionnels et les particuliers, Natixis Algérie propose des packages bancaires aux conditions souples et avantageuses. Supports pratiques d'une relation personnalisée, ces formules prennent en charge toutes les opérations courantes et facilitent en outre l'accès aux :
Crédit à moyen terme et crédits bail (leasing), réservés aux professionnels ;
Crédit à la consommation, crédit immobiliers destinés aux particuliers.

1.4 L'agence de TIZI-OUZOU

L'agence de Tizi-Ouzou est située dans un emplacement avantageux mais qui regroupe aussi d'autres agences concurrentes : Société générale et BNP Paris Bas. L'agence se distingue par un meilleur entretien des alentours et une propreté et un bon maintien de l'espace intérieur.⁶⁷

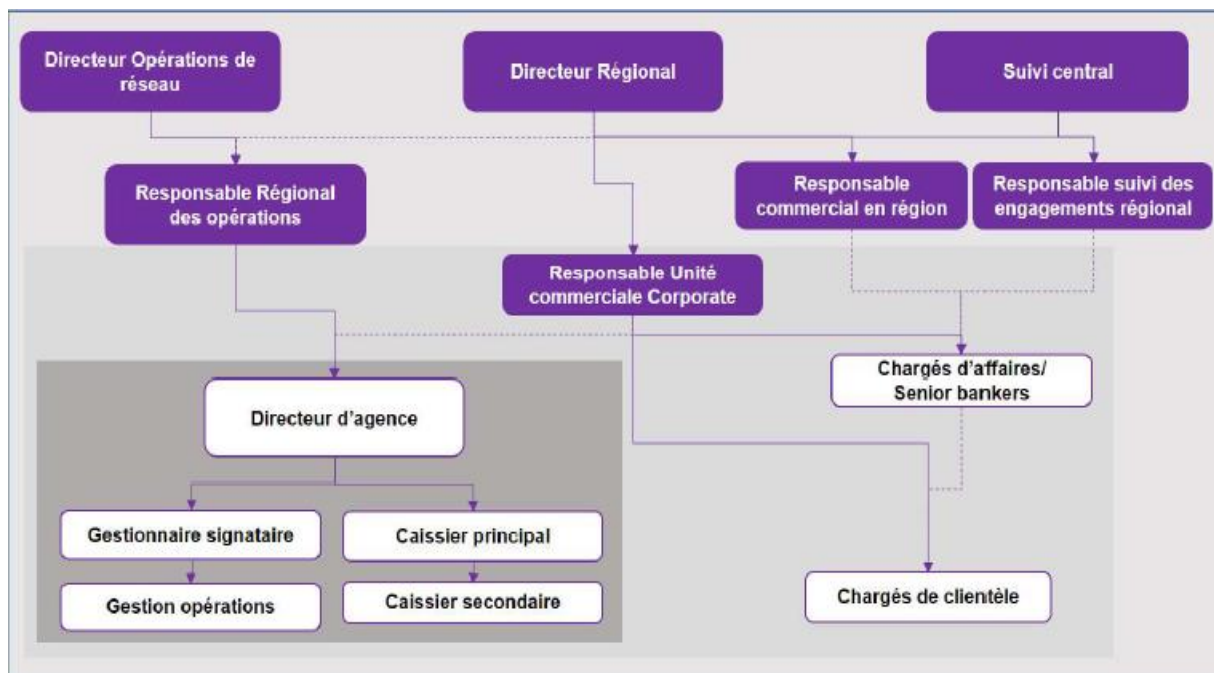
1.4.1 Organigramme de l'agence de TIZI-OUZOU

Figure n° 05 : Organigramme de l'agence TIZI-OUZOU

⁶⁶ Documents de NATIXIS Algérie

⁶⁷ Documents interne de NATIXIS Algérie

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie



Source : Documents internes de NATIXIS Algérie

1.4.2 Missions des différents employé(e)s de l'agence⁶⁸

- **DIRECTEUR D'AGENCE** : Premier responsable de l'agence, crédibilité à prendre des décisions en collaboration avec la direction régionale.
- **GESTIONNAIRE SIGNATAIRE**: gestionnaire signataire sur les opérations du commerce extérieur, la crédibilité à signer et valider les dossiers importants.
- **CAOC**: chargé d'accueil et opérations courantes.
- **COT COMMEX**: chargé d'opérations techniques commerce extérieur.
- **COTD**: Gestionnaire signataire sur les opérations domestiques.
- **COT DOM**: chargé d'opérations techniques domestiques.
- **CAISSIER PRINCIPALE**: valide les opérations des caissiers secondaires.
- **CAISSIER**: caissiers secondaires qui s'occupent des opérations de versement et de retraits.
- **CHARGE D'AFFAIRE**: traitement des dossiers de crédit pour les entreprises dépassant 250millions DZD CA.
- **CHARGE DE CLIENTELLE** : chargé des opérations quotidiennes des clients corporate.
- **GCPP**: gestionnaire de la clientèle professionnelle et particuliers, chargé des dossiers de crédit et les opérations qu'a un rapport avec le compte.

1.5 L'apparition de l'application mobile BANXY⁶⁹

⁶⁸ Documents interne de NATIXIS Algérie

⁶⁹<https://www.banxybank.com>consulté le 03/05/2023 à 12 :00

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

NATIXIS qui appartient au Groupe BPCE lance « BANXY », la banque mobile un concept innovant pour faciliter l'accès aux services bancaires en Algérie. BANXY est une banque mobile disponible gratuitement sur smartphone Android et IOS. Banxy offre une meilleure accessibilité aux services et opérations habituelles de la banque, le tout à distance.

En tant que banque en ligne, Banxy offre une plateforme numérique complète qui permet aux clients d'accéder à leurs comptes bancaires, d'effectuer des opérations financières et de gérer leurs finances en ligne, à tout moment et depuis n'importe quel endroit. Cette approche numérique permet une plus grande flexibilité et une plus grande facilité d'utilisation pour les clients, en évitant les contraintes des succursales physiques traditionnelles.

Banxy Bank se concentre également sur l'innovation technologique pour offrir des services bancaires avancés. Elle met en œuvre des solutions telles que la reconnaissance faciale, l'authentification biométrique et les applications mobiles conviviales pour garantir la sécurité et la simplicité des transactions.

De plus, Banxy propose une gamme de produits et de services bancaires, tels que des comptes courants, des comptes d'épargne, des prêts, des cartes de crédit et des services de gestion des investissements. Elle vise à répondre aux besoins financiers diversifiés de ses clients en offrant des solutions adaptées à chaque étape de leur parcours financier.

1.6 Ouverture d'un compte BANXY ⁷⁰

Téléchargement de l'application mobile Banxy : qui est disponible sur Google play pour les Smartphones Android ou sur l'app store pour les Smartphones IOS. L'application est totalement gratuite.

Configuration du compte : configurer votre compte utilisateur dans votre application avec votre numéro de téléphone et votre adresse email

Renseigner le formulaire : un formulaire facile à remplir pour mieux vous connaître, il contient essentiellement le nom de naissance la situation familiale...ect

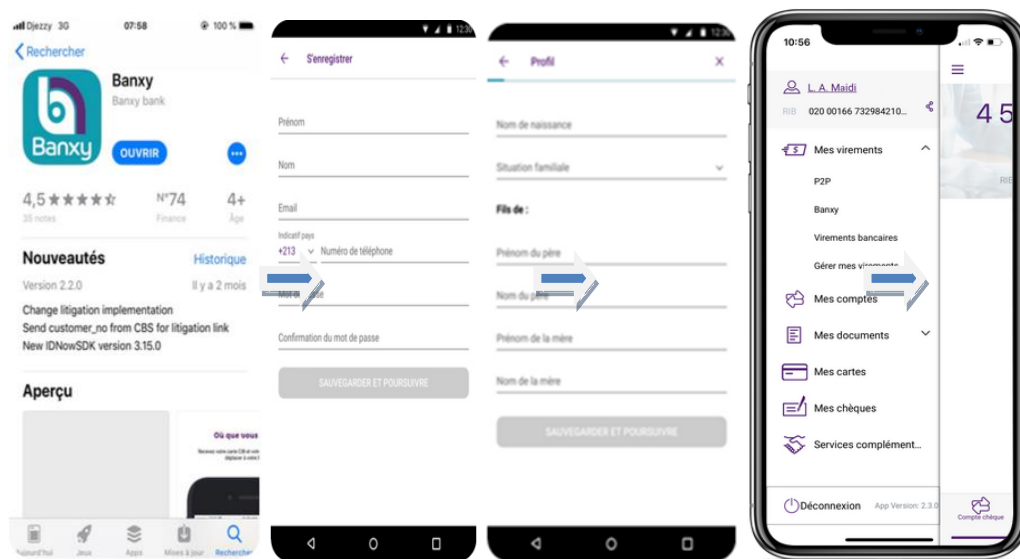
Signer les documents : Afin de s'assurer de l'authentification des documents il vous sera demandé de prendre en photos les documents qui suit ; passeport, carte d'identité, et un justificatif de domicile en votre nom, et de s'identifier ensuite.

