

**Université Mouloud MAMMERRI de TIZI-OUZOU**  
**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de**  
**Gestion**  
**Département des Sciences Economiques**



**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du Diplôme de Master**  
**En Sciences Economiques**

**Option : Economie Monétaire et Bancaire**

**Thème :**

**Le niveau de pénétration des produits**  
**bancaires en Algérie**

**Réalisé par :**

HANED HACENE

**Dirigé par :**

KHAMMES ABDENNOUR

**Devant le jury composé de :**

**Président :** HAMDAD TOUFIK, Maître assistant A, UMMTO

**Rapporteur :** KHAMMES Abdennour, Maître assistant A, UMMTO

**Examineur :** FERRAT MARZOUK, Maître assistant A, UMMTO

## Remerciements

Nous tenons à remercier le bon Dieu tout puissant de nous avoir offert l'opportunité de franchir ce stade de savoir, et de réaliser ce travail.

Mes remerciements les plus vifs s'adressent tout particulièrement au Monsieur KHAMMES Abdenour pour avoir accepté de diriger ce travail, tout en me conseillant, m'aidant et m'encourageant tout au long de mes recherches.

Nos remerciements vont aux membres de jury qui ont accepté de lire et d'évaluer ce mémoire.

Nous tenons à remercier également le personnel des agences bancaires qui nous ont fourni les informations nécessaires à la réalisation du présent mémoire.

Enfin, nous remercions toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

## Dédicaces

### **Je dédie ce travail :**

A mes chers parents ;

A mes frères et sœurs ;

A mes amis ;

A tous ceux qui m'ont soutenu et ont cru en moi.

# Liste des abréviations

## Liste des abréviations

CMAR : Caisse mutuelle agricole de retraite.

CNAC : Caisse nationale d'assurance chômage.

CNEP : Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance.

CNMA : Caisse Nationale de Mutualité Agricole.

CIB : Carte Interbancaire.

CPA : Crédit Populaire Algérien.

RTGS : Real time gross settlement system (système de règlement brut en temps réel).

SGA : Société Générale Algérie.

SNL : Société Nationale de Leasing.

SPA : Société Par Action.

SRH : Société de Refinancement Hypothécaire.

TIC : Techniques d'Information et de Communication.

TIP : Titre interbancaire de paiement.

TPE : Terminal de paiement électronique.

UBM : Union des Banques Maghrébines

UEMOA : Union économique et monétaire ouest-africaine.

# Liste des tableaux

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Evolution du secteur bancaire algérien (nombre d'agence) .....	62
Tableau 2 : Evolution des ressources collectées des banques .....	63
Tableau 3: Répartition des dépôts par secteurs institutionnels.....	65
Tableau 4 : Répartition des crédits bancaires (y compris CNEP) .....	66
Tableau 5: Répartition des crédits par maturité.....	68
Tableau 6: volume en milliers d'opération et valeur en milliards de dinars .....	71
Tableau 7: statut juridique des banques de notre échantillon.....	78
Tableau 8: Éléments de notre enquête.....	79
Tableau 9 : Classification de la clientèle selon l'âge .....	80
Tableau 10 : Classification de la clientèle selon leur profession .....	82
Tableau 11 : proportion de la clientèle féminine.....	83
Tableau 12: revenu moyen de la clientèle des agences de notre échantillon .....	84
Tableau 13 : adaptation des produits et services bancaires aux ménages à faibles revenus ...	85
Tableau 14 : moyen de paiement mis à disposition.....	86
Tableau 15 : différenciation des produits et services. ....	87
Tableau 16 : produit de finance islamique aux seins des agences de notre échantillon.....	88
Tableau 17 : les produits phare des agences de notre échantillon.....	89
Tableau 18 : ouverture de comptes épargne par rapport aux autres produits et services .....	90
Tableau 19 : importance des étudiants comme clientèle potentielle de la banque .....	90
Tableau 20 : tranche d'âge la plus difficile à cerner en matière de produits et services .....	91
Tableau 21 : Adaptation des produits et services aux besoins de la population .....	92
Tableau 22 : adaptation des produit à la clientèle féminine .....	94
Tableau 23 : services bancaires en lignes proposés par les banques .....	95
Tableau 24 : taux d'acceptation des demandes de crédits bancaires.....	95
Tableau 25 : principaux motifs de rejet des demandes de crédit.....	96
Tableau 26 : captation et fidélisation de la clientèle âgée entre 18 et 35ans.....	98
Tableau 27 : Rôle des produits de la finance islamique dans l'inclusion financière .....	99
Tableau 28 : impacte de densification du réseau bancaire dans la bancarisation.....	100
Tableau 29 : impacte des TIC dans la captation de nouveaux clients .....	100
Tableau 30 : Sélection des clients à travers une politique produit .....	101
Tableau 31 : Causes du manque de culture bancaire en Algérie.....	103
Tableau 32 : complexité de la procédure d'ouverture de compte .....	104
Tableau 33 : demande de justification de revenu pour bénéficier des produit et services bancaires.....	105

# Listes des figures

## Liste des figures

Figure 1 : volume des opérations bancaires traitées durant l'année 2018 .....	70
Figure 2 : Classification de la clientèle selon l'âge .....	81
Figure 3 : Classification de la clientèle selon leur profession .....	82
Figure 4 : pourcentage de femme au siens des agence de notre échantillon .....	83
Figure 5 : revenu mensuel moyen de la clientèle des agences de notre échantillon .....	84
Figure 6 : adaptation des produits et services bancaires aux ménages à faibles revenus .....	85
Figure 7 : moyens de paiement proposé par les agences de notre échantillon. ....	86
Figure 8 : différenciation des produits et services des agences de notre échantillon. ....	87
Figure 9 : produit de finance islamique aux seins des agences de notre échantillon. ....	88
Figure 10 : les produits phare des agences de notre échantillon. ....	89
Figure 11 : ouverture de comptes épargne par rapport au autre produit et services.....	90
Figure 12 : importance des étudiants comme clientèle potentielle de la banque .....	91
Figure 13 : tranche d'âge la plus difficile à cerner en matière de produits et services .....	92
Figure 14 : Adaptation des produits et services aux besoins de la population .....	93
Figure 15 : adaptation des produits à la clientèle féminine .....	94
Figure 16 : services bancaires en ligne proposés par les banques .....	95
Figure 17 : taux d'accord des demandes de crédit .....	96
Figure 18 : principales motif de rejet des demandes de crédit .....	97
Figure 19 : captation et fidélisation de la clientèle âgée entre 18 et 35ans .....	98
Figure 20 : Rôle des produits de la finance islamique dans l'inclusion financière.....	99
Figure 21 : impacte de densification du réseau bancaire dans la bancarisation .....	100
Figure 22 : impacte des TIC dans la captation de nouveaux clients .....	101
Figure 23 : Sélection des clients à travers une politique produit.....	102
Figure 24 : Causes du manque de culture bancaire en Algérie .....	103
Figure 25 : Complexité de la procédure d'ouverture d'un compte bancaire .....	104
Figure 26 : demande de justificatifs de revenus pour bénéficier des produit et services bancaires .....	105

# **Sommaire**

# Sommaire

## Sommaire

<b>Sommaire</b> .....	10
<b>Introduction générale</b> .....	1
<b>Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie</b> 6	
Section 01 : Généralités sur la Banque .....	6
Section02 : les produits bancaires et les moyens de paiement .....	16
Section 03: l'évolution du système bancaire algérien .....	30
<b>Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie</b> .....	37
Section 01 : La bancarisation et les Facteurs influençant le comportement de la population à l'égard des services bancaire .....	37
Section 02 : Les indicateurs de mesure et niveaux de la bancarisation .....	44
Section 03 : la bancarisation en Algérie .....	54
<b>Chapitres III : Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou</b> .....	74
Section 1 : Présentation de la méthodologie de recherche .....	74
Section 02 : analyse des caractéristiques de la clientèle des agences et leur gamme de produits .....	80
Section 03: analyse des déterminants de la bancarisation .....	93
<b>Conclusion générale</b> .....	108
<b>Bibliographie</b> .....	112
<b>Les annexes</b> .....	116

# **Introduction générale**

# Introduction générale

## Introduction générale

Le secteur bancaire a subi des changements rapides, suivis d'une série de développements fondamentaux dus à la libéralisation et à la déréglementation financière. Cela a eu comme conséquence l'augmentation de la concurrence entre les institutions financières.

Les banques se sont engagées dans une mutation qui s'est traduite par une bancarisation plus importante et par des opérations plus rapides. Pour comprendre la bancarisation et son évolution future, il paraît primordial de mettre l'accent sur les concepts, qui la sous-entendent.

La bancarisation constitue l'emprise plus au moins grande de l'institution bancaire sur une population donnée et se concrétise par le pourcentage de la population ayant accès aux services bancaires, ce processus est variable dans le temps et selon les pays<sup>1</sup>

Le développement des institutions et les progrès en matière d'intermédiation bancaire ont entraîné l'évolution et la diversité des instruments de paiement. Les nouvelles technologies de transmission de données et les progrès en informatique sont à la base de l'amélioration remarquable de leurs procédures de recouvrement et de transactions.

En effet, le paiement par carte bancaire est l'un de ces moyens considéré comme efficace et nécessaire au commerce des biens et services. Ce nouveau moyen électronique a en effet, connu un essor incontournable depuis son apparition dans les années 50 aux Etats Unis. Mais la véritable évolution n'a eu lieu qu'après le développement rapide des Nouvelles Technologies de l'Information et de Communication (TIC) à la fin des années 90, principalement grâce aux succès du réseau internet.

Concernant, le projet de modernisation du système de paiement algérien, ce dernier est le produit d'un processus qui s'est réalisé en plusieurs étapes. Après l'indépendance, il est constitué au départ de l'héritage des institutions et structures existantes puis à partir de 1970, les modes d'organisation et de fonctionnement de ce système ont été modulés par les choix et les options politiques et économiques.

Ces réformes bancaires ont connu plusieurs phases depuis 1990, avec la promulgation de la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit, qui fut renforcée en 2003 par la mise en place de l'ordonnance 30-11 de 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit. Ces lois ont pour objectif le lancement de la croissance des opérations bancaires, accompagné par une garantie durable des activités bancaires et la modernisation des systèmes et moyens de paiement.

---

<sup>1</sup>Chabha BOUZAR, Benhalima AMMOUR, la bancarisation dans le contexte de libéralisation financière en Algérie, les Cahiers du CREAD n°95, 2011 Cahiers du CREAD n°95, 2011

## Introduction générale

Le système bancaire était assujéti à de profondes réformes visant à rapprocher l'activité bancaire des standards internationaux. Par conséquent, une optique de modernisation des activités financières, les instruments de paiement ainsi que les procédures de recouvrement des paiements connaissent la mise en place d'un projet de réforme.

A cet égard, la mise en place de moyens de paiement électroniques est l'une des priorités des pouvoirs publics algériens. Elle fait partie des outils de modernisation du système bancaire, à l'instar du système de télé-compensation des instruments de paiement de masse, et la création ensuite de la GIE Monétique, pour une meilleure régulation du système monétique interbancaire et la définition des missions et des attributions de l'ensemble des acteurs du secteur bancaire et financier.

### Motif du choix du sujet

Notre choix s'est porté sur ce thème d'abord pour sa relation avec notre formation, ensuite, même si l'Algérie a connue une évolution importante en termes de couverture bancaire, il reste néanmoins des insuffisances en termes de bancarisation de la population. A partir de ce constat nous avons entrepris ce travail pour essayer d'identifier les facteurs qui peuvent améliorer l'accès aux services bancaire des algériens.

### Problématique

Dans l'optique d'identifier l'état de la bancarisation de la population en Algérie, mais aussi le rôle que peut jouer le système bancaire, nous allons nous atteler à répondre à la question principale qui suit : « **Quels sont les principaux facteurs qui influencent le niveau de pénétration des services bancaires en Algérie ?** »

Cette question suscite d'autres questions à savoir ;

- Comment le système bancaire algérien a évolué?
- Quel sont les freins à une meilleure bancarisation en Algérie?
- Quel sont les actions qui peuvent étre mis en place afin d'augmenter le taux de bancarisation en Algérie?

# Introduction générale

## Objectifs de recherche

Nous avons choisi le présent thème d'étude afin d'essayer de comprendre la stagnation de la bancarisation en Algérie alors qu'on est dans un monde moderne où les services bancaires sont essentiellement conçus pour faciliter les transactions.

C'est une recherche qui nous permettra de mettre les points sur les systèmes et moyens de paiement modernes en Algérie et vérifier au même temps le niveau de bancarisation dans les transactions bancaires et quels sont les contraintes et obstacles rencontrés.

Nous aurons comme objectifs :

1. D'identifier les différents facteurs facilitant la bancarisation
2. D'analyser l'offre de services bancaires mis à la disposition des clients et leurs degrés d'accessibilité ;
3. De déterminer s'il existe des pratiques discriminantes qui freinent la bancarisation de la population ;

## Méthodologie de recherche

Afin de répondre à notre problématique, on va adopter les deux démarches suivantes :

- ✓ La démarche descriptive ;
- ✓ La démarche empirique (pratique);

La première démarche se fera en ayant recours à des recherches documentaires en utilisant des ouvrages, des revues, des mémoires, des articles, cela nous permettra de présenter les différents métiers de la banque, les moyens de paiement et son évolution en Algérie.

La seconde, se fera à l'aide d'un questionnaire adressé à un échantillon d'agences bancaires, cela va nous permettre de collecter plus d'informations qui nous serviront dans la partie pratique de notre mémoire.

# Introduction générale

## Structure du mémoire

Afin de mener à bien notre analyse et essayer de répondre à ces questions on a structuré notre travail en trois chapitres, **en premier lieu** on verra des généralités sur les banques leurs produits et services ainsi que l'évolution du système bancaire algérien à travers le temps, ensuite on va passer au **second chapitre** qui comporte des généralités sur la bancarisation ainsi que les outils de mesure de la bancarisation pour finir avec le chapitre deux on va essayer de faire un état de lieux sur la bancarisation en Algérie ou on va voir les principaux facteurs et les freins de la pénétration des services bancaires en Algérie.

Pour finir **le troisième chapitre** constitue notre cas pratique, il est composé de trois sections, on explique la démarche méthodologique qu'on a suivie afin de collecter les données en premier lieu puis on met le point sur le diagnostic de la clientèle des agences bancaires et leurs produits et services pour finir on termine par un diagnostic des facteurs reliés directement à la bancarisation.

Pour finir **le troisième chapitre** constitue notre cas pratique, il est composé de trois sections, on explique la démarche méthodologique qu'on a suivie afin de collecter les données en premier lieu puis on met le point sur le diagnostic de la clientèle des agences bancaires et leurs produits et services pour finir on termine par un diagnostic des facteurs reliés directement à la bancarisation.

**Chapitre I:**

**Généralités sur le système et  
services bancaires et son  
évolution en Algérie**

# **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

## **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

### **Introduction**

La croissance des marchés financiers internationaux et la diversité accrue des moyens de financement ont permis aux banques de disposer de fonds plus importants. En même temps, les marchés se sont développés, et de nouvelles opportunités sont apparues pour concevoir de nouveaux produits et d'offrir de nouveaux services. Si le rythme de cette évolution semble plus rapide dans certains pays que dans d'autres, les banques, partout dans le monde, deviennent de manière générale plus impliquées dans le développement de nouveaux moyens de financement, de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles techniques. La pratique bancaire traditionnelle basée sur les dépôts et sur l'octroi de crédits ne constitue plus aujourd'hui qu'une partie de l'activité commerciale typique des banques, souvent la moins profitable.

Nous allons dans ce chapitre, exposer d'abord des généralités sur la banque et ses activités, ensuite nous allons traiter les moyens de paiements mis à la disposition des clients par les banques et nous allons finir par une description des différentes étapes et évolutions qu'a connues le système bancaire en Algérie.

### **Section 01 : Généralités sur la Banque**

L'évolution des banques aujourd'hui représente un enjeu considérable pour leur survie, car elle détermine pour chaque banque sa part de marché, sa capacité à distribuer des crédits, sa trésorerie, son rôle sur le marché en tant que prêteur ou emprunteur. La banque est à la fois un établissement de dépôts et un moyen de financement par l'octroi des crédits bancaires, ce qui met la banque au premier rang dans la vie économiques des pays. Et c'est là, le but de cette première section par laquelle nous allons démontrer c'est quoi cette institution, son rôle et les différentes opérations effectuées par cette dernière.

#### **1.1. Origines de la banque**

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

La banque n'est pas un principe nouveau, produit d'une économie de marché totalement ouverte. On retrouve les traces de ces mécanismes quatre siècles avant Jésus-Christ : les changeurs banquiers avaient déjà pour fonction de faire fructifier les dépôts. Au détour des 17<sup>e</sup>-18<sup>e</sup> siècles, l'exercice du métier est alors surtout aux mains des banquiers italiens, flamands et israélites. Le terme de « banque » apparaît à cette période et vient du mot italien *banco*, signifiant « comptoir où l'on s'échange des marchandises »<sup>2</sup>.

La banque connaît des innovations considérables sous l'influence de grandes familles de banquiers, à l'instar des MEDICIS qui développent le principe de la lettre de change pour accompagner l'internationalisation des activités marchandes autrement dit pour assurer des paiements via des documents écrits, sans or ou monnaie frappée.

L'idée de confiance est donc, dès l'origine, une condition fondamentale au fonctionnement de ces nouveaux dispositifs, qui amènent à accepter de renoncer à des valeurs tangibles au profit de documents écrits. Progressivement, les plus grandes banques s'implantent sur le territoire européen pour servir les intérêts d'acteurs économiques (commerçants, premiers créateurs d'entreprises) et financer leurs activités.

L'Angleterre structure son activité bancaire autour d'une banque centrale dès 1700 et assure les bases d'un système de refinancement en liquidité et de compensation des effets et lettres de change. Longtemps restée en retrait, la finance française accompagne la révolution industrielle et se développe considérablement au cours des 18<sup>e</sup> et 19<sup>e</sup> siècles.<sup>3</sup>

Le 20<sup>e</sup> siècle est l'époque d'une nouvelle ère pour la banque, centrée sur le traitement de l'information. C'est surtout à partir des années trente que l'on assiste à une industrialisation des services bancaires avec le développement de l'épargne, la croissance de la population bancarisée, ainsi que la diversification vers des métiers appuyant le développement des échanges internationaux (opération de change, financement de l'exportation).<sup>4</sup>

## 1.2. Définitions de la banque

La banque « est un établissement, possédant un statut juridique (personne morale) une organisation spécifique avec ses attributions et ayant une stratégie d'entreprise chargée de la collecte des fonds sous forme de tout dépôt de nature qu'elle emploie dans les

---

<sup>2</sup>Éric LAMARQUE, Vincent MAYMO, *Économie et gestion de la banque*, Dunod, 2015, Paris

<sup>3</sup>André STRAUS, *Banques et industrie en France et en Angleterre : des années 1880 à la Seconde Guerre mondiale* Directeur de recherches, CNRS ; enseignant, université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

<sup>4</sup>Éric LAMARQUE, Vincent MAYMO, *La place et le rôle des banques dans l'économie*, Dunod, Paris, 2015.

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

opérations de crédit». <sup>5</sup>Il existe aussi d'autres définitions de la banque, selon qu'on se positionne sur le plan juridique ou économique.

## 1.2.1 Définition juridique

L'ordonnance N° 03-11 du 26 108 /2003 relative à la monnaie et au crédit stipule : «les banques sont considérées comme des personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle et principalement les opérations portant sur la réception des fonds du public, des Opérations de crédit ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et de gestion de ceux-ci. »

## 1.2.2 Définition économique

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

## 1.3. Le rôle de la banque

La banque est une entreprise dont le rôle essentiel consiste à recevoir les fonds que lui confie sa clientèle et à prêter une partie de ces fonds à ceux qui en ont besoin sous forme de crédit. En effet, la banque est un collecteur de dépôt et un distributeur de crédit et son rôle économique consiste à contribuer au financement du secteur public et du secteur privé par le biais du crédit. Le fait donc de collecter une épargne oisive et de la mettre à la disposition des agents économiques qui en font la demande constitue le rôle économique de la banque. <sup>6</sup>

## 1.4. Traits actuels de l'activité bancaire

La première caractéristique de la banque actuelle, par rapport à celle d'hier est certainement sa grande diffusion dans la société. Nul particulier n'échappe à la « bancarisation » obligatoire pour percevoir ses salaires. Le banquier est de plus en plus intégré à la vie des affaires, à tous ses stades. Depuis la constitution d'une société jusqu'au financement de son activité

---

<sup>5</sup> Chabha BOUZAR, Benhalima AMMOUR, la bancarisation dans le contexte de libéralisation financière en Algérie, les Cahiers du CREAD n°95, 2011.

<sup>6</sup>George GLOUKOVIEZOFF, Jeanne LAZARUS, la relation des services dans la banque, revue de littérature volet 1

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

quotidienne, sans oublier les divers investissements, le banquier est l'interlocuteur obligé du chef d'entreprise.

La seconde révolution du banquier est la révolution informatique parfois on se contente d'adopter les Instruments anciens aux ordinateurs ainsi les chèques sont dotés d'une bande magnétique permettant La lecture automatique. Mais d'autres procédés purement informatiques peuvent aussi être utilisés par exemple le distributeur automatique de billets

Le monde bancaire, comme le monde économique en général est de plus en plus ouvert vers l'extérieur. Il existe de nombreuses Operations bancaires internationales.<sup>7</sup>

## 1.5.L'organisation de la profession bancaire

L'activité de la banque a vu le jour comme conséquence logique au développement économique et social des sociétés humaines et leur croissance démographique. Ainsi, les banques de dépôts, d'affaires et de crédits à moyen et long terme sont créées en réponse a cette évolution, œuvrant pour le développement des opérations d'intermédiation et des opérations de commerce qui, auparavant, se faisaient de manière directe entre les opérateurs économiques et autres particuliers.

Avec la multiplication et la diversité des besoins parfois très complexes, sollicitant beaucoup de services bancaires à la fois, une désécialisation a été adoptée dans le secteur en favorisant la création de banques commerciales universelles pour répondre à ces besoins.<sup>8</sup>

### 1.5.1 La banque commerciale

Connue sous le nom de banque de dépôt et /ou decrédit, elle est le plus ancien type de banque L'appellation commerciale trouve son origine dans le fait qu'elle s'est spécialisée dès sa création dans le financement du commerce qui représentait la plus grande activité économique de l'époque.

Elle assure trois (03) fonctions essentiellement :

- Les services de paiement et de recouvrement ;
- L'octroi du crédit ;
- La collecte de dépôts.

---

<sup>7</sup> The Professions and the Social Structure”, Essays in Sociological Theory, New York, Free Press, pp.34-49, traduit dans Eléments pour une sociologie de l'action, Paris, Plon (1963) et cité par Dubar et Tripier (1998, pp.81-90)

<sup>8</sup> Roger COSTE les entreprise financière et mutation face au commerce de l'épargne

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

Etant à la fois banque des particuliers et des entreprises, la banque commerciale développe principalement une activité de crédit à court terme (compte débiteur et escompte commercial). Toutefois, elle assure également des engagements à long et moyen terme.

## 1.5.2 La banque d'investissement

Sa principale activité est tournée vers le financement de projets d'investissement. Elle contribue à la création de nouvelles entreprises, de nouvelles unités d'entreprises ainsi qu'à la revalorisation et au renouvellement des équipements de production de ces dernières. Et pour cela, elle assoit son activité sur des ressources plus ou moins stables de différentes natures.

Les établissements financiers correspondent à une fonction économique qui s'intègre au système financier d'un pays, ils ont pour missions :

- Une collecte de ressources de nature financière et non commerciale ;
- Une optimisation d'un portefeuille de crédits pouvant relever de différents domaines d'activité ;
- Des prestations de services rapides ;
- Des conditions de taux supérieures à la moyenne ;
- Un système de refinancement complexe.

## 1.5.3 Les organismes spécialisés

Des organismes spéciaux tels que le crédit Agricole ou les banques de développement créés pour prendre en charge le financement des investissements à long terme qui compte tenu de leurs risques, ne peuvent être financés que par des capitaux privés. Leur politique de crédit est arrêtée en fonction des critères relevant de la politique économique des pouvoirs publics.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>David VAN DEN ABBE, Jean FANIEL Courrier hebdomadaire du CRISP 1998/16 n° 1601

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

## 1.5.4 La banque centrale

La banque centrale est réputée banque des banques. Elle exerce un contrôle sur l'activité des banques par les différents règlements notamment en matière de gestion prudentielle, de réglementation des changes et aussi par sa détermination de la politique monétaire. Elle a, entre autre, la prérogative de l'émission de la monnaie par la dérogation de l'état et la protection de sa valeur interne et externe.<sup>10</sup>

Aussi, elle intervient pour le financement des banques, suivant les crédits que ces dernières ont octroyés à leurs client soit par le biais du réescompte, soit par la prise en pension de billets de mobilisation ou en intervenant directement sur le marché monétaire.

## 1.6. Les fonctions de la banque

La banque fait en permanence un lien entre les offreurs et les demandeurs de capitaux, celle-ci joue le rôle d'intermédiaire entre ces derniers, en d'autres termes la principale fonction du système bancaire est de mettre à la disposition de l'économie tous les capitaux nécessaires à son fonctionnement et à son développement. La banque exerce les fonctions suivantes :

### 1.6.1 La collecte des ressources

La banque offre des produits comme des opportunités de placement et de rémunération des capitaux détenus à leur niveau et ceux avec des durées et conditions très variées, dans un souci de les adapter aux uns et aux autres, cette fonction de collecte de ressources est indispensable pour une banque étant donné que l'ensemble de son activité est fondé sur la monnaie qui s'échange continuellement et de manière très fluide entre les déposants et les demandeurs par l'intermédiation de la banque.

La recherche de créditeurs à vue et à terme auprès de sa clientèle assure à l'établissement bancaire, outre des marges, une sécurité appréciable puisqu'elle limite sa dépendance vis à vis du marché monétaire et de la banque d'émission.<sup>11</sup>

La collecte de ressources s'opère généralement grâce :

- Aux dépôts dans les comptes de particuliers et des entreprises (compte de chèques, comptes courants) sans rémunération ;

---

<sup>10</sup>Instruction banque d'Algérie 1990

<sup>11</sup> Support pédagogique (rôle des banques), société interbancaire de formation (SIBF), 1<sup>ère</sup> année, 2008.

## Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

- Aux dépôts dans les comptes d'épargne avec rémunération ;
- Aux dépôts à terme avec rémunération ;
- Aux souscriptions des bons de caisse avec rémunération.

### 1.6.2 La distribution des crédits

La loi N° 86/12 du 19/08/1986, définit le crédit comme constituant une opération de crédit au sens de la présente loi, tout acte par lequel un établissement habilité à cet effet, met ou promet de mettre temporairement et à titre onéreux des fonds à la disposition d'une personne morale ou physique ou contracte pour le compte de celle-ci un engagement par signature.

L'opération de crédit par décaissement se reconnaît à la réunion de trois éléments :

- Une avance en monnaie,
- Une rémunération du créancier,
- La restitution des fonds prêtés

Il prend trois formes :

- Crédits d'exploitation,
- Crédits d'investissement,
- Crédits par signature.

Le crédit repose en fait sur la personnalité de l'emprunteur, qu'il s'agisse d'une entreprise économique, d'un particulier ou d'une collectivité publique. Le crédit a pour conséquence un développement des investissements ou une accélération de la circulation des biens. Il permet le développement économique d'un pays ou d'une branche d'activité d'une entreprise, et toute restriction volontaire ou obligatoire de l'activité des banques, concourt à une récession de la production des biens et / ou des services.

Cependant, les incidents monétaires du crédit ne sont pas moindres. Une augmentation du volume des crédits contribue partiellement à l'augmentation de la masse monétaire susceptible d'entraîner un déséquilibre entre l'offre et la demande globale de biens et de services. Elle est génératrice de l'inflation ou de déflation et de modification dans le pouvoir d'achat de la monnaie.

## **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

Le danger est d'autant plus grand que le crédit participe dans l'émission d'un pouvoir d'achat qui ne trouve pas sa contrepartie quasi -immédiate dans la production de biens de consommation.<sup>12</sup>

### **1.6.3 Les opérations financières**

La banque intervient souvent pour conclure des opérations financières soit pour le compte de ses clients moyennant une rémunération qui est matérialisée par des commissions sur l'opération elle-même, soit pour son propre compte.

En général, il est recensé les opérations financières suivantes :

- L'émission d'obligations et leur négociation ;
- L'émission d'actions et leur négociation ;
- Les opérations de change entre différentes devises ;
- La gestion et le suivi d'un portefeuille de valeurs pour le compte de sa clientèle et/ou pour son compte.

### **1.6.4 Les opérations de trésorerie**

La banque a une activité basée essentiellement sur la monnaie dont les mouvements sont de part et d'autre et dans différents sens. C'est pour ces raisons que la notion de trésorerie est fondamentale dans son activité et dans sa gestion. Ainsi, elle se trouve sollicitée par ses clients pour le recouvrement de valeurs au niveau national et international, matérialisé par des opérations de recette ou de compensation lorsqu'il s'agit d'opérations portant sur des valeurs négociables au niveau de la même banque et de compensation lorsqu'il s'agit d'opérations portant sur des valeurs négociables entre différentes banques nationales et internationales.

Ainsi, afin de prendre les opérations de trésorerie au sens le plus large, il faut inclure les opérations conclues par la banque au niveau du marché monétaire en tant qu'offreuse ou demandeuse de fonds, et les opérations conclues avec l'institut d'émission en cas de besoin de trésorerie, soit en compte courant (découvert) soit en utilisant le réescompte.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Les documents de travail du sénat, La politique monétaire. Objectifs, méthodes et nouveaux problèmes, Étude économique n° 4 - 5 novembre 2009

<sup>13</sup>Chabha BOUZAR, Benhalima AMMOUR, la bancarisation dans le contexte de libéralisation financière en Algérie *Les Cahiers du CREAD* n°95 /2011 53

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

## 1.6.5 Les activités relatives à la gestion de fonds

La banque a des missions traditionnelles auprès des clients. Elle doit en effet leur fournir des solutions pour mieux sécuriser et épargner leurs revenus. La gestion de fonds est une prestation de service classique assurée par cet établissement en contrepartie d'une rémunération stipulée dans un contrat.<sup>14</sup> Ces activités peuvent correspondre à :

### 1.6.5.1 La gestion de compte bancaire

L'automatisation de la plupart des transactions rend la banque indispensable. Il est devenu obligatoire de posséder un compte bancaire dans la plupart des pays. La banque s'occupe de l'ouverture ainsi que de la fermeture du compte impliquant la signature d'une convention régissant les relations entre le particulier et sa banque. On peut donc souscrire à un compte individuel, un compte joint ou un compte indivis.

L'ouverture d'un compte en banque exige quelques formalités telles que :

- Présentation d'un état civil (acte de naissance) afin de vérifier l'identité et la nationalité du demandeur ;
- Une pièce d'identité (carte d'identité nationale ou passeport ou permis de conduire) ;
- Justificatif de domicile (quittances de loyer, facture d'eau ou d'électricité de moins de 3 mois) ;
- La capacité civile (un mineur doit présenter un accord de l'autorité parentale ou du juge de tutelles ou obtenir l'émancipation) ;
- La capacité bancaire (il s'agit de vérifier que le demandeur n'est pas interdit bancaire ou n'est pas fiché au FCC/FCIP)

Le gestionnaire de back-office est celui qui va apporter les mises à jour nécessaires à votre compte en banque. Cette gestion de comptes bancaires au jour le jour consiste donc à gérer les flux entrants et sortants dont la domiciliation des salaires et des prestations familiales. Il s'agit aussi d'appliquer les conditions tarifaires de la banque telles que les agios et les commissions bancaires. Le spécialiste des opérations bancaires s'occupe de vérifier et de contrôler la bonne

---

<sup>14</sup> Le Fonds mondial Novembre 2017 Directives sur la gestion des risques financiers

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

et due forme des transactions intra-bancaires ou intra-comptes : virement bancaire national ou international.

