

UNIVERSITE MOULOD MAMMARI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES
ET DES SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES



Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Economiques

Spécialité : Economie Monétaire et Bancaire

Sujet :

Evolution du E-Banking en Algérie : tendances, opportunités et défis

Réalisé par :

OUKAKI Sofiane

Dirigé par :

ZOURDANI Safia

Devant le jury composé de :

Président: Mrs KEHRI Samir

Rapporteur: Mlle ZOURDANI Safia

Examinateur: Mrs GUELMINE Mohamed Hicham

Date de soutenance : 17/09/2024

Remerciements

Au terme de mon travail, je remercie le bon dieu de m'avoir donné la force et le courage pour réaliser ce travail dans les bonnes conditions.

Au premier lieu je tiens à exprimer mes vifs remerciements et mes profondes gratitudees à M^{lle} ZOURDANI Safia, pour avoir dirigé mon travail, en manifestant un grand intérêt, et aussi pour son aide précieuse, ses encouragements et ses conseils.

Mes sincères considérations et remerciement sont également exprimés aux membres de jury, qui m'ont honoré par leur présence et par le temps consacré pour lire et évaluer mon travail.

Enfin, mes remerciements s'adressent à tous les enseignants du département des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion, et à toutes les personnes qui ont contribuées de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Dédicaces

Je tiens à dédier ce travail

A mes très chers parents qui m'ont soutenue et veillé sur ma bonne éducation et ma réussite dans la vie, je leur présente toute ma reconnaissance, mon profond amour et respect.

A mon très cher frère ;

A mes très chères sœurs ;

A mes très chers amis ;

Sans oublier tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin pendant mon parcours universitaire.

Liste des abréviations

G20 : group du 20 ‘‘Un Forum Mondial Économique’’

ADA : Appui de Développement Autonome

AFI : Alliance for Financial Inclusion

GPFI : Global Partnership for Financial Inclusion

AML : Anti-Money Laundering

CFT : Counter-Terrorist Financing

ATM : Automated Teller Machine

EFT : Electronic Funds Transfer

EBS : Electronic Banking System

CPA : Crédit populaire d'Algérie

ATCI : Algérie Télécompensation Interbancaire

ARTS : Algérie Real Time Gross Settlement System

AFB : Association Française des Banques

TIC : Technologies de l'information et de la Communication

PIB : Produit intérieur brut

SGA : Société Générale Algérie

POS : Point de Vente

SMS : Short Message Services

KPI : Key Performance Indicator

CIB : Carte Inter Bancaire

BNA : Banque Nationale d'Algérie

RNA : Réseau des Banques Populaires d'Algérie

BDL : Banque de Développement Local

Sommaire

Remerciements.....	I
Dédicaces	II
Sommaire.....	IV
Introduction générale.....	8
Chapitre 1 : présentation de l'inclusion financier	11
Section 1 : généralité sur l'inclusion financière	12
Section 2 : les avantages et les défis de l'inclusion financière	19
Section 3 : les exigences pour améliorer l'inclusion financière	27
Chapitre 2 : l'adaptation d'E-Banking et son rôle avec l'inclusion financier	36
Section 1 : le cadre théorique sur l'E-Banking.....	37
Section 2 : avantages et inconvénients	45
Section 3 : rôle du l'E-Banking dans l'inclusion financier.....	53
Chapitre 3 : étude de cas de l'e-banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire	63
Section 1 : présentation des étapes de questionnaire	64
Section 2 : Saisie des données de questionnaire collecté	69
Conclusion générale	97

Liste des Figures, graphes et tableaux

Liste des figures

Figure N°1 : Les dimensions de l'inclusion financière	19
Figure N°2 : Le principe de l'inclusion financier	24
Figure N°3 : les fondements de l'inclusion financière	28
Figure N°4 : Les Politiques de l'inclusion financière	31
Figure N°5 : Les principes fondamentaux de la transformation numérique	47
Figure N°6 : Stratégie de transformation numérique	49
Figure N°7 : Les exigences des banques électroniques	51
Figure N°8 : Principes de l'inclusion financière numérique	55

Liste des graphes

Graphique N°01 : Utiliser un téléphone mobile ou Internet pour accéder à un compte	56
Graphique N°02 : Paiements numériques effectués ou reçus en 2017 (pourcentage d'adultes de 15 ans et plus)	57
Graphique N°03 : Structure des comptes jusqu'au 31/12/2020	60
Graphique N°04 : Répartition par	69
Graphique N°05 : Répartition par tranche d'âge	70
Graphique N°06 : Situation matrimoniale	71
Graphique N°07 : Catégorie sociale	72
Graphique N°08 : Niveau d'étude	73
Graphique N°09 : Type de banque auquel ils ont un compte	75
Graphique N°10 : Répartition selon les personnes qui ont entendu parler de l'e-Banking	76
Graphique N°11 : Le moyen découvert du e-Banking	77
Graphique N°12 : Utilisation des services du E-Banking	78

Liste des Figures et graphes et tableaux

Graphique N°13 : Evolution d'utilisation du e-Banking	79
Graphique N°14 : Les services e-Banking les plus utilisés	81
Graphique N°15 : Types d'opérations qu'ils utilisent par l'e-Banking	82
Graphique N°16 : Type d'opérations effectuée en agence bancaire plutôt qu'en ligne	83
Graphique N°17 : Les avantages des services en ligne	85
Graphique N°18 : Les inconvénients des services e-Banking	86
Graphique N°19 : Problème d'utilisation des sites bancaires	87
Graphique N°20 : Nature du problème d'utilisation de l'e-Banking	88
Graphique N°21 : L'E-Banking est plus avantageux que le contact humain	89
Graphique N°22 : Satisfaction par la qualité des services e-Banking offerts	91
Graphique N°23 : L'avenir de l'E-Banking en Algérie	92
Graphique N°24 : L'investissement de l'état algérien dans la promotion du e-Banking	93
Graphique N°25 : promouvoir l'inclusion financière en Algérie avec le développement de l'e-Banking	94

Liste des tableaux

Tableau N°01 : l'analyse de graphique n°04	69
Tableau N°02 : l'analyse de graphique n°05.....	70
Tableau N°03 : l'analyse de graphique n°06.....	71
Tableau N°04 : l'analyse de graphique n°07.....	72
Tableau N°05 : l'analyse de graphique n°08.....	73
Tableau N°06 : l'analyse de graphique n°09.....	75
Tableau N°07 : l'analyse de graphique n°10.....	76
Tableau N°08 : l'analyse de graphique n°11.....	77

Liste des Figures et graphes et tableaux

Tableau N°09 : l'analyse de graphique n°12.....	78
Tableau N°10 : l'analyse de graphique n°13.....	79
Tableau N°11 : l'analyse de graphique n°14.....	81
Tableau N°12 : l'analyse de graphique n°15.....	82
Tableau N°13 : l'analyse de graphique n°16.....	83
Tableau N°14 : l'analyse de graphique n°17.....	85
Tableau N°15 : l'analyse de graphique n°18.....	86
Tableau N°16 : l'analyse de graphique n°19.....	87
Tableau N°17 : l'analyse de graphique n°20.....	88
Tableau N°18 : l'analyse de graphique n°21.....	89
Tableau N°19 : l'analyse de graphique n°22.....	91
Tableau N°20 : l'analyse de graphique n°23.....	92
Tableau N°21 : l'analyse de graphique n°24.....	93
Tableau N°22 : l'analyse de graphique n°25.....	94

Introduction générale

L'inclusion financière est devenue le centre d'attention de nombreux gouvernements et organismes de réglementation financière dans la plupart des pays du monde, car elle vise à améliorer et faciliter l'accès de tous les segments de la société aux services financiers et à leur permettre de les utiliser rapidement, en plus de fournir des services financiers diversifiés et innovants à un coût réduit auprès des prestataires de ces services. C'est également l'un des principaux thèmes les plus importants du programme de développement économique et financier, "L'inclusion financière atteint sept objectifs sur les dix-sept objectifs de développement durable. Elle a été adoptée par le G20 comme l'un des principaux axes du programme de développement économique et financier.

La Banque mondiale a considéré l'universalisation des services financiers et la facilitation de leur accès pour tous les segments de la société comme un pilier essentiel pour lutter contre l'extrême pauvreté et promouvoir une prospérité partagée ¹, Améliore les indicateurs économiques, soutient la stabilité économique et social.

Les gouvernements, les institutions internationales et les institutions du secteur privé ont commencé à renforcer et à soutenir les indicateurs d'accès financier et à le classer parmi les priorités à la lumière des défis et des déficiences persistants des marchés, qui se sont aggravés après la crise de système financier mondial en 2008 et le déclin de la confiance dans les institutions du système financier qui en a résulté.

Les signes de la quatrième révolution industrielle sont apparus dans le domaine bancaire à travers l'intégration des technologies financières numériques avec l'émergence de sociétés de technologie financière émergentes, qui ont élargi les services financiers et bancaires et se sont orientées vers l'économie numérique en introduisant de nouvelles technologies financières et en réduisant les restrictions associées. Avec accès aux services financiers, y compris aux services de téléphonie mobile. Plateformes de financement participatif, technologie des données, qui à leur tour ont conduit à garantir et à réduire les coûts, à accroître la transparence et à améliorer le degré d'inclusion financière en exploitant les communications modernes et la diffusion et la fourniture de services financiers numériques qui permettent aux banques, aux institutions financières et à leurs clients d'économiser du temps, des efforts et de la sécurité. Cela est lié aux innovations telles que les monnaies, le numérique virtuel, les systèmes de paiement électronique, la technologie des contrats intelligents, l'intelligence artificielle, etc. Cette étude est une tentative analyser et révéler les développements les plus importants dans le domaine des services financiers et bancaires numériques et

¹ <https://www.banquemondiale.org/fr/topic/financialinclusion/overview> 26/03/2024 à 11h 12

des mécanismes internationalement opaques pour établir l'inclusion financière numérique, basés sur l'utilisation de tout ce que l'industrie technologique a réalisé et des innovations techniques qui donneront sans aucun doute un coup d'envoi. au secteur financier, et en ce qui concerne l'Algérie, la Banque d'Algérie tente d'adopter une stratégie et une intention visant à renforcer l'inclusion financière, et cela à travers l'adoption d'un ensemble de mécanismes pour surmonter les obstacles et les défis qui conduisent à la réticence des individus à utiliser Services et produits financiers numériques.

La problématique de l'étude

Dans quelle mesure l'E-Banking contribué au développement de l'inclusion financière de la population algérienne ?

Les sous questions

- Quelle est la relation entre l'E-Banking et l'inclusion financière ?
- Qui est le plus favorable entre l'E-Banking et les services des agences bancaires ?
- Est ce que il ya un rôle entre l'E-Banking et les agence bancaire ?

Les hypothèses

- Il existe une relation positive entre l'E-Banking et inclusion financière dans la mesure où l'E-Banking contribué à son renforcement ;
- Les services du E-Banking sont plus favorable que les services des agences bancaires ;
- Le marketing des banques pour l'E-Banking à un rôle à jouer en permettant à l'e-Banking de jouer un rôle efficace dans le secteur bancaire.

L'objectif de l'étude

Cette étude vise à atteindre un ensemble d'objectifs :

- déterminer l'importance de l'inclusion financière et les principales exigences pour son renforcement ;
- mettre en évidence dans quelle mesure l'E-Banking contribue à renforcer l'inclusion financière ;
- l'étude le comportement des consommateurs envers les services de l'E-Banking en identifiant les éléments qui impactent leurs choix.

Méthodologie de recherche

Afin de répondre aux questions évoquées précédemment, nous avons adopté une démarche où nous comptons utiliser un certain nombre d'outils pour la collecte d'informations et l'analyse des données qui sont : Pour le cadre théorique, nous avons procédé à une recherche bibliographique littéraires,

dans, ouvrages, revue, articles, thèses et mémoires, sites internet. En ce qui concerne le cas pratique, nous nous sommes appuyés sur un questionnaire effectué sur un échantillon de la wilaya de TIZI OUZOU.

Structure de la recherche

En vue de répondre à ma problématique, nous avons structuré notre mémoire selon le plan suivant :

- **Le premier chapitre** est consacré à la présentation de l'inclusion financière. Il aborde les avantages et les défis de l'inclusion financière, ainsi que les exigences pour l'améliorer.
- **Le deuxième chapitre** est consacré à l'adaptation de l'E-Banking et à son rôle dans l'inclusion financière, et il examine les avantages et les inconvénients de l'E-Banking.
- **Le troisième chapitre** résumera un cas pratique sous la forme d'un questionnaire. Étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU.

Introduction

À la lumière des conditions économiques mondiales actuelles, les autorités sont confrontées à un certain nombre de défis, notamment celui d'assurer un accès rapide et efficace aux services financiers tant pour les particuliers que pour les institutions économiques. À cet égard, la réforme de l'inclusion financière a été adoptée, à travers laquelle de nombreuses organisations internationales appellent à la mise en place d'un système financier complet qui n'exclut aucun groupe. Services financiers communautaires Le manque d'accès aux services et aux produits financiers officiels a un impact négatif à la fois sur les individus et les institutions d'une part et sur l'économie de l'État d'autre part, en particulier les services bancaires, car les banques jouent un rôle majeur en influençant le niveau d'inclusion financière.

Afin de préciser ce qui a été dit précédemment, nous avons tout d'abord tenté de repenser les concepts fondamentaux de l'inclusion financière en étudiant :

- généralités sur l'inclusion financière ;
- les avantages et les défis de l'inclusion financière ;
- les exigences pour améliorer l'inclusion financière.