Activation et finalisation de l'ouverture du compte : Vous recevrez un email vous permettant d'accéder à la plateforme de notre partenaire e-tawki3. Il suffit de cliquer sur le lien intégré à l'email pour accéder à vos documents et les signer. Aussitôt notifiés, nous les signerons à notre tour. A ce moment, vous recevrez vos documents signés par email et nous procéderons à l'activation de votre compte.

⁷⁰<https://www.banxybank.com> consulté le 03/05/2023 à 13 :30

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

Figure n° 06 : Etapes d'ouvertures d'un compte BANXY



Source : <https://www.banxybank.com/fr>

1.7 Les offres de BANXY ⁷¹

L'application mobile Banxy propose divers offres pour ses utilisateurs notamment ;

1.7.1 Carte CIB GOLD : Cela se fait automatiquement lors de l'inscription sur l'application Banxy. Un chéquier et une carte CIB sont délivrés au client. Le chéquier permettant d'effectuer des paiements sous forme d'un carnet de 25 chèques. La carte CIB Gold comporte un plafond confortable de 200 000DA/semaine et en cas de perte cette dernière peut être bloquée par le propriétaire ainsi commandé une nouvelle qui sera acheminée jusqu'au domicile du client.

1.7.2 Virement P2P: Le virement bancaire permet de transférer des sommes directement de compte à compte, sans passer par un moyen de paiement

On distingue trois virements différents sur l'application Banxy qui diffèrent l'un de l'autre.

1.7.2.1 Le virement ponctuel : C'est un ordre de virement émis pour une opération unique

1.7.2.2 Le virement permanent : C'est un ordre de virement programmé pour une exécution régulière. Le montant et le bénéficiaire restent identiques.

1.7.2.3 Le virement différé : C'est un ordre de virement programmé pour une exécution à une date ultérieure.

1.7.3 Opération de virement sur l'appBanxy ⁷²

Le P2P est une exclusivité Banxy qui vous permet d'envoyer de l'argent instantanément à vos proches. Pour effectuer un P2P, rien de plus simple, le tuto vous

⁷¹<https://www.banxybank.com/fr/page/p2p-p70> consulté le 04/05/2023 à 22:42

⁷²<https://www.banxybank.com/fr/page/p2p-p70> consulté le 04/05/2023 à 21:23

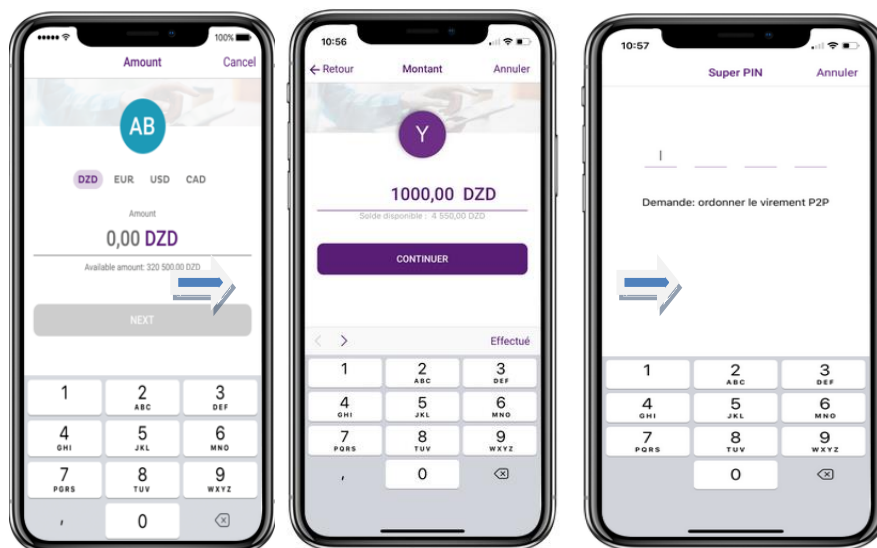
Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

explique les quelques étapes à suivre. Si le destinataire est déjà client Banxy, il recevra le transfert instantanément. Si le destinataire n'est pas client Banxy, il recevra un lien par sms ou par email l'invitant à ouvrir un compte bancaire Banxy pour bénéficier du montant du transfert.

Et pour la réussite de son virement on doit suivre les étapes qui suivent :

- Sélectionnez P2P : Cliquez sur le bouton "Transferts" sur l'écran d'accueil et sélectionnez P2P, ou bien via la rubrique virements qui se trouve au niveau du menu.
- Sélectionnez un contact : Choisissez le contact auquel vous voulez envoyer de l'argent (soit son numéro mobile ou son adresse email).
- Choisissez la monnaie du virement
- Indiquez le montant du virement et le motif du virement.
- Entrez votre super PIN pour valider la transaction.

Figure n°07 : Opération d'un virement sur l'application Banxy



Source : <https://www.banxybank.com/fr>

Conclusion de la section 01

Cette section nous a permis de comprendre l'implantation de la banque natixis dans un terrain neutre, la stratégie suivie par cette dernière est très avantageuse pour les deux axes que se soit la banque en elle-même, que se soit les utilisateurs, en venant avec la première application mobile en algérie

Section 02 : Méthodologie de recherche et analyse des résultats

Dans notre travail, nous avons opté pour une enquête quantitative par un questionnaire destiné aux clients, car cela nous permet d'analyser la situation actuelle et le niveau de

Chapitre III : Etude emirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

développement de l'E-banking dans notre pays et plus particulièrement au sein de la banque Natixis Algérie.

2.1 Méthodologie de la recherche

2.1.1 L'étude quantitative

L'étude quantitative est une technique de collecte de données qui nous permet en tant que chercheur d'analyser des comportements, des opinions, ou même des attentes en quantité. L'objectif est souvent d'en déduire des conclusions mesurables statistiquement, contrairement à une étude qualitative. Les résultats, exprimés en chiffres, prennent la forme de données statistiques que l'on peut représenter dans des graphiques ou tableaux.⁷³

2.1.2 Terrain d'étude

Pour notre étude de cas, notre choix s'est fixé sur NATIXIS Algérie. Ceci parce que cette dernière est l'une des meilleures banques en Algérie avancée dans le E-Banking et la digitalisation en générale. Elle répond également à notre problématique de recherche, et c'est un lieu parfait pour répondre à nos questionnements.

2.1.3 L'objectif de l'étude

L'objectif principal de notre enquête est d'évaluer l'état actuel de la banque en ligne en Algérie tout en prenant en considération le degré de la satisfaction des clients ou des utilisateurs de cette nouvelle technologie et bien évidemment leurs inquiétudes et les causes de leur réticence.

2.1.4 La collecte des données

2.1.4.1 Le questionnaire :

Un questionnaire est une technique de collecte de données quantifiables qui se présente sous la forme d'une série de questions posées dans un ordre bien précis.

Le questionnaire est un outil régulièrement utilisé en sciences sociales (sociologie, psychologie, marketing). Il permet aussi de recueillir un grand nombre de témoignages ou d'avis. Les informations obtenues peuvent être analysées à travers un tableau statistique ou un graphique.⁷⁴ Le questionnaire contient 09 questions, destinées aux clients de la banque afin de nous aider le mieux possible à enrichir notre travail.

Types de questions

Chaque type de questions utilisées dans ce questionnaire est déterminé par l'information que l'on souhaite recueillir. Pour cela, nous avons opté pour les types suivants :

⁷³ <https://www.scribbr.fr/methodologie/etude-quantitative/> consulté le 03/05/2023 à 21 :12

⁷⁴ Gaspard Claude 2019 titre « méthodologie de recherche » page 04

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

- **Les questions fermées :** Elles précisent la série de réponses possibles ainsi que le format des réponses. Une question fermée peut être à choix multiple, dichotomique ou à échelle d'attitude.
- **Les questions à choix multiples (QCM) :** Dans ce type de questions, les répondants doivent en sélectionner une ou plusieurs réponses.
- **Les questions à choix unique :** ou les répondants doivent en sélectionner une seule réponse.
- **Les questions dichotomiques :** Une question dichotomique ne propose qu'une alternative pour la réponse : oui ou non.
- **Les questions avec échelle d'attitude :** La méthode la plus utilisée est celle de LIKERT. C'est une échelle d'intervalles permettant de mesurer l'attitude d'un individu, auquel on demande d'exprimer l'intensité de son approbation ou de son désaccord à l'égard d'un énoncé en choisissant l'un des degrés de l'échelle qu'on lui propose.⁷⁵
De plus, nous avons divisé notre questionnaire en trois parties distinctes.
- **Questions d'identifications des répondants**

L'utilisation de ce type de question nous a permis de réaliser des tris croisés lors de la phase d'analyse des résultats de l'enquête, exemple : L'âge et le sexe.

- **Questions concernant l'analyse du comportement des clients en matière de banque en ligne :**

Les questions les plus importantes de notre sondage concernent le comportement des clients envers l'e-banking et l'utilisation de ces services. Les questions concernent le taux d'utilisation des services bancaires électroniques, leurs satisfactions et leurs craintes.