## 1.6.5.2 Gestion de moyens de paiement

Le premier rôle de la banque est de fournir une batterie de moyens de paiement à sa clientèle :

- La carte de crédit ou de débit ;
- Le chéquier ;
- Les opérations en espèces ;
- Le virement bancaire ;
- Les autorisations de prélèvements ;
- Le titre interbancaire de paiement ;
- La lettre de change relevé ;
- Le porte-monnaie électronique ;
- Le paiement par Internet.

Le banquier a le devoir de contrôler l'émission de chèque. Étant donné le coût du traitement trop cher des chèques, il est recommandé de ne pas trop en émettre avec de petits montants et de préférer les paiements par carte. La banque est également l'organe de contrôle des chèques émis.

L'utilisation de la carte est aussi étroitement surveillée notamment avec la carte à débit différé. Certaines cartes ont un débit et un retrait plafonné. Par contre, la « Gold Card » ou encore « la Black Card » sont des cartes haut de gamme destinées à des comptes bancaires de clients fortunés avec un plafond illimité. Un usage abusif de ce moyen de paiement peut entraîner des sanctions.<sup>15</sup>

La banque s'occupe de la délivrance et du retrait de ces moyens de paiement en cas de besoin. Elle contrôle l'importance des montants et la provenance des dépôts d'argent afin de sensibiliser les clients sur les risques fiscaux. Le « conseiller client » de la banque est l'expert qui informe et conseille le client sur les mouvements de son compte et les tensions de trésorerie. Il observe

---

<sup>15</sup>Banque de France paiement et infrastructure de marché à l'ère digitale

# **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

et analyse la situation financière du client afin de lui proposer des solutions qui l'aideront à franchir au mieux cette délicate période.<sup>16</sup>

## **Section02 : les produits bancaires et les moyens de paiement**

Une banque c'est beaucoup plus qu'une institution où on dépose et on récupère de l'argent, on va dans la présente section voir les produits et services bancaires ainsi que les moyens de paiement que les banques mettent à disposition de leurs clientèles dans une économie en pleine transition où le client cherche toujours des produits et services adaptés afin de lui faciliter ses opérations

### **1. Les produits et services bancaires**

Les services bancaires représentent l'ensemble des produits proposés par une banque. Les services bancaires sont l'épargne et placements, les crédits, virements et prélèvements bancaires et les produits d'assurance.

#### **1.1.L'épargne**

La collecte de dépôts est l'activité principale des banques. Elle permet aux clients de domicilier leur salaire ou encore leurs multiples rentrées d'argent. Toutefois, elle permet aussi de proposer des produits d'épargne tels que le livret A, le livret jeune, le livret bleu. Ces produits bancaires produisent des avantages fiscaux indéniables et proposent des rémunérations intéressantes. Cette activité exige de la banque qu'elle engage et forme des « conseillers en patrimoine » ou des « chargés de clientèle » pour prendre en charge des portefeuilles clientèle entreprise ou clientèle particuliers.

Le chargé d'accueil et services à la clientèle se voit confier la création de comptes bancaires ou encore la délivrance des moyens de paiement. Il est chargé également des opérations de caisse (dépôts ou retraits d'espèces au guichet).

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

## 1.2. Les prêts bancaires

La banque est une institution financière qui a le pouvoir de proposer des prêts à la consommation ou encore des crédits immobiliers. Ces financements accordés aux personnes physiques et aux personnes morales comprennent des prises de risques pour la banque.

En guise de garantie, la banque exige une « caution » ou une « hypothèque ». Pour couvrir les risques d'impayés, elle exige aussi la souscription à une assurance emprunteur. Sans oublier, la rémunération du risque qui est représentée par le taux d'intérêt. Ce taux est actuellement très bas (inférieur à 1%) en France.<sup>17</sup>

L'analyse de risques au sein de la banque peut aider et accompagner l'emprunteur tout au long de son projet. Il aborde les généralités du crédit, le problème du surendettement ou encore les garanties liés au crédit.

## 1.3 Le crédit bancaire

Facteur de croissance et de développement, le crédit bancaire occupe une place importante dans le financement de l'entreprise. L'importance de la demande de crédit a fait croître le rôle des banques en tant que financier d'un pays voire du monde en général. Cette mission revêt un caractère d'intérêt général d'où le contrôle exercé par les autorités publiques sur les opérations de prêts bancaires.<sup>18</sup>

Pour Petit DUTALLIS, « faire crédit, c'est faire confiance, mais c'est aussi donner librement la disposition effective et immédiate d'un bien réel ou d'un pouvoir d'achat, contre la promesse que le même bien ou un bien équivalent vous sera restitué dans un certain délai, le plus souvent avec rémunération du service rendu et du danger couru, danger de perte partielle ou totale que comporte la nature même de ce service».<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Sylvie DELATTRE, Lucie DE KEREMEL, Viviane DESHAMP, les métiers du secteur bancaire

<sup>18</sup> Jean-Philippe STIJNS, économiste principal, Banque européenne d'investissement Tendances récentes dans le secteur bancaire en Afrique subsaharienne, 2016

<sup>19</sup> Petit-DUTALLIS, Le risque de crédit bancaire, éd. scientifique Riber, Paris, 1967.

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

Le crédit est une opération par laquelle une personne (un créancier) met à la disposition d'une autre (un débiteur) une ressource contre l'engagement d'être remboursé à l'échéance.<sup>20</sup>

## 1.3.1 Les crédits d'investissement

Le financement des investissements est une opération très coûteuse nécessitant la mobilisation de capitaux importants que les entreprises ne peuvent couvrir par le seul moyen de leurs fonds propres. Pour combler ce manque de ressources financières, elles peuvent faire appel à l'épargne publique et ce, sur le marché financier par une émission d'actions (augmentation du capital) ou d'obligations (augmentation des fonds permanents) ; ou bien recourir aux crédits bancaires.

Les crédits d'investissement ont pour objet de financer le haut du bilan (l'actif immobilisé) et ce financement peut consister en la création, la modernisation, l'extension ou la restriction des éléments constitutifs de l'outil de travail de l'entreprise. Le remboursement de ces crédits est assuré par les bénéfices futurs de l'entreprise.<sup>21</sup>

Comme pour les crédits d'exploitation, le banquier doit distinguer, en tenant compte des de flux trésorerie que peut induire le financement du cycle d'investissement, entre « crédits d'investissement directs » et « crédits d'investissement indirects ».

## 1.3.2 Les crédits à moyen terme

Selon PRUVOST « Le crédit à moyen terme ainsi que son nom l'indique, est un crédit sur une durée moyenne qui peut aller de 24 à 84 mois c'est-à-dire de 2 ans à 7 ans »<sup>22</sup>. Les crédits à moyen terme oscillent entre les crédits à court terme et les crédits à long terme. Certains les appellent des « crédits à long terme courts » tandis que d'autres les appellent des « crédits intermédiaires ». Ils servent au financement des activités rentables à moyen terme.<sup>23</sup>

## 1.3.3 Les crédits à long terme

Les crédits à long terme sont par définition des crédits dont la durée excède sept ans. Ils sont destinés généralement à financer des investissements lourds ; c'est-à-dire ceux dont la durée d'amortissement va au-delà de sept ans. Ils sont accordés par les organismes financiers

---

<sup>20</sup>Petit-DUTALLIS, Le risque de crédit bancaire, éd. scientifique Riber, Paris, 1967.

<sup>21</sup>Tidiani SIDABE [2016], « l'essentiel du management d'une banque commerciale », l'Harmattan, Paris, pp 22

<sup>22</sup>PRUVOST Jean – Marie, *Dico du financier*, ed Dunod, Paris, 2009.

<sup>23</sup> Mc BELAID, et all. comprendre la banque, Alger : Edition pages bleues internationales, octobre, 2015

## **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

spécialisés. Les entreprises préfèrent ce genre de crédit lorsqu'elles investissent dans les projets qui ne donneront des résultats qu'à long terme (ex : usine).<sup>24</sup>

### **1.3.4 Le crédit-bail ou le leasing**

Le leasing consiste en l'acquisition par la banque (le crédit bailleur) d'un bien qui est ensuite loué par contrat à une entreprise (le crédit preneur) pour une durée déterminée. Le contrat de location fixe le montant du loyer, la périodicité de remboursement (trimestriel, annuel ...) ainsi que la durée. La location équivaut généralement à la durée de vie économique du bien en question. Cette durée de location est une période irrévocable au cours de laquelle le banquier, et, en particulier, le locataire ne pourront pas mettre fin au contrat.

A la fin de la période locative, l'entreprise-locataire a la possibilité d'acquiescer le bien indiqué à une somme qui tient compte des frais locatifs antérieurement versés.

On distingue deux types de crédit-bail : le crédit-bail mobilier et le crédit-bail immobilier. Le premier consiste pour un client qui désire disposer d'un bien mobilier (meubles) à demander à un établissement de leasing d'effectuer la transaction, l'établissement contactera donc le fournisseur du client, qui aura au préalable choisi son matériel et négocié son prix.

### **1.3.5 Les crédits d'exploitation**

Les crédits d'exploitation sont généralement accordés aux entreprises pour améliorer leurs besoins temporaires de trésorerie.

Ces crédits sont destinés à :

- Faciliter les approvisionnements (c'est-à-dire les biens et les services nécessaires à la fabrication) ;
- permettre la transformation des matières et fournitures en produit finis (c'est-à-dire permettre l'utilisation de ces matières et fournitures et le paiement du personnel de l'usine) ;
- faciliter la commercialisation des biens produits ou achetés en finançant les frais de livraison, d'après-vente, de publicité, etc.

---

<sup>24</sup> Idem.

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

- Soulever l'importance de l'épargne non seulement pour augmenter les recettes à venir, améliorer la situation d'investissement mais permettant également la croissance en étant un des catalyseurs à promouvoir l'esprit d'entreprise.

La réduction sensible du taux des créances douteuses de 19% en 2006 à 13,2% en 2011, atteste des efforts déployés par les banques afin d'améliorer la qualité de leur portefeuille de créances. Ce taux reste cependant encore élevé comparativement aux normes internationales et aux pays présentant les mêmes caractéristiques et s'est à nouveau dégradé dans un contexte post révolution

## 1.4 Les services bancaires traditionnels

Les services bancaires suivants sont assez courants et parfaitement personnalisables. Les clients peuvent en bénéficier sur simple demande et sans justification nécessaire. Le tarif de chaque prestation sera débité suivant les règles de la convention.

### 1.4.1 Opérations de change

La banque est l'intermédiaire de choix pour l'achat ou la vente de devises. Elle peut recevoir les ordres d'achat ou de vente par téléphone ou par internet. Une opération de change peut être sous forme de monnaies papier ou alors de chèques de voyage. La banque a obligation de livrer les devises en deux jours ouvrés après la date de négociation.

### 1.4.2 Les Dépôts à Vue

Les Dépôts à Vue représentent les fonds déposés par les clients dans l'objectif d'une utilisation, possible à tout moment, par le biais de retraits décaisse, de virements, de chèques ou de paiements par monétique (cartes).

Leurs utilisations quotidiennes par la quasi-totalité de la population n'ont pas dissimulé leur rôle prépondérant, non seulement pour les banques, mais aussi pour l'économie dans son

# **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

ensemble. C'est la raison pour laquelle les pouvoirs publics en réglementent l'existence et l'utilisation (Non rémunération des comptes, chèques sans provision...).<sup>25</sup>

## **1.4.3 Location de coffre**

Les banques proposent la location de coffre au mois ou à l'année. Les clients peuvent donc en disposer pour y déposer des objets personnels ou des objets de valeurs. Un contrat de location renouvelable tacitement, se chargera de déterminer les relations entre la banque et le locataire. Il est possible également de trouver des offres de coffres virtuelles notamment chez les néo-banques pour protéger et sécuriser des documents numériques.

## **1.4.4 Assistance**

La banque offre des services « extra-bancaires » comme les offres d'abonnement de téléphonie mobile, les systèmes de protection du domicile ou encore l'offre d'assistance en cas de panne.

## **2 Les moyens de paiement**

Pour qu'une opération de paiement se noue, il faut que les parties s'accordent sur l'instrument de paiement. Les moyens de paiement sont la matière première des systèmes de paiement. En passant par les moyens de paiement classiques qui synthétisent la monnaie fiduciaire et la monnaie scripturale puis aux moyens de paiement moderne qui se compose de la monnaie électronique.

Les pratiques et utilisations de moyens de paiement évoluent. Désormais, le paiement par contre bancaire et les différentes formes de règlement électronique prennent le pas sur le traditionnel chèque. Il existe en matière de moyens de paiement une offre bancaire relativement large qui va des formules de chèque, en passant par la carte bancaire, jusqu'au paiement sécurisé sur internet.

### **2.1 Les moyens de paiement classiques**

---

<sup>25</sup>Philippe GARSUAULT, Stéphane PRIAMI, La banque, Fonctionnement et stratégies, 2e édition, éditions ECONOMICA , Paris, 1997.

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

Sont considérés comme moyens de paiement tous les instruments qui permettent à toute personne de transférer des fonds et ce, quel que soit le support ou le procédé technique utilisé.<sup>26</sup>

## 2.1.1. La monnaie fiduciaire

La monnaie fiduciaire est constituée de :

- Billets de banque;
- Pièces de monnaie.

La monnaie fiduciaire a une nature monétaire duale : elle est définie comme étant un support monétaire et un instrument monétaire qui permet aux différents agents économiques d'effectuer leurs différentes transactions. Elle est un support monétaire car elle matérialise les unités de paiement libellées en unité de valeur ou de compte. Elle est un instrument monétaire, car elle permet le transfert des unités de paiement qu'elle matérialise d'un patrimoine à un autre par simple tradition.<sup>27</sup>

La monnaie fiduciaire émise par la banque centrale acquiert un cours légal, à l'exclusion de toutes les autres formes de monnaie. Elle a un pouvoir libératoire illimité. Il est interdit à quiconque d'émettre.

## 2.1.2. La monnaie scripturale

Les moyens de paiement dits « scripturaux » permettent d'engager un transfert d'unités monétaires entre le compte du payeur et le compte du bénéficiaire, ces comptes étant ouverts sur les livres de prestataires de services de paiement. Elle peut servir d'intermédiaire pour les échanges entre des personnes ou des entreprises qui ont un compte dans une banque ou aux chèques postaux.<sup>28</sup>

Pour circuler la monnaie scripturale, on doit utiliser les instruments de paiement tel que :

### 2.1.2.1. Le chèque

---

<sup>26</sup> SIDI MAMMAR, Lydia. Essai d'analyse de l'impact de la réforme du système de paiement sur l'utilisation des moyens de paiement scripturaux en Algérie. Mémoire de Magister, en sciences économique, TIZI-OUZOU : Université Mouloud Mammeri de TIZI-OUZOU, faculté des sciences économique, commerciales, et de gestion FSEGC, 2011,

<sup>27</sup> S. PIEDELVIÈRE. « instrument de crédit et de paiement », Edition DALLOZ, paris 1999.

<sup>28</sup> J. ADENOT et J-M. ALBERTINI, « La monnaie et les banques », Edition du seuil, paris 1975.

## **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

Si les opérations en espèces ont le mérite de la simplicité, elles ne sont pas très utiles dès qu'il s'agit d'opérer des règlements à distance ou pour des montants importants. Le chèque offre pour cela infiniment plus d'avantages.

### **2.1.2.2.Le virement**

Le virement est le premier instrument de paiement à promouvoir pour le paiement des salaires ou pensionnés à destination des particuliers.

### **2.1.2.3.Le prélèvement**

Le prélèvement est le second instrument de paiement efficace et à fort impact dans la perspective du développement des paiements de masse. Il consiste en un débit direct du client et suppose une autorisation préalable donnée à un créancier et un mandat de payer, donné à la banque par le client titulaire du compte bancaire.

Le prélèvement est fréquemment utilisé comme moyen de recouvrement des dettes. Le client accepte par contrat, l'autorisation de prélèvement de façon permanente par son créancier, jusqu'à la dénonciation. Le client doit retourner compléter et signer l'autorisation d'un prélèvement, ainsi qu'un relevé d'identité bancaire. Le créancier est tenu d'informer le client des dates et des montants des prélèvements qu'il a procédé.

Pour faire opposition au prélèvement, le client doit informer son créancier, il doit ensuite prévenir son agence bancaire de l'opposition à faire sur le prélèvement sur son compte bancaire. Pour mettre fin à l'avis de prélèvement, le client doit demander par écrit à son créancier qu'il cesse d'émettre des prélèvements sur son compte bancaire. Si le client est toujours débiteur du créancier, il devra alors régler sa dette par tout autre moyen. Il doit saisir son agence par lettre recommandée avec accusé de réception (AR) pour lui demander d'annuler l'autorisation de prélèvement par son créancier.

### **2.1.2.4.Les effets de commerce**

Lorsque les entreprises effectuent des prestations de services ou assurent la livraison de marchandises, elles peuvent exiger un règlement comptant. Toutefois, pour lutter contre la concurrence, ou pour se conformer aux usages de leur profession, elles sont le plus souvent

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

obligées d'accepter, voir de proposer un règlement différé pour garantir le paiement à l'échéance, le vendeur peut exiger la remise d'un document appelé effet de commerce, donc on va voir tour à tour la lettre de change, le billet à ordre et le warrant.<sup>29</sup>

## a) La lettre de change

La lettre de change est un écrit par lequel le tireur invite le tiré à payer au bénéficiaire ou à son ordre une somme déterminée à une échéance convenue.<sup>30</sup>

## b) Le billet à ordre.

C'est un titre par lequel une personne (le souscripteur) s'engage à payer une certaine somme à une date déterminée à un bénéficiaire ou à l'ordre de ce bénéficiaire. Il n'y a que 2 intervenant (souscripteur et bénéficiaire).

## c) Le warrant

Le warrant est un produit émis par les banques. Ils sont beaucoup plus facile d'accès et sont négociables auprès de la plupart des banquiers ou courtiers. Il peut se définir comme le droit d'acheter ou de vendre un actif financier dans des conditions de prix et de durée définies à l'avance.<sup>31</sup>

## 2.2. Les moyens de paiement moderne

Ils sont définie par la Commission Européenne comme « toute valeur monétaire représentant une créance qui est stockée sur un support électronique ; cette valeur monétaire doit être émise contre la remise de fonds d'un montant dont la valeur n'est pas inférieure à la valeur monétaire émise.»<sup>32</sup>

### 2.2.1. Les moyens électroniques

Ce sont des moyens de paiement qui utilisent des technologies très sophistiquées tels que les techniques informatiques, magnétiques, électroniques et télématiques qui permettent la mobilisation de fonds sans utiliser de support papier.

---

<sup>29</sup>Marie DELAPLACE [2017], « monnaie et financement de l'économie », DUNOD, 5e édition, paris

<sup>30</sup> R.PROVENCE. « la banque »,27<sup>ème</sup> Edition DUNOD, paris, 1967.

<sup>31</sup>R.PROVENCE. « la banque »,27<sup>ème</sup> Edition DUNOD, paris, 1967.

<sup>32</sup>Bougi GILBERT et Helmi HAMDI, « La crédibilité de la banque centrale face aux défis de la monnaie électronique », Séminaires du CAE, 2007/2008.

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

## 2.2.1.1. Définition de la monnaie électronique

Le concept de monnaie électronique est défini, selon la Banque des Règlements Internationaux (BRI), comme étant «L'ensemble des systèmes électroniques de dépôt d'unité de valeur monétaires, en possession du consommateur ; qui les utilise pour effectuer des règlements. Ces systèmes peuvent être matérialisés sous deux formes : le porte-monnaie électronique (stored-value cards) et la monnaie virtuelle (digital cash)»<sup>33</sup>.

## 2.2.1.2. Les formes de la monnaie électronique

Nous distinguons, les différentes formes de la monnaie électronique suivantes:

### a. Les cartes bancaires

Le monde a connu au début des années soixante-dix l'entrée de beaucoup de cartes plastiques à l'activité bancaire, le développement du commerce international, des moyens de paiement électronique et la croissance de l'e-commerce a augmenté l'importance et la multiplicité de ces cartes. Une carte électronique émise par une banque permet aux clients de la banque d'accéder à leur compte, retirer de l'argent ou payer des biens et services. Cela supprime la nécessité pour les clients d'aller à la banque pour retirer de l'argent de son compte, car ils peuvent maintenant aller à un GAB ou payer par voie électronique dans les commerces.

Globalement, le secteur des cartes a commencé d'abord sous la forme des cartes de commerce, et puis carte de voyage et du tourisme, puis les cartes de crédit.

Ces cartes ont permis d'accroître le volume des ventes, et ensuite ont évolué le système de paiement électroniques. Une carte bancaire se présente sous la forme d'une carte plastique de taille 4,5 x 8,5 cm. Elle est équipée d'une bande magnétique et/ou d'une puce électronique.<sup>34</sup>

La carte bancaire est définie par :

- Un BIN (Bank Identification Number) qui donne l'identité de l'établissement émetteur de la carte ;
- Le nom du titulaire ;

---

<sup>33</sup>Banque info, <http://www.banque-info.com/lexique-bancaire/l/lettre-de-credit-stand-by>, consulté le 10/01/2021.

<sup>34</sup>PIEDELVIÈRE S., « instrument de crédit et de paiement », édition Dalloz, Paris 1999

## **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

- La date de fin de validité ;
- Le numéro CVV (CVV= Card Vérification Value, Le code de sécurité est constitué par les trois derniers chiffres imprimés au dos d'une carte de crédit, dans l'espace de signature. Il offre une protection renforcée aux titulaires de carte, en particulier pour les transactions en ligne).

### **Type de carte bancaire**

Il existe différents types de cartes bancaires :

#### **✓ Les cartes de crédit**

Une carte émise par une société financière conférant à son titulaire une option d'emprunter des fonds, généralement au point de vente. Les cartes de crédit facturent des intérêts et sont principalement utilisées pour le financement à court terme. L'intérêt commence généralement un mois après un achat et les limites d'emprunt sont préétablies en fonction de la cote de crédit de l'individu.

Les cartes de crédit ont des taux d'intérêt plus élevés que la plupart des prêts à la consommation ou des lignes de crédit. Presque chaque magasin dans les pays développés permet de payer des biens et services au moyen de cartes de crédit. En raison de leur acceptation répandue, les cartes de crédit sont une des formes les plus populaires de paiement des biens et services de consommation aux Etats-Unis.

Il existe également des cartes bancaires associées à des crédits renouvelables proposées par les banques, des établissements de crédit ou de grands magasins. A chaque opération (retrait d'espèces ou paiement), le titulaire de la carte peut choisir d'activer la fonction crédit

#### **✓ Les cartes de débit**

La carte de débit est une carte prépayée avec une valeur stockée chaque fois qu'une personne utilise cette carte, la banque retire de l'argent directement à partir de son compte courant après chaque achat. Le compte de l'acheteur est débité du montant exact des achats. Cette carte permet non seulement de payer les commerçants sur place ou à distance, mais aussi de retirer des espèces aux DAB.

## Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

Chaque opération réalisée avec la carte, le solde de compte est vérifié. Ainsi, le débit (retrait d'espèces ou paiement) ne peut s'opérer que s'il y a suffisamment d'argent sur le compte du client(ou dans la limite de découvert autorisée). Elle accepte deux modes de fonctionnement au choix du porteur :

- **La carte à débit immédiat** : Avec cette carte, la somme est débitée de compte de l'acheteur en général sous 24h.
- **La carte à débit différé** : l'originalité de ce type de carte tient au fait que les paiements sont regroupés et prélevés sur le compte de l'acheteur une fois par mois.

Le contrat de carte bancaire prévoit des plafonds de retrait et de paiement. Par ailleurs la banque peut imposer une carte à autorisation systématique si elle juge la situation de client précaire ou dans le cadre du droit au compte. Tout comme elle peut refuser une carte à débit différé si les revenus de client ne lui semblent pas assez réguliers.

### ✓ **La carte bancaire virtuelle**

Plusieurs banques commercialisent des solutions qui leur permettent de payer en ligne sans avoir à donner son numéro de carte bancaire, la banque procure à ces clients des numéros virtuels et temporaires pour éviter de taper le code de ces cartes.

Concrètement, il suffit d'installer un logiciel sur l'ordinateur pour obtenir ce numéro valable pour un seul achat et qui ne peut pas être reconnu par d'éventuels pirates du Web. Il faut penser à lancer ce logiciel dès qu'un achat en ligne sera effectué. Le débit s'affiche bien entendu sur le compte bancaire de l'acheteur de manière classique. Il peut également accéder à l'historique des achats effectués via cet outil.<sup>35</sup>

### **b. Le chèque électronique**

Toujours à la recherche de services innovants, certaines enseignes du domaine de la banque en ligne offrent aussi la possibilité, à leurs usagers, de procéder à l'enregistrement des paiements par chèque, par l'intermédiaire de la plate-forme électronique mise à leur disposition.

---

<sup>35</sup> La carte bancaire virtuelle à usage unique : un service tops cher, disponible sur le site web : <http://www.lineteuroute.com/argent/banque/achat-sur-internet-sans-carte-bancaire/e-carte-bleue.shtml>, consulté le 26/01/2021, à 15 :42.

## Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

Il s'agit en fait de l'équivalent électronique du chèque papier traditionnel, où la signature manuscrite est remplacée par une signature numérique. Avec ce système de paiement, nécessitant l'installation d'un logiciel, le client dispose d'un carnet de chèques électroniques qui pourront être transmis à leurs destinataires par courriel ou par l'intermédiaire d'un site Web. Il suffit de remplir le chèque comme à l'habitude et d'y apposer sa signature numérique (chiffrée).

Grâce à un dispositif de lecture automatique des chèques, l'ordre de paiement est numérisé et directement transmis à la banque. Celle-ci effectue le transfert de fonds comme s'il s'agissait d'un chèque papier, et le consommateur reçoit alors une confirmation de transaction par courriel, incluant le numéro du chèque et le montant de la transaction<sup>36</sup>.

### c. Le portemonnaie électronique

Le porte-monnaie électronique est une forme dématérialisée de monnaie "fiduciaire" (les pièces et les billets).

La monnaie électronique consiste en une valeur monétaire authentique qui est stockée sur un support électronique. Elle a une valeur monétaire qui lui est attribuée dans une monnaie nationale souvent par un émetteur qui s'en porte garant.

Elle diffère ainsi des paiements électroniques qui donnent accès aux fonds détenus dans un compte bancaire. La monnaie électronique a été mise au point et croit actuellement pour des raisons qui tiennent à des facteurs relevant aussi bien de la demande que de l'offre.

Concernant les facteurs de demande, le commerce en ligne a créé le besoin chez les usagers de pouvoir consommer à distance, à l'aide des technologies de télécommunications.

Bien que les moyens de paiement électroniques comme les cartes de crédit soient utilisés par le commerce en ligne, ils ont plusieurs inconvénients possibles ; nombreux renseignements à communiquer à chaque transaction, les frais sont élevés, en plus des risques potentiels sur le plan de la sécurité.

Il y a maintenant des sociétés qui, comme Paypal permettent aux consommateurs de payer leurs achats sur internet sans avoir à communiquer de renseignements financiers personnels aux

---

<sup>36</sup> Le chèque électronique : [http://www.granddictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?Id\\_Fiche=8370849](http://www.granddictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8370849), consulté le 28/01/2021, à 13 :24.

## **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

vendeurs. De plus, la monnaie électronique est de nature à rendre les paiements plus efficaces et moins chers, en particulier les paiements internationaux.

### **d. Les cartes internationales**

La carte internationale est une carte bancaire par excellence, surtout lors des voyages à l'étranger car elle représente bien plus qu'un outil servant à retirer de l'argent ou à payer les factures. En effet, elle offre une excellente assurance dans un cas d'imprévu tel qu'un accident au cours d'un séjour.

### **e. Le prélèvement et le virement électronique**

#### **➤ Le prélèvement**

Le prélèvement bancaire, établi sous forme de prélèvement automatique, est un transfert de fonds répétitif ou ponctuel par l'intermédiaire du système bancaire. Juridiquement, avec le prélèvement automatique, le client autorise son créancier à émettre des prélèvements sur son compte. Il autorise également sa banque à débiter son compte du montant demandé par le créancier.

#### **➤ Le virement électronique**

Le virement bancaire est un transfert d'argent d'un compte à un autre compte, effectué de manière électronique, soit en se rendant à la banque, soit par internet. Il est généralement pour le versement des salaires, prestations sociales, etc.

### **f. Le titre interbancaire de paiement ou TIP**

Le TIP est un moyen de paiement simple d'utilisation conçu pour régler des créances à un organisme ou une personne à qui le débiteur doit de l'argent. Le titulaire de compte doit le signer, accompagné par le relevé d'identité bancaire (RIB) à l'expéditeur, il est ensuite transféré à la banque qui effectue le prélèvement.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup>[http://www.linternaute.com/argent/pratique/banque/137/les\\_différentes\\_moyens\\_de\\_paiement.html](http://www.linternaute.com/argent/pratique/banque/137/les_différentes_moyens_de_paiement.html), consulté le 1/02/2021, à 7 :20.

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

## Section 03: l'évolution du système bancaire algérien

Avant la mise en œuvre des réformes, le secteur bancaire algérien était constitué, outre la Banque centrale, de cinq banques publiques issues de la nationalisation des banques françaises en 1986, d'une banque d'investissement et d'une caisse d'épargne. Les banques étaient spécialisées par secteur d'activité et développaient des instruments financiers favorisant la mise en œuvre des orientations de l'Etat.<sup>38</sup>

Parmi ces réformes la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit du 14 Avril 1990, qui a donné un nouveau visage au système bancaire algérien. On peut caractériser le système bancaire algérien en deux phases: La période avant 1990, où la banque centrale avait pour rôle de financer sans limites institutionnelles les besoins du trésor et les besoins de l'économie directement.

La période après 1990, où les banques sont devenues des entreprises commerciales et la banque centrale de par la loi 90-10 a retrouvé son rôle originel de banque central et les banques ont commencé à supporter des risques de par la nature nouvelle de leurs activités.<sup>39</sup>

Afin de présenter l'évolution du système bancaire algériens nous allons revoir les principales reforme en ordre chronologique.

### 1. Le système bancaire algérien avant 1990

A partir de décembre 1962, l'Algérie s'est dotée d'une monnaie nationale à savoir le « Dinar Algérien » ainsi qu'une Banque Centrale pour créer et de maintenir dans le domaine du crédit, de la monnaie et des changes, les conditions les plus favorables au développement de l'économie nationale. L'objectif était l'établissement de la souveraineté monétaire du pays.

En 1963, la Caisse Algérienne de Développement CAD a été créée autant qu'institution de financement de l'effort de développement car les pouvoirs publics de l'époque avaient affiché

---

<sup>38</sup> L'évolution du secteur bancaire El-Hachemi MEGHAOUI, Président-directeur général, Crédit Populaire d'Algérie

<sup>39</sup> Ahmed Henni : « Monnaie, crédit et financement en Algérie (1962-1987) » CREAD

## Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

leur volonté de rompre avec l'économie coloniale en adoptant un modèle de développement économique fondé sur le dirigisme de type socialiste tout en priorisant les industries lourdes qui étaient censées entraîner le développement des autres secteurs de l'économie.

Elle sera utilisée jusqu'à 1970 comme un instrument d'exécution du budget de l'Etat et accessoirement, de quelques projets d'investissement.<sup>40</sup>

La nationalisation de l'appareil bancaire en Algérie entre 1966 et 1968 a doté l'Etat d'un instrument de développement non négligeable qui était auparavant dominé par le capital étranger. Cette nationalisation s'est imposée à l'Etat algérien qui, en plus de la volonté d'orienter son économie vers le pôle socialiste, s'est confrontée au refus des banques étrangères de financer l'économie de l'Algérie post indépendance.

C'est ainsi qu'est né le secteur public qui était géré par l'Etat via le Trésor Public et l'organe de planification mis en place à l'époque aussi bien pour la Banque Centrale que les banques primaires.