Section 1 : généralité sur l'inclusion financière

L'inclusion financière est actuellement considérée comme un outil essentiel pour faire progresser les économies des pays et renforcer leurs institutions financières en général, et améliorer le niveau de vie des individus et leurs conditions en particulier, ce qui nous amène à mettre en lumière ce terme, et c'est ce que nous faisons. En essayant de clarifier dans cette étude, où nous en apprendrons plus sur l'émergence de l'inclusion financière et la définition de l'inclusion financière, ses importances et les objectifs, ses principes, ses dimensions.

1- L'émergence et le développement de l'inclusion financière

Le terme inclusion financière apparut pour la première fois en 1993 dans l'étude de "Leshon Werfitt" sur les services financiers dans le sud-est de l'Angleterre, dans laquelle ils examinaient l'impact de la fermeture d'une succursale bancaire sur les résidents de la région. " L'accès effectif aux services bancaires. Au cours des années 1990, il existe de nombreuses études liées aux difficultés rencontrées par certaines couches de la société pour accéder aux services bancaires. En 1999, le terme d'inclusion financière a été utilisé pour la première fois de manière plus large pour décrire l'accès effectif aux services bancaires déterminants de l'accès des individus aux services bancaires disponibles. Il convient de noter ici la nécessité de distinguer l'abandon volontaire de la poursuite de l'utilisation de produits et services. L'inclusion financière par manque de besoin, pour des raisons culturelles ou idéologiques, ou non-utilisation en raison de son indisponibilité ou de l'impossibilité de le posséder. L'intérêt des personnes concernées par l'inclusion financière se limite à cibler ceux qui sont brièvement exclus de l'inclusion financière et à trouver des moyens de surmonter les causes et les facteurs d'exclusion. Ceux qui choisissent de s'exclure de l'utilisation des produits et des services financiers

Cependant, l'intérêt des pays pour l'inclusion financière s'est accru à la suite de la crise financière mondiale de fin 2007, grâce aux politiques et procédures adoptées par les autorités monétaires des pays visant à améliorer et à faciliter l'accès de tous aux services financiers segments de la société et leur permettre d'utiliser tous les produits financiers et de les fournir à faible coût, comme l'alliance a été créée Le Forum international sur l'inclusion financière en 2008, qui est le premier réseau international à tirer les leçons des expériences des pays dans le domaine de l'inclusion financière, comprend 94 pays en développement représentés par 119 institutions réparties entre

Chapitre 1 : présentation de l'inclusion financier

ministères des finances et banques centrales. L'alliance vise à développer les outils utilisés pour mettre en œuvre l'inclusion financière et à échanger l'expertise technique et scientifique entre les pays

membres et les aider à formuler des politiques de réforme, des stratégies et des mécanismes de mise en œuvre, en plus de préparer visites pédagogiques dans le même domaine. La première conférence annuelle de l'Alliance Internationale pour l'Inclusion Financière s'est tenue en 2009 dans le pays Kenya, puis en Indonésie, au Mexique, en Afrique du Sud, en Malaisie, à Trinidad, et en Égypte en 2017.²

2- Les définitions de l'inclusion financière

Il est parfois à rappeler qu'il ne faut nécessairement pas confondre entre l'inclusion bancaire et l'inclusion financière. Le premier renvoie à la bancarisation, tandis que l'autre se penche à la gamme de services bancaires et financiers offerte par les institutions financières.³

Voici des définitions du l'inclusion financier basée sur plusieurs sources :

2-1-La Banque de France

L'inclusion financière, c'est permettre à toute personne d'avoir accès aux services financiers de base qui sont nécessaires au quotidien : un compte bancaire, des moyens de paiement adaptés, un accès au crédit pour réaliser des petits projets d'insertion, etc.

C'est aussi protéger et informer les personnes qui se trouvent en situation de fragilité, grâce à des mesures adaptées.⁴

2-2- Appui de développement autonome (ada)

L'inclusion financière est l'ensemble des dispositifs mis en place pour lutter contre l'exclusion bancaire et financière. Elle englobe toute une gamme de produits et services financiers et non financiers rendus accessibles aux populations pauvres.⁵

² مفتاح غزال، مراد بركات، الثقافة المالية كالية اساسية لتعزيز الشمول المالي في الدول العربية , مجلة أبحاث اقتصاد المعاصر، العدد 03 ، المركز الجامعي نور البشير. الجزائر 2020 ، ص 47

³ SAM. Housin <<Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives>> THESE DE DOCTORAT, Sciences Economiques, Université UMMTO, P.36.

⁴ <https://www.banque-france.fr/fr/a-votre-service/intervenants-sociaux/l'inclusion-financiere-et-l'observatoire-de-l'inclusion-bancaire-oib> 29/03/2024 à 14h 34

⁵ <https://www.ada-microfinance.org/a-propos-de-ada/definition-de-l'inclusion-financiere> 29/03/2024 à 15h 03

2-3- La banque mondiale

L'inclusion financière rend compte de la possibilité pour les individus et les entreprises d'accéder à toute une gamme de produits et de services financiers (transactions, paiements, épargne, crédit, assurance) qui soient d'un coût abordable, utiles, adaptés à leurs besoins et proposés par des prestataires fiables et responsables.⁶

3- L'importance et l'objectif et les caractéristiques de l'inclusion financière

Pour mieux comprendre l'inclusion financière on va approfondir dans son importance, son objectif et ses caractéristiques.

3-1- L'importance de l'inclusion financière

L'importance de l'inclusion financière s'accroît considérablement en raison des objectifs communautaires qu'elle cherche à atteindre, et nous allons tenter de minimiser l'importance d'une inclusion financière dans les points qui suivent⁷:

- l'accès aux services financiers est un droit fondamental qui peut ouvrir des opportunités aux individus et aux communautés.
- il permet aux gens d'épargner, d'investir et de se protéger contre les chocs financiers.
- accès à des services financiers formels.
- les individus peuvent constituer des actifs, démarrer une entreprise et planifier l'avenir.
- l'inclusion financière joue également un rôle crucial dans la réduction de la pauvreté et la promotion de la croissance économique.
- crée une société plus inclusive.
- les banques d'État peuvent adopter diverses stratégies.
- la culture et l'éducation financières.
- lutter contre la pauvreté.⁸

3-2- L'importance de l'inclusion financière

La réalisation de l'inclusion financière n'est pas un objectif en soi, mais un moyen d'atteindre l'objectif, compte tenu de son importance pour le développement humain, l'amélioration du niveau de vie, la promotion des chances égales, le financement de petits et moyens projets, la réduction de la

⁶ <https://www.banquemondiale.org/fr/topic/financialinclusion/overview> 29/03/2024 à 15h 27

⁷ <https://fastercapital.com/fr/startup-sujet/Comprendre-l-inclusion-financiere-et-son-importance.html> 30/03/2024 à 09h 30

⁸ <https://www.ada-microfinance.org/a-propos-de-ada/definition-de-linclusion-financiere> 30/03/2024 à 10h 12

Chapitre 1 : présentation de l'inclusion financier

pauvreté, le soutien à l'égalité et l'assurance du bien-être, et par conséquent la réalisation d'une croissance économique inclusive et durable.⁹

Les objectifs d'inclusion financière comprennent les points suivants :

3-2-1- Stabilité financière à travers :

- base de données diversifié est stable ;
- réduire les risques d'instabilité politique et sociale ;
- promouvoir la stabilité sociale ;
- tolérance aux chocs et les déséquilibres financière.

3-2-2- Intégrité et sécurité à travers :

- lutte contre le branchement d'argent ;
- lutte contre le financement du terrorisme ;
- contrôle des abus utilisation du système financier.

3-2-3- Protection financière des clients à travers :

- formation financière pour les clients les plus pauvres ;
- organiser la formulation des contrats, des clauses, des conditions, des taux d'intérêt annuels et des amendes ;
- traiter le client de manière équitable, transparente et facile.¹⁰

3-3-les caractéristiques de l'inclusion financier

Nous déduisons plusieurs caractéristiques de l'inclusion financière, comme suit :

- **le public** : en ciblant toutes les branches de la société, y compris les revenus limités ;
- **la diversité** : offre de services et de produits bancaires variés ;
- **le prix** : fournir des services et des produits à moindre coût qui correspondent à toutes les catégories de la société ;
- **la qualité** : prise en compte du facteur qualité dans la nature du service et du produit offert ;
- **le temps** : Fournir un service ou un produit tout au long de l'année et à tout moment ;
- **l'extension** : Accès à tous les sites des entreprises et des particuliers pour faciliter le processus de mobilité.¹¹

⁹ أسامة فراح، رحمة عبد العزيز الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك (مجلة طينه للدراسات العلمية الأكاديمية، العدد 02 ، المجلد 04 جامعة الشلف الجزائر 2021 .) ص: 649

¹⁰ حماده السعيد المعصر اوي، مؤشر للإفصاح عن معلومات الشمول المالي لتعزيز شفافية التقارير المالية في البنوك، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، العدد 89 أكتوبر 2019، ص 39

4-Les dimensions et indicateurs de l'inclusion financière

Les dimensions de l'inclusion financière ont été multipliées selon la perspective de chaque étude, afin de comprendre comment différents types de services bancaires peuvent être offerts aux clients dans toutes les banques. Dans son étude, (Kunt & Klapper 2012) indique que les dimensions de l'inclusion financière selon la méthode de la banque monétaire sont :

Les dimensions de l'inclusion financière ont été multipliées selon la perspective de chaque étude, afin de comprendre comment différents types de services bancaires peuvent être offerts aux clients dans toutes les banques. Dans son étude, (Kunt & Klapper 2012) indique que les dimensions de l'inclusion financière selon la méthode de la banque monétaire sont :

L'utilisation de comptes bancaires, d'épargne, de crédits, de prélèvements et d'assurances. Lors de la conférence de Kapos en 2012, les dimensions de l'inclusion financière ont été discutées, où l'Alliance de l'Inclusion Financière a créé une association d'entreprises pour les données financières, et Financial Inclusion « AFI » a conclu que l'insertion financière a trois dimensions principales :

L'accès facile aux services financiers, l'utilisation des services et l'amélioration de la qualité du service financier.¹²

La dimension et indicateurs sont décrits ci-dessous :

4-1- L'accès aux services financiers

Désigne la capacité d'utiliser les Services financiers d'établissements officiels où la détermination des niveaux d'accès nécessite l'identification et l'analyse des possibilités d'ouverture et d'utilisation d'un compte bancaire, tels que le coût et la proximité des points de services bancaires, les données relatives à l'accessibilité des Services Financiers peuvent être obtenues à travers les informations fournies par les établissements financiers.

Les indicateurs de mesure après l'accès aux services financiers comprennent les points suivants:

- Nombre de points d'accès par 10 000 adultes au niveau national par type d'unité administrative.
- Nombre d'appareils automatiques par 1000 km².
- Les comptes électroniques d'influence.
- l'interconnexion entre les points de service.

¹¹ أسامة فراخ، رحمة عبد العزيز، الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك، مجلة طينه للدراسات العلمية الأكاديمية، العدد 02، المجلد 04

جامعة الشلف الجزائر 2021، ص: 648

¹² أحمد محمود محمد النقيرة، أحمد محمد عبد الحي نور الدين، دور الشمول المالي في تعزيز مستوى ثقة العملاء في الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على العملاء بمنطقة وسط الدلتا، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، الصادرة في 2019، كلية جامعة عين الشمس، مصر، ص 433

- Pourcentage de la population totale vivant dans les unités administratives avec au moins un point d'accès.

4-2- Utilisation des services financiers

Désigne, après avoir utilisé les services, la mesure dans laquelle les clients utilisent les services bancaires fournis par les établissements du secteur bancaire, en déterminant la taille de l'utilisation des services qui nécessite la collecte de données sur l'organisation et la fréquence d'utilisation au cours d'une période donnée.

Les indicateurs de cette distance sont :

- pourcentage d'adultes ayant au moins une espèce en tant que facture régulière ;
- pourcentage d'adultes ayant au moins un type de compte de crédit régulier ;
- nombre de campagnes d'assurance pour 1000 adultes ;
- nombre de transactions de détail non monétaires par personne ;
- nombre de transactions de paiement par téléphone ;
- pourcentage d'adultes ayant un compte bancaire en permanence et de détenteurs réguliers d'un compte en banque au cours de l'année précédente ;
- Pourcentage d'adultes recevant des virements financiers locaux ou internationaux ;
- Pourcentage de petites et moyennes entreprises ayant des comptes financiers officiels ;
- nombre de petites et moyennes entreprises ayant des comptes et des dépôts ;
- le nombre de petites et moyennes entreprises qui ont des prêts de liste.¹³

4-3- La qualité des services financiers

Est considérée comme un défi en soi, puisque, au cours des années précédentes, le concept d'inclusion financière a été transféré à l'agenda des pays en développement où l'accès aux Services financiers doit être amélioré, l'accessibilité aux Services Financiers n'est pas encore un problème et varie selon le pays et le type de services financières, mais les efforts restent en cours pour assurer la qualité des Services Finance, ce qui est considéré comme un challenge qui exige des intéressés et des associés d'étudier, de mesurer et de comparer et de prendre des mesures fondées sur des preuves claires en ce qui concerne la qualité du Service Financier offert. Cette distinction n'est pas plus claire et évidente, car il existe de nombreux facteurs qui affectent la qualité des services financiers tels que le coût des services, l'esprit du consommateur, l'efficacité du mécanisme de compensation ainsi que les

¹³ سورية شنبلي, سعيد بن لخضر, أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية), مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة, المجلد 04, العدد 01, جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر, 2019, ص : 109.