- **Les services E-banking:**

Ces questions permettent d'identifier les services de banque en ligne que la plupart des banques offrent, tels que la vérification de solde, les virements, et la consultation des comptes etc.

2.1.5 L'échantillonnage

Il s'agit de l'étape la plus importante dans la construction de votre questionnaire. Le chercheur doit se demander qui interroger, quel groupe de personnes, spécifiquement, pourrait lui apporter le plus d'informations utiles. Enfin, l'enquêteur doit également se

⁷⁵Gaspard Claude 2019 titre « méthodologie de recherche » page 06

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

demander avec quel outil il entend mener son étude quantitative : le questionnaire ou le sondage.⁷⁶

2.1.5.1 Méthode d'échantillonnage

L'échantillonnage probabiliste : il fait référence à la sélection d'un échantillon d'une population lorsque cette sélection repose sur le principe de la randomisation, c'est-à-dire la sélection au hasard ou aléatoire.

L'échantillonnage non probabiliste : est une méthode qui consiste à sélectionner des unités dans une population en utilisant une méthode subjective (non aléatoire). Comme l'échantillonnage non probabiliste ne nécessite pas de base de sondage complète, c'est un moyen rapide, facile et peu coûteux d'obtenir des données.

Dans notre cas, la population mère sur laquelle se porte notre enquête est constituée des clients de la banque Natixis. Il aurait été intéressant d'interroger chaque client à propos de l'utilisation de l'e-banking mais, nous avons pu retenir un échantillon composé de 20 clients. En utilisant la méthode non aléatoire autrement dit un échantillonnage non probabiliste.

2.1.5.2 Type d'échantillon non probabiliste.⁷⁷

Echantillon aléatoire, accidentel ou de convenance

Un processus d'échantillonnage dans lequel un enquêteur choisit des cas de n'importe quelle manière appropriée pour les inclure dans l'échantillon. L'échantillonnage aléatoire n'est pas recommandé car il peut produire des échantillons inefficaces et très peu représentatifs. Un chercheur peut facilement obtenir un échantillon qui représente très mal la population lorsqu'il choisit au hasard les cas qui lui conviennent. De tels échantillons sont bon marché et rapides, mais ils sont pires que l'absence totale d'échantillon.

L'échantillonnage par quotas

L'échantillonnage par quotas est une meilleure option que l'échantillonnage aléatoire. Le chercheur commence par identifier les catégories de personnes concernées dans l'échantillonnage par quotas, comme les hommes, les femmes, les moins de 30 ans et les plus de 30 ans, puis détermine le nombre de personnes appartenant à chaque catégorie. Par conséquent, le nombre de personnes dans chaque catégorie d'échantillon est constant.

Echantillonnage en boule de neige

L'échantillonnage en boule de neige (également appelé échantillonnage par réseau, par chaîne de référence ou par réputation) est une méthode d'identification et d'échantillonnage des cas dans un réseau. Elle commence par un ou plusieurs cas ou individus et se développe en fonction des liens entre les cas initiaux.

Dans notre cas, on a opté pour un échantillonnage non probabiliste de convenance ou accidentel, vu sa taille et la manière dont ces derniers ont été approchés.

⁷⁶<https://www.scribbr.fr/methodologie/echantillonnage/> Consulté le 12/05/2023 à 13 :54

⁷⁷<https://www.testsiteforme.com/fr/selection-des-echantillons/> consulté 05/07/2023 à 22 :04

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

2.1.6 Méthode d'analyse des données

Nous avons opté pour le logiciel Microsoft Excel, un outil qui nous a offert la possibilité d'analyser les données, afin de traiter les résultats obtenus d'après les réponses à notre questionnaire.

De plus, nous avons utilisé la méthode du tri à plat, qui consiste à la distribution des différentes réponses obtenues à une question unique dans le cadre de notre questionnaire d'étude.

2.2 Analyse des données

2.2.1 Analyse de résultats

Durant notre étude, nous avons mené une enquête quantitative qui est un questionnaire sur l'utilisation de l'E-banking destiné aux clients de la banque Natixis Algérie.

Après avoir analysé les réponses obtenues de la part de la majorité des clients pendant cette étude, nous avons obtenu les résultats suivants

2.2.1.1 Le genre des clients interrogés

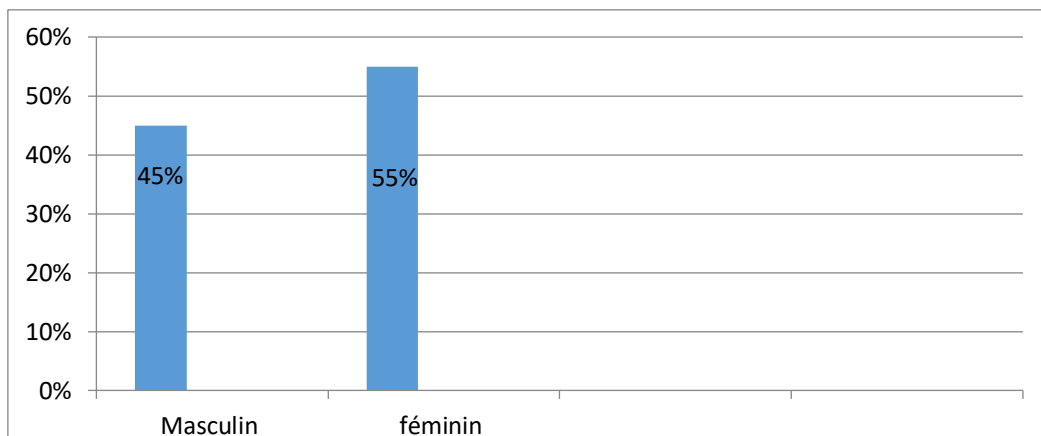
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant le genre des clients visés.

Tableau n° 05 : Genre de personnes interrogées

Le genre	Nombre	Pourcentage
Masculin	09	45%
Féminin	11	55%
Total	20	100%

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°08: Répartition de l'échantillon selon le genre.



Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

Selon le tableau n° 05 et la figure n° 08, nous constatons que 55% des personnes approchées sont des femmes et 45% sont des hommes.

2.2.1.2 La tranche d'âge des clients interrogés

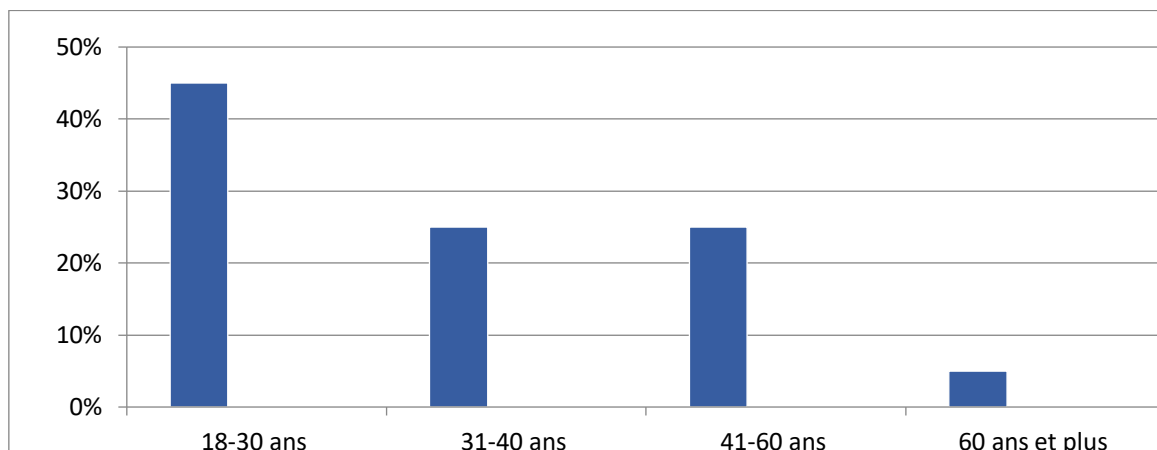
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant l'âge des clients visés.

Tableau n° 06: Répartition de l'échantillon selon la tranche d'âge.

L'âge	Nombre	Pourcentage
18-30	09	45%
31-40	05	25%
41-60	05	25%
60 ans et plus	01	05%
Total	20	100%

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n°09 : Répartition de l'échantillon selon la tranche d'âge



Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n° 06 et la figure n° 09 , nous constatons que la majorité des répondants sont âgés de 18 à 30ans avec un pourcentage de 45%, et 25% de 31 à 40 ans ,avec le même pourcentage la catégorie âgée de 41 à 60ans. Enfin, 5% des répondants ne représentent qu'une seule personne âgée de 60ans ou plus. Notre échantillon est relativement jeune.