Ainsi, entre 1966 et 1967, commença la nationalisation des banques étrangères qui donna naissance à trois banques publiques commerciales, à savoir la Banque Nationale d'Algérie (BNA), le Crédit Populaire Algérien (CPA), la Banque Extérieure d'Algérie (BEA).

En 1970, via l'instauration d'une loi de finance et la mise en application du premier plan quadriennal 1970-1973 avec le sacrement du choix définitif de la planification centralisée comme système d'organisation de l'économie nationale et ainsi, la mise en place de la planification de la distribution de crédit comme un instrument de mobilisation et d'affectation des ressources disponibles vers le financement des investissements productifs du secteur public.

Le principe qui était appliqué est qu' « une fois que le plan, en terme physique est élaboré et approuvé, il reste à lui adapter un plan de financement qui permet sa réalisation ».<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup>M. BENACHENHOU, La banque et le financement de l'économie en Algérie, L'Entreprise, 1994

<sup>41</sup> CNES, projet de rapport, Regards sur la politique monétaire en Algérie, 2005. Disponible sur : [www.cnes.org.dz](http://www.cnes.org.dz)

## **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

Durant cette période, le système bancaire algérien devenu exclusivement public, le secteur devient également spécialisé en étant organisé par activité. Ainsi, les sociétés nationales se sont vues imposées la concentration de leurs opérations bancaires auprès d'une seule et même banque.

En 1988, l'Etat algérien procède à une vaste restructuration des grandes entreprises publiques via la promulgation de la loi n°88-01 du 12 janvier 1988 relative à l'orientation des entreprises publiques économiques (EPE). Parmi ses dispositions, les EPE sont restructurées sous la forme juridique de sociétés par actions ou à responsabilité limitée. Les banques également été concernées par ces changements qui ont été régis via la loi n°88-06 du 12 janvier 1988 modifiant et complétant la loi n°86-12 du 19 août 1986 relative au régime des banques et du crédit. Ainsi, elles ont été soumises au code du commerce. Deux nouvelles banques furent créées : la Banque de l'agriculture et du Développement Rural (BADR) et la Banque du Développement Local (BDL) issues respectivement du démembrement de la BNA et du CPA.

### **2. Le système bancaire algérien suite à la promulgation de la loi n°90-10 du 14 avril 1990**

L'objectif de la promulgation de la loi n°90-10 du 14 avril 1990 était de remédier à ces défauts tout en faisant progresser les méthodes de travail du tissu bancaire national et instaurer une concurrence et une amélioration de l'intermédiation bancaire via l'ouverture du champ au capital privé national et étranger mais aussi, la libre détermination des taux d'intérêt bancaire par les banques sans intervention de l'Etat.

Cette loi visait également, l'autonomisation de la banque centrale et sa libération du joug de la gestion administrative de l'Etat et du Trésor Public d'une part et de la séparation de la sphère monnaie/crédit de la sphère des entreprises publiques ou privées d'autre part substituant ainsi les rapports de commercialité à ceux du dirigisme.

Par ailleurs, les articles 11 et 12 de cette loi ont porté sur le changement de la dénomination de la « Banque Centrale d'Algérie » en vigueur depuis Décembre 1962 à « Banque d'Algérie » en vue d'accompagner le caractère d'indépendance qui lui a été notifié tout en mettant en place un « Conseil de la Monnaie et du Crédit » qui via l'article 44, le législateur lui attribue

## Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

la mission de conseil d'administration de la Banque d'Algérie tout en instaurant la réglementation à appliquer par les banques et les établissements financiers.

Le législateur a également posé le principe de l'agrément des banques en insistant sur la qualité des actionnaires, leurs relations et la notion d'actionnaire de référence.<sup>42</sup>

Les principaux axes de la loi 90-10 sont les suivants<sup>43</sup> :

- Instauration de l'autonomie de la Banque d'Algérie ;
- La régulation du système bancaire algérien par des autorités administratives indépendantes de l'Etat ;
- La séparation entre l'autorité de réglementation et d'agrément des banques et l'autorité de supervision ;
- Le monopole des banques sur les opérations bancaires ;
- La libéralisation des conditions de banque ;
- La définition des acteurs économiques pouvant exercer cette activité à savoir: les banques et les établissements financiers.

### 3. Les apports de l'ordonnance n°03-11 du 26 Août 2003

Cette année fut marquée par la mise en faillite d'EL KHALIFA BANK et la Banque pour le Commerce et l'Industrie d'Algérie (B.C.I.A). Ce qui a poussé les pouvoirs publics à chercher une refonte de la loi sur la monnaie et le crédit.

Trois principaux objectifs ont été visés par ce nouveau texte législatif : permettre à la Banque d'Algérie de mieux exercer ses missions, renforcer la collaboration entre la Banque d'Algérie et le gouvernement sur les questions financières du pays et permettre une meilleure protection des acteurs financiers de la place ainsi que de l'épargne publique.

Le rôle attribuée à la Banque d'Algérie a été plus détaillée, la libéralisation du secteur bancaire a été maintenue tout en renforçant les conditions d'installations de nouvelles institutions et de nouvelles prescriptions ont été introduites en matière de supervision et contrôle du tissu bancaire et financier national.

---

<sup>42</sup>F. HASSAM (2012), Le système bancaire algérien, Edition l'Economiste, p44-55.

<sup>43</sup> Amira ABOURA & CHAHIDI Mohamed Le système bancaire algérien : Evolution historique, libéralisation du secteur et défis de modernisation

# Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

## 4. Les apports de l'ordonnance n°10-04 du 26 Août 2010

Cette ordonnance a été promulguée afin de modifier et compléter certains articles de l'ordonnance 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

Les prérogatives de la Banque d'Algérie ont été plus élargies, celle du conseil de la monnaie et du crédit a été actualisée et celle des banques et établissements financiers a intégré de nouvelles opérations connexes.

**Laloi de finances complémentaire de 2009** a intégré l'obligation pour les investisseurs étrangers dans le secteur bancaire d'observer dans le cadre du partenariat, la règle de répartition du capital à un minimum de 51% pour l'actionnaire national résident.

Il a été également soutenu, la mise en place d'un dispositif de contrôle interne et de conformité au niveau des banques et établissements financiers composants le marché bancaire national avec l'obligation de prendre en compte l'ensemble des risques afférents à l'activité bancaire.

Nous soulignant aussi , l'introduction de plusieurs nouveaux articles en vue de la protection des intérêts des citoyens vis-à-vis de certaines pratiques qui se sont réponsus dans le métier, tels que « l'article 119bis »qui stipule que toute personne à qui les banques de la place ont refusé l'ouverture d'un compte de dépôt pouvait demander à la Banque d'Algérie de lui désigner une banque auprès de laquelle, elle pourra ouvrir ce compte, ou encore « l'article 119ter » obligeant les banques à être plus transparente dans leurs opérations de crédit et de tenir informer leur clientèle sur leur situation bancaire et sur les conditions de banque pratiquées.

Aujourd'hui, le système bancaire algérien compte 20 banques commerciales aux cotés de la Banque Centrale, 3 bureaux de représentation de grandes banques internationales, une banque des valeurs, une société de clearing chargée des fonctions de dépositaires, 3 caisses d'assurance-crédit, une société de refinancement hypothécaire.

## **Chapitre I : Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie**

Les 1200 agences des réseaux bancaires restant toutefois dominées par les banques publiques à hauteur de 99%. L'intervention des banques dans le financement des activités économiques a évolué de manière significative : elles assurent aujourd'hui des activités de type universel.

### **Conclusion du chapitre I**

A travers le premier chapitre on a vu des généralités sur la banque et l'activité bancaire son organisations et ses fonction ses produit et services ainsi que les moyen de paiement qui ont connu une réel innovation et pour finir on a vu les principaux axe de l'évolution du secteur bancaire en Algérie, pour la suite on va voir les principaux facteurs de pénétration des services bancaire, ses outils de mesure et comment elle est impacté en Algérie.

**Chapitre II :**  
**Déterminants de la**  
**bancarisation et état des**  
**lieux en Algérie**

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

### Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

#### Introduction

A travers ce chapitre on va commencer par présenter des généralités sur la bancarisation afin de mieux comprendre en quoi consiste le concept de pénétration des services bancaire,

Par la suite on va présenter les déterminants de la bancarisation et la mesure ainsi que les facteurs d'extension de la bancarisation qui nous permettrons de faire notre analyse ainsi qu'interpréter des données collecté.

Enfin et pour conclure notre deuxième chapitre on va essayer faire un aperçu sur l'évolution de la bancarisation en Algérie mais aussi on va essayer de faire un état de lieux sur la bancarisation en Algérie ces dernières années.

#### **Section 01 : La bancarisation et les Facteurs influençant le comportement de la population à l'égard des services bancaire**

L'étendue de services bancaires à travers le monde est beaucoup plus inégale et moins prévisible que ce à quoi l'on pouvait s'attendre. Bien sûr, l'utilisation des banques tend à augmenter avec les revenus au niveau mondial et dans les pays.

##### **1. Généralité sur la bancarisation**

Avant de passer au facteur impactant le comportement des individus vis-à-vis des services bancaire on va tout d'abord voir quelque généralité sur la bancarisation.

##### **1.1 Définition de la bancarisation**

Le terme de la bancarisation signifie le processus mené par les banques, cette dernière une relation directe avec les produits bancaires autrement dit, c'est le nombre de personne qui utilise les services bancaire (ménage, particulier et entreprise) donc, on peut dire que la bancarisation se définit comme « le processus d'appropriation et d'utilisation des services bancaires par la population »<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Abdelkrim MIRAOUÏ [2014/2015], « Réforme et modernisation du système bancaire algérien durant lapériode1990-2010 », Thèse pour l'obtention du diplôme de doctorat, Université d'Oran 2, pp 494

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

Selon le dictionnaire de la banque, la bancarisation est le « processus consistant pour les banques à ouvrir à l'ensemble de la population (ménages / entreprises) des comptes. »<sup>45</sup>

La bancarisation constitue un élément clé pour le développement des systèmes de paiement (moyens scripturaux, monétiques,...), elle fait également référence au degré de confiance que confère le système bancaire au public, la bancarisation demeure également tributaire d'autres facteurs structurels tels que le niveau de développement économique, culturel, idéologique, éducatif et la part de la population active.

### 1.2 Evolution de la bancarisation

Le premier développement des systèmes financiers au profit d'une large clientèle populaire remonte en Europe avec l'apparition des banques de dépôts, dont les services bancaires sont restreint aux « petits » crédits à l'épargne dont l'objectif est de mobiliser les ressources des épargnants et lutter contre les pratiques informelles. Par ailleurs, les systèmes bancaires, notamment dans les pays développés, ont connu un développement des structures mutualistes dans le monde rural pour permettre une inclusion de la population paysanne dans le système bancaire local.

### 1.3 Rôle de la bancarisation

La bancarisation est de grande utilité pour les parties prenante :

- **Pour les banques** : d'élargir leurs ressources et leur clientèle en vue d'optimiser et de développer leurs activités financières ;
- **Pour les es autorités publiques** : permet de contrôler et de mieux gérer la création de la monnaie ainsi que les différents mouvements monétaires ;
- **Pour les l'économie** : donne un indice sur le degré de développement d'un pays.

Thierry DUCLOS voit en la bancarisation le processus consistant pour les banques à ouvrir à l'ensemble de la population (ménages et entreprises) des comptes bancaires, l'objectif des banques est de se procurer les ressources indispensables au développement de l'activité crédit.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup>DUCLAS, Thiére .*Dictionnaire de la banque*. 5ème éd, CANADA : SEFI, 2010, P53.

<sup>46</sup>Thierry DUCLOS, « DICTIONNAIRE DE LA BANQUE », SEFI, 6e édition, Paris,2013 p45.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

### 2. Facteurs influençant le comportement de la population à l'égard des services bancaire

La relation bancaire est influencée par des facteurs internes ou individuels de la population qui sont en lien avec plusieurs facteurs qui sont les suivant :

#### 2.1 Les facteurs sociaux et sociodémographiques sur le comportement de l'individu

Afin d'expliquer le comportement de la population a l'égard des agences bancaires on doit examiner les facteurs qualitatif de la population. Ces facteurs sont détectés selon ZOLLINGER « *par l'analyse psychologique ou sociologique* » de la population.<sup>47</sup>

##### 2.1.1 Les influences individuelles

Les déterminants sociaux expliquent deux principales catégories de la population, à savoir des classes sociales et les groupes sociaux, l'organisation familiale, les socio styles et la localisation géographique des ménages.<sup>48</sup>

Les différentes classes ont des attitudes différentes face au recours aux services bancaires de base (crédit et épargne) fournis par les établissements bancaires.

##### 2.1.1.1. Les classes sociales

La classe social modeste recours a l'emprunt afin de satisfaire ses besoin personnel tandis que les classe plus aisée ont recours a l'emprunt afin de réalisé des projet ou leur besoin dans le domaine professionnel, la classe modeste en bénéficie rarement de services bancaire vu leur attitude défavorable a rembourser tandis que l'autre classe est favorable a rembourser un emprunt.

Pour l'épargne, les classes sociales les plus favorisées présentent une plus forte capacité à épargner. Tandis que l'épargne constituée par des classes modestes n'est pas orientée vers l'investissement mais considérée comme une épargne de précaution.

---

<sup>47</sup> ZOLLINGER M. et LAMARQUE E., « Marketing et stratégie de la banque », 4<sup>e</sup> édition DUNOD, Paris 2004, p.55

<sup>48</sup> Mr. SAM Hocine , Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou, thèse de doctorat, UMMTO,

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

### 2.1.1.2. Les groupes sociaux

Deux influences sont exercées par les groupes sociaux sur l'individu à travers les relations interpersonnelles qui sont l'influence normative et informative. Dans la première l'individu subit la pression de groupe dans l'adoption de ses normes de consommation de services bancaires et dans la seconde il constitue la source d'information.

Si l'information donnée à une personne par la banque correspond à celle fournie par un groupe d'appartenance (amis, famille, proche...), cette personne devient un consommateur bancaire. Dans le cas contraire, quand l'information offerte est en contradiction avec celle du groupe, l'attitude de la personne à l'égard du service ou de l'enseigne (agence) sera défavorable.<sup>49</sup>

### 2.1.1.3. L'organisation familiale

La famille exerce une influence directe sur l'individu. C'est la raison pour laquelle de nombreux statisticiens considèrent le ménage comme l'unité de consommation des services bancaires la plus significative, car les divers membres de la famille ont un rôle d'incitation ou de conseil pour l'ensemble de groupe.

### 2.1.2.4. Les déterminants géographiques

La localisation géographique des individus influence considérablement leur comportement vis-à-vis des banques. En effet, les citadins n'ont pas la même approche de besoins de services bancaires que les habitants dans les zones rurales en matière des services bancaires.

Autre que les critères cités, les critères sociodémographiques influencent fortement le comportement de l'individu vis-à-vis des établissements bancaires. L'identité sexuelle, l'âge, la situation familiale, la zone de l'habitat, le statut professionnel, le revenu, le niveau de l'éducation forment les variables qui peuvent agir sur le comportement des individus à l'égard des services bancaires.

### 2.1.2. Les déterminants sociodémographiques sur le comportement de l'individu

Les variables les plus importantes dans le domaine bancaire sont le sexe et le revenu disponible, l'âge, et le temps disponible.

---

<sup>49</sup> ZOLLINGER M. et LAMARQUE E. op.cit p.56

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

### 2.1.2.1. Le sexe et le revenu disponible

L'identité sexuelle constitue un facteur très important, les hommes et les femmes ont des comportements différents à vis-à-vis des banques et les produits bancaires.

Les hommes salariés recourent, généralement, aux produits d'épargne et de crédit pour achat de logement, travaux d'extension, véhicule...

Les hommes dont la situation financière est instable, sans emploi permanent ne souhaitent pas un contact avec la banque.

Quant aux femmes, ZOLLINGER.M<sup>1</sup> a expliqué trois portraits des femmes susceptibles de créer un contact avec la banque, notamment dans le produit d'épargne :

Les femmes sereines qui sont dans une situation stable, mariée, mères de famille peuvent recourir aux services de la banque, notamment l'épargne ;

Les femmes gestionnaires qui sont souvent des mères de familles, elles ont des projets à long terme et épargnent régulièrement ;

Les femmes soucieuses sont souvent des mères de familles disposant des revenus plus faibles que la moyenne. Ces femmes très économes et privilégient les placements sûrs (livrets d'épargne).

Cela dit , les femmes peuvent être en retenu de tout contact avec la banque dans les cas d'instabilité, chômage et d'alphabétisation...

### 2.1.2.1. L'âge

L'âge constitue un élément très important de différenciation comportementale des individus. Les besoins des services bancaires changent selon âges, en l'occurrence les juniors et les seniors.<sup>50</sup>

#### ➤ Les juniors

Cette catégorie est bancarisée que lorsqu'elle est contrainte d'avoir un compte en banque. Il s'agit, généralement, des étudiants, des jeunes actifs et urbains.

---

<sup>50</sup>D'après l'étude du centre de recherche et de formation, la bancarisation des seniors ne peut améliorer que si les banquiers leur offrent des services spécifiques : des conseils, des suivis réguliers, gestion de patrimoine, car ce type de population privilégie la proximité et la disponibilité.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

### ➤ B. Les seniors

Ils représentent une tranche d'âge qui s'étend de la cinquantaine dépassée à la fin de la vie. Il s'agit, dans ce cas, des masters, des libérés et des paisibles et les aînés.

**Les masters (50-59 ans)** : les masters disposent d'un revenu élevé disponible mais présentent une méfiance à l'égard des établissements bancaires

**Les libérés (60-74 ans)** : les libérés disposent d'un revenu disponible maximal. Ils ont accès à l'épargne mais pas au crédit bancaire

**Les paisibles et les aînés (75 et plus)** : ils privilégient les projets à court terme vu leur âge. Ce qui les rend totalement non bancarisés.

Cela dit, les personnes âgées influencent directement l'environnement familial car ils peuvent inciter leurs enfants de recourir aux services bancaires.

Les variables sociodémographiques les plus importantes dans le domaine bancaire sont l'âge, le revenu disponible et le temps disponible.

L'âge est une caractéristique primordiale aux yeux des banques et le comportement de la population jeune vis-à-vis des banques est plus favorable du moment que les besoins aux services bancaires sont importants.<sup>51</sup>

### 2.1.3. Les déterminants psychologiques

Ces déterminants sont liés à l'environnement historique et culturel de la population ainsi qu'au comportement des individus face à l'argent.

#### ➤ les influences historiques et culturelles

L'environnement social et culturel influence le comportement de l'individu. On note que la vision portée sur l'argent à travers des relations morales et psychologiques est différenciée selon la culture d'appartenance de l'individu.

L'approche historique a expliqué le comportement traditionnel des individus à l'égard de l'argent et des établissements qui le manipulent.

---

<sup>51</sup>HOCINE SAM Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou, thèse de doctorat, UMMTO,

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

### ➤ Les portraits psychologiques des individus face à l'argent

Les individus peuvent avoir des comportements différenciés par rapport à l'argent. Le schéma ci-dessus montre, sur la base de sept groupes distribué selon deux axes, la distinction des groupes humains aux contours psychologiques.

#### 2.1.4 Les influences externes

Les circonstances structurelles et conjoncturelles et l'importance de l'informel exercent une influence considérable sur le comportement de la population vis-à-vis les services bancaires.

##### 2.1.4.1 Les circonstances structurelles et conjoncturelles

Le besoin de la clientèle peut être influencé par des facteurs, qui sont liés aux circonstances structurelles et conjoncturelles.

##### ➤ Circonstances structurelles

Cette situation relève de la responsabilité des autorités monétaires du pays, qui disposent de la prérogative de déterminer la fiscalité de certains produits bancaires aux établissements bancaires et à leurs clients. Cette pratique développe une sensibilité fiscale chez les clients.<sup>52</sup>

##### ➤ Les circonstances conjoncturelles

Les besoins de client et les offres bancaires ont connu des changements considérables, les uns sont sectoriels et liés au cadre réglementaire, et les autres cumulent et amplifient les évolutions du reste de l'économie, notamment par l'impact des technologies et l'information. La rémunération anormalement élevée et défiscalisée par certains concurrents de la banque détourne les clients de certains produits pour d'autres. Ainsi, le comportement de la clientèle est impacté par la tarification des services bancaires appliquée par la banque à la clientèle.

Ces facteurs exercent une influence sur le niveau de la bancarisation des particuliers et des professionnels.

##### 2.1.4.2 L'impact du secteur informel de financement sur la bancarisation de la population

---

<sup>52</sup>Ces facteurs exercent en effet une influence sur le niveau de la bancarisation des particuliers et des professionnels.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

Les activités informelles génératrices de biens et services, qui ne trouvent pas de crédibilité auprès du circuit de financement officiel vont vers une autre source parallèle pour se financer.

Le secteur informel est constitué des opérations qui se déroulent en dehors des circuits officiels. Ces opérations sont considérées informelles quelque soit leur importance ou le domaine d'activité dans lequel elles se déroulent. Donc, le secteur informel est défini comme un secteur non structuré, parallèle

Le secteur informel peut être comme une autre source de financement à laquelle peuvent recourir les agents économiques (ménages et les entreprises<sup>1</sup> non solvables ou non déclarées) dans les cas suivants :

### ➤ **L'influence des « banquiers » clandestins ou illicites**

Il s'agit d'une activité échappant à toute réglementation exercée discrètement et par des hommes souvent de confession autre que musulmane (en raison des considérations religieuses sur l'usure). Ce type de financement concerne non seulement les activités parallèles de biens et services mais aussi les entreprises réputées parfaitement formelles.

### ➤ **Un financement par la thésaurisation**

La thésaurisation s'effectue sous forme d'une monnaie en nature. Elle est considérée comme une forme d'épargne lorsque son objectif est le financement d'un projet. Son caractère informel la distingue des autres formes d'épargne. Ce financement intervient généralement lorsque les possibilités bancaires sont épuisées.

## **Section 02 : Les indicateurs de mesure et niveaux de la bancarisation**

Le niveau de la bancarisation est mesuré par un ensemble d'indicateurs et la détermination de ces indicateurs varie selon un certain nombre de facteurs. Nous allons dans cette section nous pencher à la description des différents indicateurs permettant de mesurer le niveau de bancarisation.

### **1. Indicateurs de mesure de la bancarisation**

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

Le niveau de pénétration des services bancaire est mesuré par le taux de bancarisation ; la densité du réseau bancaire ; la part du secteur bancaire dans les crédits à l'économie ; les mouvements de la masse monétaire ainsi que d'autres indicateurs comme les effectifs des banques.

### 1.1. le taux de pénétration des services bancaires

Le taux de pénétration des services bancaire donne une information brute sur le nombre de personnes ayant un compte en banque sans d'autre information sur la nature et l'utilisation de ce compte. Le taux de bancarisation est défini comme la proportion de la population titulaire d'un compte en banque.<sup>53</sup>

On note aussi que le taux de bancarisation dans certains pays est mesuré avec l'intégration des comptes CCP (comptes courants postaux), les comptes de la CNE (caisse d'épargne nationale) et même les comptes ouverts auprès du Trésor. Le taux de bancarisation peut être calculé pour chaque type de compte :

- Taux = Nombre de comptes chèques (en banque, au CCP, au Trésor) / Population active;
- Taux = Nombre de comptes de dépôt en banque / Population active;
- Taux = Nombre de comptes chèques en banque / Population active;
- Taux = Nombre de compte chèque en banque, CCP, Trésor, CNE / Population active;

D'après les documents consultés durant notre recherche on a constaté que le taux de bancarisation est élevé pour les pays développés et bas pour les pays en développement.<sup>54</sup>

### 1.2. La densité du réseau bancaire

Le réseau bancaire désigne l'ensemble des agences et bureaux où sont commercialisés les services bancaires et assimilés. L'importance du réseau varie suivant le niveau de développement économique mais aussi suivant le cadre réglementaire.

---

<sup>53</sup>GANSINHOUNDE-A-J : « Les déterminants de la faible bancarisation dans l'UEMOA », Université polytechnique du Bénin, Master Banque Finance.

<sup>54</sup>

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

L'étude effectuée sur la situation de la bancarisation dans les pays de l'UEMOA et la CEMAC a fixé une norme d'une agence bancaire pour 5000 habitants<sup>1</sup>. Cependant, dans le rapport de l'Union des Banques Maghrébines (UBM), la norme est fixée à une agence bancaire pour 8000 habitants.

Les études menées par les spécialistes ont montré que les pays en voie de développement ont une densité du réseau bancaire faible et sont considérés comme sous bancarisés. En chiffres, les pays de l'Afrique de l'Ouest présentent une agence pour 110 677 habitants. Dans les pays maghrébins comme l'Algérie, la densité du réseau bancaire est estimée à environ une agence bancaire pour 27000 habitants. Cependant pour les pays développés la densité du réseau bancaire est estimée à une agence pour 4000 habitants, ce qui relève de la surbancarisation.

### 1.3. La part du secteur bancaire dans le crédit à l'économie

Les banques prennent une place très importante dans le financement de l'économie. En dépit de la croissance des marchés financiers, la banque joue un rôle dans la collecte de ressources financières et dans la satisfaction des besoins de financement.

La part du secteur bancaire dans les crédits à l'économie constitue un indicateur de mesure de bancarisation. Le crédit bancaire peut être influencé par trois contraintes fondamentales : réglementaires et la politique monétaire, le développement de la finance directe et les financements informels.

Le réseau bancaire dans les pays développés est dense capable de desservir les besoins financiers de la population. Contrairement à celui existant dans les pays en développement qui est moins dense, traduisant l'exclusion géographique dont est victime une tranche importante de la population.

#### 1.3.1. Les contraintes réglementaires et la politique monétaire

Les contraintes réglementaires consistent dans ratios prudentiels que les banques doivent respecter afin de faire face aux risques.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

Les instruments de la politique monétaire mis en œuvre par les autorités monétaires agissent sur la distribution des crédits à l'économie. Il s'agit des instruments directs ou indirects.<sup>55</sup>

### 1.3.2. Le développement des acteurs concurrentiels et la finance directe

La finance directe a pris de l'ampleur dans les pays industrialisés et constitue de ce fait la principale source de financement, la banque restreint ses activités à la prestation de services.

### 1.3.3. Les financements informels

Cette contrainte pèse sur le financement bancaire du moment où les agents économiques (entreprises) ne cherchent que les meilleures conditions pour se financer.

### 1.4. Les mouvements de la masse monétaire ou le degré de la « scripturalisation » de l'économie

Dans une économie, les mouvements de la masse monétaire se présentent sous forme de la monnaie scripturale (chèques, virements...) et la monnaie fiduciaire (billets et pièces).

L'indicateur de la masse monétaire désigne le degré de la scripturalisation d'une région. Une économie est considérée bancarisée lorsque les agents économiques recourent à la monnaie scripturale et inversement. Ceci dit, une forte prédominance de la monnaie fiduciaire dans une économie signifie un faible niveau de la bancarisation.

Cet indicateur n'est pas loin du taux de bancarisation, car le recours à la monnaie bancaire ou scripturale est dépendant de l'accès au compte.

Cela dit, la définition intrinsèque de la bancarisation fait référence à la proportion de la population ayant un compte de dépôt (bancaire ou non)<sup>1</sup>. Tous les autres comptes, même en banque, ne donnent pas droit à l'utilisation des moyens scripturaux de paiement, comme le compte livret de la Poste et le compte d'épargne. Cela signifie que malgré la bancarisation par l'ouverture de comptes, la part de la scripturalisation de l'économie peut être moins importante.

---

<sup>55</sup>Les instruments directs comportent la politique d'encadrement et la sélectivité du crédit, mais les instruments indirects peuvent être sous forme de réescompte, d'open market et de système de réserve obligatoire.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

### 1.5. Les autres indicateurs de mesure du niveau de la bancarisation

En plus des indicateurs examinés plus haut, le niveau de bancarisation est mesuré par le nombre d'effectifs par rapport à la population active, la pénétration des automates bancaires et les cartes bancaires au sein de la population.

#### 1.5.1. Le taux de bancarisation par les effectifs de la banque

Le taux de bancarisation par les effectifs des banques renseigne sur la contribution du secteur bancaire dans l'emploi. Il peut être calculé par le nombre des personnes employées dans le secteur bancaire sur la population active. Il est présenté comme suit :

$$\text{Taux} = \text{Nombre d'employés de la banque} / \text{Population active}$$

#### 1.5.2. Le degré de pénétration de la monétique

Le degré de développement de la monétique dans une région peut être estimé par le nombre de cartes bancaires par rapport à la population et par la densité du réseau des distributeurs et guichets automatiques de billets et les terminaux de paiements.

## 2. Les niveaux de la bancarisation

Les pays développés se caractérisent par le phénomène de la surbancarisation, la multibancarisation, mais souvent accompagné par l'exclusion bancaire, tandis que les pays en développement ou pauvres se caractérisent par des situations de la sous bancarisation ou la faible bancarisation.

### 2.1. Niveaux de la bancarisation dans les pays en développement

Dans les pays en développement on retrouve deux catégories de niveau bancarisation

#### 2.1.1. La sous bancarisation ou la faible bancarisation de la population

D'après les articles et les études sur ce plan, une économie (ou une région) qui ne répond pas à la norme internationale est considérée sous bancarisée.

La sous bancarisation de l'économie se définit par une faible emprise des institutions bancaires sur une population. Une économie est sous bancarisée dans le cas où le taux de couverture des

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

services financiers et bancaires est insignifiant par rapport aux besoins de la population.<sup>56</sup>La formule d'estimation de la bancarisation est la suivante :

**Marge de bancarisation= 100% - taux actuel de bancarisation**

Cette marge représente l'écart entre la situation de bancarisation complète (100%) et le taux actuel. Plus la marge est grande, plus le niveau de bancarisation est faible et inversement. En chiffres, les pays de l'UEMOA, enregistrent un taux de bancarisation de 3,02%, ce qui signifie que 96,8% de la population est sous bancarisée. Dans les pays de la CEMAC 96,6% de la population n'a pas accès aux services bancaires.

Dans les pays en développement ou pauvres, la sous bancarisation ou la faible bancarisation de l'économie est souvent expliquée par des facteurs géographiques et humains :

Les facteurs géographiques : il est constaté que les agences bancaires et les prestataires de services desservent mal les régions rurales, mais sont souvent en expansion dans les milieux urbains ;

Les facteurs humains : sont liés à la situation des personnes à faibles revenus qui recourent au marché informel pour se satisfaire.

Enfin, la sous bancarisation est un phénomène qui caractérise les pays pauvres et en développement en raison de leur forte croissance démographique et le retard de la technologie, qui rend difficile la couverture des besoins financiers des personnes.

### 2.1.2. La non bancarisation

La sous bancarisation est à distinguer de la non bancarisation. Une personne est qualifiée de non bancarisée lorsqu'elle ne dispose pas d'une relation avec l'institution financière (banque, Poste ou autres). Dans ce cas, le besoin financier est souvent couvert par le marché informel (financement parallèle) et les potentialités monétaires et financières sont également investies sur ce même marché.

---

<sup>56</sup>Crédit Municipal de Paris, « la bancarisation des nouveaux marchés urbains : expériences américaines », édition Economica, Paris 2004,

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

Une région est qualifiée de non bancarisée lorsqu'elle est dépourvue d'agences bancaires ou organismes assimilés. Dans ces conditions, la population résidente est contrainte de se déplacer vers les régions limitrophes pour bénéficier des services bancaires. Ce phénomène caractérise quelques régions des pays sous développés et pauvres.<sup>57</sup>

### 2.2. Les niveaux de bancarisation dans les pays développés

Pour les pays développer le niveau de bancarisation est comme suit :

#### 2.2.1. La surbancarisation

La surbancarisation de l'économie désigne l'excès du réseau d'agences bancaires sur un territoire donné. A titre d'exemple, la densité du réseau bancaire en France est estimée à une agence bancaire pour 4000 habitants, en Suisse à une agence pour 2000 habitants et en Allemagne à une agence pour 1750 habitants.