Chapitre 1 : présentation de l'inclusion financier

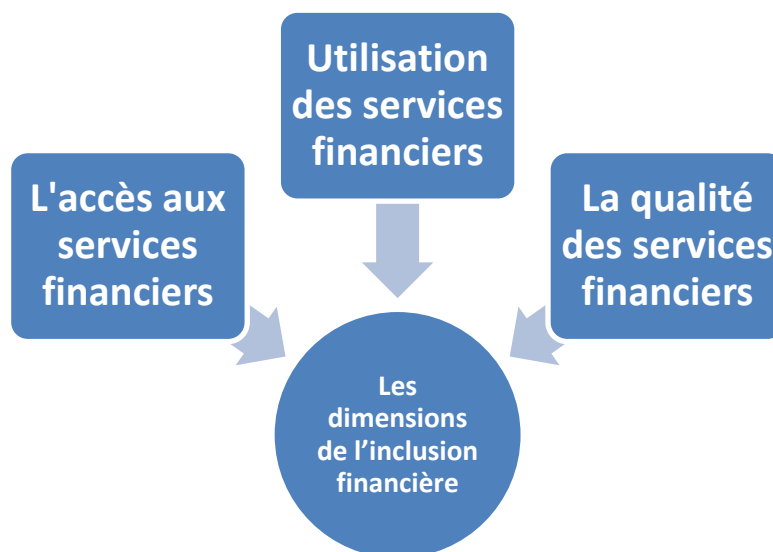
services de protection des consommateurs et les agences financières et la transparence de la concurrence sur le marché ainsi que des facteurs non ciblés tels que la confiance des consommateurs.

L'Alliance pour l'inclusion financière a mis en place un ensemble d'indicateurs de mesure post-qualité qui a été expliqués comme suit:

- capacité à supporter les coûts : de la tenue d'un compte bancaire, en particulier pour les personnes à faible revenu.
- transparence: l'accès à l'information joue un rôle crucial dans l'inclusion financière, les prestataires de services financiers devant garantir à tous les clients l'accès aux informations relatives aux services financières afin de leur permettre de prendre des décisions éclairées sur l'utilisation des services financier. Ces informations doivent être sécurisées et claires, car elles sont faciles et exemptes d'erreurs linguistiques.
- confort et commodité: Cet indicateur mesure le point de vue des clients sur l'accessibilité et le confort d'utilisation les services financiers.
- protection des consommateurs: cet indicateur s'applique aux lois et régimes destinés à assurer et à protéger les droits du consommateur. Les entreprises sont empêchées d'obtenir des avantages injustes par la fraude et les pratiques déloyales.
- l'éducation financière: mesure les connaissances financières de base et la capacité des utilisateurs à planifier et à équilibrer leurs revenus.
- la dette ou le comportement financier: C'est un élément important pour le client dans le système financier, il est nécessaire de savoir comment les clients retardent le paiement dans un certain délai.
- barrières au crédit: L'inclusion financière comprend non seulement l'utilisation de services financiers, mais aussi la possibilité pour les clients de choisir des services et des produits financiers.¹⁴

¹⁴ نفس المرجع :صورية شنبى ,سعيد بن لخضر, أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية), مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة, المجلد 04, العدد 01 , جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر, 2019, ص : 110-111.

Figure N°1 : Les dimensions de l'inclusion financière



Source : Préparé par moi même en se basant sur la référence précédente

“Cette figure montre que les dimensions l'inclusion financière se divise sur trios branches qui sont : l'accès aux services financiers, utilisation des services financiers, la qualité des services financiers. ”

Section 2 : les avantages et les défis de l'inclusion financière

Avant de discuter des difficultés et des bénéfices de l'inclusion financière, il est essentiel de comprendre les principes de cette inclusion.

1- Les principes de l'inclusion financière

Le Groupe des Vingt (G20), par l'intermédiaire du Partenariat mondial pour l'inclusion financière (GPII), a identifié en 2010 neuf Principes d'inclusion financière. Ces principes sont

1-1- Le leadership est essentiel pour réduire la pauvreté

“Cultiver un engagement général des gouvernements en faveur de l'inclusion financière afin d'aider à réduire la pauvreté”

Des experts du monde entier ont souligné que le leadership et l'engagement du gouvernement au plus haut niveau est une condition essentielle pour accroître l'inclusion financière. Plus important encore, ce leadership est essentiel pour que l'augmentation de l'inclusion financière se traduise par des progrès dans l'atténuation de la pauvreté. Les meilleurs résultats ont été obtenus lorsque l'inclusion financière est considérée comme une composante intégrante des stratégies globales de croissance et de développement du secteur financier.

Chapitre 1 : présentation de l'inclusion financier

En pratique, cela a signifié que les gouvernements qui ont réussi à accroître l'inclusion financière ont montré leur leadership de certaines ou toutes les manières suivantes :

- traiter aux questions politiques et réglementaires liées à l'innovation, à la protection des consommateurs et aux paiements, faciliter de nouvelles approches et veiller à ce que la réglementation excessive n'étouffe pas la croissance ;
- adopter une approche collaborative de l'inclusion financière qui engage tous les acteurs, y compris le secteur privé et les autorités de vérification ;
- soutenir les programmes d'inclusion par l'éducation financière et/ou en développant des systèmes et des infrastructures de paiement et en recueillant des données pour appuyer une politique proportionnée et fondée sur des éléments de preuve, ce qui, à son tour, maintient la sécurité et la solidité du système.

1-2- Diversité des prestataires des services

“Mettre en œuvre des approches politiques qui favorisent la concurrence et fournissent des incitations basées sur le marché pour la fourniture d'un accès financier durable et l'utilisation d'une large gamme de services abordables (épargne, crédit, paiements et transferts, assurance) ainsi qu'une diversité des prestataires des services.”

Il est largement reconnu que la concurrence sur un marché produit davantage de valeur, de choix et d'opportunités pour les clients, et le marché des services financiers ne fait pas exception. Cependant, lorsqu'il s'agit d'atteindre les personnes non bancaires, la diversité des produits, des prestataires et des méthodes de livraison est plus importante que jamais. Les services doivent être proposés en marge des canaux traditionnels pour atteindre une clientèle plus large.

Pour les gouvernements, cela signifie qu'ils ont un rôle crucial à jouer pour faciliter le développement des structures de marché. qui favorisent l'entrée. Un aspect clé est la conception d'incitations appropriées basées sur le marché pour toutes les parties. des banques traditionnelles aux « agents » potentiels, en passant par les sociétés de télécommunications, les institutions de microfinance et les clients eux-mêmes qui encouragent le développement d'un large éventail de gamme de services financiers durables, sécurisés et abordables, tels que l'épargne, le crédit, les paiements et les transferts. Dans le même temps, ces incitations devraient viser à attirer un large éventail de prestataires, car cela peut contribuer à améliorer à la fois l'accès et l'utilisation.¹⁵

¹⁵ Global Partnership for Financial Inclusion – G20 Principles For Innovative Financial Inclusion – 2010 – p 2.

1-3-Innovation de la technologique

“Promouvoir l’innovation technologique et institutionnelle comme moyen d’élargir l’accès et l’utilisation du système financier, notamment en remédiant aux faiblesses des infrastructures.”

Bon nombre des méthodes les plus efficaces pour accroître l’inclusion financière reposent sur l’application de nouvelles technologies, telles que les téléphones portables, ou sur l’introduction de nouveaux dispositifs institutionnels, tels que les agents bancaires. Celles-ci permettent une expansion rapide des services pour atteindre les populations exclues, tout en réduisant les coûts de

Prestation des services. Par exemple, la croissance mondiale massive de l'utilisation du téléphone mobile signifie que les services financiers proposés via les réseaux de téléphonie mobile peuvent être fournis de manière rentable à une large population.

1-4-Protection des consommateurs

“Encourager une approche globale de la protection des consommateurs qui reconnaît les rôles du gouvernement, des fournisseurs et des consommateurs”

La combinaison d'innovations, de nouveaux prestataires de services et de consommateurs inexpérimentés entraîne de nouveaux risques de fraude et d'abus des consommateurs, ainsi que la possibilité d'erreurs techniques ou humaines autour des services financiers. Une infrastructure de protection des consommateurs équitable et transparente est donc un élément essentiel d'un vaste cadre d'inclusion financière.

Pour établir des protections et promouvoir la confiance dans les services nouveaux et innovants, le gouvernement, les régulateurs et les superviseurs doivent assumer la responsabilité de :

- Établir des réglementations qui favorisent la transparence des prix et des services.
- Créer un mécanisme de règlement des litiges pour les consommateurs.
- Identifier une autorité appropriée pour faire respecter cette protection.¹⁶

1-5- Autonomisation de l'utilisation des services financiers

“ Développer les connaissances financières et les capacités financières”

Pour que les consommateurs puissent tirer le meilleur parti des nouveaux services financiers, il est important qu'ils disposent :

¹⁶ IDEM : Global Partnership for Financial Inclusion – G20 Principles For Innovative Financial Inclusion – 2010 – p 3.

- littératie financière capacité à comprendre des informations de base sur les produits et services financiers ;
- capacité financière à appliquer cette compréhension pour faire des choix éclairés concernant leurs finances ;
- les mécanismes de recours la capacité de résoudre les différends grâce à un mécanisme sûr et reconnu.

1-6-Coopération dans l'environnement

“Créer un environnement institutionnel avec des lignes claires de responsabilité et de coordination au sein du gouvernement ; et encourager également les partenariats et la consultation directe entre le gouvernement, les entreprises et d'autres parties prenantes”

La nature des services financiers innovants et des nouveaux canaux de prestation est qu'ils s'étendent à plusieurs institutions publiques et agences de régulation – ainsi qu'à un large éventail d'organisations différentes du secteur privé. Même s'il existe un désir compréhensible de mettre en place une politique adéquate tout au long de la chaîne de valeur, celle-ci doit être coordonnée entre les différentes institutions impliquées afin d'éviter des approches contradictoires ou incohérentes. Pour parvenir à cette coordination et accroître le partenariat mondial, les pays qui ont réussi à accroître l'inclusion financière ont identifié une agence chef de file pour coordonner les agences gouvernementales et gérer le processus consultatif avec les parties prenantes.

1-7-Amélioration des connaissances des données

“Utiliser des données améliorées pour élaborer des politiques fondées sur des données probantes, mesurer les progrès et envisager une approche progressive de « test et apprentissage » de la part des régulateurs et des fournisseurs de services”

Comme dans tout domaine d'élaboration des politiques, des mesures appropriées et des données fiables sont nécessaires pour soutenir la conception d'une politique d'inclusion financière et pour suivre et mesurer l'impact de la politique au fil du temps. Actuellement, peu de pays disposent de données suffisantes sur l'inclusion financière. La situation évolue rapidement et de nombreux gouvernements cherchent à améliorer les données disponibles.¹⁷

¹⁷ IDEM : Global Partnership for Financial Inclusion – G20 Principles For Innovative Financial Inclusion – 2010 – p 3, 4.

1-8-La proportionnalité des cadres politique

“ Construire un cadre politique et réglementaire proportionné aux risques impliqués dans ces produits et services innovants, et basé sur une compréhension des lacunes et des obstacles de la réglementation existante”

Toute innovation comporte des risques. Le défi consiste à créer un cadre réglementaire suffisamment solide pour protéger le système financier et les institutions financières contre ces risques, mais sans toutefois être suffisamment grave pour que les coûts de conformité réglementaire dissuadent les prestataires de services d'entrer sur le marché.

1-9-Cadre réglementaire

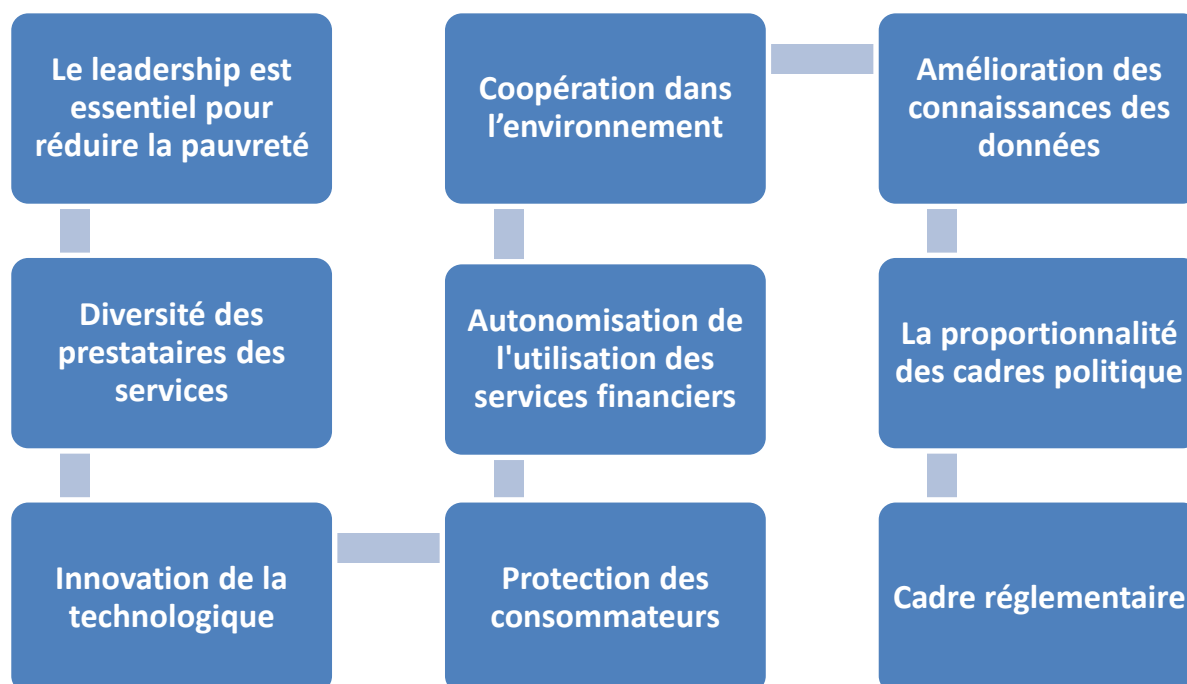
“Considérons les éléments suivants dans le cadre réglementaire, qui reflètent les normes internationales, les circonstances nationales et l'appui à un paysage concurrentiel: un régime d'AML/CFT adapté, flexible et fondé sur les risques; les conditions d'utilisation des agents en tant qu'interface client; un règlement de réglementation clair pour la valeur stockée électroniquement; et des incitations basées sur le marché pour atteindre l'objectif à long terme d'une grande interopérabilité et d'interconnexion.”