2.2.1.3 Depuis combien de temps les clients utilisent les services du e-banking

Les tableaux ci-dessous représentent le nombre de réponses concernant l'utilisation de l'e-Banking par les clients visés selon le facteur temps

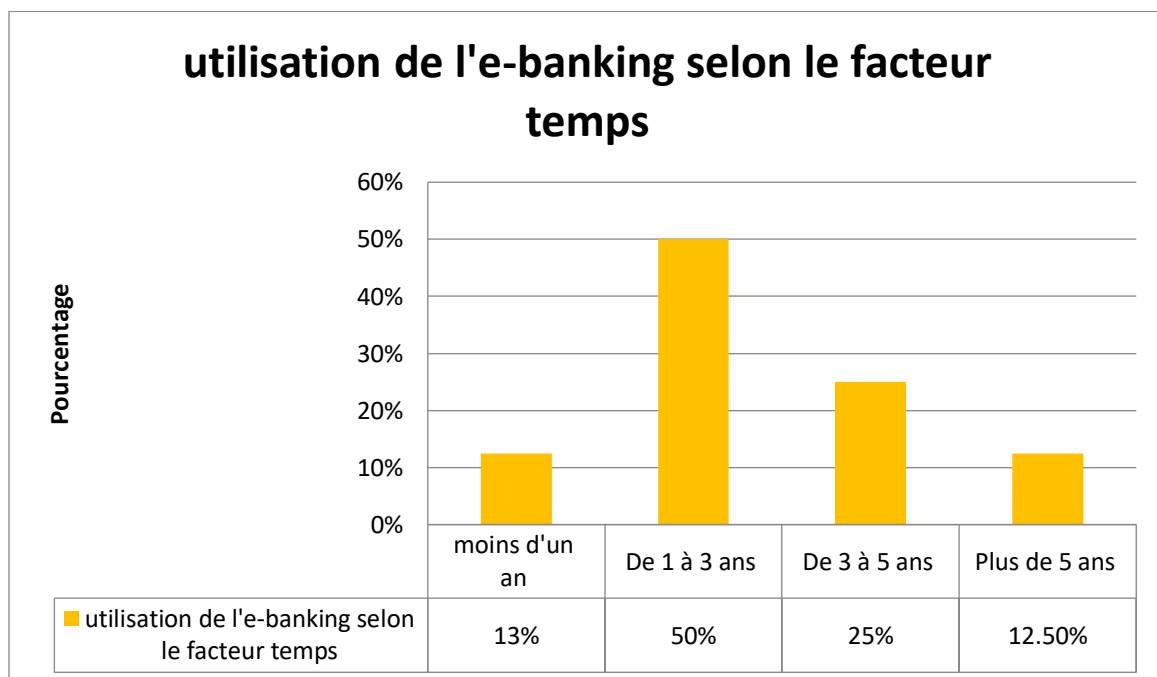
Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

Tableau n° 07: utilisation de l'e-banking selon le facteur temps

Temps d'utilisation	Nombre	Pourcentage
Moins d'un an	02	12,5%
De 1 à 3 ans	08	50%
3 à 5 ans	04	25%
Plus de 5 ans	02	12,5%
Total	16	100%

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n° 10: utilisation des services de la banque en ligne selon le facteur temps



Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n° 07 et la figure n° 10, on constate que 12,5% des clients interrogés utilisent ces services depuis moins d'un an, 25% l'utilisent depuis 3 à 5 ans, 12,5% depuis plus de 5 ans, mais la majorité des interrogés utilisent l'e-banking depuis 1 à 3 ans.

2.2.1.4 Les services de banque en ligne les plus utilisés

Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant les services de la banque en ligne les plus utilisés

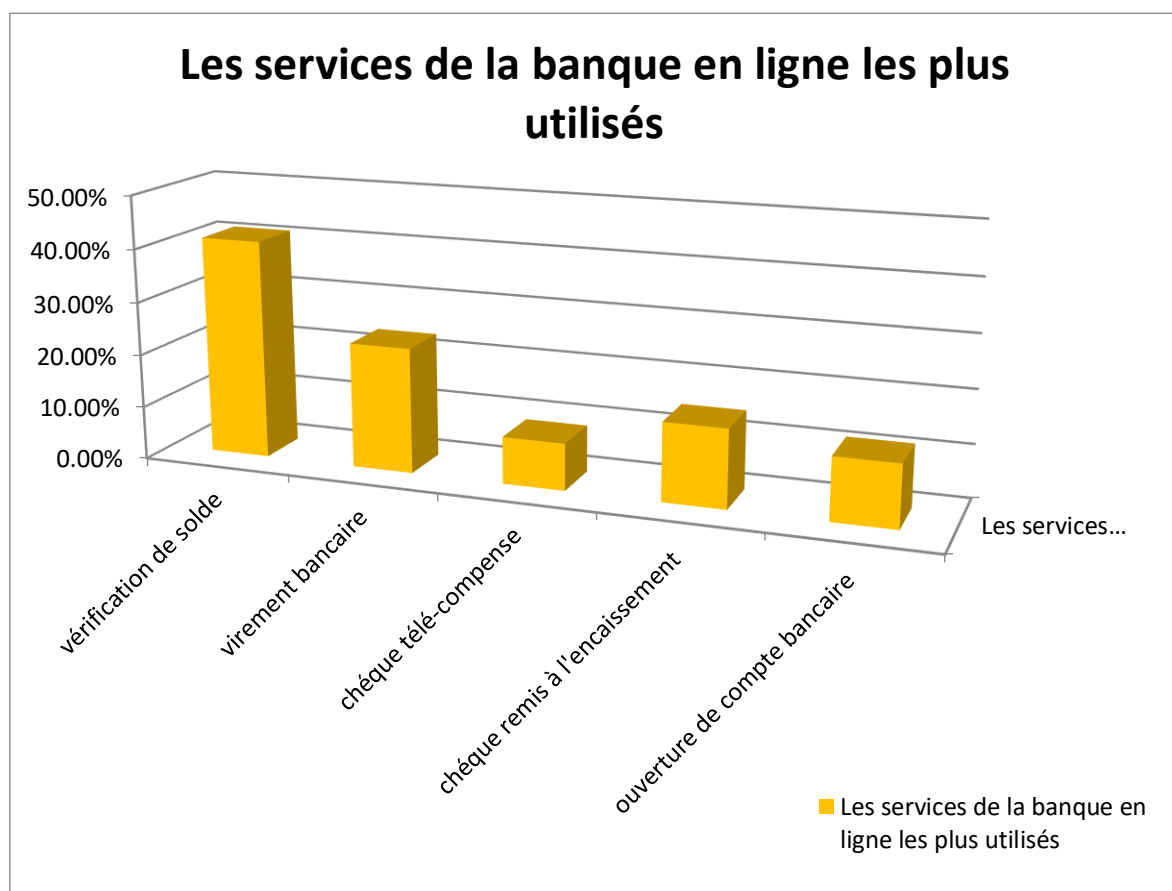
Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

Tableau n°08 : les services de la banque en ligne les plus utilisés

Les services utilisés	Nombre	Pourcentage
Vérification de solde	14	41,17%
Virement bancaire	08	23,53%
Chèque télé-compense	03	8,82%
Chèque remis à l'encaissement	05	14,72%
Ouverture de compte bancaire	04	11,76%

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n° 11: Les services de banque en ligne les plus utilisés



Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n° 08 et la figure n° 11, on constate que 41,17% utilisent le service de vérification de solde, 23,53% utilisent l'e-banking pour le virement bancaire, 14,72% l'utilise pour le service chèque remis à l'encaissement, 8,82% pour le chèque télé-compense et 11,76% pour l'ouverture d'un compte bancaire.

2.2.1.5 Évaluation de la qualité des services de l'e-banking par rapport aux banques traditionnelles :

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

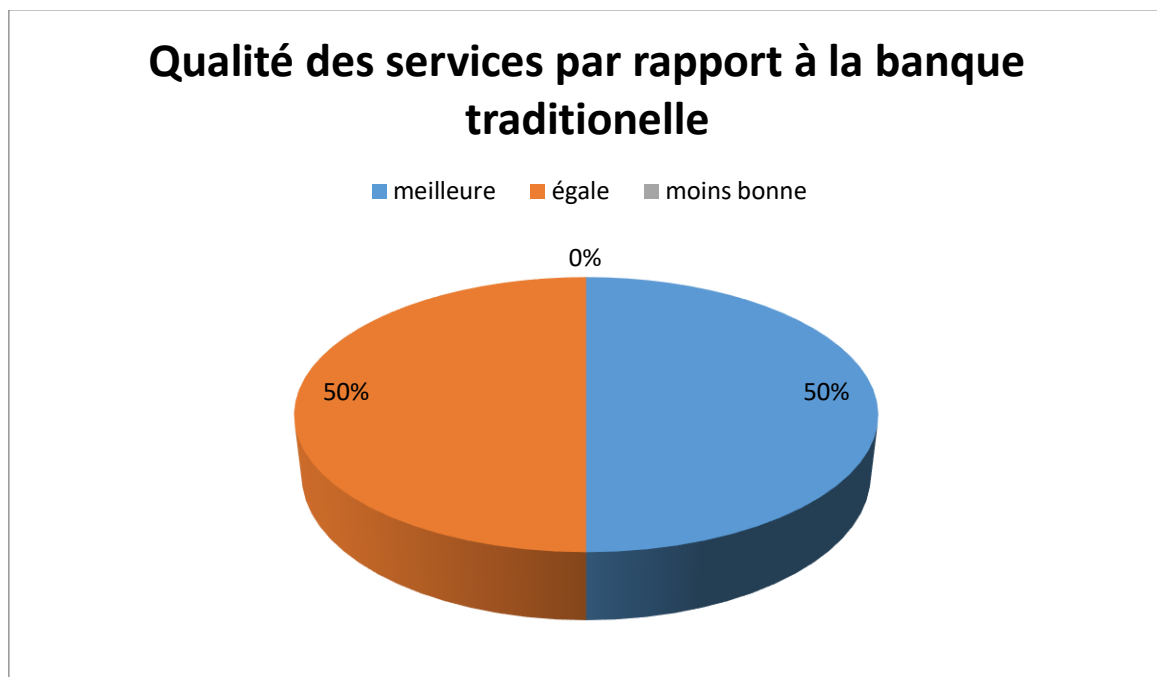
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant l'évaluation des qualités des services des différents axes de la banque