Le phénomène de surbancarisation est le résultat d'une évolution marquée par les mutations financières et le développement de la concurrence. La surbancarisation se caractérise par les éléments suivants :

- Un surdimensionnement des réseaux ;
- Un surinvestissement en infrastructures bancaires;

La sous productivité des guichets bancaires, qui résulte de la déréglementation et la concurrence par les prix. Enfin, la surbancarisation peut également être considérée comme une surcapacité bancaire, qui désigne un excès d'offre durable de services bancaires et financiers par rapport à la demande (contraction de la demande des produits bancaires traditionnels qui accompagne la libéralisation financière).

#### 2.2.2. La multibancarisation

La multibancarisation se définit « comme le recours d'un client de la banque à plusieurs acteurs financiers fournissant les services financiers ».<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup>Crédit Municipal de Paris, « la bancarisation des nouveaux marchés urbains : expériences américaines », édition Economica. Paris 2004,

<sup>58</sup> GOUILLARD G. « les nouveaux enjeux de la multi bancarisation », Guide-conseil, 2005.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

GOUILLARD.G<sup>59</sup> considère que l'apparition de ce phénomène est intervenue avec l'avènement des nouveaux acteurs financiers sur la place financière nationale comme les banques étrangères, la grande distribution, les compagnies d'assurance, la banque postale, les maisons de courtage, les fonds de placement. Les facteurs favorisant la multi bancarisation de la clientèle sont liés aux coûts, la réglementation et à la libéralisation financière.

### 2.2.2.1. L'existence des coûts

La multi-bancarité trouve une première explication dans l'existence des difficultés pratiques, les lourdeurs administratives et les coûts de sortie pour la clientèle déjà bancarisée<sup>60</sup>.

Le client étant « prisonnier » de sa banque, il décide de contracter de nouveaux produits auprès d'une seconde banque plutôt que de clôturer l'ensemble de ses comptes et de changer la banque.

### 2.2.2.2. La réglementation

Le secteur bancaire est soumis aux directives des autorités monétaires, qui peuvent imposer des restrictions aux banques<sup>3</sup>. A titre d'exemple, les autorités monétaires peuvent concéder des monopoles sur certains produits d'épargne à un ou deux établissements pour satisfaire des objectifs de politique économique.

### 2.2.2.3. L'impact de la libéralisation financière

La redéfinition des conditions d'exercice de l'ensemble des établissements financiers entraîne la banalisation des produits financiers et introduit la concurrence entre banques et le décloisonnement des marchés financiers. Ceci provoque une concurrence plus forte, particulièrement sur le segment de la clientèle d'entreprises, qui a plus largement accès aux ressources du marché pour se financer.

En conséquence, des nouvelles mesures fiscales et une vague d'innovations financières initiées par les autorités publiques. Par ailleurs, les nouvelles mesures fiscales incitent les ménages à contracter des SICAV monétaires comme les Plans d'Epargne Populaire et les Plans d'épargne actions (PEA) assortis d'avantages fiscaux importants.

---

<sup>59</sup> Idem

<sup>60</sup>Pons J-F « mobilité bancaire : les bonnes pratiques au sein de l'Union Européenne », revue banque- n°699, Février 2008.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

Les mutations financières, caractérisées par la libéralisation du marché bancaire et l'intensification de la concurrence ont, certes, favorisé la multibancarisation de la clientèle, mais le problème de l'exclusion bancaire demeure important dans le sens où une grande partie de la population est confrontée à des difficultés d'usage ou d'accès aux services bancaires.

### 2.3. Le phénomène de l'exclusion bancaire

GLOUKOVIEZOFF.G (2004) définit l'exclusion bancaire comme « le processus par lequel une personne rencontre de telles difficultés d'accès et/ou d'usage dans ses pratiques bancaires, qu'elle ne peut plus mener une vie sociale normale dans la société qui est la sienne »<sup>61</sup>. Selon l'auteur, une situation d'exclusion bancaire n'est donc définissable que par rapport aux conséquences sociales qui la composent.

Pour éviter la confusion entre l'exclusion et la pauvreté, il est indispensable de préciser que s'il existe un lien évident entre faiblesse des ressources et privation d'accès aux différents services bancaires et financiers, l'exclusion bancaire ne se résume pas à cela. D'une part, les difficultés d'usage ne sont pas liées au niveau de revenu mais à l'inadéquation entre les besoins et capacités des personnes et les réponses apportées par les établissements bancaires. D'autre part, l'exclusion bancaire peut concerner des personnes appartenant à des catégories sociales très différentes (employé, ouvriers, artisans, commerçants, agriculteurs, cadres et aussi les personnes en situation de précarité qui ne peuvent être définies par leur situation professionnelle).

Ce point de vue est bien partagé par SERVET.J-M qui considère l'exclusion « comme un handicap dans l'accès aux services bancaires et financiers »<sup>62</sup>. Selon l'auteur, cet handicap réside dans les contraintes d'accès et de l'usage de la population de certains moyens de paiement ou de règlement, l'accès aux certaines formes de prêt et de financement et les moyens de préserver son épargne et de répartir dans le temps ses revenus et ses dépenses comme la possibilité de

---

<sup>61</sup>GLOUKOVIEZOFF G., « de la bancarisation d masse à l'exclusion bancaire » 2004

<sup>62</sup>SERVET.J M., « Banquiers aux pieds nus : la microfinance », édition Odile, Paris 2006, p.262

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

s'assurer contre les risques touchant sa propre existence et ses biens ou dans celle de transférer des fonds et de revenus.

### 3. Les Facteurs d'extension de la bancarisation

Les contraintes de « démocratisation » des services bancaires et financiers au sein des populations des pays pauvres et sous-développés et l'importance de l'exclusion bancaire et sociale dans les pays développés peuvent conduire certains Etats à mettre en place un ensemble de mécanismes afin de couvrir les besoins financiers des sous bancarisés.

L'objet de cette section consiste à faire ressortir les deux principaux facteurs permettant l'extension de la bancarisation. Le premier facteur, qui dépend de la volonté politique et des autorités monétaires, est lié au développement de la bancarisation de masse. Le second, qui dépend de la volonté des banquiers, il consiste dans l'instauration et le développement des plans du marketing.

#### 3.1 Les facteurs macro-économiques : la bancarisation de masse

Selon la définition avancée par la Banque Mondiale, « la bancarisation de masse est l'offre de services financiers d'épargne, de crédit et des moyens de paiement au profit des populations à faible revenu (artisans, commerçants, agriculteurs voire salariés) »<sup>63</sup>.

La bancarisation de masse se concrétise à travers la banque de détail pour les populations exclues du système financier ainsi que le financement des besoins des très petites entreprises. Elle inclut également les crédits immobiliers et les crédits à la consommation, voire les produits d'assurance (assurance liée au crédit, assurance incendie...).

La bancarisation de masse vise deux principaux objectifs. Le premier consiste à construire des systèmes financiers inclusifs au profit du plus grand nombre de personnes, tandis que le second, permet de lutter contre l'exclusion bancaire et ses conséquences pour favoriser l'inclusion financière, la réduction de la pauvreté et le développement local, grâce aux institutions de la micro finance.

#### 3.2 Les facteurs microéconomiques : l'utilisation du marketing dans la banque

---

<sup>63</sup>Voir rapport final de CGAP et de l'A.F.D sur la bancarisation de masse en Algérie : opportunité et défis, juin 2006.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

L'objet de ce point est d'examiner un facteur microéconomique, qui repose sur la mise en place des plans marketing par les banques en vue d'améliorer, non seulement, la rentabilité de la banque par la préservation des parts du marché mais aussi de conquérir un plus grand nombre de clients. Selon BADOUC « Si le marketing est avant tout un état d'esprit, destiné à orienter avec une résolution l'ensemble des forces vives de l'institution bancaire vers la satisfaction de la clientèle, il ne doit pas réaliser le désir au détriment de l'entreprise (la rentabilité et le maintien de l'amélioration de la rentabilité). Pour cet auteur, le marketing est « l'art de satisfaire, tout en faisant plaisir à son patron (rentabilité-qualité-image). Ou encore, l'art de créer de la valeur conjointement pour le client et l'entreprise».

Pour atteindre un niveau satisfaisant de la bancarisation, le marketing bancaire constitue un levier propre à la banque qui répond à la fois au principe de segmentation de la clientèle bancarisée et non bancarisée et contribue à la rentabilité de la relation banque-client.

Généralement, les outils du marketing bancaire interviennent dans la mise en place du système de gestion de relation client, la politique du produit et du service et enfin la politique de communication avec le client.

### Section 03 : la bancarisation en Algérie

Après avoir vu les déterminants de mesure de la bancarisation ses facteurs de mesure on va passer au constat de la bancarisation en Algérie.

Dans cette section on va faire un aperçu sur le développement de la bancarisation en Algérie mais aussi faire un état de lieux sur la bancarisation à travers la publication de la banque d'Algérie qui date de 2018

#### 1. Evolution de la bancarisation en Algérie

Le processus de bancarisation a commencé en Algérie à l'époque coloniale. Avant cette période, certes l'économie disposait d'une monnaie<sup>2</sup> pour permettre les échanges mais, par contre, il n'existait pas d'institutions financières, à l'exclusion de prêteurs sur gages à des taux usuraires. Ensuite, dans le prolongement de ce qui se produisait en métropole, la mise en place de la Banque d'Algérie a été suivie d'une extension de réseaux et d'activités bancaires. Cette période correspond également au début de la monétarisation des rapports sociaux, en particulier à travers la progression du travail salarié. Durant cette phase, la bancarisation s'est caractérisée

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

par de flagrantes inégalités entre les populations. Bistofli (1967) notait très justement «au dualisme économique (moderne, traditionnel) correspondait le dualisme financier»<sup>3</sup>. Après l'indépendance, le système bancaire se réorganise, les activités des institutions sont reprises, pour l'essentiel, par 5 banques commerciales algériennes créées totalement par l'Etat Banque Extérieur d'Algérie (BEA), Banque National d'Algérie (BNA), Crédit Populaire Algérienne (CPA), Banque Algérienne du Développement Rural (BADR), Banque du Développement Local (BDL), qui se spécialisent progressivement dans un secteur d'activité déterminé. Dans un contexte de «répression financière»<sup>4</sup>, qui a d'abord prévalu en Algérie, les banques n'ont pas joué leur véritable rôle d'intermédiaires financiers. L'étroitesse de leur réseau n'encourage pas la proximité avec les populations. Les prestations et services offerts en leur direction se limitent aux stricts produits de base alors que leurs besoins augmentent progressivement. Les particuliers n'ont pas bénéficié de crédits à la consommation, la CNEP octroie difficilement le crédit au logement. S'appuyant sur les recettes des hydrocarbures, les banques se limitent au financement des plans de crédits des entreprises publiques qui constituent leur principal segment de clientèle. De leur côté, les populations en majorité sans culture.<sup>64</sup>

A partir des années 2003, plusieurs réformes ont été engagées afin de surmonter les handicaps de l'intermédiation financière et étendre la bancarisation à toute l'économie. Il s'agit, en effet, de la dématérialisation et de la généralisation des moyens de paiement modernes, peu développés durant les années 1990, et ce, en vue d'augmenter l'utilisation de la part de la monnaie scripturale dans les échanges et les transactions.<sup>65</sup>

Afin de répondre efficacement à ces objectifs, les Pouvoirs Publics procèdent à la modernisation de l'infrastructure bancaire. En effet, à partir de l'année 2005, le système de paiement de gros montants en temps réel (RTGS) et le système de télé compensation (ATCI) ont été mis en œuvre pour non seulement réhabiliter les supports classiques (chèques et virements) et développer les supports modernes, mais aussi pour assurer la rapidité et la sécurisation des transactions et élargir le degré de pénétration des services bancaires au sein des populations.

Par ailleurs, la volonté de l'Etat en matière développement de la bancarisation de masse s'affiche dans la création des dispositifs de soutien aux jeunes et à l'emploi telle quel'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM, l'élargissement du réseau mutualiste et le lancement des produits de la

---

<sup>64</sup> Chabha BOUZAR Benhalima AMMOUR ,la bancarisation dans le contexte de libéralisation financière en Algérie, Les Cahiers du CREAD n°95 /2011 53

<sup>65</sup> SAM Hocine Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

finance islamique sur quelques régions du pays. Il s'agit de promouvoir, en amont, les prestataires de services bancaires et financiers et couvrir, en aval, les besoins financiers d'une population non bancarisée.

### 2. État de lieu sur la bancarisation en Algérie

Les indicateurs de l'intermédiation bancaire, de la bancarisation, de la solidité et de la rentabilité du secteur bancaire, ont évolué globalement de manière favorable en 2018. Cependant, la poursuite de l'augmentation des ressources collectées par les banques résultent, principalement, de l'injection de fonds dans les circuits bancaires par le Trésor public dans le cadre du financement dit non conventionnel. De même, la tendance à la hausse des créances non performantes, observée depuis 2015 pour l'ensemble du système bancaire, s'est confirmée encore en 2018 et, bien qu'en très léger recul, un des indicateurs majeurs de l'amélioration de l'intermédiation - la part de la monnaie fiduciaire dans la masse monétaire -, demeure encore très élevée.<sup>66</sup>

le nombre de banques et d'établissements financiers s'élève, à fin 2018, à vingt (20) banques dont :

- Six banques publiques
- Quatorze banques privées

et huit (08) établissements financiers dont

- Deux (2) établissements financiers publics ;
- Cinq (5) sociétés de leasing dont trois (3) publiques ;
- Une (1) mutuelle d'assurance agricole agréée pour effectuer des opérations de banque qui a opté, à fin 2009, pour le statut d'établissement financier.

- 

#### ➤ **Les banques publiques<sup>1</sup>**

Elles sont six (06) au total et que nous allons présenter selon la date de leur création :

---

<sup>66</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.54 55

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

- **La BNA** : première banque nationale créée en juin 1966 et devient une SPA aux termes de la **loi n°88-01 du 01 janvier 1988** relative à l'autonomie des entreprises publiques et obtient son agrément en 1995 après les réformes engagées par les pouvoirs publics. Depuis 1982, elle s'est spécialisée dans le financement du secteur économique et industriel national.

- **La BEA** : créée sous forme d'une société nationale en 1967 via l'**ordonnance n°67-204**, elle devient la banque des grandes entreprises industrielles nationales à partir de 1970 avec pour objectif principal, la facilitation des rapports commerciaux et financiers internationaux. En 1989, elle devient une SPA tout en gardant le même objet d'activité. Ce n'est qu'en 2002 qu'elle est officiellement agréée pour l'exécution des diverses opérations bancaires reconnues et ce, via la décision **n°02-04 du 23 septembre 2002**.

- **Le CPA** : banque créée en 1966 via l'**ordonnance n°66-366 du 26 décembre 1966**. En

1985, la Banque de Développement Local (BDL) est créée à partir de cession d'actifs du CPA (agences, employés et comptes clientèles). En 1988, le CPA est devenu une SPA et elle reçoit en 1997, son agrément de banque. Sa mission est orientée vers la promotion et le financement du secteur du BTP/H1, de celui de la santé et des médicaments, du commerce, de la distribution, de l'hôtellerie et du tourisme, des médias, des PME/PMI et de l'artisanat.

- **La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR)** : cette banque a été créée à partir du démembrement de la BNA en 1982 via le décret **n°82-106 du 13 mars 1982**. Sa principale activité est le financement du secteur de l'agriculture, de la pêche et des ressources halieutiques ainsi que la promotion du monde rural.

- **La Banque du Développement Local (BDL)** : comme sus-indiqué, cette banque a été créée par restructuration du CPA en 1982. Sa mission est le financement des PME/PMI, des activités de commerce au sens large, des professions libérales, des particuliers et des ménages.

- **La CNEP** : créée en 1964, la principale mission de la CNEP était la collecte de l'épargne populaire. Elle devient une banque en 1997. Elle a également pour mission, l'octroi du crédit pour l'acquisition de logements, la promotion du secteur de la promotion immobilière additivement aux services liés à l'habitat tels que les bureaux d'études par exemple. La particularité de cette banque est qu'elle est présente dans le réseau postal pour la collecte de l'épargne des particuliers.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

### ➤ Les banques privées

Elles sont quatorze (14) au total et que nous citerons selon la date de leur agrément pour l'exercice de leurs activités en Algérie :

- **El Baraka Banque** : première banque à vocation « islamique » implantée en Algérie en 1991. Ses actionnaires sont le groupe Saoudien Dallah El Baraka et la BADR. Ses activités sont régies par la Shari'a<sup>3</sup> et incluent la dimension sociale et solidaire, elle s'occupe de la gestion du fonds de la Zakat<sup>4</sup> et propose des modes de financement tels que la Mourabaha, la Moucharaka, El Ijar, El Moudharaba ou encore El Istisna'.
- **Citibank Algérie** : après avoir ouvert un bureau de liaison, la banque a été agréée officiellement depuis 1992 et a été autorisée à ouvrir une succursale en 1998. Ses activités sont concentrées sur le financement des investissements étrangers, la gestion de trésorerie, les dépôts et la banque en ligne.
- **ArabBanking Corporation-Algérie** (ABC-Algerie): c'est une filiale d'ArabBanking Corporation Bahrein qui a commencé ses activités en Algérie par l'ouverture d'un bureau de représentation en 1995 avant de s'installer avec obtention d'un agrément en 1998. Cette banque se propose d'accompagner les grandes entreprises, les PME, les entrepreneurs individuels mais aussi les particuliers avec des solutions de financement divers.
- **Natixis Algérie** : c'est la première banque française à 100% à capital étranger qui s'est installée en Algérie et qui a été agréée en 2000. C'est la filiale du groupe BPCE adossée à Natixis. Elle intervient dans le financement des grandes entreprises, des PME/PMI mais également dans celui des particuliers.
- **Société Générale Algérie (SGA)** : c'est une banque commerciale dont le capital est détenu à 100% par le groupe Société Générale (France), agréée en 2000 et dont les activités sont le financement des entreprises tous secteurs d'activités compris ainsi que l'octroi de crédit aux ménages additivement aux divers services bancaires.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

- **Arab Bank PLC-Algeria** « succursale de banque »: agréée en 2001, son siège social est à Amman. Elle active dans le financement d'entreprises de secteurs d'activité confondus ainsi que dans celui des particuliers.
- **BNP Paribas El Djazair** : c'est une filiale à 100% de BNP Paribas(France). Elle a ouvert un bureau de représentation en 2000 puis a obtenu son agrément en 2002 pour effectuer tous les types d'opérations bancaires reconnues.
- **Gulf Bank Algérie (AGB)** : membre de la Kuwait Project Compagny, c'est une banque de droit algérien qui a été agréée en 2004 proposant les produits bancaires classiques et ceux issus de la finance alternative à la fois.
- **Trust Bank Algeria** : agréée en 2002, elle est membre du groupe Nest Investment Holding, LTD qui est basée à Chypre et dont le capital est détenu par des privés. Elle est présente en Algérie à travers 05 autres entreprises dont l'une active dans le secteur de l'assurance.
- **The Housing Bank For Trade and Finance-Algeria**: banque agréée depuis 2003, il s'agit d'une filiale de la Housing Bank For Trade and Finance et dont le capital est détenu par deux institutions financières, à savoir : The Housing Bank for Trade & Finance/Jordanie à raison de 85% et Libyan Arab Foreign Investment Holding Company-Algeria à hauteur de 15%. Elle offre des solutions de financement aux deux marchés : celui des entreprises et des particuliers.
- **Fransabak El-Djazair SPA** : créée en 2006, il s'agit d'une banque à capitaux mixtes majoritairement libanais qui obtient son agrément en 2010, sa clientèle est composée de PME ainsi que de grands groupes nationaux et internationaux et offre tous les produits et services d'une banque commerciale à vocation universelle.
- **Crédit Agricole Corporate et Investment Bank-Algérie**: c'est une filiale à 100% du groupe français Crédit Agricole. Agrément obtenu en 2007, elle active comme banque d'investissement.
- **H.S.B.C - Algeria** « Succursale de Banque » : agrément obtenu en 2008 autant que succursale de banque et en 2010, elle propose des services bancaires aux entreprises et aux particuliers.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

- **Al Salam Bank-Algeria** : agréée en 2008, c'est une banque qui a pour objet la promotion des produits de la finance alternative que ce soit dans les investissements immobiliers ou dans celui du financement des entreprises.

### ➤ Les établissements financiers

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<sup>1</sup>.

- **Société de Refinancement Hypothécaire (SRH)** : établissement financier agréé en 1997, son capital est détenu par des sociétés et des institutions publiques dont le Trésor public, la BNA ou encore la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR).

Son activité principale est l'octroi de prêts pour le refinancement de logements consentis par des intermédiaires financiers agréés. Cet établissement a également pour mission la promotion du système de financement de logements à moyen et long terme, le crédit hypothécaire et le prolongement de la maturité de la structure des taux intérêts octroyés par les banques.

- **Société Financière d'Investissement, de Participation et de Placement – Spa-** (Sofinance-Spa) : agréé en 2001, son objectif est le financement des entreprises via divers types de crédit dont le crédit-bail, la participation au capital, l'octroi de crédit par signature en apportant conseil et assistance aux entreprises. Trois secteurs sont principalement ciblés par cet établissement et qui sont : le bâtiment, les travaux publics et le transport.

- **Arab Leasing Corporation (ALC)** : créé en 2001, ALC est la première société privée spécialisée dans le crédit-bail en Algérie. Son capital est mixte entre nationaux et étrangers. Ses produits sont à destination des entreprises du secteur du BTPH, du transport, des services ainsi que les professionnels de la santé.

- **Maghreb Leasing Algérie (MLA)** : établissement financier créé en 2006 par Tunisie Leasing et le Groupe Amen, c'est une SPA dotée d'un capital social de 3 milliards 500 millions dinars algériens. MLA est spécialisé dans le crédit-bail et cible plusieurs secteurs d'activités comme le secteur médical, celui du BTP ou celui des transports, il offre la possibilité du financement d'équipements, de l'immobilier ou encore du matériel roulant.

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

- **Cetelem Algérie (CA)** : c'est une filiale du groupe BNP Paribas. CA a été agréé en 2006 en qualité d'établissement financier en se spécialisant dans les crédits à la consommation.

- **Caisse Nationale de Mutualité Agricole** « établissement financier » (CNMA)<sup>1</sup> : c'est une institution née au début du siècle dernier et régie jusqu'en 1972 par les dispositions de la loi 1901 portant sur les associations professionnelles à caractère non commercial et à but non lucratif. Elle est issue de réunification à partir de 1972 de trois caisses en activités, à savoir : la Caisse Centrale de Réassurance des mutuelles agricoles (CCRMA), la Caisse Centrale des Mutuelles Sociales Agricoles (CCMSA) et la Caisse Mutuelle Agricole de Retraite (CMAR). La CNMA est organisée en caisse nationale et régionale conformément à l'ordonnance 72-64 du 02 Décembre 1972 avec pour objectif, la protection des biens et des personnes évoluant dans le monde rural. Aujourd'hui, la CNMA s'attèle à travers son réseau constitués de caisses régionales et de bureaux locaux à offrir des services à une clientèle composée de la population agricole et rurale et des investisseurs dans le secteur de l'agriculture et dans celui des assurances des biens.

- **Société Nationale de Leasing-Spa (SNL)** : établissement financier spécialisé dans l'octroi de crédit-bail, il a été créé en 2010 avec un capital de 3 milliards 500 millions de dinars algériens et dont les actionnaires sont la BNA et la BDL. La SNL se présente comme ayant pour objectif le développement du secteur de la PME/PMI et des professions libérales en Algérie<sup>2</sup> et propose des solutions de financement dans le cadre de l'acquisition et/ou le renouvellement de biens d'équipements industriels, de production et de transformation, de matériel roulant, de BTPH, d'équipements médicaux et de tourisme.

- Ijar Leasing Algérie-Spa :

- El DjazairIjar-Spa :

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

**Tableau 1** : Evolution du secteur bancaire algérien (nombre d'agence)

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>A) Banques</b>	<b>1 445</b>	<b>1 469</b>	<b>1 489</b>	<b>1 511</b>	<b>1 524</b>
Banques publiques	1 113	1 123	1 134	1 146	1 151
Banques privées	332	346	355	365	373
<b>B) Etablissements Financiers</b>	<b>86</b>	<b>87</b>	<b>88</b>	<b>95</b>	<b>95</b>
Etablissements financiers publics	77	78	79	79	80
Etablissements financiers privés	9	9	9	16	15
<b>C) TOTAL</b>	<b>1 531</b>	<b>1 556</b>	<b>1 577</b>	<b>1 606</b>	<b>1 619</b>

Source : Banque d'Algérie

2017 : données actualisées ; 2018 : données provisoires

**Source** : rapport publié par la banque d'Algérie

Le ratio population active/guichets bancaires a légèrement augmenté en 2018, soit un guichet pour 8 154 personnes en âge de travailler contre 8 139 personnes en 2017. Quant aux centres des chèques postaux, ils disposent, à fin 2018, de 3 811 agences réparties sur le l'ensemble du territoire national, soit un établissement postal pour 3 261 personnes actives.

Au total, l'ensemble des agences des banques et des chèques postaux s'élève à 5 335, soit une agence pour 2 329 personnes en 2018 contre 2 341 personnes en 2017. Le nombre de comptes bancaires actifs en dinars est passé de 11 665 626 comptes en 2017 à 12 000 601 comptes en 2018, soit une hausse de 2,87 %. Les personnes morales représentent 10,04 % du total de ces comptes (soit 1 204 300 comptes en 2018) et les personnes physiques 89,96 % (soit 10 796 301 comptes en 2018).

Le nombre de comptes bancaires actifs en devises a enregistré une baisse de 4,13 %, passant de 4 465 715 comptes en 2017 à 4 281 341 comptes en 2018. Les personnes morales représentent 1,76 % du total de ces comptes (soit 75 227 comptes en 2018) et les personnes physiques 98,24 % (soit 4 206 114 comptes en 2018).<sup>67</sup>

Le niveau de bancarisation, en termes de nombre de comptes ouverts par les banques à la clientèle (comptes actifs en dinars et en devises) et par le centre des chèques postaux, est en

<sup>67</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algerie p.55

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

légère progression en 2018 et s'établit à 3,03 comptes par personne en âge de travailler contre 2,97 comptes en 2017.

### Ressources collectées

L'activité collecte des ressources à vue et à terme des banques a connu une progression de 9,8 % en 2018 contre 13,1 % en 2017. En incluant les dépôts affectés en garantie d'engagements par signature (crédits documentaires, avals et cautions), le total des dépôts collectés à fin 2018, a augmenté de 6,7 % contre 12,7 % en 2017.<sup>68</sup>

**Tableau 2 :** Evolution des ressources collectées des banques<sup>69</sup>

En milliards de dinars ; fin de période					
Nature des dépôts	2 014	2 015	2 016	2 017	2 018
<b>A) Dépôts à vue</b>	<b>4 434,8</b>	<b>3 891,7</b>	<b>3 732,2</b>	<b>4 499,0</b>	<b>4 880,5</b>
Banques Publiques	3 712,1	3 297,7	3 060,5	3 765,5	4 054,7
Banques Privées	722,7	594,0	671,7	733,5	825,8
<b>B) Dépôts à terme</b>	<b>4 083,7</b>	<b>4 443,4</b>	<b>4 409,3</b>	<b>4 708,5</b>	<b>5 232,6</b>
Banques Publiques	3 793,6	4 075,8	4 010,8	4 233,0	4 738,3
<i>dont : dépôts en devises</i>	348,8	428,8	412,8	456,9	544,1
Banques Privées	290,1	367,6	398,6	475,5	494,3
<i>dont : dépôts en devises</i>	56,0	67,2	66,6	86,5	106,0
<b>C) Dépôts en garanties*</b>	<b>599,0</b>	<b>865,7</b>	<b>938,4</b>	<b>1 024,7</b>	<b>809,6</b>
Banques Publiques	494,4	751,3	833,7	782,1	626,7
<i>dont : dépôts en devises</i>	1,4	8,8	3,9	2,1	2,9
Banques Privées	104,6	114,4	104,7	242,6	182,9
<i>dont : dépôts en devises</i>	1,9	1,8	6,3	4,6	6,2
<b>D) Total des ressources collectées</b>	<b>9 117,5</b>	<b>9 200,8</b>	<b>9 079,9</b>	<b>10 232,2</b>	<b>10 922,7</b>
Part des banques publiques:	87,74%	88,30%	87,06%	85,81%	86,24%
Part des banques privées:	12,26%	11,70%	12,94%	14,19%	13,76%

(\*) : dépôts de garantie des engagements par signatures (crédits documentaires, avals et cautions)  
2017 : données actualisées ; 2018 : données provisoires

**Source :** rapport annuel de la banque d'Algérie 2018

Par nature de dépôts, les dépôts à vue ont augmenté de 8,5 % à fin 2018, contre 20,5 % l'année précédente, passant de 4 499,0 milliards de dinars à fin 2017 à 4 880,5 milliards de dinars à fin 2018. Cette hausse résulte de l'augmentation des dépôts à vue du secteur des hydrocarbures,

<sup>68</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.56

<sup>69</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.56

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

notamment dans les banques publiques où ils se sont accrus de 19,1 %. Hors dépôts du secteur des hydrocarbures, les dépôts à vue dans les banques ont augmenté de 5,1 % à fin 2018 contre 8,6 % à fin 2017. Par type de banques, les dépôts à vue collectés par les banques privées ont enregistré un accroissement supérieur à celui des dépôts collectés par les banques publiques (12,6 % contre 8,5 %). Ces évolutions ont fait légèrement progresser la part des dépôts à vue des banques privées dans le total des dépôts à vue, de 16,3 % à fin 2017 à 16,9 % à fin 2018, alors que celle des banques publiques est en léger recul passant de 83,7 % à fin 2017 à 83,1 % à fin 2018.<sup>70</sup>

En ce qui concerne l'évolution des dépôts à terme, leurs encours passent de 4 708,5 milliards de dinars à fin 2017 à 5 232,6 milliards de dinars à fin 2018, soit un accroissement de 11,1 %. Cette hausse des dépôts à terme est plus forte au niveau des banques publiques (11,9 % contre 5,5 % en 2017) qu'au niveau des banques privées (4,0 % contre 19,3 % en 2017). Concernant les dépôts en devises, inclus dans la catégorie des dépôts à terme, ils sont en hausse de 19,6 % pour l'ensemble du système bancaire (19,1% dans les banques publiques et 22,4 % dans les banques privées). Ainsi, la part des dépôts à terme dans le total des dépôts collectés (à vue et à terme), passe de 51,1 % à fin 2017 à 51,7 % à fin 2018.

Les dépôts reçus en garantie des engagements par signature des banques (crédits documentaires, avals et cautions), sont en baisse de 21,0 % en 2018. Cette baisse concerne, notamment, les dépôts de garantie des crédits documentaires (-28,2 %) et est plus élevée dans les banques privées (-24,6 %) que dans les banques publiques (-19,9 %).

Enfin, à fin 2018, la part des ressources collectées par les banques publiques prédominent toujours avec 86,2 % (85,8 % à fin 2017) du total des ressources collectées par l'ensemble des banques. Quant aux banques privées, leur part est en baisse et passe de 14,2 % à fin 2017 à 13,8 % à fin 2018. Concernant la répartition des dépôts par secteur institutionnel à fin décembre 2018, les dépôts collectés auprès du secteur public ont augmenté de 7,6 %, soit une progression plus modérée que celle enregistrée à fin décembre 2017(22,4%). Aussi, la part de ces dépôts dans le total des dépôts à vue et à termecollectés par les banques, passe de 40,6 % en 2017 à 39,7 % en 2018, soit unebaisse de 0,9 point de pourcentage.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algerie p.57

<sup>71</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algerie p.57

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

De même, les dépôts collectés auprès du secteur privé, ont connu une hausse appréciable de 11,8 % à fin 2018 contre 4,9 % à fin 2017 et 4,6 % à fin 2016. Cette évolution s'est matérialisée par la hausse de la part des dépôts du secteur privé (entreprises privées, ménages et associations) dans les banques, dans le total des dépôts à vue et à terme. Cette part, qui était de 59,4 % à fin 2017, s'est établie à 60,3 % en 2018.