Le principe 9 réunit de nombreux des principes précédents pour résumer les principaux éléments constitutifs d'un cadre réglementaire efficace pour l'inclusion financière novatrice. L'une des questions clés est de savoir comment faire face aux risques sans étouffer les services novateurs. Les normes financières internationales fournissent le cadre de base. Cependant, ils sont très larges et conçus pour être flexibles dans leur application. Ainsi, il n'est pas toujours clair comment appliquer les normes aux services novateurs d'inclusion financière. Les établissements de normes financières internationales s'efforcent d'assurer une plus grande clarté et de combler les lacunes.

L'expérience montre qu'en fait, l'augmentation de l'inclusion améliore souvent le respect des normes internationales: en particulier, les recommandations relatives à l'AML/CFT ont été mieux servies par un secteur financier plus inclusif qui offre une capacité accrue de suivre et de surveiller les transactions.¹⁸

¹⁸ IDEM :Global Partnership for Financial Inclusion – G20 Principles For Innovative Financial Inclusion – 2010 – p 5.

Figure N°2 : Le principe de l'inclusion financière



Source : Préparé par moi même en se basant sur la référence précédente

“Cette figure montre les neuf principes d'inclusion financière qui est identifié en 2010 par le Groupe des Vingt (G20) et le partenariat mondial pour l'inclusion financière (GPFI) “

2- Les défis de l'inclusion financière

Selon les chercheurs, nous pouvons limiter les causes de la faible culture financière et les taux d'inclusion dans certains pays aux points suivants:

- **manque de documents requis** : L'établissement financier officiel impose à ses clients un certain nombre de conditions, telles que l'âge requis pour pouvoir traiter avec des banques, des garanties spécifiques de crédits ou des documents prouvant la source du revenu ;
- **raisons religieuses** : Certains musulmans peuvent s'opposer à l'utilisation de services financiers bancaires en pensant que ces services sont contraires aux doctrines et aux règles de la loi islamique.¹⁹
- **niveau élevé d'analphabétisme financier** : De nombreux citoyens ignorent les services bancaires disponibles, ce qui limite leur accès à ces services ;
- **manque de sensibilisation bancaire** : Certains clients manquent de connaissances élémentaires lorsqu'ils interagissent avec les institutions financières formelles ;

¹⁹ د. هشام مصطفى محمد سالم الجمل، الشمول المالي و تحقيق أهداف التنمية المستدامة مع الإشارة لحالة الشمول المالي في مصر، العدد السابع والثلاثون - الجزء الثالث، كلية الشريعة والقانون بطنطا - جامعة الأزهر لسنة 2022م، ص.480-481

- **mauvaise répartition géographique des banques et des distributeurs automatiques de billets** : L'accès aux services bancaires est limité dans les zones rurales et reculées, ce qui freine l'inclusion financière ;
- **taux d'intérêt élevés** : Les coûts d'emprunt dissuadent certains individus de recourir au crédit bancaire ;
- **coûts élevés des transactions financières** : Les frais d'ouverture de compte, d'utilisation des distributeurs automatiques et d'autres opérations bancaires peuvent être prohibitifs pour certains ;
- **revenus insuffisants** : Un niveau de vie bas peut empêcher certains citoyens d'utiliser les services bancaires formels ;
- **prédominance de l'économie informelle** : Une grande partie de l'activité économique en Algérie se déroule en dehors du système bancaire formel, ce qui limite l'inclusion financière ;
- **taux de chômage élevé** : Le chômage représente un défi pour l'inclusion financière, car il réduit les opportunités d'épargne et d'investissement ;
- **insuffisance des efforts de promotion de l'inclusion financière** : Les campagnes de sensibilisation aux avantages de l'inclusion financière pour les citoyens et l'État sont insuffisantes ;
- **manque de confiance des clients dans les services bancaires** : La méfiance envers les institutions financières peut dissuader les individus d'utiliser leurs services ;²⁰

3- Les avantages de l'inclusion financier

Les avantages de l'inclusion financière sont mis en évidence par les avantages qu'elle peut apporter à l'État et aux institutions financières à la lumière de ce qu'il offre, des services sociaux et économiques aux citoyens, au développement économique du pays et de la société dans son ensemble. On peut citer ce qui suit :

- la mise en œuvre de l'inclusion financière signifie que tous les segments de la société disposent d'opportunités appropriées pour gérer leur argent et leur épargne de manière appropriée et sécurisée, en garantissant que la majorité n'ait pas recours à des moyens informels qui ne sont soumis à aucun contrôle ni supervision ;
- il garantit que les citoyens ne soient pas victimes de fraudes ou ne se voient pas facturer des frais exagérés, car ils utilisent leur argent par différents moyens, légitimes comme les banques, les postes et les associations de la société civile ;

²⁰ أحمد محمود محمد النقيرة، أحمد محمد عبد الحي نور الدين دور الشمول المالي في تعزيز مستوى ثقة العملاء في الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على العملاء بمنطقة وسط الدلتا، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، الصادرة في 2019 ، كلية جامعة عين الشمس، مصر، ص 434

Chapitre 1 : présentation de l'inclusion financier

- l'inclusion financière, la principale cause de la croissance économique de l'État, travaille à la stabilité financière et l'état économique ne s'améliorera pas en présence d'un grand nombre d'individus et d'institutions financièrement exclus du secteur financier officiel ;
- l'inclusion financière garantit que les institutions financières développent leurs produits et se font concurrence pour fournir des produits financiers faible coût, facile à obtenir et tenant compte de l'intérêt du consommateur ;
- il se soucie de larges segments de la société, en particulier des segments marginalisés ou qui ne trouvent pas de produits financiers formels adaptés à leurs besoins, comme les pauvres, les personnes à faible revenu, en particulier les femmes, les propriétaires de petites, moyennes et micro-entreprises, les jeunes et autres ;
- il garantit que tous les groupes obtiennent des produits financiers adaptés à leurs besoins et à leur situation ;
- conduit à un niveau de vie plus élevé, réduisant ainsi les taux de pauvreté et permettant une croissance économique pour les individus et l'État, ce qui implique la création d'institutions financières, et les banques de fournir des services financiers appropriés, tout en protégeant le consommateur ;
- le client bénéficie d'un traitement équitable et transparent et d'un accès facile et à un coût approprié aux services et produits financiers, et lui fournit toutes les informations nécessaires à toutes les étapes de ses relations avec les prestataires de services financiers, et fournit des services de conseil si le client en a besoin, et être attentif aux réclamations des clients et les traiter avec soin ;
- il joue un rôle majeur pour relever les défis de la pauvreté, du chômage et du développement, et représente un lien important pour générer des opportunités d'emploi et atténuer l'impact des fluctuations économiques et financières ;
- il soutient les efforts entrepris par les pays arabes pour développer les infrastructures, encourager les investissements et atteindre la durabilité financière pour relever les défis du chômage, notamment en renforçant l'inclusion financière. Cela a un impact positif sur les jeunes ;
- l'inclusion financière vise à approfondir le secteur financier et bancaire, à améliorer sa stabilité et sa sécurité et à renforcer son rôle au service des efforts de croissance économique global.²¹

²¹ مصطفى محمد أمين عطية هارون, الشمول المالي ومؤشرات قياسه العالمية والمحلية, مجلة الاقتصاد والتنمية, المجلد 08, العدد 01, جامعة يحي فارس بالمدينة, 06 2020/ ص 49

Section 3 : les exigences pour améliorer l'inclusion financière

Avant d'aborder les exigences du renforcement de l'inclusion financière, il est primordial de saisir les fondements et les politiques de cette inclusion.

1- les fondements de l'inclusion financière

Les fondements de l'inclusion financière se présentent dans quatre pions comme suite :

1-1- Le renforcement de l'infrastructure financière

Constitue un pilier crucial pour la réussite de l'inclusion financière. En effet, une infrastructure adéquate permet de répondre aux besoins croissants en matière d'accès aux services financiers et de créer un environnement favorable à l'inclusion de tous les segments de la population.

1-2- La protection financière des consommateurs

En traitant tous les clients de manière équitable et transparente, sans discrimination, en garantissant l'accès aux services financiers les moins coûteux, de haute qualité et en temps opportun, en leur fournissant des informations suffisantes et des services de conseil financier, ainsi que la nécessité d'une formation financière spéciale pour les groupes vulnérables et défavorisés.

1-3- Le développement de produits et services financiers répondant aux besoins de toutes les catégories de la société

Est considéré comme l'un des principaux atouts de la recherche et de la fourniture de l'inclusion financière en facilitant l'accès et l'accessibilité des particuliers, des moyennes et petites entreprises.

1-4- L'éducation financière et la sensibilisation financière

Sont des atouts que chaque pays d'intérêt doit acquérir en élaborant et en développant une stratégie nationale visant à renforcer les niveaux d'apprentissage et de formation financières et en travaillant à développer ces stratégies par les gouvernements, le secteur privé et toutes les parties concernées, afin de promouvoir la conscience et la connaissance financière pour toutes les catégories de la société, en particulier les groupes vulnérables.²²

²² جواني صونيا، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي (مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، العدد 02، المجلد 04، 2021) ص : 278-279

Figure N°3 : les fondements de l'inclusion financière



Source : Préparé par moi même en se basant sur la référence précédente

“Cette figure montre la base de l'inclusion financière qui se présente dans c'est quatre fondements sont le renforcement de l'infrastructure financière, la protection financière des consommateurs, le développement de produits et services financiers répondant aux besoins de toutes les catégories de la société, l'éducation financière et la sensibilisation financière. ‘

2- Les Politiques de renforcement de l'inclusion financière

La fondation allemande a trouvé six politiques efficaces pour l'inclusion financière, dont quatre pourraient améliorer l'accès des pauvres aux services financiers via différents canaux, y compris les administrateurs bancaires, les paiements mobiles, la diversification des prestataires de services et la réforme des banques publiques. Les autres sont la protection des consommateurs et les politiques d'identité financière qui jouent un rôle majeur dans la promotion de l'inclusion financière. Nous citons certaines politiques financières inclusives comme suit:

2-1- Agent bancaire

Les politiques qui permettent aux banques de conclure des contrats avec des points de vente au détail non bancaires en tant qu'opérateurs de services financiers se sont révélées très efficaces dans l'amélioration du cycle d'inclusion financière, car le secteur bancaire seul n'est pas économiquement rentable. De telles politiques sont considérées comme des agences pour les canaux de vente au détail actuels, et les pharmacies, les bureaux de poste et les supermarchés ne deviennent pas seulement des agents bancaires, mais des agents d'inclusion financière. La coopération entre les banques et les opérateurs est devenue possible car la technologie a réduit les coûts et les risques d'informations de change à distance pour effectuer des virements financiers, en plus des procédures d'ouverture de comptes simples et d'autres incitations à utiliser ce canal, telles que les virement de trésorerie, la sensibilisation au système financier et une augmentation significative de la préparation des utilisateurs, comme a récemment été noté au Brésil.

2-2- Paiements mobiles

La diffusion des téléphones portables ouvre un autre canal pour connecter les services financiers aux pauvres, cette nouvelle technologie a considérablement réduit le coût des transactions et a rendu les virements financiers plus faciles où ils sont accessibles en même temps, a également travaillé à élargir la gamme des points d'accès et a réduit la nécessité de transférer de l'argent en raison de la présence de monnaie électronique et a également contribué à attirer des clients qui n'avaient jamais eu de relations avec les banques. Comme dans plusieurs pays. Ont réussi à utiliser le mécanisme de paiement mobile pour l'inclusion financière.

2-3- Diversifier les prestataires de services

Les décideurs ont adopté différentes stratégies réglementaires et contractuelles pour gérer les risques, autorisant un large éventail d'organismes à fournir des services d'assurance et créatifs, appelés «stratégies d'adaptation aux systèmes bancaires de financement mineur» et comprenant: des licences spécialisées pour les organismes de petits dépôts, des autorisations bancaires pour les virements bancaires à des organisations non gouvernementales, ainsi que les licences d'établissements financiers non bancaires.²³

²³ نفس المرجع: صورية شنبى, سعيد بن لخضر, أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية), مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة, المجلد 04, العدد 01, جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر, 2019, ص: 111-112.

2-4- Réforme des banques publiques

Dans de nombreux pays, les banques publiques jouent un rôle important dans le secteur bancaire et améliorent la disponibilité des services financiers aux pauvres. Les banques publiques sont les seules institutions financières dans les zones rurales à être considérées comme particulièrement vastes et les banques gouvernementales sont largement utilisés pour encourager l'épargne et le crédit dans des domaines d'importance commerciale réduite tels que l'agriculture, le logement et la mise en œuvre de programmes sociaux.

2-5- Protection du consommateur

Les divergences d'information entre les consommateurs et les banques en ce qui concerne les produits et services financiers mettent ces clients dans un cercle négatif, cette erreur se multiplie lorsque les clients ont peu d'expérience tandis que les services bancaires sont plus complexes.

2-6- Politique d'identité financière

Dans de nombreux pays, l'accès aux services financiers, y compris le crédit, est souvent entravé par un manque d'identité financière formelle. Cela peut avoir un impact disproportionné sur les individus à faible revenu et ceux vivant dans les zones rurales, qui peuvent ne pas avoir les documents requis ou les antécédents de crédit pour ouvrir des comptes bancaires ou obtenir des prêts. Pour remédier à ce problème, les décideurs politiques mettent de plus en plus en œuvre des politiques d'identité financière visant à combler le fossé entre les documents requis pour les services bancaires traditionnels et les types d'identification couramment détenus par les populations à faible revenu.²⁴

²⁴ نفس المرجع: صورية شني, سعيد بن لخضر, أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية , تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية,مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة, المجلد 04, العدد 01 , جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر, 2019 , ص113.