Tableau n° 09: évaluation des qualités des services des différents axes de la banque

La qualité des services par rapport à la banque traditionnelle	Nombre de réponses	Pourcentage
Meilleure	8	50%
Egale	8	50%
Moins bonne	0	0%
Total des réponses	16	100%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n° 12: La qualité des services par rapport à la banque traditionnelle



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n° 09 et la figure n° 12, on constate que 50% trouvent la qualité des services de la banque en ligne meilleure à celle de la banque traditionnelle et 50% la trouve égale.

2.2.1.6 Avantages de l'e-banking selon les interrogés

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

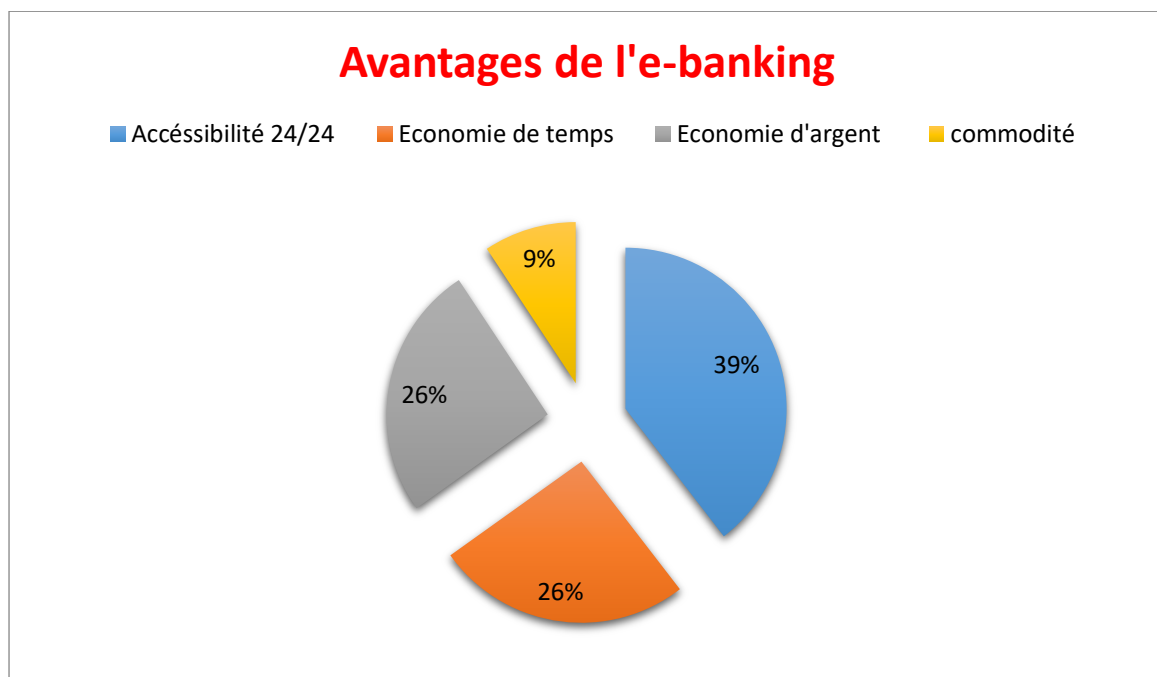
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant les avantages de l'e-banking selon les répondants.

Tableau n° 10: Avantages de l'e-banking selon les interrogés

Les avantages de l'e-banking selon les interrogés	Nombre de réponses	Pourcentage
Accessibilité 24h/24	17	39,54%
Economie de temps	11	25,58%
Economie d'argent	11	25,58%
Commodité	4	9,30

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n° 13: les avantages de l'e-banking selon les clients.



Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n° 10 et la figure n° 13, nous déduisons que 39% des clients interrogés trouvent que l'accessibilité 24h/24 est l'avantage principal de la banque en ligne, 26% trouvent que c'est avantageux par rapport à l'économie de temps et d'argent, enfin, 9% le recommande par rapport à la commodité.

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

2.2.1.7 Les inconvénients de l'e-banking selon les interrogés :

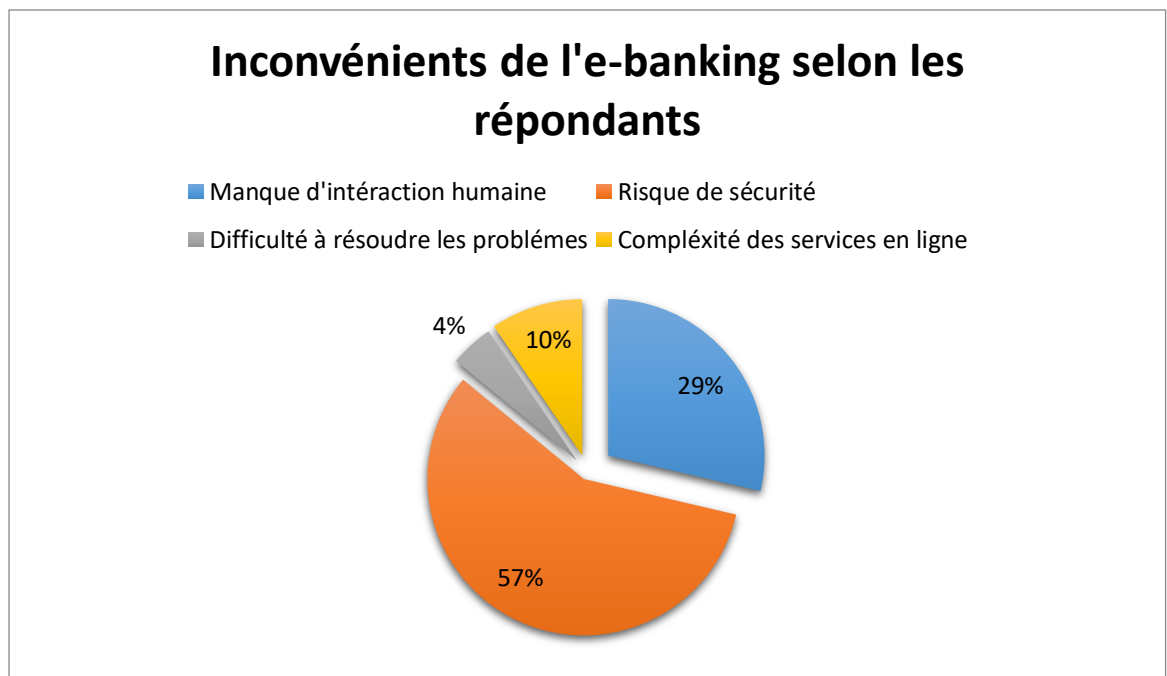
Le tableau ci-dessous représente le nombre de réponses concernant les inconvénients de l'e-banking selon les répondants.

Tableau n° 11 : les inconvénients de l'e-banking selon les répondants.

Inconvénients	Nombre de réponses obtenues	Pourcentage
Manque d'interaction humaine	6	28,58%
Risque de sécurité	12	57,15%
Difficulté à résoudre les problèmes	1	4,48%
Complexité des services en ligne	2	9,52%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n° 14: Inconvénients de l'e-banking selon les répondants.



source :Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n° 11 et la figure n° 14, on constate que la majorité (soit 57%) des interrogés trouvent que le risque de sécurité est l'inconvénient le plus redouté, le manque d'interaction humaine se situe à la deuxième place avec 29%, on trouve dans la troisième

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

place, la complexité des services en ligne avec 10%, et enfin, l'inconvénient le moins redouté est la difficulté à résoudre les problèmes avec un pourcentage de 4%.