**Tableau 3:** Répartition des dépôts par secteurs institutionnels<sup>72</sup>

<b>En milliard de dinars : fin de période</b>					
<b>Dépôts par secteur</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>A) Dépôts à vue</b>	<b>4434,7</b>	38991,	3 732,2	4499,0	4880,5
Entreprises et autres organismes publics	2368,6	7	1 775,9	2325,8	2542,6
entreprises privées	1 159,7	2 023,4	1 099,9	1132,4	1340,8
Ménages et associations	421,2	1 076,2	532,1	541,7	621,9
Autres *	485,2	451,6	324,3	499,1	375,2
	40883,8	340,5	4409,2	4708,5	5232,6
<b>B) Dépôts à terme</b>					
Entreprises et autres organismes publics	1 195,7	3443,3	1084,8	1174,7	1222,9
entreprise privées	279,7	1 222,9	370,2	446,2	507,4
Ménages et associations	2515,6	383,4	2881,9	3001,4	3254,2
Autres*	92,8	27560,0	72,3	86,1	248,1
	599,0	81,0	938,4	1024,7	809,6
<b>C) Dépôts en garanties</b>	9 117,5	865,7	9079,8	10232,2	10922,7
<b>D) Total des ressources collectées</b>	44,9%	9 200,7	36,9%	40,6%	39,7%
part du secteur public***	55,1%	41,0%	63,1%	59,4%	60,3%
part du secteur privé***		59,0%			

<sup>72</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algerie p.58

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

**Source :** rapport annuel de la banque d'Algérie

Au sein du secteur économique public, les dépôts à vue des entreprises publiques et autres organismes publics, ont enregistré une hausse de 9,3 % en 2018, passant de 2 325,8 milliards de dinars à fin 2017 à 2 542,6 milliards de dinars à fin 2018 et représentent ainsi 67,5 % du total des dépôts du secteur public contre 66,4 % à fin 2017, soit un rythme d'augmentation des dépôts à vue bien en deçà de celui de 2017 qui était de 31,0 %. Quant aux dépôts à terme des entreprises publiques, ils ont progressé de 4,1 % en 2018, contre une décroissance de 8,3 % en 2017 et une baisse de 11,3 % en 2016.<sup>73</sup>

En ce qui concerne le secteur économique privé, la hausse des dépôts collectés auprès des entreprises privées (17,1 % en 2018 contre 7,4 % en 2017) est plus importante que celle des dépôts collectés au niveau des ménages et associations (9,4 % en 2018 contre 3,8 % en 2017). Aussi, à l'instar des années précédentes, bien qu'en légère baisse, comparativement à celles de 2017 et 2016, la part des dépôts des ménages et associations par rapport au total des dépôts du secteur privé, demeure importante (67,7 % contre 69,2 % à fin 2017 et 69,9 %).<sup>74</sup>

Enfin, en termes de parts relatives, à fin 2018, les dépôts collectés à vue et à terme auprès des entreprises et autres organismes publics, des ménages et des entreprises privées représentent respectivement 37,2 %, 38,3 % et 18,3 % du total contre 38,0 %, 38,5 % et 17,1 % à fin 2017. Les organismes de sécurité sociale, de retraite et des assurances, les institutions privées à but non lucratif au service des ménages et l'administration locale se partagent le reliquat de 6,2 % à fin 2018 contre 6,4 % à fin 2017.

### Crédits distribués

Les crédits bancaires à l'économie, hors rachats de créances par le trésor, ont atteint 9 974 milliards de dinars en 2018 contre 8 877,9 milliards de dinars en 2017, soit une progression de 12,35 % (12,27 % en 2017). Le tableau ci-après décrit le profil de l'activité de crédit à l'économie des banques (crédits rachetés par le Trésor déduits) :

**Tableau 4 :** Répartition des crédits bancaires (y compris CNEP)

**En milliard de dinars : fin de période**

<sup>73</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.58

<sup>74</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.59

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

Crédit des banques/secteur	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Crédit au secteur public</b>	<b>3382,9</b>	<b>3688,9</b>	<b>3952,8</b>	<b>4311,8</b>	<b>4944,2</b>
banques publiques	3373,4	3679,5	3943,3	4302,3	4934,7
crédits directs	3210,3	3521,9	3789,5	4154,0	4786,0
achat d'obligations	163,1	157,6	153,8	148,3	148,7
banques privées	9,5	9,5	9,5	9,5	9,5
crédits directs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
achat d'obligations	9,5	9,5	9,5	9,5	9,5
<b>Crédit au secteur privé</b>	<b>3120,0</b>	<b>3586,6</b>	<b>3955,0</b>	<b>4566,1</b>	<b>5029,9</b>
banques publiques	2338,7	2687,1	2982,0	3401,7	3701,4
crédits directs	2338,5	2685,4	2982,0	3401,7	3701,4
achat d'obligations	0,2	1,7	0,0	0,0	0,0
banques privées	781,3	899,5	973,0	1164,4	1328,5
crédits directs	781,3	899,5	973,0	1164,4	1328,5
achats directs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total des crédits distribués nets</b>	<b>6502,9</b>	<b>7275,6</b>	<b>7907,8</b>	<b>8877,9</b>	<b>9974,0</b>
<b>des crédits rachetés</b>	87,84%	87,51%	87,58%	86,78%	86,59%
part des banques publiques	12,16%	12,42%	12,42%	13,22%	13,41%
part des banques privés					

**Source :** rapport annuel de la banque d'Algérie, 2018

La croissance des crédits à l'économie a concerné aussi bien les crédits au secteur public, qui se sont accrus de 14,67%, que les crédits au secteur privé, qui ont augmenté de 10,16 %, contre, respectivement, 9,08% et 15,45% de hausse en 2017. En termes de contribution à la croissance des crédits à l'économie, les crédits au secteur public ont contribué à hauteur de 57,69 % et les crédits au secteur privé à hauteur de 42,31%. Contrairement aux années 2015, 2016 et 2017, la progression plus faible des crédits au secteur privé, s'est traduite par une baisse de leur part dans le total des crédits à l'économie, qui passe de 51,4 % en 2017 à 50,43 % en 2018. Pour mémoire, cette part avait atteint 52,8 % en 2013.<sup>75</sup>

Les crédits distribués par les banques publiques, fortement engagées dans le financement des grands projets des entreprises publiques, demeurent prédominants avec 86,59 % de part de marché contre 13,41 % aux banques privées. Les banques publiques assurent la totalité du financement direct du secteur économique public et leur part dans le financement du secteur privé demeure importante (73,59 % contre 74,50 % en 2017).<sup>76</sup>

<sup>75</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.60

<sup>76</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.60

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

Au cours de l'année sous revue, les crédits octroyés par les banques publiques se sont accrus de 12,10 % contre 11,24 % en 2017. Quant au rythme d'expansion des crédits distribués par les banques privées, quasi exclusivement au secteur économique privé, il s'établit à 13,98 % contre 19,47 % en 2017. En l'absence de marchés financiers développés, les crédits directs assurent la quasi-totalité du financement de l'économie à hauteur de 98,4 %. Ils assurent la totalité du financement du secteur privé et 96,8 % de celui du secteur public (96,3 % en 2017).<sup>77</sup>

La structure de l'encours des crédits distribués par les banques à fin 2018 confirme le niveau élevé des crédits à moyen et long termes, notamment celui des crédits à long terme liés aux financements des investissements des entreprises publiques. Ces crédits ont atteint une part relative de 73,1 % (74,1 % à fin 2017) du total de crédits distribués contre une part de 26,9 % pour les crédits à court terme (25,9 % à fin 2017).<sup>78</sup>

A fin 2018, les crédits à moyen et long termes distribués par les banques publiques, représentent 78,63 % du total de leurs crédits contre 79,44 % à fin 2017 et 80,74 % en 2016. Pour les banques privées, cette part, qui avait atteint un niveau appréciable à fin 2009 (52 %), a reculé progressivement, pour atteindre 37,1 % en 2018 contre 39,15 % à fin 2017 et 40,96 % à fin 2016.<sup>79</sup>

Par maturité, les crédits à l'économie des banques et de la caisse d'épargne ont évolué comme suit :

**Tableau 5:** Répartition des crédits par maturité

En milliards de dinars : fin de période

Crédit par maturité	2014	2015	2016	2017	2018
<b>A) Crédit à court terme</b>	<b>1 608,7</b>	<b>1 710,6</b>	<b>1 914,2</b>	<b>2 298,0</b>	<b>2 687,1</b>
Banques publiques	1 091,0	1 152,4	1 334,1	1 583,7	1 845,2
Banques privées	517,7	5 58,2	580,1	714,3	841,9
<b>B) Crédit à moyen terme</b>	<b>4 894,2</b>	<b>5 564,9</b>	<b>5 993,6</b>	<b>6 579,9</b>	<b>7 287,0</b>
Banques publiques	4 621,0	5 214,1	5 591,2	6 120,3	6 790,9
Banques privées	273,1	350,8	402,4	459,6	496,1
	<b>6 502,9</b>	<b>7 275,6</b>	<b>7 907,8</b>	<b>8 877,9</b>	<b>9 974,0</b>

<sup>77</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algerie p.60

<sup>78</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algerie p.60

<sup>79</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algerie p.60

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

<b>C) Total des crédits distribués nets</b>					
<b>des crédits rachetés</b>	24,70%	23,50%	24,20%	25,90%	26,90%
Part crédits à court terme	75,30%	76,50%	75,80%	74,10%	73,10%
part crédits à moyen et long terme					

**Source :** rapport annuel de la banque d'Algérie, 2018

Concernant les crédits hypothécaires, leur encours est passé de 483,3 milliards de dinars à fin 2016 à 561,9 milliards de dinars à fin 2017 pour atteindre 591,3 milliards de dinars à fin 2018, soit un accroissement de 5,24 % en 2018 contre 16,26 % en 2017. Les deux tiers (2/3) de ce type de crédit sont octroyés par la caisse d'épargne.<sup>80</sup>

Les dispositions législatives (Ordonnance n° 10-04 du 26 août 2010 modifiant et complétant l'Ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit), confèrent à la Banque d'Algérie des prérogatives englobant le fonctionnement, la surveillance et la sécurité des systèmes de paiement, ainsi que l'organisation et la gestion d'une centrale des risques et d'une centrale des impayés.

### **Système de règlements bruts en temps réel de gros montants et paiements urgents**

La présente section a pour objet de décrire l'activité des systèmes de règlements bruts de gros montants et paiements urgents (Algeria Real Time Settlement, "ARTS") et de compensation des chèques et autres instruments de paiement de masse (Algérie Télé Compensation Interbancaire, "ATCI") durant l'année 2018, soit la 12<sup>ème</sup> année depuis leur mise en production les 08 février et 15 mai 2006 respectivement.<sup>81</sup>

### **Système ARTS**

Durant l'année 2018 qui a compté 252 jours ouvrés, le Système ARTS a traité un total de 360 919 opérations pour un montant global de 101 621,408 milliards de dinars contre 339 227 opérations pour 99 896,266 milliards de dinars en 2017, soit une hausse de 6,39 % en volume

<sup>80</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.61

<sup>81</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.70

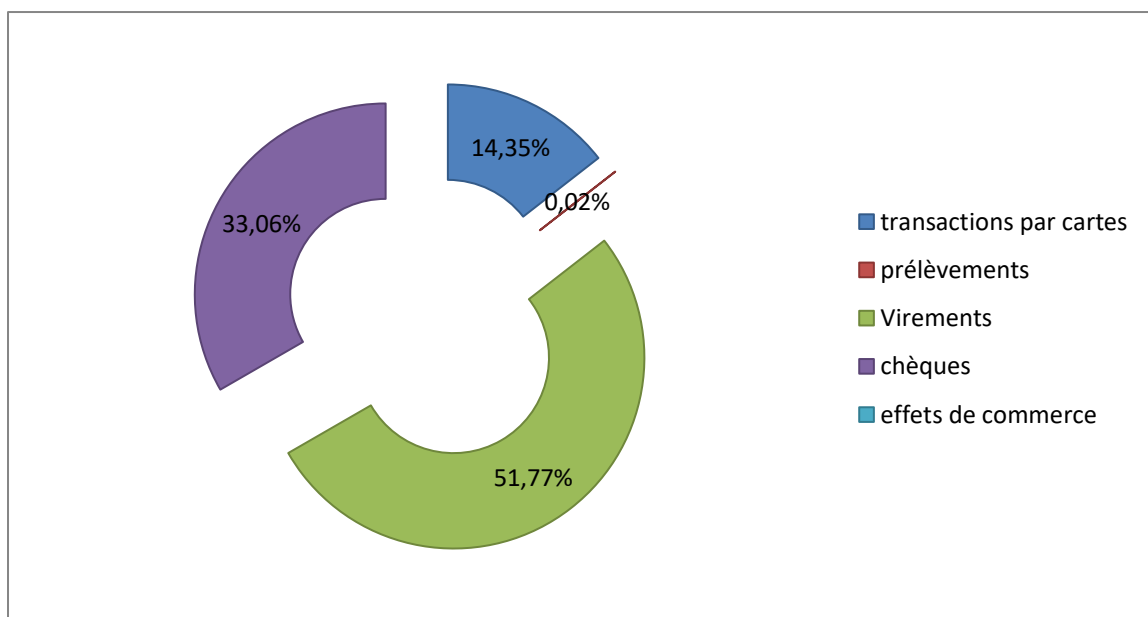
## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

et un accroissement de 1,73 % en valeur. Cet accroissement des valeurs transigées s'explique, notamment, par la forte augmentation enregistrée par les opérations sur les valeurs d'Etat durant l'année sous revue pour atteindre un total de 5 987,830 milliards de dinars, soit une hausse de 55,67 % par rapport à l'année antérieure.

En moyennes quotidiennes, le Système a traité 1 432 opérations pour 403,260 milliards de dinars en 2018 contre 1 346 opérations pour 396,414 milliards de dinars durant l'année précédente.<sup>82</sup>

Les chèques et les virements télé compensés en 2018 représentent les parts les plus importantes avec des taux de 33,05 % et 51,77 %, respectivement, de la volumétrie globale des moyens de paiement échangés. A cet égard, il importe de préciser que les virements représentent plus de la moitié des moyens de paiement scripturaux utilisés en 2018 et ont enregistré une importante augmentation de 13,41 % par rapport à l'année 2017.<sup>83</sup>

**Figure 1 :** volume des opérations bancaires traitées durant l'année 2018



<sup>82</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.70 71

<sup>83</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.72

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

**Source :** rapport annuel de la banque d'Algérie, 2018

A contrario, la valeur des chèques télé compensés en 2018 s'est élevée à 15 499,681 milliards de dinars sur une somme globale de 17 016,83 milliards de dinars, soit une quote-part de 91,08 % contre 6,22 % pour les virements dont les montants télé-compensables sont, faut-il le rappeler, inférieurs à un million de dinars.<sup>84</sup>

Pour ce qui est des effets de commerce, il importe de préciser qu'un projet de normalisation de ces valeurs a été finalisé par un groupe de travail interbancaire ad hoc. La normalisation des effets devraient permettre aux banques et Algérie Poste de les échanger sous forme totalement dématérialisée (enregistrements et images scannées des effets).<sup>85</sup>

En ce qui concerne les transactions par cartes interbancaires, il importe de préciser qu'au terme de l'année 2018, elles ont augmenté de 19,98 % en volume et 27,25 % en valeur, ce qui indique une reprise non négligeable en matière d'utilisation de la carte interbancaire, pouvant s'expliquer entre autres

- les efforts consentis par le GIE Monétique dans le sens de la promotion de la carte et du renforcement de son utilisation ;
- l'homologation, jusqu'à fin décembre 2018, de vingt-sept (27) web marchands œuvrant dans le secteur des services ;
- la promulgation, en mai 2018, de la loi sur le commerce électronique qui permettrait, à moyen terme, une arrivée massive de web-marchands du secteur des biens et marchandises et par conséquent une plus grande utilisation de paiements par internet.

Pour ce qui est des paiements par cartes durant l'année sous revue, les paiements sur TPE ont représenté 46 % en volume et 78,37 % en valeur alors que les paiements par internet ou e-paiement l'ont été pour 54 % en volume et 21,63 % en valeur.<sup>86</sup>

**Tableau 6:** volume en milliers d'opération et valeur en milliards de dinars

### Volume en milliers d'opérations et valeurs en milliards de dinars

Type d'opération	Volume	Valeur	Ratios volume (%)	Ratios valeur (%)
Paiements sur TPE	139,363	1,060	46,00%	78,37%

<sup>84</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.73

<sup>85</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.73

<sup>86</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.73

## Chapitre II : Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie

Paiement par Internet	163,627	0,293	54,00%	21,63%
Total des Paiements par cartes	302,990	1,353	100,00%	100,00%

**Source :** rapport annuel de la banque d'Algérie, 2018

En termes d'évolution, les paiements par cartes ont, comme le montre le tableau ci-dessous, enregistré des hausses considérables qui s'élèvent à 53,85 % en volume et 47,75 % en valeur.

Les paiements de proximité (sur TPE) ont connu le même trend haussier en 2018 en enregistrant un accroissement très important en volume et en valeur soit respectivement 44,04 % et 56,36%.

Aussi, les paiements distants ou paiements par internet (e-paiement) ont augmenté de 63,33 % en volume et de 23,20 % en valeur. Ce qui est fort prometteur quant à une utilisation massive de la carte dans les années à venir.<sup>87</sup>

### Conclusion du chapitre II

A travers le deuxième chapitre on a tout d'abord expliqué le concept de bancarisation en prenant compte des déterminant les plus important qui peuvent l'impacté que ça soit par la population l'environnement les produit, on a aussi cité brièvement le facteur favorable à l'extension des services bancaires théoriquement parlant et pour la fin on a fait un constat sur la bancarisation en Algérie à travers des chiffre qui sont assez à jours d'où on a constaté que malgré les reforme le résultat reste assez loin des attente a atteindre au niveau de pénétration des services bancaire.

---

<sup>87</sup>Rapport annuel 2018 banque d'Algérie p.74

**Chapitre III :**  
**Analyse du niveau de**  
**pénétration des services**  
**bancaire: cas des agences**  
**bancaires de la commune de**  
**Tizi-Ouzou**

## **Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou**

### **Chapitres III : Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou**

#### **Introduction**

L'objet de notre recherche est d'analyser et essayer de comprendre le faible niveau de pénétration des services bancaire ainsi que de sonder les principales raisons qui freinent la bancarisation. Il s'agit aussi, pour nous, d'identifier les facteurs qui influencent directement la bancarisation, la stratégie mis en places par les banques, ainsi que de mettre le point sur leur effort et leur réel volonté à capter plus de population.

Afin de réaliser notre étude empirique, nous avons fait le choix d'exploiter deux outils de collecte d'informations qui sont : le questionnaire et l'entretien et cela dans le but d'essayer d'apporter des réponses à notre question principale.

Le présent chapitre qui se vent une analyse des principaux résultats obtenus de l'enquête est composé de trois sections. La première traite les différents outils utilisés pour collecter l'information nécessaire pour répondre à notre question principale, du choix de notre échantillon. La seconde section est consacrée pour l'analyse des caractéristiques de la clientèle des agences et leur gamme de produits, la troisième section est consacrée pour le facteur en relation avec la bancarisation.

#### **Section 1 : Présentation de la méthodologie de recherche**

Cette section est réservée à la présentation de la méthodologie de recherche et la définition des outils utilisés pour collecter les données et d'informations concernant le niveau de pénétration des services bancaire en Algérie.

# Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

## 1 L'étude documentaire

### 1.1.Définition

« La recherche documentaire est un outil déterminant dans la conduite d'un travail de recherche. Non seulement elle sert à porter un regard sur la revue de littérature, mais aussi elle permet de collecter les données ». <sup>88</sup>

### 1.2.Objectif de l'étude documentaire

Dans notre travail de recherche, l'étude documentaire nous a permis de collecter, réunir, structurer et rassembler toutes les informations nécessaires afin de traiter notre sujet qui est la bancarisation en Algérie.

Notre étude s'est effectuée d'une part sur la base des informations réunis au niveau des agences bancaires que nous avons sollicitées et d'autre part, la visite de la bibliothèque de la faculté et les sites internet.

## 2. Définition de la méthodologie de recherche

La méthodologie se définit comme étant « l'étude du bon usage des méthodes et des techniques. La méthodologie de la recherche englobe à la fois la structure de l'esprit et de la forme de la recherche et des techniques utilisées pour mettre en pratique cet esprit de cette forme». <sup>89</sup>

Pour nous, la méthodologie est la boites a outils qui nous permet d'analyser et disséquer notre sujet afin de nous mener vers l'objectif de notre étude qui est de répondre a nos interrogations. Il existe deux principales méthodes : la méthode qualitative et la méthode quantitative.

### 2.1.La méthode qualitative

---

<sup>88</sup>[https://www.memoireonline.com/02/08/948/m\\_analyse-facteurs-determinants-croissance-ca-industrie-beninoise-corps-gras8.html](https://www.memoireonline.com/02/08/948/m_analyse-facteurs-determinants-croissance-ca-industrie-beninoise-corps-gras8.html). consulté le 13/08/2020 à 9:00.

<sup>89</sup> GAUTHIER B. la problématique à la collecte des données sous la direction de Benoit GAUTHIER, en ligne, 5ème édition. Presses de l'université de Québec, 1992, page09. Disponible sur : <https://excerpts.numilog.com/books/9782760516007.pdf>

## Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

Elle peut se définir comme étant « une étude à caractère intensif, utilisant au niveau de la récolte des données une approche relativement ouvertes, non directive, permissive et indirecte des personnes interrogées».<sup>90</sup>

Il apparait de la définition, que la méthode qualitative présente les caractéristiques suivantes<sup>91</sup> :

- a) **Intensif** : les études qualitatives sont conçues pour recueillir des informations significatives et en profondeur concernant les différents aspects de l'étude. Les entretiens en recherche qualitative sont beaucoup plus longs qu'en recherche quantitative parce que les réponses aux questions demeurent ouvertes ;
- b) **Ouvertes** : ouverture d'esprit, de questionnement ;
- c) **Non-directive** : pour la méthode de contact, le chercheur ne dirige pas, il utilise les références de l'autre pour avancer ;
- d) **Permissive** : s'adapter pour donner à l'autre les pleines possibilités de s'exprimer ;
- e) **Indirecte** : prise de distance par rapport à ce qui est structuré.

Le but de cette méthode est la réalisation d'un guide d'entretien destiné aux différentes agences bancaires de notre échantillon pour mieux comprendre les facteurs qui favorisent et les freins à la bancarisation.

### 2.2.La méthode quantitative

Elle est définie comme étant « un ensemble de procédures pour mesurer des phénomènes (de connaissance, des attitudes, du comportement ou de la performance). Les données quantitatives sont recueillies auprès d'un échantillon statistiquement représentatif d'un univers de population donnée».<sup>92</sup>

---

<sup>90</sup>DAHAK, Abdennour., KARA, Rabah. Le mémoire de master du choix du sujet à la soutenance. N.Ville Tizi-Ouzou. Les éditions EL-AMAL : 2015,208 P.

<sup>91</sup> Idem,

<sup>92</sup>DAHAK, Abdennour., KARA, Rabah. Le mémoire de master du choix du sujet à la soutenance. N.Ville Tizi-Ouzou. Les éditions EL-AMAL : 2015,208 P.

## Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

Cette méthode, permet de voir les stratégies adoptés par les banques pour afin de remonter le niveau de pénétration des services bancaires et analyser le comportement des clients face à ces nouveaux moyens. Pour cela on a mis en place un questionnaire.

### 3. Présentation des outils utilisés

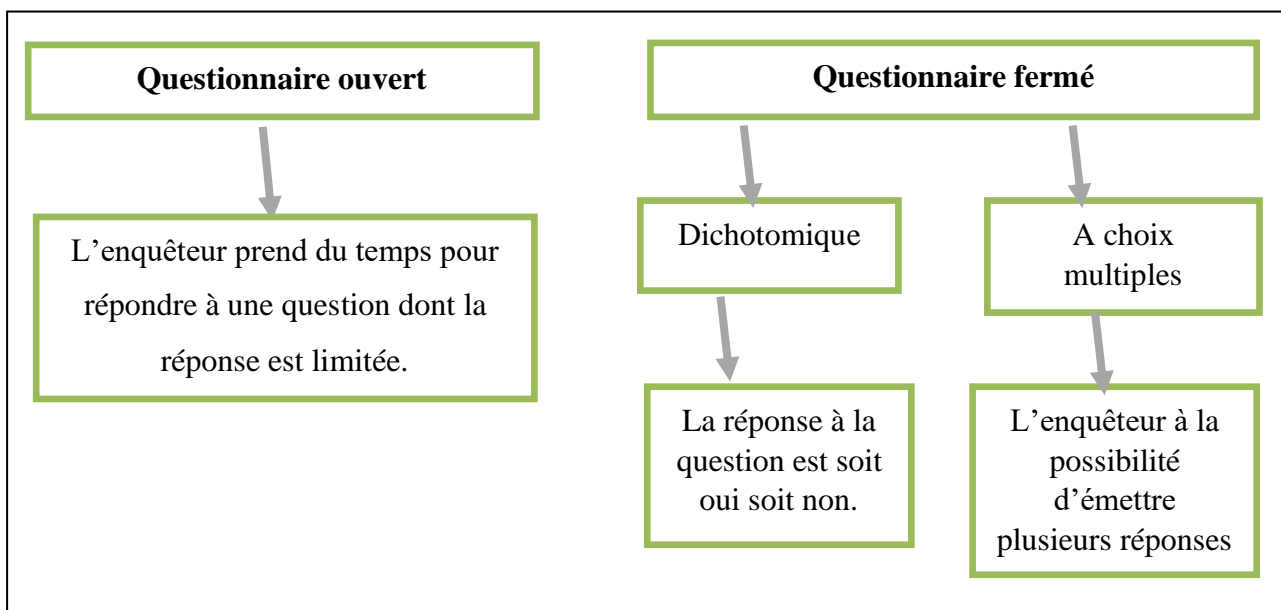
Afin de réalisé notre enquête sur le niveau de pénétration des services bancaire en Algérie, nous avons exploité le questionnaire.

#### 3.1.Définition d'un 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. C'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». <sup>93</sup>

#### 3.2.Les Types de questionnaire

Il existe deux sortes de questionnaires : un questionnaire ouvert et un autre fermé



<sup>93</sup><https://www.scribbr.fr/methodologie/questionnaire/>

<sup>94</sup>[https://www.acstrasbourg.fr/fileadmin/pedagogie/stss/DEPOT\\_DOCUMENTS/BAUMEIER\\_Elisabeth/16\\_EBentretien.pdf](https://www.acstrasbourg.fr/fileadmin/pedagogie/stss/DEPOT_DOCUMENTS/BAUMEIER_Elisabeth/16_EBentretien.pdf)

## Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

- ✓ **L'entretien semi-directif** :ce type d'entretien s'organise dans un cadre strict qui conserve un principe de liberté de parole<sup>95</sup>. Il est un peu plus structuré et le degré de liberté et plus réduit<sup>96</sup>.
- ✓ **L'entretien directif** : Dans le cadre de cet entretien, l'enquêteur pose des questions selon un protocole strict, fixé à l'avance (il s'agit d'éviter que l'interviewé ne sorte des questions et du cadre préparé).

### 3.3.Argumentation sur le choix du questionnaire comme outil d'investigation

Nous avons opté pour le choix du questionnaire car c'est le moyen qui nous a permet de récolter les informations nécessaires pour expliquer, comprendre et répondre à la question de notre sujet de recherche, ensuite c'est un moyen qui nous permet une facilitation de contacts avec les banques de notre échantillon.

Le secteur bancaire en Algérie est composé de 20 banques<sup>97</sup>. Il est constitué de 6 banques publiques et 14 banques privées.

Pour ce qui est de notre enquête, nous avons opté uniquement pour 13 agences bancaires dont six (5) banques publiques et sept (8) banques privées.

**Tableau 7:** statut juridique des banques de notre échantillon

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Statut juridique des banques	Effectif
Publique	5
Privé	8
<b>Total général</b>	<b>13</b>

Durant cette période, nous avons réussi à administrer 13 exemplaires, où nous avons opté pour un questionnaire fermé. Constitué d'une quarantaine de questions (dichotomiques et à choix multiples) et subdivisé en six (6) rubriques, que nous présentons comme suit :

- La première partie traite des questions personnelles sur la personne à qui le questionnaire a été destiné.

<sup>95</sup> Idem

<sup>96</sup> DAHAK, Abdenmour. KARA, Rabah. *Le mémoire de master du choix du sujet a la soutenance*. N.Ville Tizi-Ouzou. Les éditions EL-AMAL : 2015,208 P.

<sup>97</sup><https://www.abef-dz.org/abef/index.php>. consulté le 16/09/2020 à 10:30.

## Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

- La seconde rubrique porte sur un diagnostic des clients
- La troisième partie porte sur les produit et services bancaire.
- La quatrième partie est une analyse des produits et services bancaire mis à des dispositions des clients.
- La cinquième partie porte sur l'analyse marketing et commerciale de l'activité bancaire.
- Enfin la sixième partie traite l'influence des facteurs culturelle et politique sur la bancarisation.

L'objectif principal de cette outil est de collecter des données sur le terrain, ensuite, de chercher à obtenir des informations afin de comprendre et analyser le niveau de pénétration des services bancaire en Algérie, afin de confirmer ou infirmer nos hypothèses de recherche.

L'objectif de notre enquête

### 4. Présentation du lieu d'enquête

Nous avons mené notre enquête de terrain au niveau de plusieurs agences bancaire sachant que la bancarisation concerne toutes les banques, et que leurs agences bancaires commercialisent les mêmes services avec les mêmes tarifs.

La différence que nous avons trouvée est dans le nombre de clients, ainsi que leur comportement, leur acceptation aux nouveautés.

#### 4.1.Traitement des données

Notre enquête de terrain est basée sur les éléments ci-dessous :

**Tableau 8:** Éléments de notre enquête

Taille de l'échantillon	Nombre de réponse	Banques publiques	Banques privées
13	13	05	08

**Source :** Réalisé par nous-mêmes

Après avoir récupéré les questionnaires adressés aux 13 agences bancaires, nous sommes passées à l'étape suivante qui consiste à traiter et interpréter les différentes réponses obtenues. Le traitement des différents résultats recueillis dans le cadre de notre enquête a été effectué sur le logiciel Microsoft Excel 2007. Nous avons créé une base de données pour traiter l'ensemble

## **Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou**

de nos questions, elle est composée de 13 lignes représentant les banques de notre échantillon et 44 colonnes pour l'ensemble des questions qui composent notre questionnaire.

Afin de faciliter le traitement de ces données, nous avons codé chaque proposition de réponse avec des numéros qui correspondent aux nombre de propositions.

On va passer au résultat de notre enquête qu'on a structuré en deux parties, on va commencer par la partie relative à l'analyse des caractéristiques de la clientèle ainsi que la gamme de produit proposé par les agences bancaire.

### **Section 02 : analyse des caractéristiques de la clientèle des agences et leur gamme de produits**

Dans cette section on a analysé et interpréter les données recueillià travers notre questionnaire par rapport a aux caractéristique de la clientèle mais aussi les produit et services que propose les agences de notre échantillon.