Figure N°4 : Les Politiques de l'inclusion financière



Source : Préparé par moi-même en se basant sur la référence précédente

“Cette figure montre les politiques de l'inclusion financière pour améliorer lui-même ce que présente dans six pions suivants : paiements mobiles, diversifier les prestataires de services, réforme des banques publiques, protection du consommateur, politique d'identité financière, agent bancaire. ”

3- les exigences du renforcement de l'inclusion financière :

Les exigences du renforcement de l'inclusion financière et qui se composent d'un ensemble de stratégies :

3-1- L'étude de l'environnement juridique et réglementaire dans l'État

Où l'on étudie d'abord la cohérence du cadre législatif et la possibilité de modifier les lois pour répondre aux exigences de la préparation de la stratégie afin d'assurer la participation de toutes les parties à l'élaboration et à la mise en œuvre légale d'une stratégie.²⁵

د. حنان علاء الدين عبد الصادق جعفر, آلية لتعزيز الشمول المالي في مصر في ظل التحديات , المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة, 2020, ص 510²⁵

3-2- Détermination de la partie principalement responsable de la mise en œuvre de la stratégie

La partie principale responsable de l'exécution doit être déterminée en répartissant et en coordonnant les rôles entre toutes les parties communes et en appliquant des critères de mesure des performances, et la Banque centrale doit normalement assumer cette responsabilité ou constituer une entité financière concurrentielle qui assume ce rôle.

3-3- Identifier les parties impliquées dans la conception de la stratégie

Le processus de désignation des parties doit être basé sur des critères spécifiques tels que l'importance du rôle joué par la partie commune, les capacités et capacités techniques disponibles de la partie, qui sont généralement des entités responsables et principalement des banques centrales.

3-4- Effectuer une évaluation initiale de l'inclusion financière

Dans le but d'évaluer la situation actuelle de la formation financière et de déterminer l'écart entre le niveau actuel et le niveau cible, et il existe plusieurs façons de procéder à l'évaluation, parmi lesquelles : examiner les indicateurs financiers liés à l'inclusion financière, effectuer des sondages d'opinion.

3-5- Expliquer les défis auxquels la stratégie est confrontée et les façons de les relever

L'identification des obstacles et des défis auxquels la mise en œuvre de la stratégie peut être confrontée aide la direction et les parties prenantes à identifier les solutions appropriées pour assurer le succès de la construction stratégique, et les principaux défis qui contredisent le processus de construction sont la non-conformité entre les lois et les règlements établis pour maintenir la stabilité financière et l'intégrité, ainsi que les exigences en matière de construction et d'exécution d'une stratégie financière inclusive ainsi que l'absence des ressources financières et des compétences administratives nécessaires, y compris les obstacles mentionnés ci-dessus.

3-6- Définir le calendrier du processus de mise en œuvre de la stratégie

Le processus d'élaboration et d'exécution d'une stratégie doit être planifié dans le temps et les expériences internationales indiquent qu'un processus stratégique d'inclusion financière dure entre un an et demi et trois ans.²⁶

²⁶ نفس المرجع: د. حنان علاء الدين عبد الصادق جعفر, آلية لتعزيز الشمول المالي في مصر في ظل التحديات , المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة, 2020, ص 512,511.

3-7- Évaluer les résultats escomptés et souhaités de la stratégie en suivant les indicateurs connus, y compris

- pourcentage d'adultes possédant un compte bancaire ;
- Pourcentage de bénéficiaires de tout type de transactions bancaires ;
- Pourcentage de petites et moyennes entreprises ayant des comptes bancaires ou recevant des crédits bancaires ;
- le nombre de propriétaires d'assurances varie selon les types ;

3-8- Obtenir une formation financière

La culture financière est devenue un complément majeur des politiques du secteur financier et l'éducation financière (OCDE) est reconnue comme un processus permettant d'améliorer la sensibilisation des consommateurs et des investisseurs à la compréhension des services financiers, des produits financiers disponibles et des risques associés en fournissant des informations, en développant les compétences et la confiance des individus dans les services bancaires, et il convient de tenir compte de la faible expérience de ces catégories sur la nature et la façon d'utiliser les différents services.

3-9- En plus de certaines actions de soutien telles que

- une infrastructure technologique avancée et une augmentation du taux de diffusion des téléphones intelligents ;
- créer des méthodes de paiement innovantes pour renforcer la capacité financière ;
- augmenter la diffusion des cartes prépayées pour la possibilité de régler les dépenses en plus des fonctionnalités des transactions monétaires ;
- gérer des comptes bancaires pour les employés de toute institution publique ou privée, pour protéger les salaires ;
- application du concept des portefeuilles électroniques.

3-10- Il a profité d'expériences internationales telles que l'expérience d'un pays d'Afrique du Sud où il a mené une série d'actions découlant de son renforcement de l'inclusion financière, comme:

- obliger les banques à octroyer des prêts immobiliers à des prix raisonnables conformément à leur statut du secteur financier.
- permettre au gouvernement de supprimer une partie de ses effectifs pour faire face aux coupures de petits prêts qui leur sont accordées.

- la mise en place d'un nouveau cadre visant à assurer les petites entreprises.
- apporter des modifications aux réglementations bancaires.²⁷

²⁷ نفس المرجع: د. حنان علاء الدين عبد الصادق جعفر, آلية لتعزيز الشمول المالي في مصر في ظل التحديات , المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة, 2020, ص 514,513.

Conclusion

L'inclusion financière est la mesure dans laquelle les individus et les institutions de tous les niveaux sociaux et de toutes les régions géographiques sont en mesure d'obtenir les services et produits financiers dont ils ont besoin en temps opportun et à un coût raisonnable et conforme à leurs capacités, ce qui conduit à leur intégration dans le secteur financier formel et profiter de leurs ressources financières et en tirer profit en même temps. Cela revêt une grande importance pour améliorer le niveau de vie des individus et parvenir à l'intégrité financière, à la protection financière et à la stabilité financière.

L'inclusion financière comporte également trois dimensions fondamentales qui permettent de la mesurer par ses indicateurs: l'accès aux services financiers, l'utilisation des services financiers, et la qualité des services financiers L'inclusion financière repose également sur un ensemble de piliers qui doivent être en place pour la renforcer, à savoir l'éducation financière et le soutien aux infrastructures financières, développement de services et produits financiers répondant aux besoins de toutes les couches de la société, protection financière du consommateur, et en raison de la nouveauté du terme d'inclusion financière, s'application peut être exposée à de nombreux défis, dont le plus important est d'accroître la sensibilisation financière pour les particuliers et créer des produits financiers en phase avec la sensibilisation des consommateurs.

Introduction

Le monde est aujourd'hui témoin d'une tendance majeure vers la numérisation de toutes les activités économiques, car le développement technologique des moyens de communication et l'augmentation significative des usages quotidiens d'Internet ont incité la plupart des institutions, y compris bancaires, à s'orienter vers cette évolution dans leur travail. et systèmes, et dans la fourniture de leurs services et produits, afin de réduire les coûts d'une part et de réduire le temps d'autre part, ce qui conduit à une amélioration des performances au travail dans le secteur économique, y compris les marchés, les institutions financières et les banques, est considéré comme l'un des secteurs les plus importants et les plus touchés par la numérisation. Dans cette optique, il est devenu nécessaire pour les banques de suivre le rythme de ces évolutions et de moderniser les performances professionnelles en s'appuyant sur des technologies innovantes. les méthodes et la numérisation, et les banques algériennes s'en préoccupent également des changements qui affectent sa continuité et sa survie sur le marché.

A travers ce chapitre, nous aborderons dans la première section le cadre théorique sur l'E-Banking, la deuxième section abordera les avantages et inconvénients de l'E-Banking et dans la troisième section le rôle d'E-Banking dans l'inclusion financier.

Section 1 : le cadre théorique sur l'E-Banking

Ces dernières années ont connu un développement rapide de l'E-Banking par ordinateur ou téléphone interposé, car elle a permis aux entreprises et aux particuliers d'effectuer chez eux une série d'opérations bancaires. Pour beaucoup de gens, les services bancaires électroniques représentent 24h/24 accès à de l'argent par un guichet automatique (ATM) ou le dépôt direct des chèques de paie. Mais la banque électronique implique différents types de transactions, droits, responsabilités ; et parfois des frais pour la commission fédérale de commerce, l'E-Banking également appelée transfert de fonds électronique (EFT), utilise la technologie informatique et l'électronique à la place des chèques et autres opérations sur papier.

Par rapport à l'opération sur papier, les systèmes bancaires électroniques (EBS) offrent une vérification et un transfert instantanés et réduit le flux de papier coûteux dans le processus de tenue de dossiers. Les banques ont développé les (EBS) pour plusieurs raisons protéger et augmenter la part de marché, réduire les coûts d'exploitation en remplaçant le capital physique et la technologie par le travail, générer de nouveaux revenus, et accroître leur performance et profitabilité".²⁸

1-Les définitions de l'E-Banking

Le E-Banking, également connu sous le nom de banque électronique ou de banque en ligne, fait référence à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication pour effectuer des opérations bancaires à distance. Il permet aux clients d'accéder à leurs comptes bancaires, de gérer leurs transactions et d'effectuer diverses opérations financières en utilisant des canaux électroniques tels que l'Internet, les applications mobiles, les guichets automatiques, les services téléphoniques automatisés, etc.²⁹

Voici deux définitions du E-Banking basée sur deux sources :

1-1- Crédit populaire d'Algérie (CPA)

Le Crédit Populaire d'Algérie met à la disposition de sa clientèle la solution E-Banking leurs permettant de consulter leurs comptes de manière sécurisée et de suivre les opérations bancaires en instantané et d'exécuter des opérations.

Le service E-Banking comprend les remises des ordres de « Virement Unitaire et Multiple à distance », ce dernier est un service de banque à distance par lequel la Banque met à la disposition de sa clientèle

²⁸ CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P. 175

²⁹ GAOUA. N et CHAMI. M « L'e-Banking et son rôle dans l'inclusion financière de la population Algérienne » Mémoire de Master, Economie Monétaire Et Bancaire, Université UMMTO, 2022/2023, P 4.

(particulier et/ou entreprise) un canal de distribution « E-Banking » via internet et par mobile CPA permettant l'initiation, la signature et la transmission à distance de leurs ordres de virement sans se présenter au niveau des guichets de la banque.

En d'autres termes, c'est la prise en charge, par la banque via « E-Banking » des ordres de virement dématérialisés émis par sa clientèle en vue de leur traitement soit en interbancaire (par le système ATCI (hors système ARTS) soit en intrabancaire (compte à compte sur même agence et en inter agence).³⁰

1-2- l'Association Française des Banques (AFB)

La banque électronique correspond à "l'utilisation d'internet par une institution financière pour offrir à ses clients une gamme de services bancaires plus ou moins large, allant de la simple vitrine commerciale à la gestion à distance de transactions financières, en passant par la consultation des comptes".³¹

2- L'évolution d'E-Banking

Dans cette partie de l'évolution d'E-Banking on aborde sont évolution dans le monde et en Algérie.

2-1- L'évolution d'E-Banking dans le monde

L'apparition de l'E-Banking a commencé au début des années 1970 quand les banques étaient à la recherche d'une alternative à leurs produits et services traditionnels.

Mais l'évolution et la popularité de l'industrie E-Banking a commencé au début des années 1980, et s'est développé en trois phases distinctes ;

- les années 1980 (le tout début): l'E-Banking est apparue en premier lieu à New York en 1981, Où il a été offert par les grandes banques de cette ville comme Citibank et Chase Manhattan. Pour le Royaume Uni, ce concept a été introduit pour la première fois par the Bank of Scotland en 1983. Dans cette phase les services apportés par l'E-Banking étaient basiques comme la consultation des relevés bancaires ;

les années 1990 (l'internet banque moderne): Durant ces années l'E-Banking s'est rapidement développé, de l'insignifiance virtuelle à des devanes de millions de Utilisateurs dans le monde entier

³⁰ <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/banque-a-distance/e-banking> 27/04/2024 à 15h 44

³¹ Marc-Eric BOBILLIER-CHAUMON, Michel DUBOIS, Didier RETOUR. E-BANKING : NOUVEAUX SERVICES, NOUVEAUX USAGES, NOUVELLES COMPETENCES. XXXVIII^{ème} Congrès de la SELF. * Laboratoire ICTT -Ecole Centrale de Lyon. * UPMF, Labo de Psychologie Sociale, CEIEPTO, Grenoble * UPMF, Ecole Supérieure des Affaires, Grenoble. P.210

Cette évolution est due à l'utilisation d'internet, ce qui a augmenté l'utilisation des ordinateurs personnels et la connexion à distance. C'est aux USA que cette nouvelle forme de l'E-Banking a été utilisé par la Stanford Federal Credit Union Bank en 1994, suivi par Citibank et Well Fargo en 2001 en offrant des services plus développés grâce à internet ;

- Les années 2000 (croissance et expansion): l'avènement du 3ème millénaire a connu la croissance et l'expansion de l'E-Banking dans le monde entier. A partir de l'an 2000, l'E-Banking a connu de nouvelles formes comme le Mobile Banking.³²

2-2-L'évolution du l'E-Banking en Algérie

Intégrer les nouvelles technologies de l'information et de la communication dans les services bancaires n'est plus un luxe. Dans de nombreux pays en voie de développement, notamment en Afrique, l'E-Banking a déjà quelques années de pratiques.