2.2.1.8 Rencontre de problèmes lors de l'utilisation de l'e-banking :

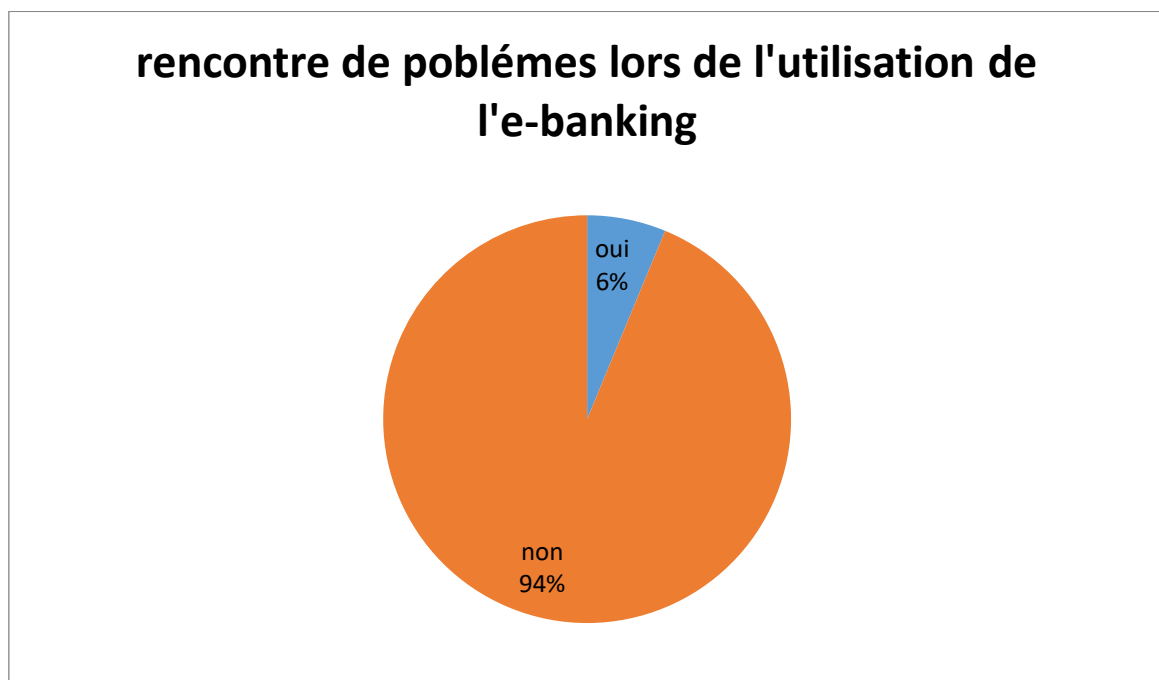
2.2.1.8.1 Existence de problèmes lors de l'utilisation de l'e-banking selon les clients

Tableau n° 12: réponses des clients à propos de rencontre de problèmes.

Existence de problèmes lors de l'utilisation de l'e-banking selon les clients	Nombre de réponses	Pourcentage
Oui	1	6,25%
Non	15	93,75%
TOTAL des réponses obtenus	16	100%

Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n° 15: réponses des clients à propos de rencontre de problèmes.



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n° 12 et la figure n° 15, on remarque que la grande plupart des clients interrogés n'ont pas rencontrés de problèmes lors de leurs utilisation de l'e-banking.

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

2.2.1.8.2 Les divers problèmes rencontrés lors de l'utilisation de l'e-banking :

Tableau n° 13 : Les divers problèmes rencontrés lors de l'utilisation de l'e-banking

Les divers problèmes rencontrés lors de l'utilisation de l'e-banking	Nombre de réponses
Problèmes techniques (connexions)	1
Sécurité (piratage, vol)	1
Fraude	0
Coûts (frais élevés des services)	0
Complexité de navigation	0

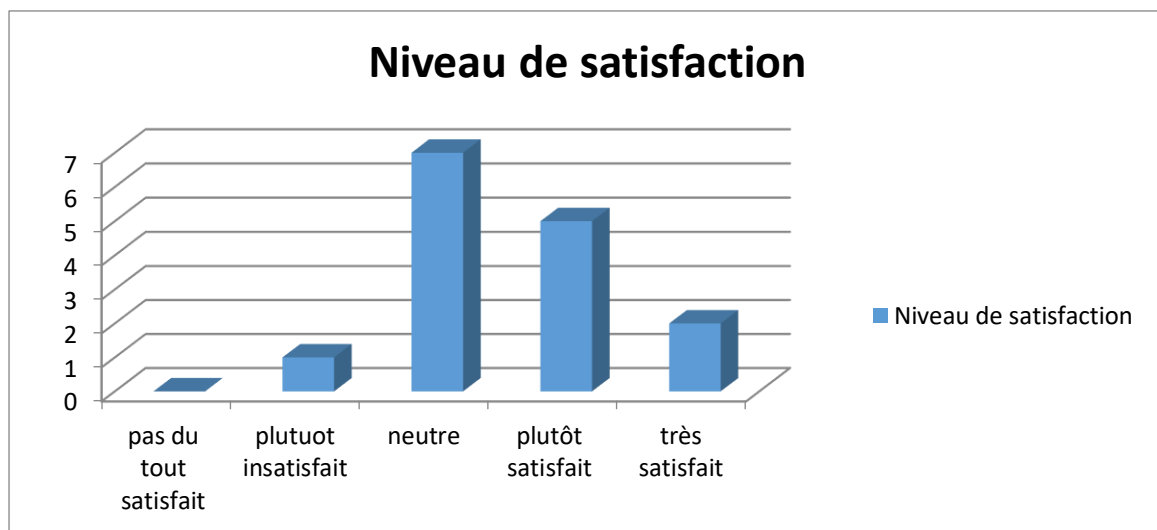
Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n° 13, on distingue que la minorité des clients ayant rencontrés des problèmes, soit 2 personnes, pensent que les deux principaux problèmes sont techniques et de sécurité.

2.2.1.9 Satisfaction des clients par les mises à jours des services proposés par la banque en ligne

Dans la figure ci-dessous on présente le niveau de satisfaction des clients par rapport aux mises à jour des services faites par la banque en ligne:-

Figure n° 16: Niveau de satisfaction des clients par les mises à jour proposés par la banque en ligne



Source : Élaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après la figure n° 16, on constate que la majorité des interrogés trouvent les mises à jours apportés sont de type normal, 5 personnes les trouvent plutôt satisfaisantes, 2 personnes parmi les clients pensent qu'elles sont très satisfaisantes.

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

2.2.1.10 Recommandations de l'e-banking en Algérie à d'autres personnes :

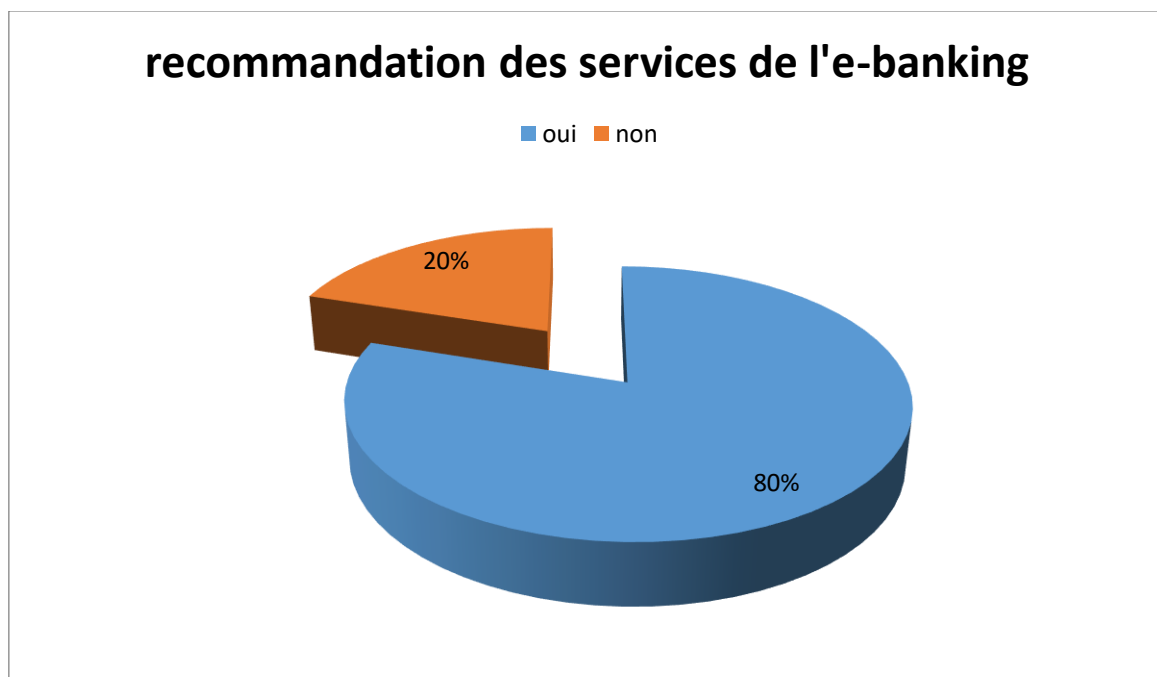
Le tableau ci-dessus représente les réponses acquises pendant l'interrogatoire à propos de la recommandation des services en ligne pour d'autres personnes.