#### **1.1.Analyse de la clientèle selon l'âge**

**Tableau 9** : Classification de la clientèle selon l'âge

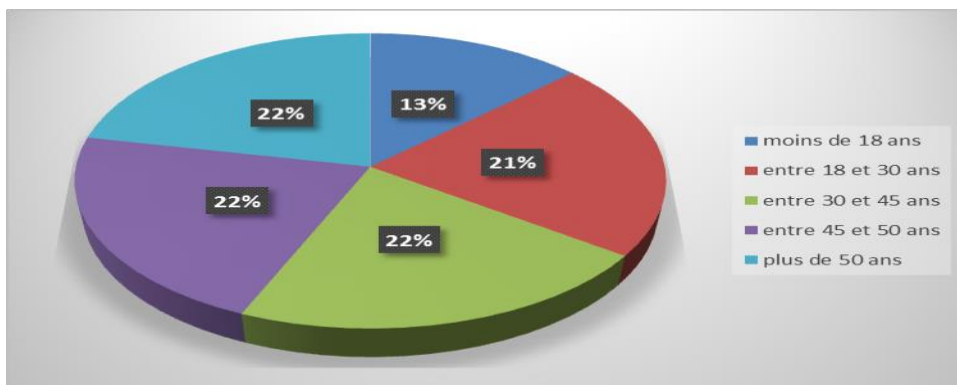
### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

Age moyen de la clientèle	Effectif en %
Moins de 18 ans	13,04%
Entre 18 et 30 ans	21,74%
Entre 30 et 45 ans	21,74%
Entre 45 et 50 ans	21,74%
Plus de 50 ans	21,74%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

Source :  
élaborer par

nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 2 :** Classification de la clientèle selon l'âge



**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le graphe ci-dessus classe la clientèle des agences sondées selon leur âge. Les tranches d'âge (18-30ans), (30-45ans), (45,50ans) et les plus de 50ans ont chacune 21.74%, alors que la clientèle dont l'âge est inférieur à 18 ans représente 13.04%.

On peut constater que la tranche âgée de moins de 18ans est sous bancarisé, cela peut être expliqué par l'absence de revenus pour cette catégorie(en générale des étudiants non actifs), mais aussi par un manque d'intérêt des banques pour cette tranche d'âge, car il n'existe pratiquement pas d'offre en terme de produits et services bancaires à destination de cette catégorie. Pour les autres catégories d'âge il s'agit essentiellement des actifs et potentiellement des retraités sans distinction de profession.

## Chapitre III : Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

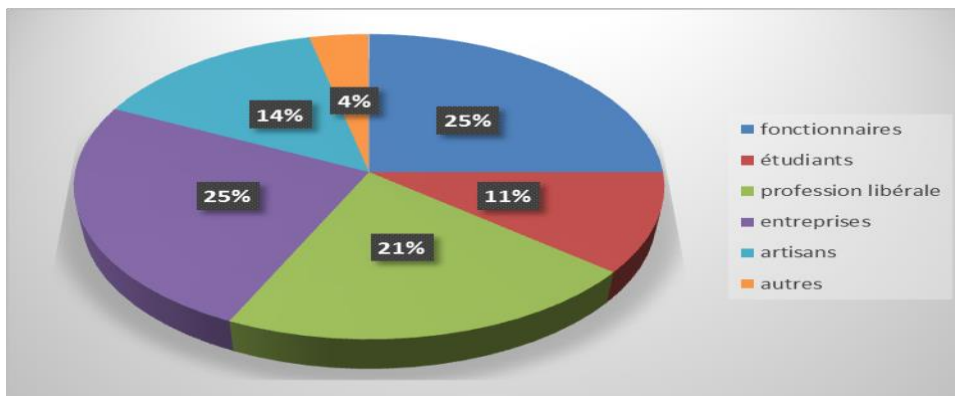
### 1.2. Analyse de la clientèle selon leur profession

**Tableau 10** : Classification de la clientèle selon leur profession

Catégorie sociaux professionnelles	Effectif en %
fonctionnaires	25,00%
étudiants	10,71%
profession libérale	21,43%
entreprises	25,00%
artisans	14,29%
autres	3,57%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 3** : Classification de la clientèle selon leur profession



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le graphe ci-dessus traite de la classification de la clientèle des agences de notre échantillon selon leur profession. 25% de la clientèle est respectivement des fonctionnaires et des entreprises, 21.43% appartiennent à des professions libérales (avocats, médecins, etc.), 14.29% des artisans et 10.71% des étudiants. Les chiffres montrent une diversification de la clientèle avec des segments bien distincts, entre les entreprises et les particuliers (ménages). Les étudiants les artisans et les autres catégories sont sous bancarisés.

Il convient de dire que les banques en quête de rentabilité ont tendance à négliger les petits artisans et les étudiants pour des raisons différentes, manque ou absence de revenus pour les étudiants et activité peu rentable pour les artisans. Cependant, il est important pour les banques

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

de prendre soin de ces deux catégories, en mettant en place des produits adaptés à leurs besoins pour soigner leur image.

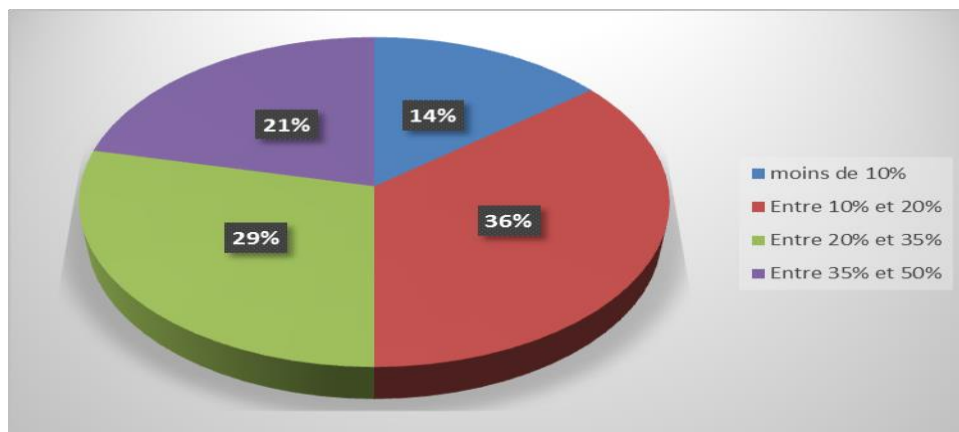
#### 1.3. Analyse de la part de la clientèle féminine au sein des agences

**Tableau 11** : proportion de la clientèle féminine

Pourcentage de la clientèle féminine au sein des agences de notre échantillon	Effectif
Moins de 10%	2
Entre 10% et 20%	5
Entre 20% et 35%	3
Entre 35% et 50%	3
<b>Total général</b>	<b>13</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 4** : pourcentage de femme au siens des agence de notre échantillon



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représentent le pourcentage de la clientèle féminine par rapport au total des clients au sein des agences de notre échantillon. Le taux de clientèle féminine de 5 agences de notre échantillon varie entre 10% et 20%, le taux de clientèles féminines de 4 agences varie entre 20% à 35%, pour 3 agences le pourcentage de femmes est entre 35% et 50% et 2 agences de notre échantillon possèdent moins de 10% de clientèles femmes.

Comme nous pouvant le constaté travers l'analyse de ses dernier la présence de gent féminine est inferieur a 30% sachant que le nombre de femme dans la zone prise en considération par notre étude dépasse largement le nombre de la gent masculine.

## Chapitre III : Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

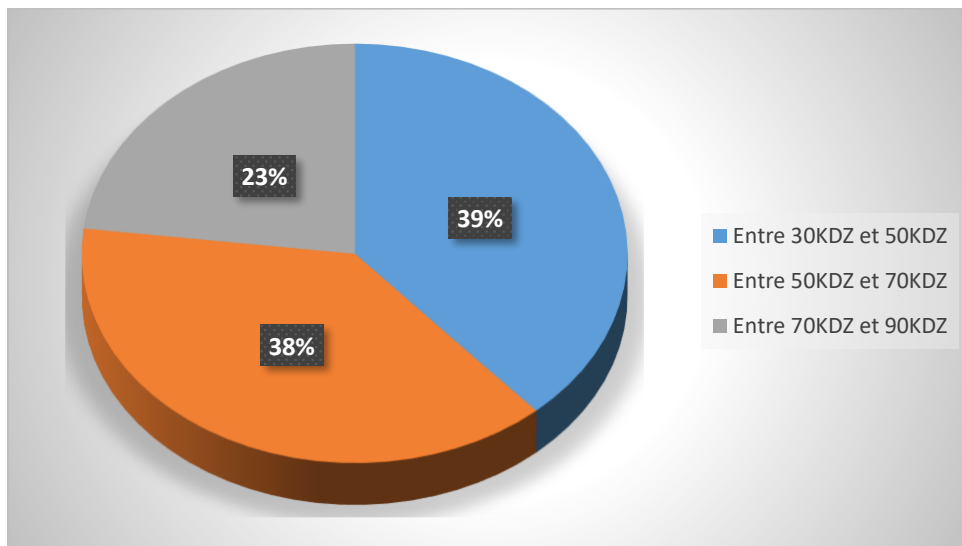
### 1.4. Analyse de la clientèle selon leurs revenus

**Tableau 12:** revenu moyen de la clientèle des agences de notre échantillon

Revenu moyen des clients	Effectif
Entre 30 KDZ et 50 KDZ	5
Entre 50 KDZ et 70 KDZ	5
Entre 70 KDZ et 90 KDZ	3
<b>Total général</b>	<b>13</b>

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 5 :** revenu mensuel moyen de la clientèle des agences de notre échantillon



**Source :** Elaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

La figure et le tableau ci-dessus nous révèlent le salaire moyen des clients des agences de notre échantillon. 40% de la clientèle à respectivement un salaire moyen de (30 à 50 Kdz) et (50 à 70Kdz), 20% des clients ont un salaire moyen qui varie entre (70 à 90Kdz)

On constate que le salaire moyen perçu par la clientèle des différentes agences est en dessus de 50 000 da pour 8 agences sur les 14 de notre échantillon soit 61%. La question reste posée par rapport au fait que les banques exigent des justificatifs de revenus pour l'ouverture d'un compte et donc l'existence d'une sélection préalable et potentiellement discriminante pour les clients à faibles revenus lorsqu' on sait que le salaire minimum en Algérie est de 20000da après la dernière révision.

## Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

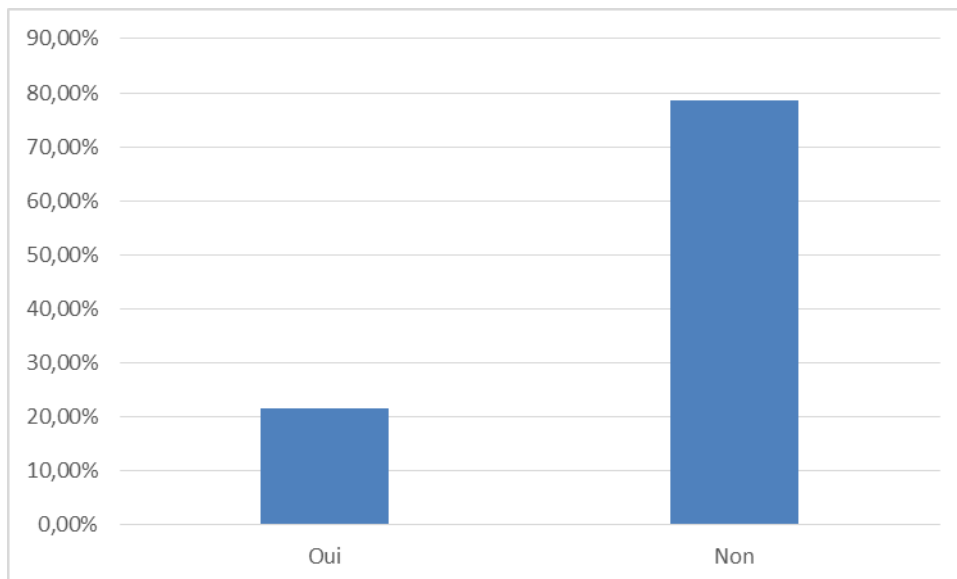
### 1.5.Analyse de l'adaptation des produits bancaires aux ménages à faibles revenus

**Tableau 13** : adaptation des produits et services bancaires aux ménages à faibles revenus

<b>Adaptation des produits et services bancaires aux ménages à faibles revenus</b>	<b>Effectif en %</b>
Oui	21,43%
Non	78,57%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 6** : adaptation des produits et services bancaires aux ménages à faibles revenus



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Ce graphe et le tableau expriment l'adaptation des offres (produits et services) des agences bancaires aux ménages à faibles revenus. Seulement 21% des banques de notre échantillon proposent des produits et services adaptés aux ménages avec un faible revenu alors que 78% n'adaptent pas leurs offres à cette catégorie.

Cela peut être expliqué par l'incapacité de ces ménages à épargner ou bien à rembourser un crédit bancaire vu que leur salaire suffit à peine à couvrir leurs dépenses, surtout avec l'inflation mais aussi les banques cherchent des clients à fort potentiel d'épargne et surtout solvables.

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

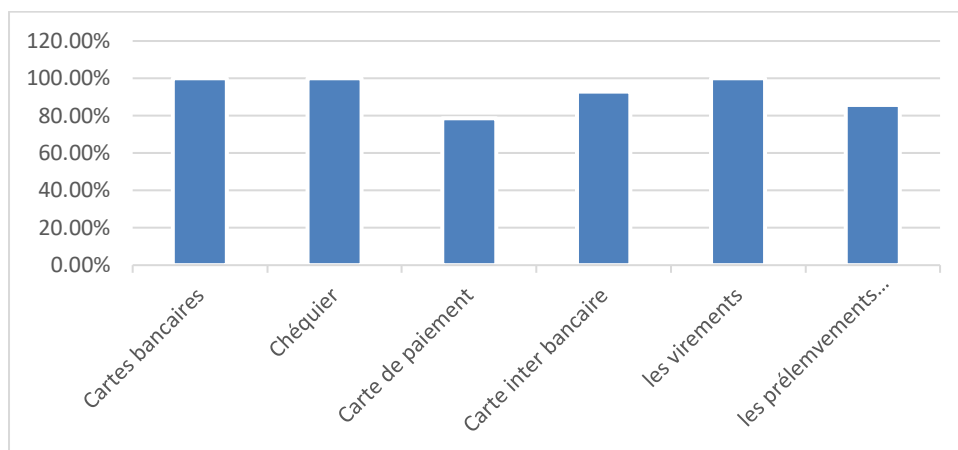
#### 1.6. Analyse des moyens de paiement mis à la disposition des clients par les banques

**Tableau 14 :** moyen de paiement mis à disposition

Moyens de paiement mis à la disposition des clients	Effectif en %
Cartes bancaires	100,00%
Chéquier	100,00%
Carte de paiement	78,57%
Carte inter bancaire	92,86%
les virements	100,00%
les prélèvements automatiques	85,71%

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 7 :** moyens de paiement proposé par les agences de notre échantillon.



**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et la figure ci-dessus exposent les moyens de paiement mis à la disposition des clients par les agences de notre échantillon. 100% des agences proposent les cartes bancaires les chèquiers ainsi que les virements, 85.71% des agences proposent les prélèvements automatiques et 78.57% des agences proposent des cartes de paiements.

Les agences de notre échantillon mettent à disposition de leurs clients les moyens traditionnels tels que les cartes inter bancaire et les chèquiers, les virements et les prélèvements automatiques qui connaissent aussi un essor important, car ils offrent aux clients la possibilité de régler des paiements sans la contrainte de déplacement.

Cela est due au développement et avancé technologique de ces dernières décennie et surtout le

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

changement des habitudes des consommateurs qui commence à s'intéresser de plus en plus au commerce en ligne.

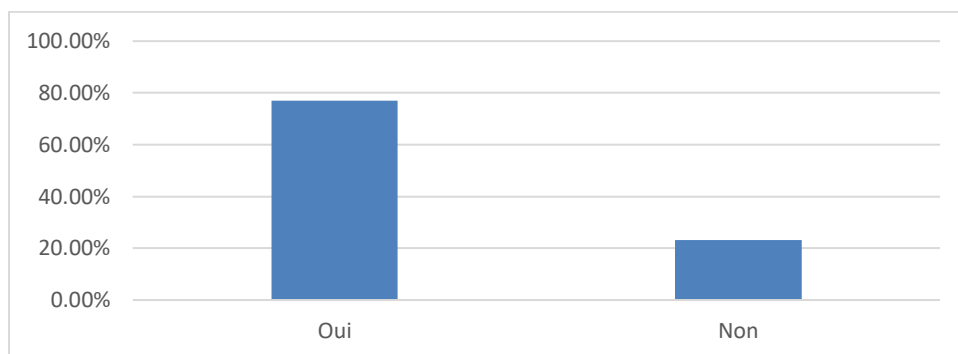
#### 1.7.Analyse de la mise en place d'une différenciation des produits bancaire entre les différentes banques

**Tableau 15** : différenciation des produits et services.

Différenciation des produits et services par rapport à la concurrence	Effectif en %
Oui	76,92%
Non	23,08%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 8** : différenciation des produits et services des agences de notre échantillon.



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus désignent la différenciation des produits et services proposés par les agences bancaires de notre échantillon. 76.92% d'entre elles ont mis en place des produits et services différents de ceux des concurrents, tandis que 23.08% propose les même produit et services.

Cette différenciation est matérialisée par les caractéristiques propres de chaque produit et services offerts même s'il s'agit d'un même produit. Par exemple une différenciation par rapport aux frais de gestion, aux plafonds de débits des cartes bancaires, à la gratuité ou non des services en ligne.

## Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

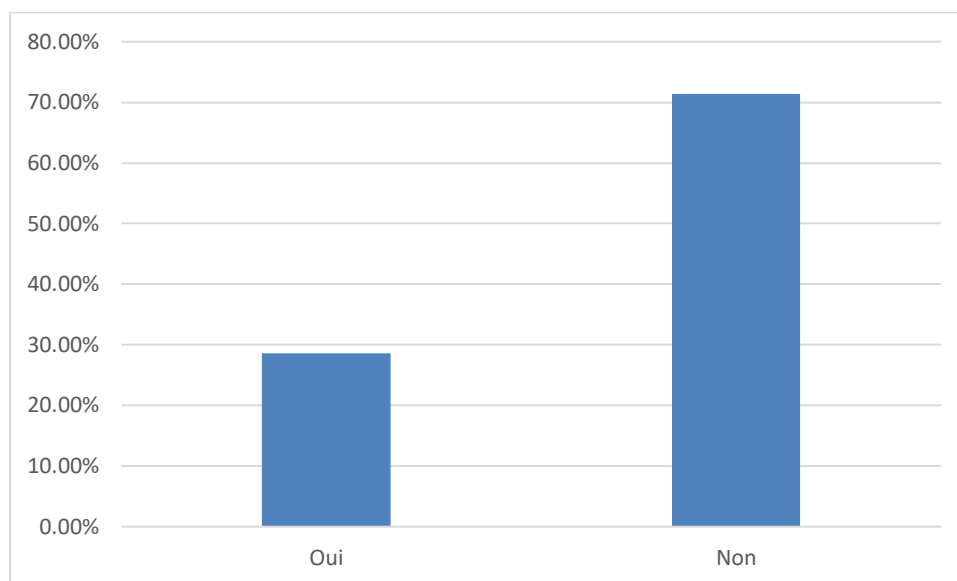
### 1.8.Analyse de la mise en place de produits bancaires dédiés à la finance islamique

**Tableau 16** : produit de finance islamique aux seins des agences de notre échantillon.

Mise en place de produits de la finance islamique	Effectif en %
Oui	28,57%
Non	71,43%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 9** : produit de finance islamique aux seins des agences de notre échantillon.



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représente le pourcentage des agence de notre échantillon ayant mis en place des produit et services de la finances islamique et celle qui ne proposent pas ces produit. 71.43% des agences de notre échantillon n'offre pas de produit ou services en relation avec la finances islamique et seulement 28.57% offre des produit et service de la finance islamique.

On constate 71% des banque de notre échantillon délaisse une potentiel clientèle importante tenons pas compte de l'environnement religieux de notre société et la réticence des individus par rapport au banque qui est toujours en lien avec le facteur religieux.

### 1.9.Analyse des produits et services bancaires les plus demandés par les clients

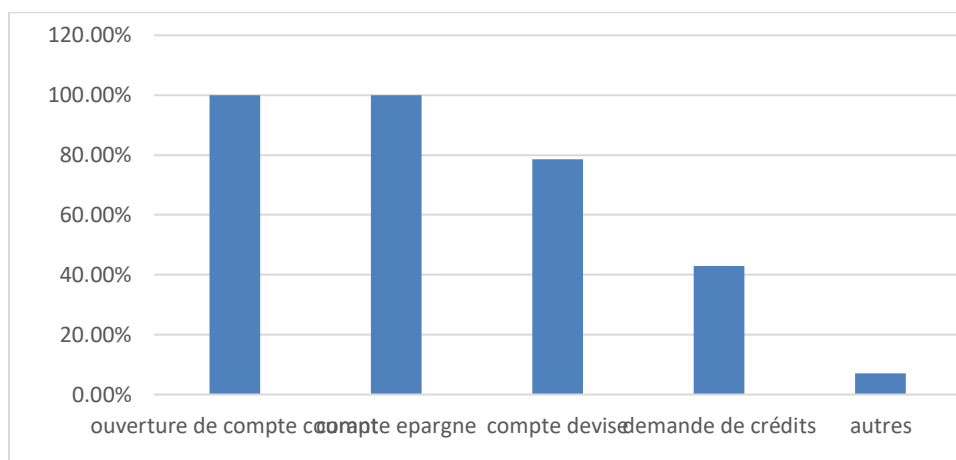
### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

**Tableau 17** : les produits phare des agences de notre échantillon.

Les produits phares de la banque	Effectif en %
ouverture de compte courant	100,00%
compte épargne	100,00%
compte devise	78,57%
demande de crédits	42,86%
autres	7,14%

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 10** : les produits phare des agences de notre échantillon.



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représentent la demande sur les produits bancaires des agences de notre échantillon. L'ouverture de compte courant et de compte épargne avec un taux de 100% sont des plus demandés dans toutes les agences de notre échantillon, l'ouverture de compte devise compte parmi les produit les plus demander dans 78,57% des agence de notre échantillon, tandis que la demande de crédit est l'un des produit les plus demander dans 42,86% des agences de notre échantillon.

On peut constater que les services et produit les plus demander sont pratiquement les même dans toutes les agences sur lesquels porte notre étude mais aussi que la demandes sur d'autre produit ou services est quasiment faible.

#### 1.10. Analyse de la part des comptes épargne par rapport aux autres produits et services

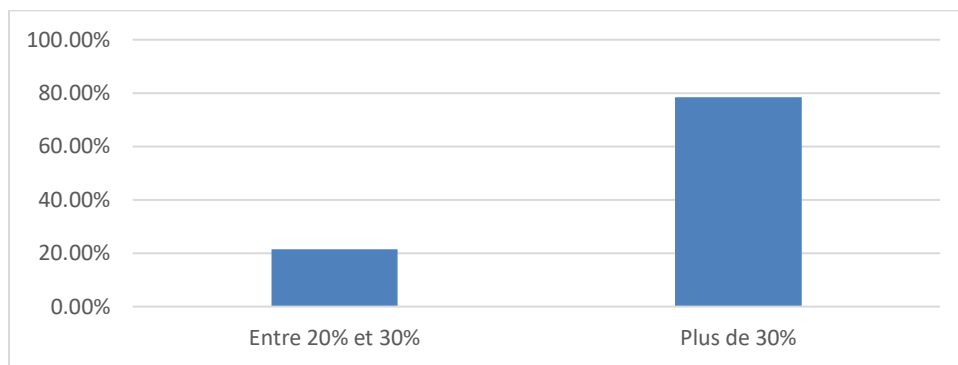
### Chapitre III : Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

**Tableau 18** : ouverture de comptes épargne par rapport aux autres produits et services

<b>% des comptes épargne par rapport aux autres produits commercialisés par la banque</b>	<b>effectif en %</b>
Entre 20% et 30%	21,43%
Plus de 30%	78,57%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 11** : ouverture de comptes épargne par rapport au autre produit et services



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représente le pourcentage d'ouverture de compte épargne au sein des agence de notre échantillon, pour 78,57% des agence de notre échantillon l'ouverture de compte épargne représente plus de 30% par a rapport aux autres services et produit bancaire proposé et pour 21,43% des agences de notre échantillon l'ouverture de compte épargne se situent entre 20% a 30% par rapport a la globalité des services et produit disponibles.

On constate que l'ouverture de compte épargne aux seins des agences de notre échantillon est assez conséquente est quel représente une énorme part de leur activité.

#### 1.11. Analyse de l'importance que peut constituer les étudiants comme clients

**Tableau 19** : importance des étudiants comme clientèle potentielle de la banque

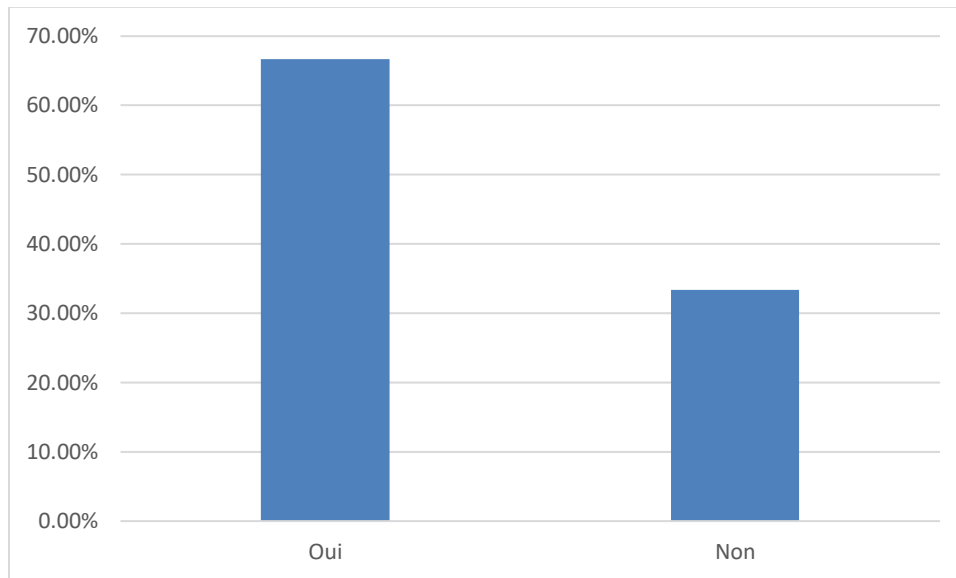
<b>importance des étudiants comme clientèle potentielle de la banque</b>	<b>Effectif en%</b>
Oui	66,67%

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

Non	33,33%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 12 :**importance des étudiants comme clientèle potentielle de la banque



**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus nous indique l'importance accordé par les agence de notre échantillon au potentiel que représente les étudiant comme client. Pour 66,67% des agences de notre échantillon les étudiant représente une clientèle potentielle importante tandis que pour 33,33% ne considère pas ses derniers comme telle.

On constate que les agences de notre échantillon sont mitigées quand a la question de considération des étudiants comme potentiel clientèle sachant que cette tranche n'est pas rentable en l'état actuel mais ils sont destinée à être des future cadre pour la plus part. Analyse des catégories d'âge les plus difficiles à cerner en matière de besoins bancaire

#### 1.12. Analyse de la difficulté de cerner les besoins bancaires selon l'âge

**Tableau 20 :** tranche d'âge la plus difficile à cerner en matière de produits et services

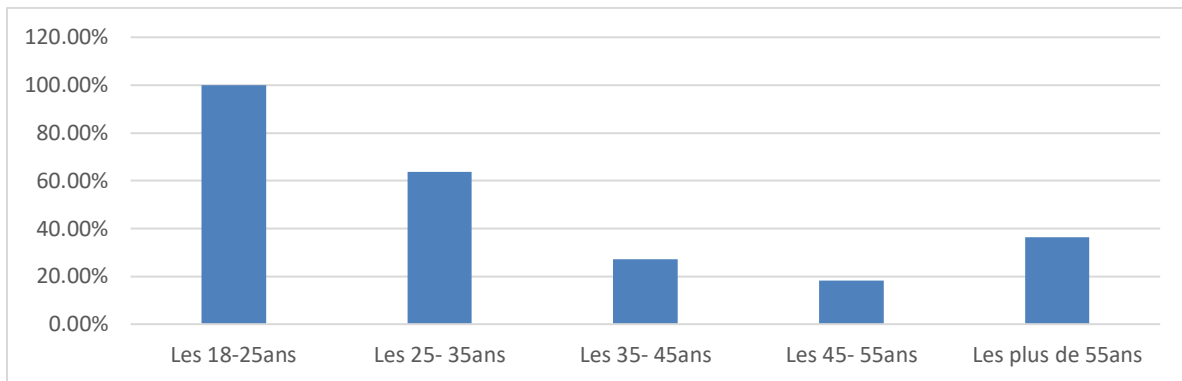
Comportement des clients et satisfaction de leurs besoins selon leur tranche d'âge	Effectif en %
Les 18-25ans	100,00%

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

Les 25- 35ans	63,64%
Les 35- 45ans	27,27%
Les 45- 55ans	18,18%
Les plus de 55ans	36,36%

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 13 :** tranche d'âge la plus difficile à cerner en matière de produits et services



**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représente les tranche d'âge les plus difficile a cerner selon les agences de notre échantillon, pour 100% soit toute les agences de notre échantillon la tranche d'âge entre 18 et 25ans est la plus difficile à cerner, pour 63,64% les gens âgées de 25 a 35ans font partie des tranche les plus difficile à satisfaire, 36,36% considèrent la tranche d'âge en dessus de 55ans et des plus difficile a satisfaire, 27,27% opte pour les gens âgées entre 35 et 45ans et 18,18% des agences de notre échantillon considère la tranche d'âge d'entre 45 et 55ans des plus dur a cerner.

On peut déduire que la tranche d'âge la plus difficile à cerner et celle d'en dessus de 35ans vu qu'on est dans une société ou certain n'intègrent pas le marché de travail avant les 35ans et que cette tranche comportent des gens qui ne sont pas dépendants financièrement qui sont des étudiant lyciens ou même diplômé sans travail.

#### 1.13. Analyse de l'adaptation des produits bancaires aux besoins de la population

**Tableau 21 :** Adaptation des produits et services aux besoins de la population

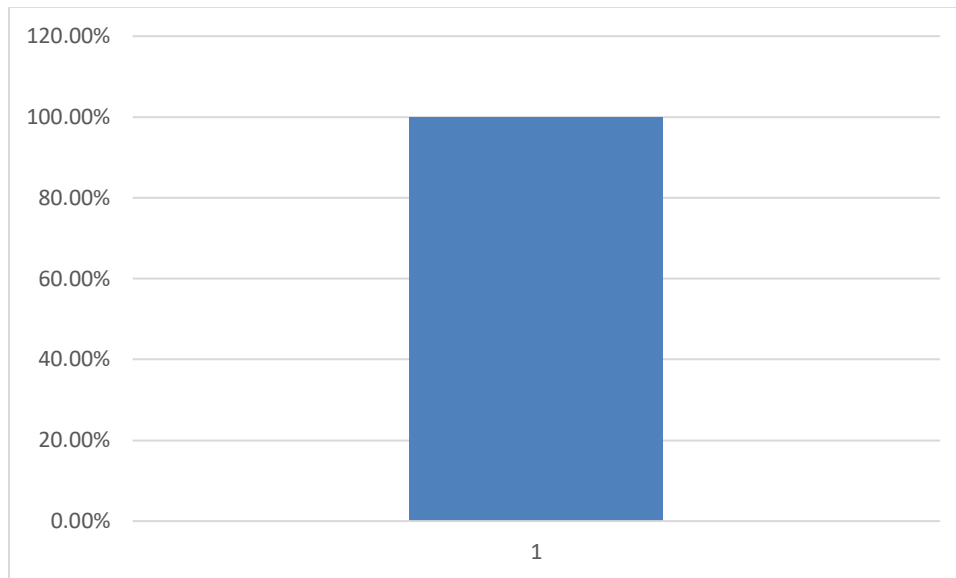
Adaptation des produits et services aux besoins de la population	Effectif en %
--	---------------

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

Oui	100,00%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 14 :**Adaptation des produits et services aux besoins de la population



**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représentent l'avis des agences de notre échantillon sur l'adaptation de leurs produit et services par rapport aux besoins de la population. 100% soit toutes les agences de notre échantillon considèrent que leur produit est exactement ce dont la population a besoin.

On constate que les banques sont persuadées qu'elles comblent les besoins de la population et qu'elle offre exactement les produits et services qu'il faut cependant c'est une vision fictive que les données contredisent.

### **Section 03: analyse des déterminants de la bancarisation**

Dans cette partie de notre enquête on a traité les facteurs influençant directement le niveau de pénétration des services bancaire.