En 2000, l'Algérie a engagé une politique sectorielle des postes et des télécommunications dénommée e-Algérie 2013. Elle visait à conduire l'Algérie vers la société de l'information et l'économie numérique en améliorant l'accès aux services de communication dans le pays, l'augmentation des TIC de l'ordre de 8% du PIB de l'Algérie, créer 100 000 emplois directs et indirects. Avec un plan d'actions articulé autour de treize axes majeurs (E-Banking, E-Investment, E-Registre du commerce, E-Commerce, etc) permettant le développement des services en ligne, «e-Algérie devait au final renforcer les performances de l'économie nationale par l'intégration des TIC.

Dans le cadre de modernisation des infrastructures des systèmes de paiement, la Banque d'Algérie et les banques de la place ont entrepris, à partir de 2003 et d'une manière résolue. le développement et la modernisation des systèmes de paiement et ce, en cohérence avec les orientations gouvernementales. La modernisation des systèmes de paiement a pour objectifs, l'amélioration des services bancaires de base au profit de la clientèle, la traçabilité de bout en bout des opérations de paiement et l'amélioration des canaux de transmission de la politique monétaire.

Afin d'atteindre ces objectifs, les différents établissements bancaire et financiers installés en Algérie doivent tout d'abord adapter leurs systèmes de paiement, de compensation et dé règlement interbancaires aux besoins des administrations, des entreprises et des particuliers et tenir compte des exigences d'une économie moderne, plus particulièrement en promouvant le développement des nouveaux instruments électroniques favoriser le développement des instruments de paiement électroniques, notamment, la carte, le virement et le prélèvement automatique". De ce fait, la mise en

³² CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P. 175, 176.

œuvre des projets E-banking en Algérie a permis d'offrir, dans une première phase, la possibilité aux clients des banques, entre autres, a recevoir leurs relevés de compte via le fax, le vocal, le SMS, l'email et la consultation par Internet, 7/7 et 24h24.

La première banque algérienne à avoir lancé une plateforme d'E-banking c'est Société Générale Algérie (SGA) en 2004. Si les autres banques privées s'y sont rapidement mises depuis leur installation".

Les établissements bancaires publics ont mis beaucoup plus de temps, le Crédit populaire d'Algérie (CPA) étant la première banque publique à avoir entamé l'aventure E-Banking en juin 2008, suivie par d'autres banques publiques telles la RNA en 2010 puis la BDL en 2011; L'E-Banking à commencer ainsi à sa généraliser en Algérie.³³

3-Types du l'E-Banking

Selon les études internationales les plus importantes, notamment celles des organismes de contrôle et de surveillance américains et européens, il est indiqué qu'il existe trois formes fondamentales de banques électroniques sur Internet.³⁴

3-1- E-Banking Informationnel

Il s'agit du niveau minimum d'activité bancaire électronique par lequel la banque fournit des informations sur ses programmes, produits et services

3-2- E-Banking Communicative

Ce site fournit un type de communication entre la banque et ses clients, comme le courrier électronique, le remplissage de formulaires en ligne ou la modification, restrictions et informations sur les comptes.

3-3- E-Banking Transactionnel

C'est le niveau dans lequel la banque exerce ses services et ses activités dans l'infrastructure électronique, permettant au client d'accéder à son compte et d'organiser des prélèvements et des virements entre comptes au sein d'une banque ou avec des tiers.³⁵

³³ CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P.178, 179.

³⁴ د. مداح عرابي الحاج- الأستاذة ببارك نعيمة, أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي الواقع والأفاق, مجلة الاقتصاد الجديد / العدد: 02 - جانفي 2010, جامعة الشلف, ص: 61.

³⁵ أ.دغوش العطرة, استخدام الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثره على العمل البنكي دراسة حالة البنوك الجزائرية, أبحاث اقتصادية وإدارية العدد 18, ديسمبر 2015, جامعة الجزائر 3- الجزائر, ص: 269.

4-Les Formes de l'E-Banking

La technologie bancaire électronique représente une variété de services différents, allant des services communs de guichets automatiques et du dépôt direct au paiement automatique des factures et des transferts électroniques de fonds. Grâce aux TIC et au développement d'Internet, de nouveaux produits et canaux de distribution des services de l'E-Banking sont apparues au fil des années, comme les ATM, Téléphone Banking, Home Banking, POS machine, transferts de Fonds électronique EFT, cartes de crédit, kiosk Banking, mobile Banking, Internet Banking, banque virtuelle, etc.

4-1- L'automate de banque (Automated Teller Machine- ATM-)

Aussi appelé guichet automatique, il constitue une sorte de chambre forte miniature puisqu'il est régulièrement chargé en argent liquide contenu dans des cassettes scellés par du personnel appartenant généralement à la banque dont il dépend. L'ATM représente une pièce maîtresse; c'est une machine électronique qui permet aux clients d'obtenir des espèces, de faire des dépôts, de virer des fonds d'un compte à un autre, de vérifier soldes et historiques, etc. L'automate de banque présente plusieurs avantages; d'être utilisable vingt quatre heures sur vingt quatre, sept jours sur sept; leurs coût est faible, ce qui permet aux banques de les installer en front d'agence; le coût de la transaction est relativement faible et très avantageux par le client; il est facile d'obtenir des devises étrangères d'un automate en dehors de son propre pays. En outre, les transactions par automate sont tellement moins coûteuses pour les banques, que celles-ci préfèrent réduire les guichetiers.

4-2- Le Téléphone Banking: (T-Banking, la banque par téléphone)

Le Téléphone Banking ressemble à la banque en ligne (online Banking) sauf que les transactions sont faites par le biais du téléphone. Le T-Banking permet d'accéder aux comptes 24 heures par jour, 365 jours par an. La plupart des opérations quotidiennes peuvent être effectuées par téléphone après avoir répondu à de simples questions de sécurité pour permettre d'accéder au compte. Parmi les avantages du Telephone Banking: Obtenir le solde du compte; Paiement des factures; Transfert de fonds à d'autres banques; La mise en place, modification, ou annulation des ordres de paiement; Demande de relevé bancaire; Notification de changement d'adresse du titulaire du compte; Déclaration de perte/ ou vol de cartes bancaires.³⁶

³⁶ CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P. 176.

4-3- Le Home Banking, Banque à Domicile

Il s'agit pour la banque de mettre à disposition un certain nombre de services bancaires << par l'utilisation du Home Banking on peut effectuer des transactions bancaires au moyen d'un ordinateur à la maison lié à l'ordinateur d'une banque via Internet (E-Banking) ou par le biais d'un téléphone relié à un centre d'appel, ou à un système informatisé >>. Ce qui permet au titulaire du compte d'effectuer certaines opérations-vérification du compte, ou transferts de sommes entre comptes-à tout moment de la journée ou de nuit sans quitter la maison ou le bureau bien que les transferts réguliers (comme les débits directs) peuvent être effectués, le paiement ou l'émission de chèques n'est pas possible dans le cas du home Banking.

4-4- L'Internet Banking (Online Banking, banque en ligne)

L'internet E-Banking est souvent utilisé de manière interchangeable avec les services bancaires en ligne. Ils définissent les services bancaires en ligne comme un portail Internet par lequel les clients peuvent utiliser différents types de services bancaires, allant du paiement des factures à l'investissement. Le site Web d'une banque n'offrant que des informations sans possibilité de mener une transaction n'est pas qualifié de banque en ligne.

4-5- Le Mobile Banking (M-Banking)

Le Mobile Banking se réfère à mettre à disposition du client des services bancaires et financiers à l'aide de dispositifs de télécommunications mobiles. L'ensemble des services offerts peut comprendre des installations pour effectuer des transactions bancaires et boursières, pour administrer les comptes et d'accéder à des informations personnalisées, tels que le paiement et transferts et l'investissement (services de gestion du portefeuille, prix des actions, etc.) Les services bancaires mobiles (M-Banking) sont le plus souvent effectués par SMS (Short Message Services) ou par l'Internet mobile, ce qui représente une opportunité pour les banques de conserver leurs clients existants pro-technologie, et d'attirer au même temps des clients potentiels.

Le M-Banking est l'une des applications de commerce mobile à valeur ajoutée et peut être populaire en raison de sa fonction de connexion permanente et l'option de miser virtuellement à tout moment et n'importe où.³⁷

³⁷ IDEM : CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P. 177- 178.

4-6- La Banque virtuelle, La banque Internet (Virtual Bank)

Selon Kass (1994), le Virtuel Banking aussi appelé e-Banking a commencé avec l'utilisation des guichets automatiques (ATM). D'autres auteurs, tels; Talmor (1995), Mahoney (1994) et Sraeel (1995), considèrent le téléphone Banking et le Home-Banking comme autres formes du Virtuel Banking. Ce dernier terme ne doit pas être confondu avec le terme « Virtual Bank », ou « banque virtuelle » qui veut dire « banque sans guichet physique » ou « non-branch-Bank ». La banque virtuelle est une banque purement internet sans guichet physique, dont la relation avec l'internet est uniquement électronique.³⁸

5-L'impotence d'E-Banking

Les transactions bancaires électroniques sont l'une des études fondamentales les plus importantes de l'économie numérique et leur importance se traduit par l'impact efficace et majeur de leur activité bancaire électronique, son importance est la suivante:

- **réduire le recours à la paperasse** : en raison de la rareté des besoins des entreprises bancaires en formulaires papier ;³⁹
- **lutte contre l'économie parallèle**: le retard des moyens de paiement dans le système bancaire algérien a imposé aux opérateurs commerciaux de traiter hors du circuit bancaire, ce traitement a aidé à négocier de l'argent en dehors de ce cadre, ce qui a à son tour contribué à l'apparition du phénomène économique parallèle (non officiel) et à la diffusion de la culture de la négociation, tous les facteurs aident à la montée du marché parallèle, cela est devenu une menace pour l'Économie nationale et, par conséquent, l'adoption de la crypto monnaie électronique et la mise en place de systèmes de paiements électroniques facilitera l'entrée des devises sur le marché parallèle dans le circuit du marché bancaire et contribuer à la réduction de la fragilité de l'économie ;
- **détection et développement du commerce électronique en Algérie** : l'émergence et le développement de l'e-commerce ont été fondés sur l'usage répandu des moyens de paiement électroniques et l'efficacité du e-commerce, tandis que l'Algérie a encouragé le commerce et les paiements à trouver un moyen approprié pour ce type de commerce ;

³⁸ IDEM : CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P. 178.

³⁹ خالد عبد المنعم عبد الفتاح ، هاني محمد السيد على ، أثر المخاطر القانونية على البنوك الإلكترونية "دراسة حالة مصر"، مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية - كلية الحقوق ، العدد السادس ، يوليو 2022 ، جامعة دمياط، ص : 69 - 70 .

- **l'idée de créer un gouvernement électronique** : est devenue une nécessité au fur et à mesure que l'Algérie s'ouvre à l'économie mondiale et l'encourage aux investissements étrangers, et que les revendications populaires augmentent sur la nécessité d'alléger les charges bureaucratiques, ce projet nécessite la mise en place d'une structure de base pour lancer l'un de ses appels, la crypto-monnaie ;
- **réduire les dépenses engagées par les banques** pour fournir des services et établir de nouvelles succursales dans différentes régions, d'autant plus que l'Algérie a une grande superficie et que la présence sur Internet est capable d'assurer l'accès à un grand nombre de clients et fournir des services de qualité et variés à moindre coût, en plus de la possibilité de commercialiser ses services bancaires ainsi que les transactions entre banques et les échanges électroniques ;
- **l'utilisation de l'Internet dans les banques algériennes** constitue une fenêtre de presse pour renforcer la transparence, en identifiant ces banques et en promouvant leurs services, leurs médias et les évolutions des indicateurs financiers pour les mettre sous l'emprise des chercheurs et d'autres parties concernées ;
- **la révolution des communications et de l'information contribue aux affaires de la vie quotidienne**, améliorant et facilitant la vie des familles et des individus, les améliorent et développent la société grâce à de nouveaux moyens ;
- **activer le rôle de la Bourse algérienne de valeurs mobilières en créant** un marché financier électronique et en mettant en place des systèmes de paiement électroniques qui contribuent au développement de ses performances et de sa logistique ;
- **les banques algériennes suivent les évolutions mondiales dans le domaine des services bancaires électroniques** et se préparent à s'intégrer dans l'économie mondiale et cherchent à attirer les investissements étrangers.⁴⁰

6) Les stratégies les plus efficaces que les banques en Algérie peuvent adopter pour surmonter les défis liés à la sécurité et à la confiance des utilisateurs dans les services du l'e-Banking

De nombreux clients des banques effectuent leurs paiements en ligne. En outre, de plus en plus d'opérations d'E-Banking sont exécutées sur des appareils mobiles. Les banques s'emploient à offrir

⁴⁰ السبتي وسيلة, قسوري إنصاف, أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية : دراسة حالة بنوك الجزائر, مجلة العلوم الإنسانية, العدد 46, مارس 2017, جامعة محمد خيضر بسكرة, ص: 643

les systèmes d'E-Banking les plus sûrs du monde. La plupart des tentatives d'attaque en lien avec l'E-Banking ne visent pas la banque elle-même mais les appareils des clients.⁴¹

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

- des analyses de risques sont menées avant la réalisation d'un traitement de données personnelles;
- le personnel de la Banque est formé et sensibilisé à la protection des données personnelles ;
- les destinataires de vos données personnelles s'engagent à mettre en œuvre les mesures de sécurité proportionnées au risque;
- toute violation de données personnelles susceptible d'engendrer un risque pour vos droits et libertés est notifiée à l'autorité compétente;
- toute violation de données personnelles susceptible d'engendrer un risque élevé pour vos droits et libertés vous sera notifiée dans les meilleurs délais.⁴²

Section 2 : avantages et inconvénients

Avant de mentionner les avantages et les inconvénients des banques électroniques, il convient de se pencher sur

- les principes fondamentaux de la transformation numérique ;
- les stratégies de transformation numérique ;
- les exigences des banques électroniques.