Tableau n° 14: nombre de réponses par rapport à la recommandation des services de l'e-banking

Réponses des clients	Nombre de réponses	Pourcentage
Oui	16	80%
Non	04	20%
Total des réponses obtenues	20	100%

Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

Figure n° 17: Recommandation des services de l'e-banking



Source : Elaboré par nos soins à partir des données de l'enquête

D'après le tableau n° 14 et la figure n°17, on distingue que la majorité des répondants soit 80% sont prêts à recommander les services du e-banking à d'autres personnes, par contre 20% ne sont pas prêts à le faire.

Chapitre III : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein de la banque NATIXIS Algérie

Conclusion de la section 02

Dans cette section nous avons présentée la méthodologie suivie pour mener notre enquête, nous avons opté pour la méthode quantitative qui est basée sur l'échantillonnage non probabiliste et de convenance.

A l'aide du questionnaire que nous avons établis, nous avons pu voir les services les plus fréquentés par les clients de NATIXIS Algérie plus précisément les utilisateurs de l'application mobile BANXY, ainsi que le niveau de satisfactions de ces derniers et leurs craintes.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons pu présenter la banque NATIXIS Algérie et donner un aperçu de l'apparition de la première banque mobile en Algérie BANXY ainsi ses différents offres et services avec leur fonctionnement.

Notre étude empirique a révélé que l'adoption de l'e-banking est en constante augmentation avec de plus en plus de personnes préférant utiliser les services bancaires en ligne plutôt que se rendre physiquement dans une agence,

D'après notre enquête aux prêts des clients on constate que la croissance de l'adoption de ces services est conséquente de ces multiples avantages comme la facilité de l'utilisation et l'accessibilité 24/24.



Conclusion générale



Conclusion générale

Le développement et l'évaluation de l'E-banking en Algérie ont connu des avancées significatives au fil des années. L'E-banking qui désigne les services bancaires électroniques, a permis d'améliorer l'accès aux services financiers.

Les banques algériennes ont progressivement adopté des plateformes numériques plus particulièrement la banque Natixis Algérie avec des applications mobiles pour fournir des services tels que la consultation de comptes, les virements, les paiements de factures et les achats en ligne.

L'e-banking consiste à l'ensemble des services bancaires assurés par voie électronique. Il est aussi caractérisé par des opérations bancaires électroniques tels que les virements, les consultation des comptes, les paiements de factures.. Etc. Ce qui attire les utilisateurs à l'utiliser quotidiennement.

L'objectif de notre enquête est d'évaluer les caractéristique qui ont conduit la banque NATIXIS Algérie a adopté l'e-banking en Algérie, on mettant l'accent sur le terrain qui a été choisi pour apporter cette nouvelle technologie et sur les avantages et bénéfices apportés aux utilisateurs par rapport aux banques traditionnelles.

Pendant notre recherche nous avons consulté des articles de presse et des sites Web et un stage pratique sur le terrain avec l'appui d'une étude quantitative à l'aide d'un questionnaire destinés aux prés clients, ainsi que des documents interne fournis par la banque NATIXIS afin d'enrichir notre travail de recherche.

Dans notre cas, nous avons pu retenir un échantillon composé de 20 clients En utilisant la méthode non probabiliste de convenance.

A partir de notre étude et le questionnaire mis en place aux prés des clients de l'agence NATIXIS Tizi-Ouzou, on a déduit que l'avenir de l'e-banking semble prometteur selon les répondants à propos de la recommandation de la banque en ligne à d'autres personnes, avec un taux de 82%, ajouté à cela le fait que 50% trouvent que la qualité des services en ligne proposés sont meilleurs que ceux de la banque traditionnelles. Ce qui confirme l'hypothèse n°02 fournis dans l'introduction générale.

Nous avons constaté que la banque NATIXIS Algérie est la première banque à atterrir en ramenant un nouveau concept et une nouvelle démarche aux banques algériennes ce qui fait d'elle le leader numéro 1 de cette révolution qui touche l'Algérie, et avec la création de l'application BANXY et cela c'est parmi les facteurs qui ont conduit NATIXIS à venir dans un pays vierge afin de connaître le succès dans ce secteur, ce qui confirme l'hypothèse n°01 fournis dans l'introduction générale.

Néanmoins, pendant notre étude nous avons rencontrés des obstacles telles que, les difficultés d'obtention de certaines informations, l'échantillon était faible donc il est de préférence de mener une enquête avec un échantillonnage plus large, il est aussi préférable de faire une comparaison entre les banques étatiques et privées afin de mieux constater le développement de l'e-banking en Algérie.



Bibliographie



Bibliographie

✓ Ouvrage

Aggelis, V. G. (2005). The bible of e-banking. Athens: New Technologies Publications (en grec).

G. T. B. Khalsa College Of Education année 2019 International Journal of 3600 Management Review page 185.

Gaspard Claude 2019 titre « méthodologie de recherche » page 04.

Gaspard Claude 2019 titre « méthodologie de recherche » page 06.

Md. Abdul Hannan M, Mohammad Anisur. R, Md. Main U "E-banking: Evolution, Status and Prospects", The numeriquesCost and Management, Vol. 35 No.1, January-February, (2007), p.36-46.

MATHIEU.M, « OÙ VONT LES BANQUES ? » 2015/5 N° 115, « Le journal de l'école de Paris du management », p. 38-44.

DENOEL.C, « L'e-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? » Master en Sciences de Gestion, (école de gestion de l'Université de Liège).

✓ Mémoires

Mémoire réalisé par AbdelliRyadh et Ait SaidKoceila année 2020 thème «Les services d'e-banking en Algérie » UMMTO, page 77

Mémoire réalisé par ATOUI Nadjib& REKKOUCHE AbdEennourannée 2016 thème « Conception et Réalisation d'un Système E-Banking pour les Transactions Electroniques », UMMTO Page 16

Mémoire réalisé par Hibber Karima et ManseriLamara année 2020 thème « Le comportement du consommateur algérien face aux défis de l'E-Banking » UMMTO

Mémoire réalisé par MERBOUTI & Amina MESTOUR Ouerdia, année 2019, thème « La banque en ligne (e-banking) : état des lieux en Algérie », UMMTO

Mémoire réalisé par MOULKHALOUA Ali et MEDJADJI Omar année 2013 thème « Conception et réalisation d'un site Web E-Commerce » Université Abou BakrBelkaid– Tlemcen

Mémoire réalisé par Anissa HAMDI & Ouiza BELKESSAM année 2017, thème « la stratégie consommateur algérien face aux défis de l'E-Banking » UMMTO

✓ Sites web

<https://banque.ooreka.fr/comprendre/banque-commerciale>

<https://www.3vfinance.com/infinance-le-blog/fr/comprendre-le-risque-de-liquidite-definition-origines-et-consequences>

<https://www.3vfinance.com/infinance-le-blog/fr/risque-de-credit>

<https://www.abef-dz.org/abef/?q=presentation.html>

<https://www.africa24tv.com/fr/afrique-enjeux-de-la-bancarisation-et-inclusion-financiere>

<https://www.appvizer.fr/magazine/marketing/ecommerce/qu-est-ce-que-le-e-commerce>

<https://www.banquedeluxembourg.com/BLPortlets/bankServlet/GedGetFileServiceSvt/pdf/Conditions-d-acces-et-d-utilisation-des-services-E-Banking-banque-en-ligne>

<https://www.bank-of-algeria.dz/bureaux-de-representation/>

<https://www.bank-of-algeria.dz/cadre-legislatif-et-reglementaire/>

<https://www.bank-of-algeria.dz/histoire-de-la-banque/>

<https://www.bank-of-algeria.dz/les-etablissements-finaniers/>

<https://www.bank-of-algeria.dz/politique-monetaire-reglement/>

<https://www.banxybank.com>

<https://www.banxybank.com/fr/page/p2p-p70>

<https://www.banxybank.com/fr/page/p2p->

<https://www.boursedescredits.com/>

<https://www.capital.fr/>

<https://www.cairn.info/revue-d-economie-financiere-2019-3-page-99.htm>

<http://www.djazairess.com/letemps/89797>

<https://www.ebas.ch/fr/est-ce-que-je-gere-mon-e-banking-en-toute-securite/>

<https://www.enssea.net/systeme-bancaire-algerien/>

<https://www.fr.linkedin.com/pulse/e-banking-en-afrique-enjeux-et-defis-dans-la-gestion-des>

<https://www.interpol.int/>

<https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199123-b-to-c-ou-b2c-definition/>

<https://www.lafinancepourtous.com/?s=cartes+bancaires>

<https://www.lelynx.fr/finance/banque>

<https://www.mataf.net/fr/patrimoine/edu/banques-en-ligne/banques-en-ligne-histoire-et-fonctionnement>

<https://www.moovago.com/blog/b2g/>

<https://www.ncsc.admin.ch/ncsc/fr/home/infos-fuer/infos-private/aktuelle-themen/sicheres-e-banking.html>

<https://www.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/j.1681-4835.2005.tb00139.x>