#### **1.1.Analyse de l'adaptation des produits bancaires selon le genre**

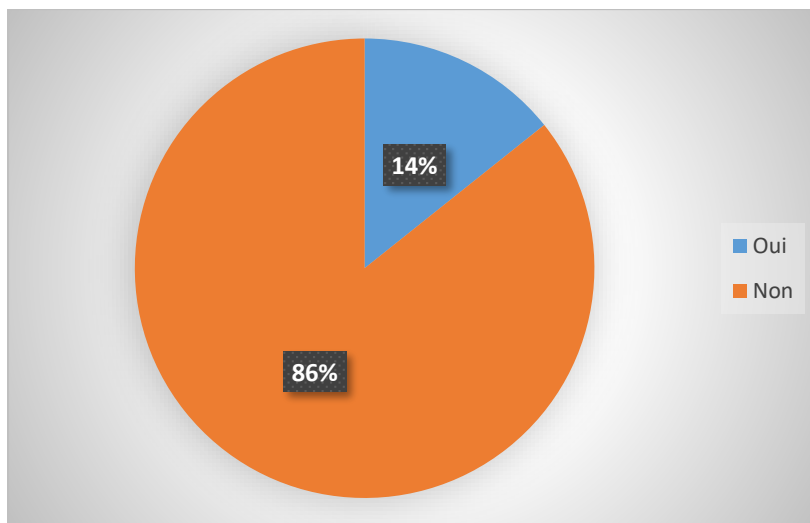
### Chapitre III : Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

**Tableau 22** : adaptation des produit à la clientèle féminine

Adaptation des produits bancaire à la clientèle féminine	Effectif en %
Oui	14,29%
Non	85,71%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 15** : adaptation des produits à la clientèle féminine



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus exposent la mise en place de produits spécifiques à la destination de la clientèle féminine par les agences sondées.

86% des agences de notre échantillon ne proposent aucun produit ou service à destination de la clientèle féminine.

Cela est en relation directe avec des facteurs culturelles vu que le marché du travail été destiné exclusivement aux hommes. Aussi , l'universalité des produits et services bancaire ne permet pas cette flexibilité sauf peut-être dans le cadre d'actions ponctuelles et promotionnelles(journée internationale des droits de la femmes, octobre rose pour la lutte contre le cancer du sein) avec des offres d'ouverture gratuites de comptes ou de suppression de frais de gestion pour une certaine durée.

#### **1.2.Analyse des services en ligne mis à la disposition des clients par les banques**

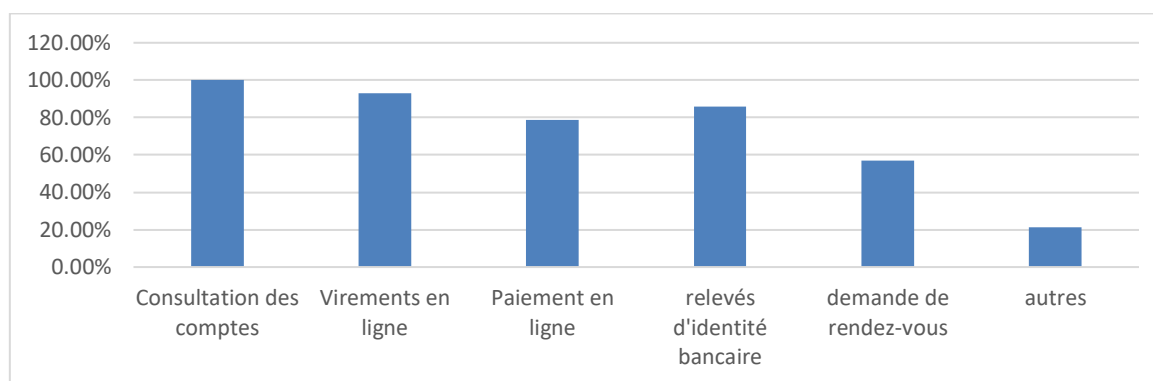
## Chapitre III : Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

**Tableau 23** : services bancaires en lignes proposés par les banques

Services de lignes proposés par les banques	Effectifs en %
Consultation des comptes	100,00%
Virements en ligne	92,86%
Paiement en ligne	78,57%
relevés d'identité bancaire	85,71%
demande de rendez-vous	57,14%
autres	21,43%

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 16** : services bancaires en ligne proposés par les banques



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et la figure ci-dessus exposent les services en ligne mis à la disposition des clients. 100% des agences de notre échantillon proposent la consultation de compte en ligne, 92.86% proposent les virements en ligne, 85.71% offre le service de relevé d'identité bancaire en ligne, 78.57% de agences permettent le paiement en ligne et 57.14% des agences de notre échantillons offre le service de demande de rendez-vous en ligne.

Les banques ont mis en place les services en ligne pour s'adapter à l'intégration des TIC dans l'activité bancaire, afin de suivre cette évolution, on constate par ailleurs que les services proposés sont les mêmes pour la majorité des agences, il n'y a pas de réelle innovation dans ses services.

### 1.3. Analyse du taux d'acceptation des demandes de crédits bancaires

**Tableau 24** : taux d'acceptation des demandes de crédits bancaires

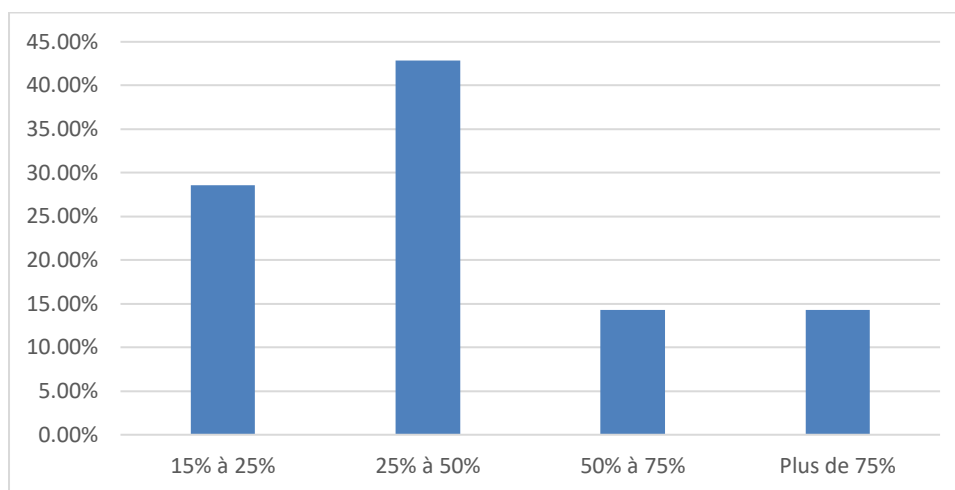
Acceptation des demandes de crédit en % au niveau de l'agence	Effectif en %
---	---------------

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

15% à 25%	28,57%
25% à 50%	42,86%
50% à 75%	14,29%
Plus de 75%	14,29%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 17 : taux d'accord des demandes de crédit**



**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représentent le taux d'acceptation des demandes de crédit aux seins des agences de notre échantillon. Pour 42.86% des agences de notre échantillon le taux d'accords de crédit est entre 25% à 50%, dans 28.57% des agences le taux d'accord varie entre 15% a 25% et pour 14,29% le taux d'acceptation se situent entre 50% a 75% ainsi qu'il est de plus de 75% pour 14,29% des agences de notre échantillon.

Le crédit bancaire représente en temps normal l'un des produits les plus rentable et les plus demander pour la banque et on constate que le taux d'accord de crédit dans les agences de notre échantillon est sous la moyenne.

#### 1.4.Analyse des motifs de refus pour l'octroi de crédits

**Tableau 25 :** principaux motifs de rejet des demandes de crédit

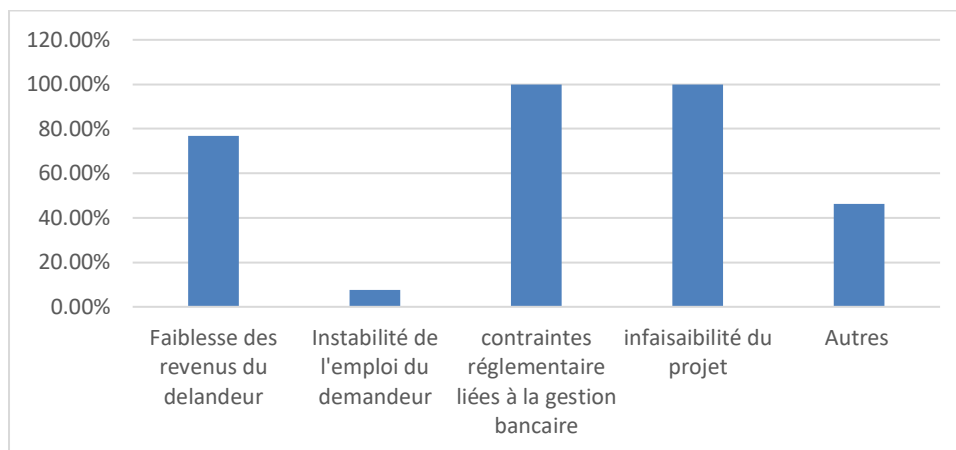
Motifs de rejet des demandes de crédits	effectif en %
---	---------------

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

Faiblesse des revenus du demandeur	76,92%
Instabilité de l'emploi du demandeur	7,69%
contraintes réglementaire liées à la gestion bancaire	100,00%
infaisabilité du projet	100,00%
Autres	46,15%

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 18 :** principales motif de rejet des demandes de crédit



**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représente les principale cause de rejet des demande de crédit en pourcentage aux seins des agences de notre échantillon. La contrainte réglementaire liée a la gestion bancaire et l'infaisabilité du projet représente un motif de rejet dans 100% des agences de notre échantillon, la faiblesse des revenu représente un motif de rejet dans 76,92% des agences et 7,92% des agences de notre échantillon rejeté la demande pour l'instabilité de l'emploi du demandeur tandis que 46,15% des agences rejettent les demande de crédit pour d'autre facteur tels que les dossiers de demande incomplet ou le manque de garanti. On constate que les demande de crédit faisable qui sont pas rejeté a cause de contrainte réglementaire liées à la gestion bancaire sont rejeté pour la plus part a cause de facteur financier.

#### 1.5.Analyse des actions à entreprendre pour la captation et la fidélisation de la clientèle âgée en 18 et 35 ans.

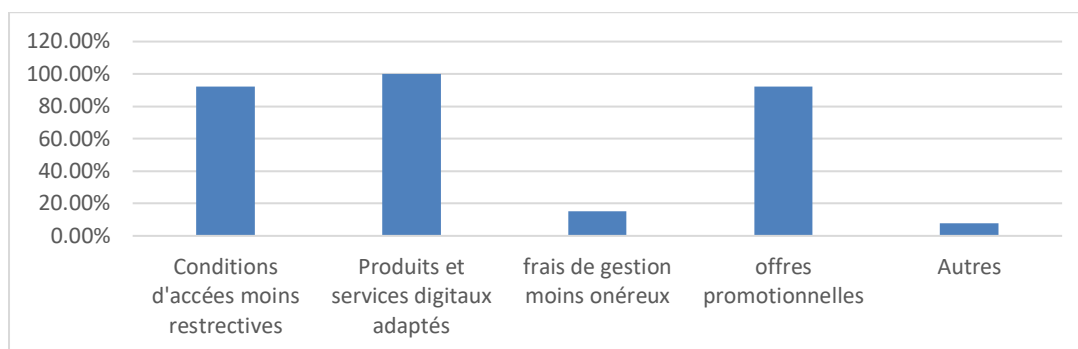
## Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

**Tableau 26** : captation et fidélisation de la clientèle âgée entre 18 et 35ans

Actions de fidélisation de la clientèle âgée entre 18 et 35ans	effectif en %
Conditions d'accès moins restrictives	92,31%
Produits et services digitaux adaptés	100,00%
frais de gestion moins onéreux	15,38%
offres promotionnelles	92,31%
Autres	7,69%

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 19** : captation et fidélisation de la clientèle âgée entre 18 et 35ans



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représentent les actions mise en place ou qui devraient l'être par les agences de notre échantillon afin de capter et fidélisé la potentiel clientèle dont l'âge est entre 18 et 35ans. Pour 100% des agences l'offre des produit et services digitaux adapté a cette tranche d'âge et la meilleur stratégie , pour 92,31% des agences des condition d'accès moins restrictives et des offre promotionnel et le second meilleur moyen d'attirer et fidélisé cette tranche d'âge et pour 15,38% des agences de notre échantillon proposé des frais moins onéreux peut séduire cette potentiel clientèles.

On constate que les banques essayent de capter la tranche d'âge qui se situe entre 18 ans et 35 ans par le biais des moyens technologique du moment que la seul stratégie mise en place pourle moment et de proposer des produit et services digitaux vu que pour l'instant les autres suppositions n'ont pas été misent en place.

### 1.6.Analyse du rôle que peut jouer la finance islamique dans l'inclusion financière

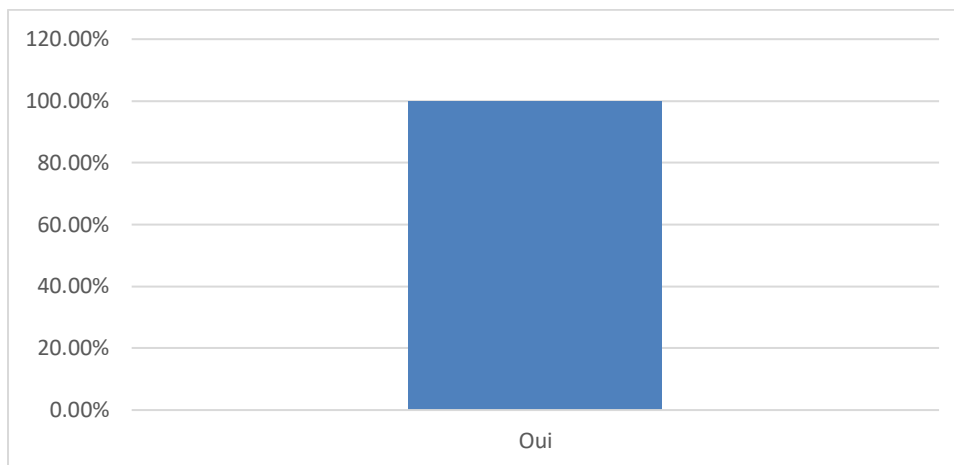
### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

**Tableau 27** : Rôle des produits de la finance islamique dans l'inclusion financière

Rôle des produits de la finance islamique dans l'inclusion financière	Effectif en %
Oui	100,00%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 20** : Rôle des produits de la finance islamique dans l'inclusion financière



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le graphe et tableau ci-dessus représente l'avis des agences de notre échantillon sur le rôle des produits de finances islamique dans l'inclusion financière. 100% des agences de notre échantillon soit les 13 agences considèrent que l'émergence des produit et services dis islamique est une opportunité pour une meilleur inclusion financière.

On constate que les banque sont toutes d'accord que la finance islamique est une opportunité pour une meilleure inclusion financière du moment qu'elles exercent dans un pays ou la religion occupe beaucoup de place aux seins de la société mais paradoxalement comme nous l'avons vu dans l'analyse précédente des données recueilli de la mise en place des produit et services liée à la finance islamique, seulement 28,57% des banque de notre échantillon ont élaborer des produit et services dis islamique.

#### 1.7.Analyse du rôle de la densification du réseau bancaire dans la bancarisation

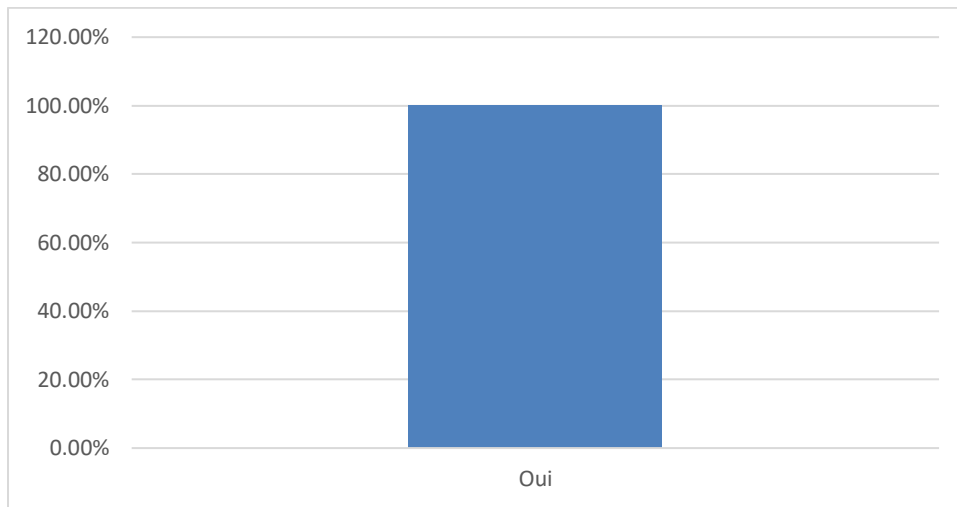
### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

**Tableau 28** : impacte de densification du réseau bancaire dans la bancarisation

Densification du réseau d'agence et pénétration des produits et services bancaires	Effectif en %
Oui	100,00%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 21** : impacte de densification du réseau bancaire dans la bancarisation



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représente l'avis des agences de notre échantillon sur la question de densification du réseau bancaire et toutes les agences de notre échantillon soit 100% pensent que la densification du réseau bancaire influencera positivement le niveau de pénétration des services bancaire.

On constate que le niveau de couverture du réseau bancaire est assez faible et la densification des agences peut influencer directement sur le niveau de bancarisation.

#### 1.8. Analyse de l'impact des TIC dans la captation de nouveaux clients

**Tableau 29** : impacte des TIC dans la captation de nouveaux clients

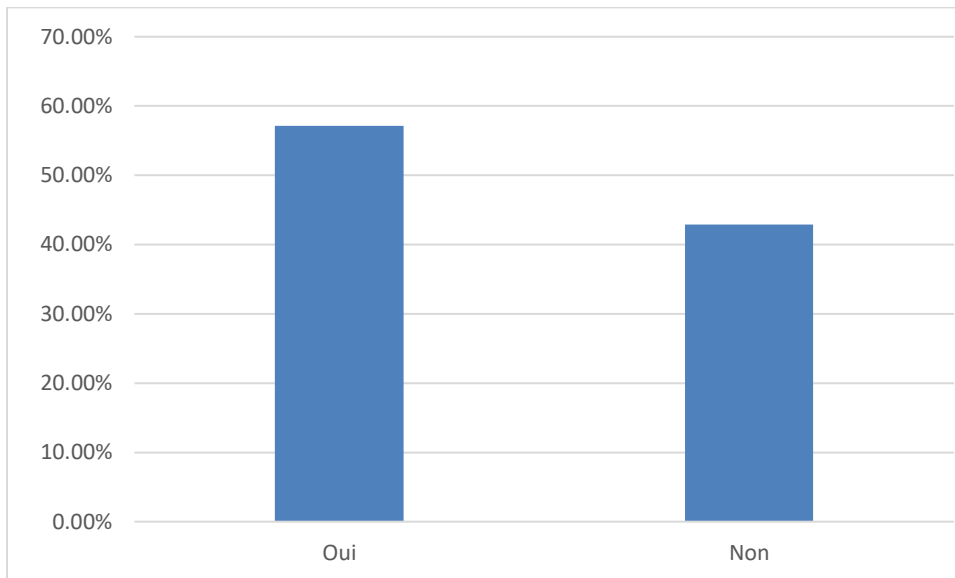
Rôle des TIC dans la captation de nouveaux clients	Effectif en %
--	---------------

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

Oui	57,14%
Non	42,86%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 22 :** impacte des TIC dans la captation de nouveaux clients



**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représente l'importance des NTIC et son rôle dans la captation de client selon les agences de notre échantillon, 57,14% considèrent que L'introduction des NTIC dans l'activité bancaire influencera positivement dans la captation et la fidélisation des clients existant tandis 42,86% pensent que l'introduction des NTIC va pas influencer.

On peut dire que la plus part des banque on comprit que l'introduction des NTIC dans l'activité bancaire peut présenter un énorme potentiel tout de même les autre reste assez perplexe a la capacité de les intégré et assurez le bon fonctionnement mais aussi ils se posent la question «est ce que c'est ce qui intéressent leur clientèle dans l'état actuel ? ».

**Tableau 30 :** Sélection des clients à travers une politique produit

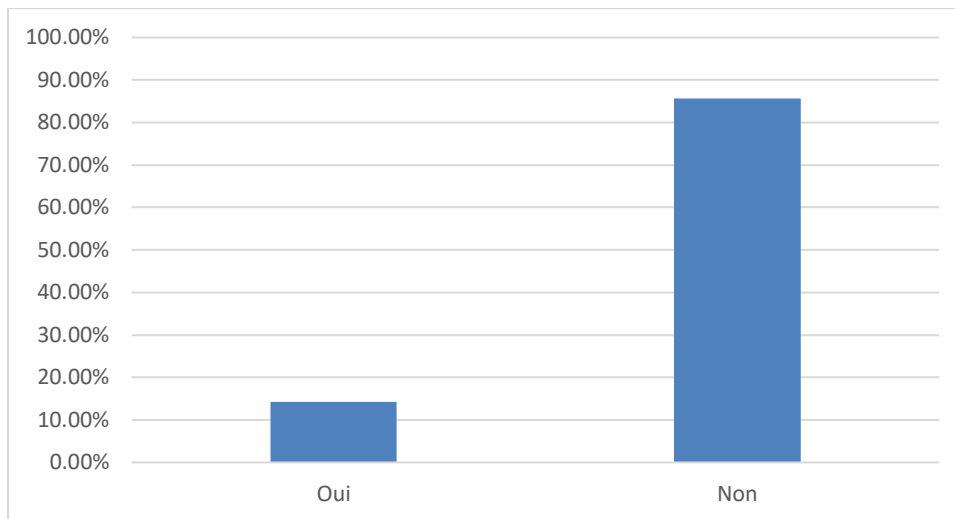
Sélection des clients à travers une politique produit	Effectif en %
Oui	14,29%

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

Non	85,71%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 23 : Sélection des clients à travers une politique produit**



**Source :** élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représente l'avis des agences de notre échantillon à-propos de la sélection de clientèle a travers l'élaboration des produit. 85,71% des agences de notre échantillon n'élaborent pas leur produit de façon à faire une auto sélection des clients et 14,29% utilise la stratégie d'auto sélection dans l'élaboration de leur produit.

Les banquent a élaborer des produit de façon sélectives sont plutôt rare ce qui constitue un point positif.

#### 1.9.Analyse des principaux facteurs expliquant le manque de culture bancaire en Algérie

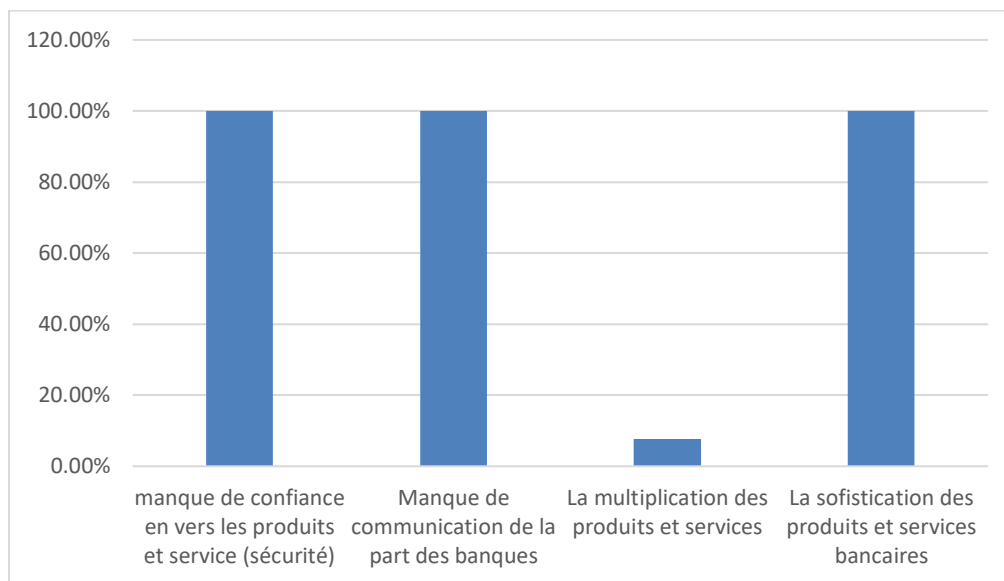
### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

**Tableau 31** : Causes du manque de culture bancaire en Algérie

Causes du manque de culture bancaire en Algérie	Effectif en %
manque de confiance en vers les produits et service (sécurité)	100,00%
Manque de communication de la part des banques	100,00%
La multiplication des produits et services	7,69%
La sophistication des produits et services bancaires	100,00%

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 24** : Causes du manque de culture bancaire en Algérie



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représente les principales cause du manque de culture bancaire en Algérie selon les agences de notre échantillon. Pour 100% de ces dernière soit les 13 agences le manque de confiance envers les produit et services ainsi que le manque de communication de la part des banque et la sophistication des produit et services bancaire représente les principales cause du manque de culture bancaire et 7,9% inclus la multiplications des produit et services dans ces facteurs.

On constate que les banques ont identifié les principaux facteurs qui ont fait qu'il est un sérieux manque de culture bancaire en Algérie. Cependant on s'interroge sur les perspectives mises en place afin d'essayer de sensibiliser cette population.

## Chapitre III : Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

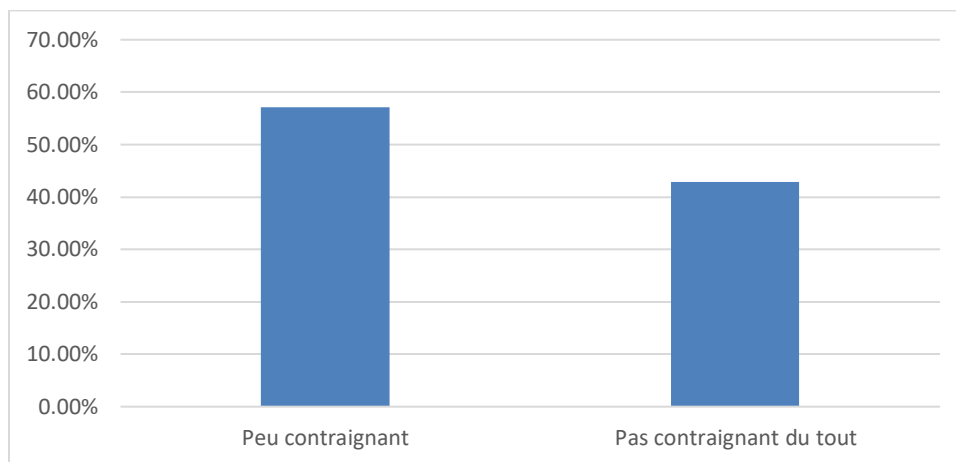
### 1.10. Analyse de la complexité d'ouverture d'un compte bancaire

**Tableau 32** : complexité de la procédure d'ouverture de compte

Complexité de la procédure d'ouverture de compte	Effectif en %
Peu contraignant	57,14%
Pas contraignant du tout	42,86%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 25** : Complexité de la procédure d'ouverture d'un compte bancaire



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus nous indique la complexité d'ouverture de compte aux seins des agences de notre échantillon selon elles. 57,14% considèrent la procédure d'ouverture de compte peu contraignante et 42,86% considèrent qu'elle est contraignante.

On constate encore une fois que les agences de notre échantillon sont mitigées quand a la complexité de la procédure d'ouverture de compte sachant que cette démarche ne devrait pas du tout être contraignante.

### 1.11. Analyse de l'exigence de justification des ressources pour la sollicitation des produits et services bancaires

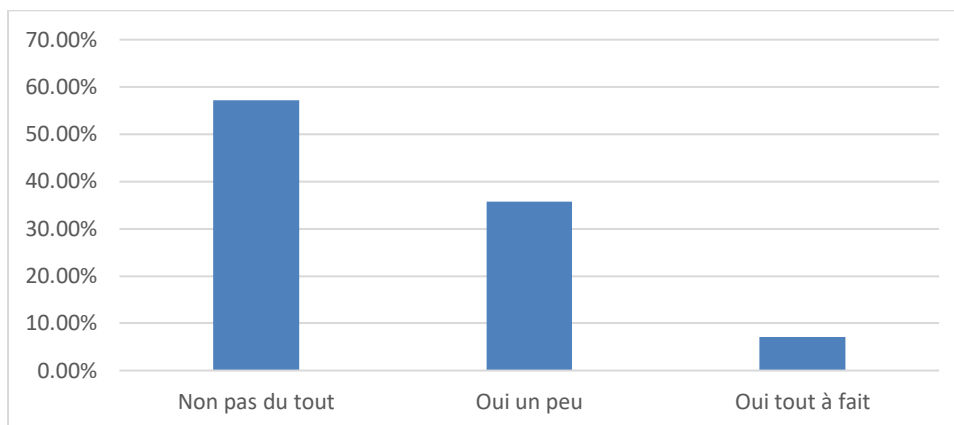
## Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

**Tableau 33** : demande de justification de revenu pour bénéficier des produit et services bancaires

justification des revenus pour bénéficier des produits et services bancaires	Effectif en %
Non pas du tout	57,14%
Oui un peu	35,71%
Oui tout à fait	7,14%
<b>Total général</b>	<b>100,00%</b>

**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

**Figure 26** : demande de justificatifs de revenus pour bénéficier des produit et services bancaires



**Source** : élaborer par nos soins à l'aide des données de notre questionnaire

Le tableau et graphe ci-dessus représentent selon des agences de notre échantillon l'impact quand la demande de justificatif de revenu pour bénéficier de certain produit et services. Pour 57,14% ça n'impacte en rien la bancarisation, 35,71% considèrent qu'il y a un faible impact et 7,14% des agences de notre échantillon pensent que ça un impact directe sur la bancarisation.

On peut dire que la demande de justifications des revenus afin de bénéficier de certain produit et services peut être très gênante elle peut même être ressenti par le client comme une forme d'exclusion bancaire si on tient compte du fait que certaine banque demande à ses client un justificatif de revenu pour l'accord de la CIB.

### Conclusion du chapitre III

### Chapitre III :Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou

A travers ce chapitre on a essayé d'analyser les données qu'on a pu recueillir avec ce qu'on a vu dans le deuxième chapitre afin d'apporter quelque éclaircissement par rapport au faible niveau de pénétration des services bancaire et par conséquence de la bancarisation de la population en Algérie à travers quelques déterminants qu'on a jugé important tels que : l'âge, le genre, les revenus et l'environnement social et culturel à travers la religion, mais aussi les actions et les services proposés par les banques.

En comparant les résultats de notre enquête avec les facteurs qu'on a vu dans le deuxième chapitre on peut faire le constat qui suit :

- On est carrément dans un environnement défavorable à la bancarisation par rapport aux déterminants facteurs sociaux et sociodémographiques ;
- Les circonstances structurelles et conjoncturelles eux aussi ne sont pas favorables pour une meilleur bancarisation du moment que certaines catégories d'âge sont délaissées, mais aussi certains services bancaires sont à la base destinés à des classes sociales ;
- On peut souligner aussi, que malgré la gamme de produits et services proposés, les transactions se font pour la plus part par les systèmes de paiement classique comme on a pu le voir dans les chiffres obtenus dans le précédent chapitre (les clients montre une certaine réticence envers les nouveaux moyens de paiement).
- On analysant les salaires moyens de la clientèle des agences on constate aussi que les salariés ne sont pas aptes à épargner.

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

### Conclusion générale

L'objectif de cette étude était d'analyser le niveau de la bancarisation en Algérie avec le choix d'aborder le cas de la wilaya de Tizi-Ouzou comme échantillon d'étude, cependant les agences d'une même banque proposent les mêmes produits et services, la seule différence réside dans le comportement du client.