1- Les principes fondamentaux de la transformation numérique

Selon Daniel Neumann, principal analyste et partenaire fondateur de "Futurm Research", pour comprendre les fondements de la transformation numérique, il faut regarder de près les phénomènes et affirmer qu'il ne s'agit pas de technologie, mais de « changement à l'aide de la technologie ». Regardons ce qui est au-delà du côté technologique. Voici les principaux fondements de l'analyse numérique

1-1- Expérience

Les expériences peuvent indiquer l'expérience du client et / ou du salarié. La transformation numérique réussie conduit à une expérience positive pour les personnes affectées. Demandez-vous - cette initiative va-t-elle améliorer la façon dont je communique avec mon client? Est-ce que la transformation des employés rendra-t-elle plus efficace?

⁴¹ <https://www.ncsc.admin.ch/ncsc/fr/home/infos-fuer/infos-private/aktuelle-themen/sicheres-e-banking.html> 14/05/2024 à 14h 05

⁴² Banque de Luxembourg, DATA PRIVACY POLICY, Décembre 2023, P 5. Site web : (<https://www.banquedeluxembourg.com>) 14/05/2024 à 14h 47

1-2- Les gens

Rappelez-vous que la culture est le principal moteur de la transformation numérique, ainsi que son plus grand obstacle. Vous ne pouvez pas négliger les personnes touchées par les changements possibles de la technologie et attendre des résultats positifs. Vous pouvez renforcer la concentration des gens en désignant des leaders du changement qui soutiennent activement et accélèrent votre transformation. La clé est donc de concevoir une initiative tirant parti de la technologie pour améliorer l'expérience humaine

1-3- Le changement

Ne peut pas se produire sans changement. Quand le changement vous encourage à exprimer vos attentes de changement et à fixer des objectifs clairs. Cette concentration est également liée à la concentration populaire, où aucun changement ne peut réussir sans le soutien des personnes touchées.

1-4- La collaboration

Est connue par Newman Collaboration comme un mal surprenant de la créativité conduisant à créer quelque chose qui change le visage de votre entreprise. « Ce tournoi met l'accent sur la création d'un espace de collaboration et de nouvelles idées. Il soutient la transformation numérique en encourageant les entreprises à trouver des solutions créatives aux problèmes.

1-5- Diriger

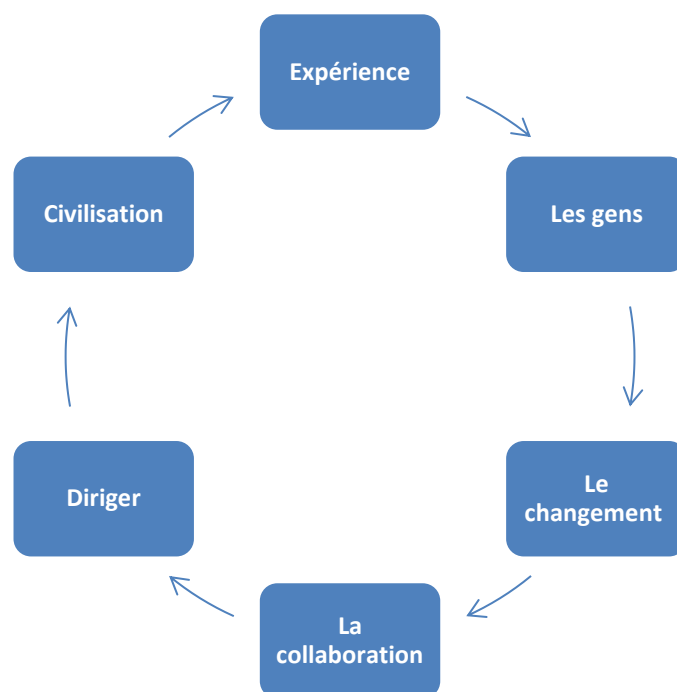
Si vous ne dirigez pas, personne ne vous suit. Il est de la responsabilité du leadership de créer des indicateurs clés de performance (KPI) et de guider les équipes vers une transformation réussie.

1-6- Civilisation

La culture du travail est un aspect important de la transformation numérique. Neumann recommande d'abord de suivre l'approche des personnes, puis de s'inquiéter de l'expérience des employés et des clients, puis d'évoluer vers la technologie.⁴³

⁴³ رائد الأعمال العربي: التحول الرقمي دليل شامل للتعرف على التحول الرقمي للعالم 2024، متاح على الموقع : <https://arentrepreneur.com/%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A>
16/05/2024 à 10h 11

Figure N°5 : Les principes fondamentaux de la transformation numérique



Source : Préparé par moi-même en se basant sur la référence précédente

“Cette figure montre les six principes fondamentaux de la transformation numérique sur une forme d’une chaîne reliée entre eux comme suit, expérience, les gens, le changement, la collaboration, diriger, civilisation. ”

2- Stratégie de transformation numérique

La stratégie de transformation numérique est un plan d'action et de conduite de l'initiative de transition numérique vers l'avant. Votre stratégie définira les objectifs de travail que vous voulez atteindre grâce à la transformation numérique.

2-1- Obtenez un soutien avant de pouvoir commencer à construire :

Dans le cadre de votre transformation numérique, vous avez besoin de soutien. Alors que la transformation numérique a un impact considérable sur chaque partie du travail, vous ne pouvez pas mettre en œuvre une stratégie sans le soutien de tous les principaux employés de l'entreprise, et sans une équipe unifiée, votre stratégie numérique échouera avant de commencer.

2-2- Assurer le financement

Une fois que tout le monde est favorable à votre stratégie, vous pouvez commencer à analyser les chiffres. Quel montant pouvez-vous consacrer à cette initiative? Gardez à l'esprit que la transformation numérique n'est pas un projet à la fois. C'est une approche continue de la façon dont vous faites vos affaires et s'étendra à toutes les parties de l'organisation (y compris tous les départements, le personnel et les clients). Votre budget vous aidera à structurer votre stratégie finale, en particulier lorsque vous définissez les priorités, les ressources et la portée.

2-3- Évaluer votre état actuel

Une fois que vous avez le soutien et le budget du terrain, vous pouvez commencer à mettre les bases de votre stratégie. La première étape consiste à évaluer l'état actuel de votre entreprise sans laquelle vous ne pouvez pas déterminer votre destination si vous ne savez pas par où commencer.

2-4- Définissez vos objectifs et les résultats escomptés

En comprenant clairement ce que vous êtes maintenant, vous pouvez commencer à regarder vers l'avenir. Quels sont vos objectifs numériques? Qu'attendons-nous de la recherche? Quelle expérience souhaitez-vous offrir à vos clients et à vos employés? Lorsque vous réfléchissez à ces questions, rappelez-vous de vous concentrer sur le jeu long. La transformation numérique consiste à atteindre des objectifs fondamentaux à long terme.

2-5- Effectuer une analyse des écarts

Vous savez où vous êtes et où vous voulez être. Ainsi, vous pouvez maintenant identifier les écarts et les opportunités qui existent entre ces deux situations.

2-6- Créer une feuille de route pour la transformation numérique

Maintenant que vous avez identifié vos objectifs et les écarts entre votre entreprise et ces objectifs, vous pouvez créer une feuille de route stratégique pour vous aider à réaliser votre vision.⁴⁴

⁴⁴ راند الأعمال العربي: التحول الرقمي دليل شامل للتعرف على التحول الرقمي للعالم 2024، متاح على الموقع : <https://arentrepreneur.com/%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8>
16/05/2024/ à 10h 11

Figure N°6 : Stratégie de transformation numérique



Source : Préparé par moi-même en se basant sur la référence précédente

“Cette figure montre les six étapes stratégie de transformation numérique sur forme hiérarchique comme suit, Obtenez un soutien, Assurer le financement, Évaluer votre état actuel, Définissez vos objectifs et les résultats escomptés, Effectuer une analyse des écarts, Créer une feuille de route pour la transformation numérique. “

3- Les exigences des banques électroniques

Le succès de la banque électronique repose sur un ensemble d'exigences sur lesquelles ces dernières dépendent dans leur construction, qui consiste en:

3-1- Infrastructure technique

L'infrastructure technique constitue la première exigence des banques électroniques. En effet, ces dernières ne peuvent être isolées des infrastructures de télécommunications et d'information, car elles évoluent dans un environnement de commerce électronique et d'affaires électroniques. Par conséquent, l'efficacité de l'infrastructure est étroitement liée à la sécurité du marché des télécommunications, qui est lui-même indissociable de la société de l'information.

3-2- Développement et continuité

Il est considéré comme l'un des éléments les plus importants pour distinguer les exigences des banques électroniques. Cet élément est contre la stagnation et la stagnation qui ne sont pas cohérentes ou cohérentes avec l'excellence que les banques veulent capter et atteindre. Considéré comme le plus gros problème dont souffrent les banques arabes à l'heure actuelle, car elles ne visent pas à percer dans le nouveau, elles attendent ce que font les pays développés et comptent sur cela pour gérer correctement leurs banques permanent.

3-3- La compétence juridique conforme à l'ère technologique

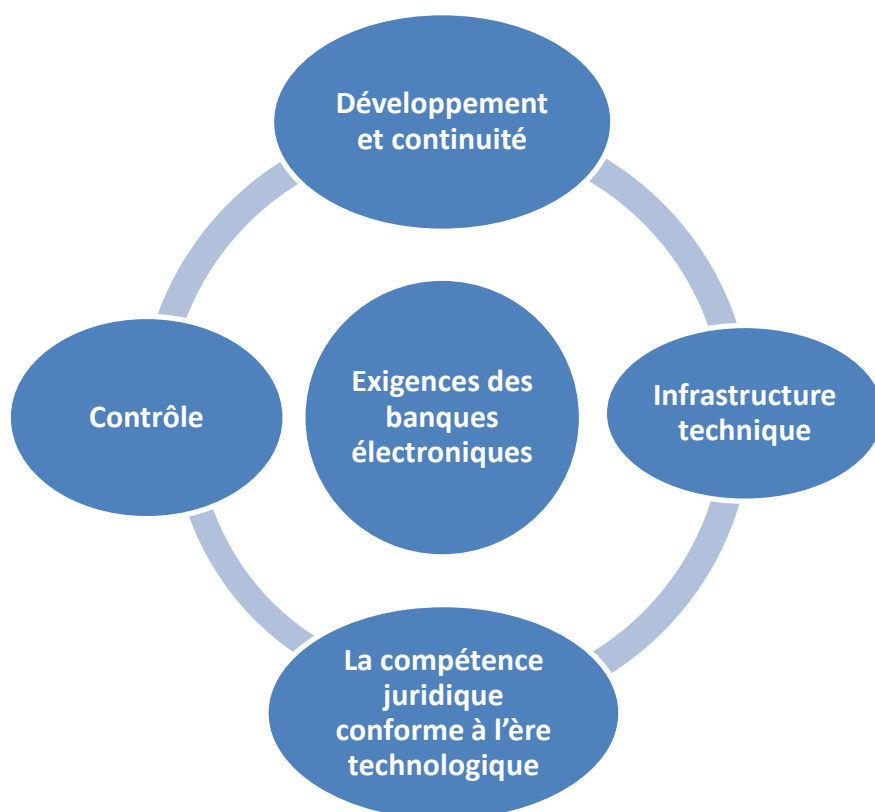
Il est essentiel que l'efficacité de la performance s'étend à toutes les fonctions techniques, financières, marketing, juridiques, consultatives et administratives liées à la banque électronique et qu'elle comprenne les besoins de performance, de communication, de qualification et de formation.

3-4- Contrôle

La majorité des sites web de banques électroniques ont adopté plusieurs politiques qui contribuent à leur succès, telles que le recours à des consultants dans des domaines tels que la technologie, le marketing, le droit et l'édition électronique, afin d'évaluer l'efficacité et les performances de leur site.⁴⁵

⁴⁵ خالد عبد المنعم عبد الفتاح - هاني محمد السيد على، أثر المخاطر القانونية على البنوك الإلكترونية "دراسة حالة مصر"، مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية - كلية الحقوق - جامعة دمياط، العدد السادس، يوليو-2022، ص: 71، 72.

Figure N°7 : Les exigences des banques électroniques



Source : Préparé par moi-même en se basant sur la référence précédente

“Cette figure montre les exigences des banques électroniques dans ces quatre pions : développement et continuité, infrastructure technique, la compétence juridique conforme à l'ère technologique, contrôle ; pour le renforcement des services du E-Banking. ”

4- Les avantages de la banque électronique

Les banques électroniques offrent des services distincts par rapport aux autres banques traditionnelles pour répondre aux besoins des clients bancaires, ce qui confère à la Banque de nombreux avantages par rapport à d'autres banques concurrentes.