<https://www.scribbr.fr/methodologie/echantillonnage/>

<https://www.scribbr.fr/methodologie/etude-quantitative/>

<https://www.shotify.tn/hub/commerce/e-commerce-types/>

<https://www.wizishop.fr/blog/historique-ecommerce>

<https://www.wikimemoires.net/2013/01/commodite-confiance-et-risques-de-l-ebanking/>

<https://www.wikimemoires.net/2013/commodite-confiance-et-risques-de-l-ebanking/>

https://www.wto.org/french/thewto_f/whatis_f/tif_f/bey4_f.htm

✓ **Documents**

Document interne de NATIXIS Algérie

***TABLE DES
MATIERES***

Table des matières

INTRODUCTION GENERALE.....	1
CHAPITRE I : L'avènement de l'e-banking.....	4
Section 01 : Conceptualisation du e-commerce	4
1.2 Evolution de l'e-commerce.....	6
1.2 Définition du e-commerce	7
1.3 Les type du e-commerce	7
1.3.1 Le commerce B to C (business to consumer).....	7
1.3.2 Le commerce B to B (business to business)	7
1.3.3 Le commerce B to G (business to gouvernement).....	7
1.3.4 Le commerce C to C (consumer to consumer)	7
1.3.5 Le commerce entreprises to entreprise E to E	8
1.4 Différence entre B2B et B2C.....	8
1.5 Mode de paiement en ligne	9
1.6 Les moyens de paiement du commerce électronique	9
1.7 Relation du e-commerce avec l'e-banking	10
Conclusion de la section 01	11
Section 02 : Cadre conceptuel sur l'e-banking	11
2.1 Définition de l'e-banking	11
2.2 Historique et développement de l'e-banking.....	13
2.3. Objectifs de l'e-banking	15
2.3.1 Gain du temps	15
2.3.2 Réduction du coût d'intermédiation et de transaction	16
2.3.3 Une extension géographique	16
2.3.4 Différenciation des produits	16

2.3.5 Sécurité	16
2.3.6 Offres de services supplémentaires	16
2.3.7 La simplicité d'utilisation	16
2.4 Evaluation des risques liés à l'e-banking.....	16
2.4.1 Présentation des risques liés à l'E-Banking	16
2.4.1.1 Les risques opérationnels	17
2.4.1.2 Les risques juridiques	17
2.4.1.3 Les risques de réputation	18
2.4.1.4 Le blanchiment d'argent	18
2.4.1.5 Autres risques	19
2.5 Evaluation des mesures de sécurité mises en place pour limiter ces risques	19
2.5.1 Cryptage	20
2.5.2. Authentification forte ou le choix d'un mot de passe optimale.....	20
2.5.3 Surveillance avec des antivirus	20
2.5.4 Notifications	20
2.5.5 Blocage de l'accès aux Services E-Banking.....	20
2.5.6 Devoirs de diligence du Client	20
Conclusion de la section 02	21
Conclusion.....	21
Chapitre II : L'E-Banking en Algérie.....	22
Section 01 : l'E-Banking au niveau mondial	22
1.1 Naissance et transformation de la banque en ligne.....	22
1.1.1 La principale banque en ligne des États-Unis.....	22
1.2 Apparition de la banque par ordinateur.....	22
1.3 La banque en ligne en Europe.....	24
1.3.1 L'e-banking en France	24

1.3.2 La banque en ligne en grande Bretagne.....	24
1.3.3 La banque en ligne en Grèce.....	24
1.4 La crise a changé le modèle de la banque de détail.....	24
1.4.1 La relance de la banque en ligne.....	24
1.4.2 Le nouveau modèle bancaire.....	25
1.5 Le digital banking en Afrique.....	25
1.5.1 En Afrique du nord	26
1.5.2 En Afrique du sud	26
1.5.3 Au Nigeria	26
1.5.4 Au Cameroun.....	27
1.6 La banque en ligne en Asie.....	27
1.6.1 En chine.....	27
1.6.2 En Malaisie.....	28
Conclusion section 01.....	28
Section 02 : l'évolution de la banque en ligne en Algérie.....	28
2.1 L'évolution du système bancaire Algérien.....	28
2.1.1 La banque centrale	29
2.1.1.1 Cadre législatif et réglementaire de la banque centrale.....	29
2.1.2 Les banques commerciales	30
2.2 Bureaux de représentation des grandes banques internationales.....	31
2.3 Les établissements financiers.....	31
2.4 L'Association des Banques et Etablissements Financiers (ABEF)	31

2.5 Modernisation de système bancaire algérien	31
2.5.1 La SATIM	31
2.5.2 La monétique en Algérie	32
2.5.2.1 Définition	32
2.5.2.2 La carte bancaire	32
2.5.2.3 Les cartes de paiement interbancaire CIB Classique et gold	34
2.5.2.4 Les automates bancaires.....	34
 2.6 Les services actuels de l'E-banking dans les banques algériennes	 36
 Conclusion de la section 02.....	 38
 CONCLUSION	 38
 CHAPITRE 03 : Etude empirique sur l'application de l'E-banking au sein	
de la banque NATIXIS	
Algérie.....	41
 Section 1 : Présentation de la banque NATIXIS Algérie.....	 41
 1.1 Historique de NATIXIS Algérie	41
 1.2 Le groupe BPCE	41
1.2.1 Organigramme de la BPCE	41
 1.3 NATIXIS Algérie	42
1.3.1 Les missions de la banque NATIXIS Algérie.....	43
 1.4 L'agence de TIZI-OUZOU.....	43

1.4.1 Organigramme de l'agence de TIZI-OUZOU.....	43
1.4.2 Missions des différents employé(e)s de l'agence.....	44
1.5 L'apparition de l'application mobile BANXY	44
1.6 Ouverture d'un compte BANXY	45
1.7 Les offres de BANXY	46
1.7.1 Carte CIB GOLD	46
1.7.2 Virement P2P.....	46
1.7.2.1 Le virement ponctuel	46
1.7.2.2 Le virement permanent	46
1.7.2.3 Le virement différé	46
1.7.3 Opération de virement sur l'appBanxy	46
Conclusion de la section 01.....	47
Séction 02 : Méthodologie de recherche et analyse des résultats	47
2.1 Méthodologie de la recherche.....	48
2.1.1 L'étude quantitative	48
2.1.2 Terrain d'étude	48
2.1.3 L'objectif de l'étude	48
2.1.4 La collecte des données	48
2.1.4.1 Le questionnaire	48
2.1.5 L'échantillonnage	49
2.1.5.1 Méthode d'échantillonnage.....	50
2.1.5.2 Type d'échantillon non probabiliste.....	50
2.1.6 Méthode d'analyse des données.....	51

2.2 Analyse des données	51
2.2.1 Analyse de résultats	51
2.2.1.1 Le genre des clients interrogés.....	51
2.2.1.2 La tranche d'âge des clients interrogés	52
2.2.1.3 Depuis combien de temps les client se serve de l'e-banking.....	52
2.2.1.4 Les services de banque en ligne les plus utilisés	53
2.2.1.5 Évaluation de la qualité des services de l'e-banking par rapport aux banques traditionnelles	54
2.2.1.6 Avantages de l'e-banking selon les interrogés	55
2.2.1.7 Les inconvénients de l'e-banking selon les interrogés	57
2.2.1.8 Rencontre de problèmes lors de l'utilisation de l'e-banking	58
2.2.1.8.1 Existence de problèmes lors de l'utilisation de l'e-banking selon les clients.....	58
2.2.1.8.2 Les divers problèmes rencontrés lors de l'utilisation de l'e-banking	58
2.2.1.9 Satisfaction des clients par les mises à jour des services proposés par la banque en ligne	59
2.2.1.10 Recommandations de l'e-banking en Algérie à d'autres personnes	59
Conclusion de la section 02	60
Conclusion	61
CONCLUSION GENERALE	62

Résumé

Le secteur bancaire a été profondément bouleversé par la révolution technologique de l'information et de la communication, ce qui a conduit à la création de la banque électronique, la plupart des banques proposent une application mobile qui facilite les transactions en quelques clics. Son utilisateur a simplement besoin d'un smartphone, d'une connexion Internet, d'une application mobile et d'un service bancaire actif.

Dans ces circonstances, l'utilisation de la banque en ligne est devenue une exigence pour la banque d'une part et pour la clientèle d'autre part.

Dans ce travail de recherche, nous avons tenté en premier lieu de conceptualiser les différents nouveaux concepts notamment le commerce électronique et l'e-banking. Ensuite nous avons traité l'évolution remarquable de la banque en ligne dans les divers coins du monde plus particulièrement dans notre pays.

Enfin, pour mieux comprendre le contexte, le déroulement de cette nouvelle technologie et les caractéristiques qui ont poussés les banques Algériennes à adopter cette dernière nous avons pu se rendre sur le terrain qui était la banque NATIXIS Algérie, l'une des meilleures banques en Algérie avancée dans le E-Banking et la digitalisation en générale.

Mots clés : e-commerce, e-banking.