A travers notre recherche on a essayé de mettre le point sur les aspects essentiels de notre sujet d'étude, nous tenons aussi à rappeler que cette recherche a été restreinte par rapport à ce qui était prévue par les conditions sanitaires qui ont limité notre recherche vu la difficulté de l'obtention de l'information, cependant notre travail nous a permis de cerner le concept de bancarisation à travers notre tentative d'expliquer les facteurs qui peuvent l'influencer.

En premier lieu après avoir expliqué certaines généralités sur la banque on a essayé de faire un aperçu historique sur l'évolution du système bancaire algérien, cela dans le but de mettre la lumière sur les principales modifications qui lui ont été apportées par les différentes ordonnances reflétant ainsi la volonté de l'Etat à aller vers une bancarisation de masse, en effet cette volonté ne s'est pas concrétisée du moment que les chiffres démontrent qu'on a un immense retard qui se vérifie juste par la densité du réseau bancaire sans compter les autres taux de mesure.

A travers notre travail on a pu analyser des déterminants essentiels à la bancarisation mais aussi quelques détails qu'on va souligner.

On va parler de l'environnement réglementaire dans lequel évoluent les banques, on est bien d'accord que l'Algérie est un pays de religion musulmane, cependant à travers l'étude menée sur notre échantillon seulement une seule banque propose des produits relatifs à la finance islamique, il existe aussi une certaine incohérence qu'on doit souligner tel que le délaissement des banques vis-à-vis de la potentielle clientèle âgée entre 18 et 30 ans alors que c'est une catégorie pour laquelle les nouveaux moyens technologiques sont parfaitement adaptés.

On peut aussi souligner le manque de culture bancaire et la réticence des individus envers les nouveaux moyens de paiement comme on l'a vu dans la troisième partie du deuxième chapitre on peut dire que presque la totalité des transactions se font par chèque et par virement.

## Conclusion générale

On doit aussi mettre le point sur la situation des salariés qui se retrouvent dans l'incapacité d'épargnée en même titre que l'Algérie connaît une situation d'inflation.

Enfin on peut citer la façon dont les demandes de crédit sont traiter pour cela on va prendre l'exemple du crédit a la consommation qui a la base destinée à la population qui dispose d'un faible ou moyen salaire, cependant cette catégorie se retrouvent systématiquement exclu par les conditions du traitement de la demande.

Pour conclure on va exposer la note remise aux banques par la banque d'Algérie qui démontrent une réelle volonté à l'inclusion financière par le biais de la bancarisation cependant le résultat de cette note ne peux être vérifié par manque de chiffre actualisé.

L'inclusion financière à travers une bancarisation soutenue, la plus large possible, appuyée par des politiques de collecte de la ressource auprès des acteurs économiques et des ménages, a, de tout temps, été le principe directeur soutenant les axes de modernisation et de développement du système bancaire et de croissance de l'économie nationale. Plusieurs mesures ont initié et conforté cette démarche, visant, notamment, à faire participer l'ensemble des citoyens et acteurs économiques, à la généralisation effective et efficiente de l'acte de bancarisation. Pour sa part, le secteur financier et bancaire est chargé d'accompagner cette dynamique, par une plus grande diversification de ses services et produits bancaires et un élargissement de la gamme des produits financiers. Dans cette optique, l'intermédiation bancaire doit jouer un rôle déterminant en matière de participation élargie des différents acteurs, sans distinction de statuts, aux efforts de diversification et de développement de l'économie nationale. Cette participation multiforme doit puiser sa contrepartie dans l'efficacité opérationnelle du système bancaire et financier, son adaptation permanente aux besoins de la clientèle et de sa capacité d'innovation technologique. Les mesures déjà mises en œuvre s'inscrivent dans cette perspective. Il convient de citer, en premier lieu, l'institution du droit au compte, pour tout citoyen, précisé par l'instruction n°03-2012 du 26 décembre 2012 de la Banque d'Algérie, fixant la procédure relative au droit au compte. Cet élargissement a été conforté, en second lieu, par l'article 43 de la Loi de Finances complémentaire pour 2015 permettant l'inclusion de nouveaux acteurs, comme sources d'expansion de l'épargne nationale et de sa canalisation, à travers la mise en œuvre du programme de conformité fiscale volontaire. Le système bancaire a été chargé de jouer un rôle déterminant en prenant toutes les mesures de facilitation et de mise en confiance. Considérant que la mobilisation des ressources financières internes est un impératif permanent, notamment,

## Conclusion générale

dans le contexte actuel marqué par des objectifs de développement et de diversification soutenus de l'économie, à travers l'investissement productif, le système bancaire est interpellé, de nouveau, à se déployer, à travers ses différents outils et instruments, à capter et canaliser tout épargne potentielle, aux fins de réduire la liquidité monétaire en circulation, notamment, informelle et d'instaurer la confiance avec la clientèle épargnante dans un cadre d'une relation bancaire professionnelle et sereine.

# **Bibliographie**

## Bibliographie

### 1. Les ouvrages

- BOUYAL, R. le monde des paiements, édition d'organisation, paris 2005 .
- BOUZAR, Chabha. Systèmes financiers : mutations financières et bancaires et crise, éd. EL-Amel, 2010.
- BRICE.W, ne tirez pas sur les banquiers, mythes et réalité de la banque de détail, éd : PEARSON, France, 2012.
- DAHAK Abdenour et all. le mémoire de master, éd EL-AMEL ,2015.
- Dov.ogien. Comptabilité et audit bancaires.2eme éd. Paris : Dunod, 2008.
- MATRAY, Luc. La bancarisation des Nouveaux Marchés Urbains : Expériences américaines. Paris : Economica, 2004.
- Mc, BELAID, et all. comprendre la banque, Alger : Edition pages bleues internationales, octobre, 2015
- MONIQUE, Zollinger; et all. Marketing et stratégie de la banque. Paris : DUNOD, 1999.
- PIEDELVIERE, S. Instruments de crédit et de paiement. Paris, édition DALLOZ, 2000.
- SERVET, J M. Banquier aux pieds nus : la micro finance. PARIS : Edition Odile, 2006.
- ZOLLINGER M et LAMAEQUE E. Marketing et stratégie de la banque. 4 eme éd. Paris : Dunod, 2004.
- ZOLLINGER, M. Monétique et marketing. Paris : édition Dunod, 2000.
- BISTOFLI R., 1967. «Structure économique et indépendance monétaire». Ed. Cujas, Paris.
- BENISSAD M.E.H., 1973. «Essais d'analyse monétaire». OPU, Alger.
- DHAFER J., 2006. «La nouvelle banque, métiers et stratégie», RB,
- MC KINNON R.I., 1991. «The order of economic liberalization: financial control in the transition to a market economy”, John Hopkins University Press Baltimore.
- PASTRE O. BLOMMESTEIN H. JEFFERS E. & PONTBRIAND G., 2005. « Lanouvelle économie bancaire ». Edition Economica.
- SCIALOM L., 2004. «Economie bancaire». La Découverte, collection Repères.
- VENARD N., 2001. «Economie bancaire». Edition Bréal.
- GANSINHOUNDE A.J., «Les déterminants de la faible bancarisation dans l'UEMOA». Université polytechnique du Bénin, Master Banque Finance.

- GLOUKOVIEZOFF, G., LAZARUS J., 2007. «La relation bancaire avec la clientèle des particuliers». *Collection des rapports*.

## 2. Les revues

- REVUE BER, N. l'exclusion de la clientèle et l'exclusion bancaire. Revue d'économie financière, 3ème trimestre 2000, n°58.
- GLOUKOVIEZOFF, G. De la bancarisation de masse à l'exclusion bancaire puis social, Revue française des affaires sociales n°3,2004. 16
- JUNGERS et all. Bancassurance. Document de web campus, REVUE N°138, PARIS,2010.
- Michel, BADOUC. Réinventer le marketing de la banque et de l'assurance. Revue Banque Edition, 2004, n°1.
- TASQUES,F . La lutte contre l'exclusion bancaire des particuliers, une perspective franco-américaine, Revue IRES n°88, France, 1998
- G. DESGUEE et all, le guide de la banque, compte, carte bancaire, services ; édition fine media ; PARIS, 2011.
- GOUILLARD, G. Les nouveaux enjeux de la multi bancarisation. guide-conseil, 2005.
- OCDE .Etude économique : Thèmes spéciaux : le système fiscal réforme du secteur bancaire (cas JAPON), PARIS, 1999, P224-225

## 3. Les Rapports

- Rapport annuel de la Banque d' Algérie de l'année 2018 ;
- Rapport de la CMI sur l'activité monétique de 2011à2015;
- Rapport final de CGAP et de l'A.F.D sur la bancarisation de masse en Algérie : opportunité et défis, juin, 2006.

## 4. Sites Internet

- [www.conseil-economique-et-social-.fr/presidence/publication/pu08-299.pdf](http://www.conseil-economique-et-social-.fr/presidence/publication/pu08-299.pdf)
- [www.grenelle-insertion.fr/userfile/exclusion%20bancaire%20sociale\(1\).pdf](http://www.grenelle-insertion.fr/userfile/exclusion%20bancaire%20sociale(1).pdf)
- [www.esf.asso.fr/portail/img/pdf/precis-tome1-problematique.pdf](http://www.esf.asso.fr/portail/img/pdf/precis-tome1-problematique.pdf).
- [www. i-conferences.org](http://www.i-conferences.org)
- <http://2020.afriblog.com>
- [www.techno-science.net/?onglet:glossaire&definition=4866](http://www.techno-science.net/?onglet:glossaire&definition=4866)
- [-rewni.com/L-addetels-approuve-la-mesure-de-la-bancarisation-a-7002.html](http://-rewni.com/L-addetels-approuve-la-mesure-de-la-bancarisation-a-7002.html)
- [www.bceao-int/internetbcrcsmpnsfhuvpubs/6d2afff6635774e00256c8b00486a9ded/file](http://www.bceao-int/internetbcrcsmpnsfhuvpubs/6d2afff6635774e00256c8b00486a9ded/file)

- [www.irrep.om/IMF/PDF/relation-bancaire-volet1-integral.pdf](http://www.irrep.om/IMF/PDF/relation-bancaire-volet1-integral.pdf)
- [www.poste.dz](http://www.poste.dz)
- [www.ansej.org.dz/](http://www.ansej.org.dz/)
- [www.bank-of-algeria.dz](http://www.bank-of-algeria.dz)
- [www.cnma.dz](http://www.cnma.dz)
- [www.ons.dz](http://www.ons.dz)
- [www.bna.com.dz](http://www.bna.com.dz)
- [www.cnepbanque.dz](http://www.cnepbanque.dz)
- [www.cpa.com.org](http://www.cpa.com.org)
- [www.bdl.dz](http://www.bdl.dz)
- [www.badr.com.dz](http://www.badr.com.dz)
- [www.albaraka-bank.com](http://www.albaraka-bank.com)
- [www.algerie.societegenerale.com](http://www.algerie.societegenerale.com)
- [www.algerie.bnpparibas](http://www.algerie.bnpparibas)

# **Les annexes**

Les annexes



UNIVERSITÉ MOULOU D MAMMERIDE TIZI OUZOU  
FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUES, COMMERCIALES  
ET DES SCIENCES DE GESTION.  
DÉPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES



**Le niveau de pénétration des services bancaire en Algérie**

## Les annexes

Dans le cadre de la réalisation de notre mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Economiques, option : Economie Monétaire et Bancaire. Le questionnaire ci-joint a été élaboré comme instrument pour collecter des informations afin d'apporter des réponses à notre objet d'étude qui est : Le niveau de pénétration des services bancaires en Algérie.

À cet effet, et pour bien mener notre recherche, nous vous prions de bien vouloir collaborer en répondant à notre questionnaire.

Cette collecte d'informations s'inscrit dans le cadre d'une recherche universitaire, et les renseignements obtenus seront d'ordre académique et resteront confidentiels.

Je vous remercie pour votre collaboration qui nous sera très précieuse dans l'accomplissement de notre travail de recherche et d'analyse.

### Partie 01 : Fiche signalétique

---

**1. Quelle est votre banque ?**

.....  
.....

**2. Votre banque est-elle :**

- Public
- Privé

**3. Quel poste occupez-vous ?**

.....  
.....

**4. Le nombre d'années d'ancienneté :**

- Moins de deux ans
- Entre deux et cinq ans
- Plus de 5ans

## Partie 2 : diagnostique des clients

---

- 5. Quel est le % de votre clientèle selon leur tranche d'Age ?**
- Moins de 18 ans =
  - 18 a 30 ans =
  - 30 a 45 ans =
  - 45 a 50 ans =
  - Plus de 50 ans =
- 6. Quel est le statut juridique de votre clientèle en %**
- Personne physique %
  - Personne morale %
- 7. Quel type de clientèle qui sollicite vos services (vous pouvez cocher plusieurs réponses)**
- Fonctionnaire
  - Etudiants
  - Profession libérale
  - Entreprises
  - Artisans
  - Autres (préciser) :.....
- 8. Quelle est la proportion des femmes en % par rapport à l'ensemble de votre clientèle**
- Moins de 10%
  - Entre 10 et 20 %
  - Entre 20 et 35%
  - Entre 35% et 50%
  - Plus de 50%
- 9. Quel est le % des clients ne résident pas la commune de Tizi Ouzou domicilié à votre agence**
- Moins de 5 %
  - De 5% à 15 %
  - De 15% à 25%
  - De 25% à 35%
  - De 35% à 50%
  - Plus de 50%

## Les annexes

**10. Quel est le pourcentage des clients algériens résident à l'étranger ou non algérien domicilié dans votre agence ?**

- Moins de 5 %
- De 5% à 15 %
- De 15% à 25%
- De 25% à 35%
- De 35% à 50%
- Plus de 50%

**11. Quel est le revenu moyen de vos clients particuliers**

- Moins de 30k dinars/mois
- Entre 30 à 50k dinars/mois
- Entre 50 à 70k dinars/mois
- Entre 70 à 90k dinars/mois
- Plus de 90k dinars/mois

### Partie 3 : Produits et services offerts

---

**12. Quels sont les moyens de paiement que vous mettez à la disposition de votre clientèle ? (vous pouvez choisir plusieurs réponses)**

- Cartes bancaires
- Chéquier
- Carte de paiement
- Carte inter bancaire
- Les virements
- Les prélèvements automatiques
- Autres (préciser) :.....

**13. Quels sont les services en ligne dont dispose votre banque ? (vous pouvez choisir plusieurs réponses)**

- Consultation des comptes
- Virements en ligne
- Paiement en ligne
- Edition des relevés d'identité bancaire
- Demande de rendez-vous auprès des chargés clientèle
- Autres (préciser) :.....

**14. Quels sont les taux d'intérêts appliqués aux emprunts, ainsi que pour la rémunération des comptes épargnes ? (vous pouvez donner une fourchette)**

## Les annexes

- **Emprunt** = .....%
- **Epargne** = .....%

**15. Avez-vous déjà mis en place des produits ou offres promotionnelles à destination de votre clientèle féminine ?**

- Oui
- Non

**Si oui lesquels**

.....

**16. Avez-vous des produits et services bancaires adaptés au potentiel financier aux clients à faible et moyen revenu ?**

- Oui
- Non

**Si oui lesquels**

.....  
.....

**17. Votre banque permet-elle à sa clientèle d'effectuer des achats en ligne sur des sites étrangers tels qu'Ali express ou Amazon ?**

- Oui
- Non

**18. Avez-vous mis en place des produits et services bancaires en lien avec la finance islamique ?**

- Oui
- Non

**19. Proposez-vous des produits ou services différents par rapport à vos concurrents ?**

- Oui
- Non

## Les annexes

Si oui lesquels

.....  
.....

### **Partie 4 : Analyse des produits et services mis à la disposition des clients**

---

**20. Quels sont les produits les plus demandés au sein de votre banque ? (vous pouvez cocher plusieurs réponses)**

- Ouverture de compte courant
- Ouverture de compte épargne
- Ouverture de compte devise
- Demande de crédits
- Autres (préciser) :.....

**21. Au niveau de votre agence, Combien représentent les ouvertures de compte épargne en % par rapport à la totalité des comptes ouverts par an ?**

- Moins de 10%
- Entre 10 et 20%
- Entre 20 et 30%
- Plus de 30%

**22. Au sein de votre agence, combien représente les ouvertures de comptes courant en % par rapport à la totalité des comptes ouverts par an ?**

- Moins de 10%
- Entre 10 et 20%
- Entre 20 et 30%
- Plus de 30%

**23. Quels sont Les types de crédit les plus demandés par vos clients ?**

- Crédit d'investissement
- Crédit à la consommation
- Crédit immobilier
- Autres (préciser) :.....

**24. Sur la totalité des demandes d'octroi de crédit déposées au niveau de votre agence combien sont accordées en % ?**

- Moins de 15%
- 15% à 25%

## Les annexes

- 25% à 50%
- 50% à 75%
- Plus de 75%

**25. Sur les demandes rejetées quelles sont les motifs ? (vous pouvez choisir plusieurs réponses)**

- Faiblesse des revenus du demandeur
- Instabilité de l'emploi du demandeur
- Contraintes réglementaires liées à la maîtrise des liquidités bancaires
- Infaisabilité du projet porté par le demandeur
- Autres (préciser) :.....

### ***Partie 5 : l'analyse marketing et commerciale de l'activité de l'agence***

---

**26. Quels aspects de votre stratégie marketing devez –vous privilégier pour séduire des nouveaux clients ? (vous pouvez choisir plusieurs réponses)**

- La politique de prix
- La politique produits/services
- La politique de distribution
- La politique de communication
- Autres (préciser) :.....

**27. Quelles sont les actions entreprises par votre banque afin d'accroître sa part de marché (vous pouvez choisir plusieurs réponses)**

- Travailler sur l'innovation des différents produits et services bancaires
- Réduire les frais de gestion sur l'ensemble des produits bancaires
- Alléger les procédures d'ouverture de comptes
- Alléger les procédures d'octrois de crédits
- Densifier votre réseau d'agences bancaires
- Autres (préciser) :.....

**28. Combien d'agences votre banque a ouvert au niveau de la daïra Tizi Ouzou ?**  
.....

**29. Pensez-vous que les étudiants sont des clients à haut potentiel pour votre banque ?**

## Les annexes

- Oui
- Non

**30. Quelles sont les actions mises en place(ou qui peuvent l'être) par votre banque pour attirer et fidéliser la clientèle jeune (18-35ans) ? (vous pouvez choisir plusieurs réponses)**

- Des conditions d'ouverture de compte moins restrictives
- Des produits et services digitaux adaptés
- Des frais de gestion moins onéreux
- Des offres promotionnelles attractives
- Autres (préciser) :.....

**31. L'émergence des produits et services bancaires dits islamiques constitue-t-il une opportunité pour une meilleure inclusion financière de la population ?**

- Oui
- Non

**32. Quelles sont les tranches d'âges de votre clientèle dont les besoins sont les plus difficiles à cerner en matière de produits et services bancaires ? (vous pouvez choisir plusieurs réponses)**

- Les 18-25ans
- Les 25-35ans
- Les 35-45ans
- Les 45-55ans
- Les plus de 55ans

**33. Pensez-vous que la densification de votre réseau bancaire par de nouvelles agences peut participer à une meilleure pénétration de vos produits et services bancaires ?**

- Oui
- Non

**34. L'introduction des Nouvelles Technologies d'Information et de Communication (NTIC) dans l'activité bancaire a-t-elle permis une meilleure captation des clients et la fidélisation des clients existants ?**

- Oui
- Non

## Les annexes

**35. Quelle est la cible prioritaire en termes de clientèle pour vous et pourquoi ?**

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

**36. Pensez-vous que vos produits et services sont adaptés au besoin de la population ?**

- Oui
- Non

**Si non pourquoi**

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

**37. La multi bancarisation au sein du même foyer dans la même banque accorde-t-elle des avantages à ce dernier ?**

- Oui
- Non

**Si oui lesquels**

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

**38. Vos produit et services sont-ils élaborés de façon à sélectionner votre clientèle (auto sélection) ?**

- Oui
- Non

## Partie 6 : Influence des facteurs culturels et politiques sur la bancarisation

---

**39. La réglementation bancaire algériennes et les autorités de régulation freinent-elles les initiatives des banques en matière d'innovation des produits et services bancaires**

- Oui
- Non

**40. Selon vous le manque de culture bancaire de la population est dû essentiellement à : (vous pouvez choisir plusieurs réponses)**

- Un manque de confiance lié à la sécurité des produits et service bancaire
- A un manque de communication de la part des banques
- A la multiplication des produits et services bancaires
- A la sophistication des différents produits et services bancaire
- Autres (préciser) :.....

**41. L'ouverture du marché bancaire algérien aux acteurs étrangers privés a-t-elle créé une nouvelle dynamique au sein du secteur bancaire ?**

- Oui
- Non

**42. Selon vous la procédure d'ouverture d'un compte courant au sein de votre agence est :**

- Très contraignant
- Peu contraignant
- Pas contraignant du tout

**43. Selon vous l'obligation de présenter une preuve de revenu (fiches de paie par exemple) pour certain produit et services est-elle un frein à la bancarisation de la population à faible revenu ?**

- Non, pas du tout
- Oui, un peu
- Oui, tout à fait

**44. les conditions pour être éligible à bénéficier d'un crédit à la consommation exclu automatiquement ceux dans la situation suivante : (vous pouvez cochez plusieurs réponses)**

## Les annexes

- Faiblesse des revenus du demandeur
- Instabilité de l'emploi du demandeur
- Foyer instable
- Autres (préciser):.....

**Merci pour votre collaboration**

## Table des matières

Remerciements

Dédicace

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

Introduction générale ..... 1

### Chapitre I: Généralités sur le système et services bancaires et son évolution en Algérie

Introduction ..... 6

**Section 01 : Généralités sur la Banque**..... 6

1.1.Origines de la banque ..... 7

1.2.Définitions de la banque ..... 7

1.2.1 Définition juridique ..... 8

1.2.2 Définition économique ..... 8

1.3.Le rôle de la banque ..... 8

1.4.Traits actuels de l'activité bancaire ..... 8

1.5.L'organisation de la profession bancaire ..... 9

1.5.1 La banque commerciale ..... 9

1.5.2 La banque d'investissement ..... 10

1.5.3 Les organismes spécialisés ..... 10

1.5.4 La banque centrale ..... 11

1.6. Les fonctions de la banque ..... 11

1.6.1 La collecte des ressources ..... 11

1.6.2 La distribution des crédits ..... 12

1.6.3 Les opérations financières ..... 13

1.6.4 Les opérations de trésorerie ..... 13

1.6.5 Les activités relatives à la gestion de fonds ..... 14

1.6.5.1 La gestion de compte bancaire ..... 14

1.6.5.2 Gestion de moyens de paiement ..... 15

**Section 02 : les produits bancaires et les moyens de paiement** ..... 16

Les produits et services bancaires ..... 16

1.1. L'épargne ..... 16

1.2. Les prêts bancaires ..... 17

1.3 Le crédit bancaire ..... 17

1.3.1 Les crédits d'investissement ..... 18

1.3.2 Les crédits à moyen terme ..... 18

1.3.3 Les crédits à long terme .....	18
1.3.4 Le crédit-bail ou le leasing.....	19
1.3.5 Les crédits d'exploitation.....	19
1.4 Les services bancaires traditionnels .....	20
1.4.1 Opérations de change .....	20
1.4.2 Les Dépôts à Vue .....	20
1.4.3 Location de coffre .....	20
1.4.4 Assistance.....	21
Les moyens de paiement .....	21
2.1 Les moyens de paiement classiques.....	21
2.1.1. La monnaie fiduciaire.....	21
2.1.2. La monnaie scripturale.....	22
2.1.2.1. Le chèque .....	22
2.1.2.2. Le virement .....	22
2.1.2.3. Le prélèvement.....	22
2.1.2.4. Les effets de commerce.....	23
a) La lettre de change .....	23
b) Le billet à ordre.....	23
c) Le warrant .....	24
2.2. Les moyens de paiement moderne .....	24
2.2.1. Les moyens électroniques .....	24
2.2.1.1. Définition de la monnaie électronique .....	24
2.2.1.2. Les formes de la monnaie électronique.....	24
a. Les cartes bancaires.....	24
b. Le chèque électronique .....	27
c. Le portemonnaie électronique .....	28
d. Les cartes internationales.....	28
e. Le prélèvement et le virement électronique .....	28
f. Le titre interbancaire de paiement ou TIP .....	29
<b>Section 03: l'évolution du système bancaire algérien .....</b>	<b>29</b>
Le système bancaire algérien avant 1990.....	30
1. Le système bancaire algérien suite à la promulgation de la loi n°90-10 du 14 avril 1990 .....	32
2. Les apports de l'ordonnance n°03-11 du 26 Août 2003 .....	33
3. Les apports de l'ordonnance n°10-04 du 26 Août 2010 .....	33
Conclusion du chapitre I .....	34
<b>Chapitre II Déterminants de la bancarisation et état des lieux en Algérie</b>	
Introduction .....	37

<b>Section 01 : La bancarisation et les Facteurs influençant le comportement de la population à l'égard des services bancaire.....</b>	<b>37</b>
1 .Généralité sur la bancarisation .....	37
1.1Définition de la bancarisation .....	37
1.2 Evolution de la bancarisation .....	38
1.3Rôle de la bancarisation .....	38
2.Facteurs influençant le comportement de la population à l'égard des services bancaire.....	39
2.1 Les facteurs sociaux et sociodémographiques sur le comportement de l'individu .....	39
2.1.1 Les influences individuelles .....	39
2.1.1.1. Les classes sociales .....	39
2.1.1.2. Les groupes sociaux .....	40
2.1.1.3. L'organisation familiale.....	40
2.1.2.4. Les déterminants géographiques.....	40
2.1.2. Les déterminants sociodémographiques sur le comportement de l'individu .....	40
2.1.2.1. Le sexe et le revenu disponible .....	41
2.1.2.1. L'âge .....	41
2.1.3. Les déterminants psychologiques .....	42
2.1.4 Les influences externes .....	43
2.1.4.1 Les circonstances structurelles et conjoncturelles.....	43
2.1.4.2 L'impact du secteur informel de financement sur la bancarisation de la population.....	44
<b>Section 02 : Les indicateurs de mesure et niveaux de la bancarisation.....</b>	<b>44</b>
1. Indicateurs de mesure de la bancarisation.....	45
1.1.le taux de pénétration des services bancaires.....	45
1.2.La densité du réseau bancaire.....	45
1.3. La part du secteur bancaire dans le crédit à l'économie .....	46
1.3.1. Les contraintes réglementaires et la politique monétaire .....	46
1.3.2. Le développement des acteurs concurrentiels et la finance directe .....	47
1.3.3. Les financements informels .....	47
1.4. Les mouvements de la masse monétaire ou le degré de la « scripturalisation » de l'économie .....	47
1.5.1. Le taux de bancarisation par les effectifs de la banque.....	48
1.5.2. Le degré de pénétration de la monétique .....	48
2. Les niveaux de la bancarisation .....	48
2.1. Niveaux de la bancarisation dans les pays en développement.....	48
2.1.1. La sous bancarisation ou la faible bancarisation de la population .....	48
2.1.2. La non bancarisation .....	49
2.2.Les niveaux de bancarisation dans les pays développés .....	50
2.2.1. La surbancarisation .....	50
2.2.2. La multibancarisation.....	50

2.2.2.1. L'existence des coûts .....	51
2.2.2.2. La réglementation.....	51
2.2.2.3. L'impact de la libéralisation financière.....	51
2.3.Le phénomène de l'exclusion bancaire .....	52
3. Les Facteurs d'extension de la bancarisation.....	53
3.1 Les facteurs macro-économiques : la bancarisation de masse .....	53
3.2 Les facteurs microéconomiques : l'utilisation du marketing dans la banque .....	53
<b>Section 03 : la bancarisation en Algérie</b> .....	54
1.Evolution de la bancarisation en Algérie .....	54
2.État de lieu sur la bancarisation en Algérie.....	56
<b>Chapitre III : Analyse du niveau de pénétration des services bancaire: cas des agences bancaires de la commune de Tizi-Ouzou</b>	
<b>Introduction</b> .....	74
Section 1 : Présentation de la méthodologie de recherche.....	74
1L'étude documentaire.....	75
1.1.Définition .....	75
1.2.Objectif de l'étude documentaire .....	75
2.Définition de la méthodologie de recherche .....	75
2.1.La méthode qualitative .....	76
2.2.La méthode quantitative .....	76
3.Présentation des outils utilisés .....	77
3.1.Définition d'un Questionnaire.....	77
3.2.Les Types de questionnaire.....	77
4.Présentation du lieu d'enquête .....	79
4.1.Traitement des données.....	79
<b>Section 02 : analyse des caractéristiques de la clientèle des agences et leur gamme de produits</b> .	80
1.1.Analyse de la clientèle selon l'âge .....	81
1.2.Analyse de la clientèle selon leur profession .....	82
1.3.Analyse de la part de la clientèle féminine au sein des agences .....	83
1.4.Analyse de la clientèle selon leurs revenus.....	84
1.5.Analyse de l'adaptation des produits bancaires aux ménages à faibles revenus.....	85
1.6.Analyse des moyens de paiement mis à la disposition des clients par les banques .....	86
1.7.Analyse de la mise en place d'une différenciation des produits bancaire entre les différentes banques.....	87
1.8.Analyse de la mise en place de produits bancaires dédiés à la finance islamique .....	88
1.9.Analyse des produits et services bancaires les plus demandés par les clients .....	89
1.10.Analyse de la part des comptes épargne par rapport aux autres produits et services.....	90
1.11.Analyse de l'adaptation des produits bancaires aux besoins de la population.....	93

Section 03: analyse des déterminants de la bancarisation.....	94
1.1.Analyse de l'adaptation des produits bancaires selon le genre .....	94
1.2.Analyse des services en ligne mis à la disposition des clients par les banques .....	95
1.3.Analyse du taux d'acceptation des demandes de crédits bancaires .....	96
1.4.Analyse des motifs de refus pour l'octroi de crédits.....	97
1.5.Analyse des actions à entreprendre pour la captation et la fidélisation de la clientèle âgée en 18 et 35 ans.....	98
1.6.Analyse du rôle que peut jouer la finance islamique dans l'inclusion financière.....	99
1.7.Analyse du rôle de la densification du réseau bancaire dans la bancarisation.....	100
1.8.Analyse de l'impact des TIC dans la captation de nouveaux clients .....	101
1.9.Analyse des principaux facteurs expliquant le manque de culture bancaire en Algérie.....	103
1.10.Analyse de la complexité d'ouverture d'un compte bancaire.....	104
Complexité de la procédure d'ouverture de compte .....	104
1.11.Analyse de l'exigence de justification des ressources pour la sollicitation des produits et services bancaires.....	105
<b>Conclusion du chapitre III</b> .....	106
<b>Conclusion générale</b> .....	108
<b>Bibliographie</b> .....	112
_Toc93326548 <b>Les annexes</b> .....	115
<b>Table des matières</b> .....	127

## **Résumé :**

La bancarisation, qui reflète le degré de pénétration des services bancaires au sein de la population, constitue un enjeu des plus hautes importance pour les pays en développement.

En Algérie, le rythme de l'évolution de la pénétration des services bancaires est passé par deux phases importantes.

En effet, la première est celle où le système bancaire est soumis aux programmes planifiés de l'Etat où l'intermédiation bancaire était peu développée en raison de la réglementation des taux d'intérêt, la faible couverture du réseau bancaire ainsi que l'absence de la culture bancaire.

La seconde phase, à partir des années 1990, le taux de la bancarisation a connu une faible progression, causé par l'ouverture du marché bancaire aux banques privées et une réelle modification des conditions de banques.

Le rôle des Pouvoirs Publics est primordial dans la construction d'un système bancaire et Financier fiable et sécurisé du fait qu'ils disposent des moyens d'adopter une meilleure offre des services bancaires afin d'accroître la capacité de la demande bancaire au sein de la population.

Néanmoins il reste qu'afin d'accroître le niveau de pénétration des services bancaire faut bien redéfinir la politique bancaire selon laquelle beaucoup de salariées n'arrive pas à trouver des services ou produit adapté à leur besoin.

**Mots clé :** Algérie, banque, bancarisation, compte, population, pénétration des services bancaires , produit bancaires.