- **Accès à une plus large base de clients:** les banques électroniques se caractérisent par leur capacité à accéder à une base non limitée de clients sans se limiter à un endroit ou à une heure spécifique, leur permettant de demander un service à tout moment et tout au long des jours de la semaine, ce qui offre un confort au client, en plus du fait que le secret des transactions qui caractérise ces banques augmente la confiance des clients ;
- **Offre de services bancaires complets et innovants :** Les banques électroniques proposent tous les services bancaires traditionnels, ainsi que des services plus avancés via Internet qui les distinguent des méthodes traditionnelles, tels que :

- une forme simple de bulletins d'information électroniques sur les services bancaires ;
 - fournir aux clients un moyen de vérifier leurs soldes bancaires ;
 - offrir aux clients un moyen de payer leurs factures électroniques ;
 - gérer les portefeuilles financiers des clients (actions et obligations) ;
 - permettre le transfert de fonds entre les différents comptes des clients.
- **Réduction des coûts** : l'un des principaux avantages des banques électroniques est que les coûts de prestation de services sont inférieurs à ceux des banques traditionnelles. Par conséquent, la réduction des coûts et l'amélioration de la qualité sont des facteurs clés pour attirer les clients. Une étude comparative des coûts de service à travers différents canaux a révélé que le coût de prestation d'un service via une succursale bancaire s'élève à 295 unités, tandis qu'il est réduit à 4 unités via Internet et à 1 unité via les distributeurs automatiques de billets.
- **Amélioration de l'efficacité des banques électroniques** : avec l'expansion d'Internet et la rapidité d'exécution des transactions par rapport aux banques traditionnelles, il est devenu facile pour le client de contacter la banque via Internet, qui exécute les procédures en quelques fractions de minute avec précision et efficacité, ce qui n'est pas le cas lorsqu'il se rend en personne à la banque et rencontre l'un de ses employés, qui sont souvent occupés à autre chose.
- **Services de cartes** : les banques électroniques proposent des services exclusifs aux hommes d'affaires et aux clients de haut niveau, tels que les services Samba Diamant et Or, offerts à une catégorie spécifique de clients sous forme de cartes de crédit avec des remises spéciales. Parmi ces cartes, citons la carte Sony qui permet au client de l'utiliser dans plus de 18 millions de points de vente parmi les plus importants, et qui comprend des services gratuits 24 heures sur 24 avec un numéro dédié, un service de centres d'affaires, l'exonération des frais et commissions sur les services bancaires, ainsi que de nombreux autres services exclusifs.⁴⁶

5- Les inconvénients des banques électroniques

Il est clair que les banques électroniques présentent de nombreux avantages pour leurs clients, qui constituent des éléments importants de leur adoption. Cependant, cela ne signifie pas qu'elles ne sont pas exemptes de négatifs "défauts", qui se manifestent par les obstacles et les risques encourus lors de leur utilisation.

⁴⁶ د. مداح عرابي الحاج- أ. بارك نعيمة, أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي الواقع والأفاق, مجلة الاقتصاد الجديد / العدد: 02 - جانفي 2010, ص: 63- 64

Les banques électroniques sont confrontées à un ensemble d'obstacles et de problèmes qui les affectent directement, ainsi qu'à des problèmes qui affectent leurs clients, comme nous le détaillons ci-dessous :

5-1- Problèmes auxquels sont confrontées les banques électroniques

- refus des clients des services de transaction électronique et préférence exclusive pour la transaction traditionnelle ;
- absence de lois et de réglementations adéquates régissant les opérations de services bancaires transfrontaliers ;
- fuite d'informations sur les comptes des clients due à des erreurs de programmation ;
- les banques électroniques fournissent des publicités et des annonces considérant que les politiques les plus importantes attirent l'élément client ;
- il est exposé aux fraudes et escroqueries, ainsi qu'aux problèmes résultant des opérations déposées des sommes en espèces.

5-2- Problèmes liés aux clients

- niveau d'utilisation d'Internet insuffisant et manque de connaissances techniques chez les clients.
- manque de ressources technologiques et d'appareils nécessaires pour utiliser les services bancaires électroniques.
- inquiétudes concernant la protection des données et la confidentialité des transactions électroniques.
- dysfonctionnements techniques empêchant l'utilisation des services bancaires électroniques au moment opportun.⁴⁷

Section 3 : Le rôle du l'E-Banking dans l'inclusion financier

Avant d'avoir le rôle du l'E-Banking dans l'inclusion financier en va avoir ces principes, et l'importance des services d'E-Banking dans le renforcer l'inclusion financière.

1- Définir l'inclusion financière numérique

L'inclusion financière numérique c'est de l'intégration de l'E-Banking dans l'inclusion financière. Voici deux définitions du l'inclusion financier numérique basée sur deux sources :

1-1-Le Groupe consultatif pour l'aide aux pauvres

Reconnaît que l'inclusion financière numérique désigne la capacité d'accéder numériquement aux services financiers officiels et de les utiliser par des populations non financièrement incluses, de

⁴⁷ خالد عبد المنعم عبد الفتاح - هاني محمد السيد على, أثر المخاطر القانونية على البنوك الإلكترونية "دراسة حالة مصر", مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية - كلية الحقوق - جامعة دمياط, العدد السادس, يوليو-2022, ص: 83-84.

sorte que ces services soient adaptés aux besoins des clients et fournis de manière responsable, durable et abordable dans un cadre législatif et juridique approprié.⁴⁸

1-2-L'Alliance mondiale pour l'inclusion financière numérique

Sait que cela implique la mise en place de moyens numériques pour accéder aux populations économiquement exclusives et aux personnes privées de services par le biais d'un ensemble de services financiers officiels adaptés à leurs besoins, fournis de manière responsable et à un coût raisonnable pour les clients et la durabilité des services fournis.

Par ce qui précède, l'inclusion financière numérique peut être définie comme l'utilisation de moyens numériques abordables pour accéder aux personnes financièrement exclusives, qui ne reçoivent pas de services financiers adéquats, par le biais d'un ensemble de services officiels financiers qui répondent à leurs besoins, qui sont fournis de manière responsable aux coûts négatifs des clients et à la durabilité des services offerts.⁴⁹

2- Les principes de l'inclusion financière numérique

En 2016, les pays du G20 ont adopté des principes directeurs pour la finance numérique qui abordent les mesures à prendre pour accélérer la numérisation de l'inclusion financière, soulignant la nécessité d'utiliser les technologies numériques pour fournir des produits financiers de haute qualité adaptés aux populations financièrement exclues, et en poursuivant leurs efforts dans ce cadre, ils ont émis des Hautes Lignes Directrices.

2-1-Assurer une structure de support numérique flexible et responsable

Principe 1 : promouvoir et développer une infrastructure numérique sécurisée et responsable, accessible à grande échelle, un système de paiement fonctionnel et assurer la compétitivité des institutions financières.

Principe 2 : promouvoir la fourniture de produits financiers numériques adaptés aux besoins et à des coûts acceptables tout en veillant à ce que ces services soient fournis conformément aux exigences internationales de lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme, ainsi qu'aux procédures de diligence envers les clients et au système d'identification numérique.

نفس المرجع : ⁴⁸ قمازي نجوم , عميرش ايمان , مساهمة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي الرقمي - دراسة تجربة دولة كينيا, مجلة أبعاد اقتصادية, المجلد 13, العدد 01, السنة 2023 , جامعة فرحات عباس سطيف 1, الجزائر, ص:124.

⁴⁹ قمازي نجوم , عميرش ايمان , مساهمة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي الرقمي - دراسة تجربة دولة كينيا, مجلة أبعاد اقتصادية, المجلد 13, العدد 01, السنة 2023 , جامعة فرحات عباس سطيف 1, الجزائر, ص:124.

2-2-Promouvoir l'élaboration de politiques responsables et inclusives

Principe 3 : améliorer la disponibilité et l'exactitude des données concernant l'accès et les utilisations des produits et services financiers numériques.

Principe 4 : Soutenir l'élaboration de politiques et d'initiatives visant à accroître le niveau d'inclusion financière numérique dans les stratégies nationales.

2-3-Promouvoir la croissance globale grâce à un cadre réglementaire possible pour les services financiers numériques

Principe 5 : soutenir les réformes réglementaires et juridiques qui entravent les inégalités d'accès aux services financiers numériques, qui engendrent des disparités sociales et économiques.

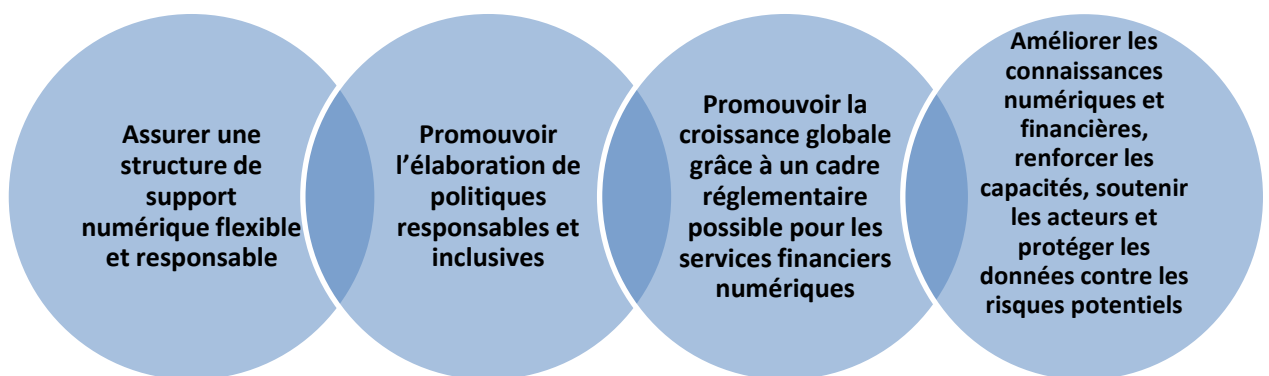
Principe 6 : vise à développer un cadre réglementaire qui soutienne l'innovation numérique dans les secteurs public et privé.

2-4-Améliorer les connaissances numériques et financières, renforcer les capacités, soutenir les acteurs et protéger les données contre les risques potentiels

Principe 7 : Promouvoir la culture financière, commerciale et numérique et le renforcement des capacités par des interventions visant à soutenir l'inclusion financière numérique en profitant de la diffusion des technologies.

Principe 8 : soutenir les mesures de protection des clients financiers, y compris la protection des données, qui répondent aux besoins des jeunes, des femmes et des petites et moyennes entreprises.⁵⁰

Figure N°8 : Principes de l'inclusion financière numérique



Source : Préparé par moi-même en se basant sur la référence précédente

⁵⁰ فاتح مبرود, تعزيز الشمول المالي الرقمي كآلية لضمان تمويل مستدام في الدول العربية في ظل جائحة كوفيد – 19, مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي, المجلد الثالث, العدد الأول, السنة: 2022, جامعة غرداية (الجزائر), ص: 87.

“Cette figure montre la stratégie suivi par les pays du G20 ont abordent les mesures à prendre pour accélérer la numérisation de l'inclusion financière. “

3- L'importance des services d'E-Banking dans le renforcer l'inclusion financière

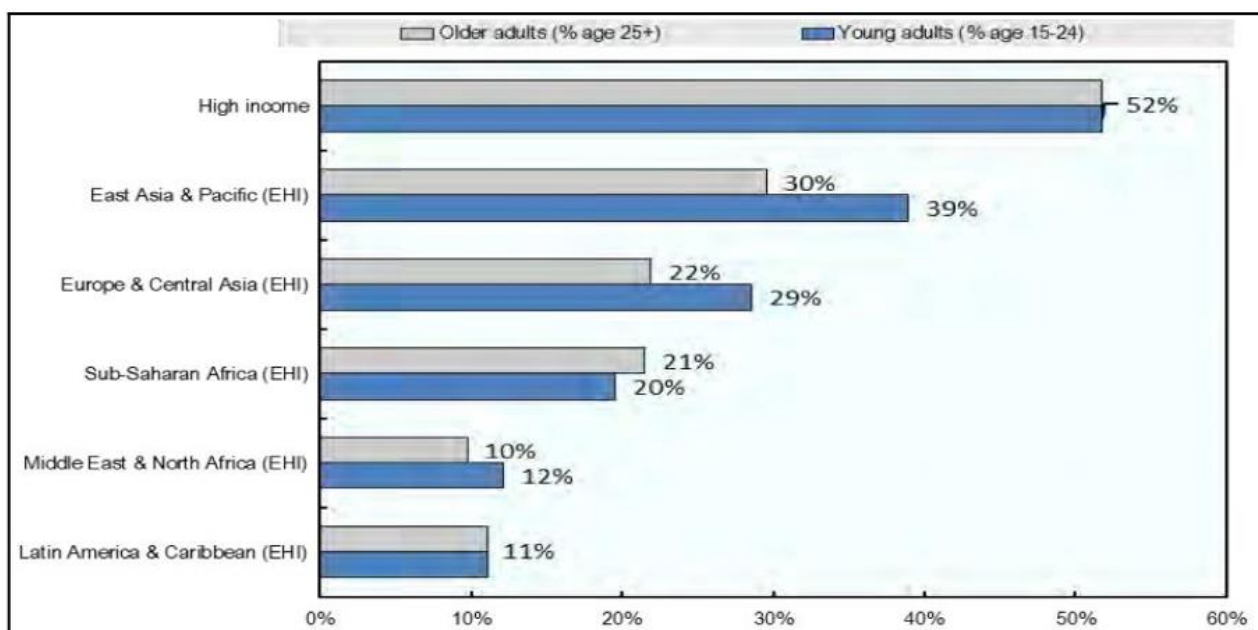
Cette impotence ça se présent dans quatre pions comme suit :

3-1- Les services bancaires numériques contribuent à l'inclusion financière des jeunes

L'accès à Internet et aux téléphones mobiles permet d'offrir une large gamme de services financiers aux jeunes, notamment les services bancaires non mobiles, les applications en ligne, les applications de paiement, les portefeuilles mobiles les achats dans l'application.

En effet, il a été démontré que les jeunes qui utilisent les paiements numériques sur leurs téléphones, achètent du crédit téléphonique ou utilisent même des portefeuilles mobiles pour les jeux en ligne et les achats dans l'application sont plus nombreux que ceux qui utilisent les canaux traditionnels et formels pour ouvrir des comptes bancaires.

Graphique N° 01 : Utiliser un téléphone mobile ou Internet pour accéder à un compte



Source : ECD, Advancing the Digital Financial Inclusion of Youth, 2020, p 26 : www.oecd.org/daf/fin/financial-education/advancing-the-digital-financial-inclusion-of-youth.htm

“Les jeunes ont tendance à utiliser davantage Internet ou leurs téléphones pour accéder à un compte en Asie de l'Est et du Pacifique, en Europe, en Asie centrale, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. “

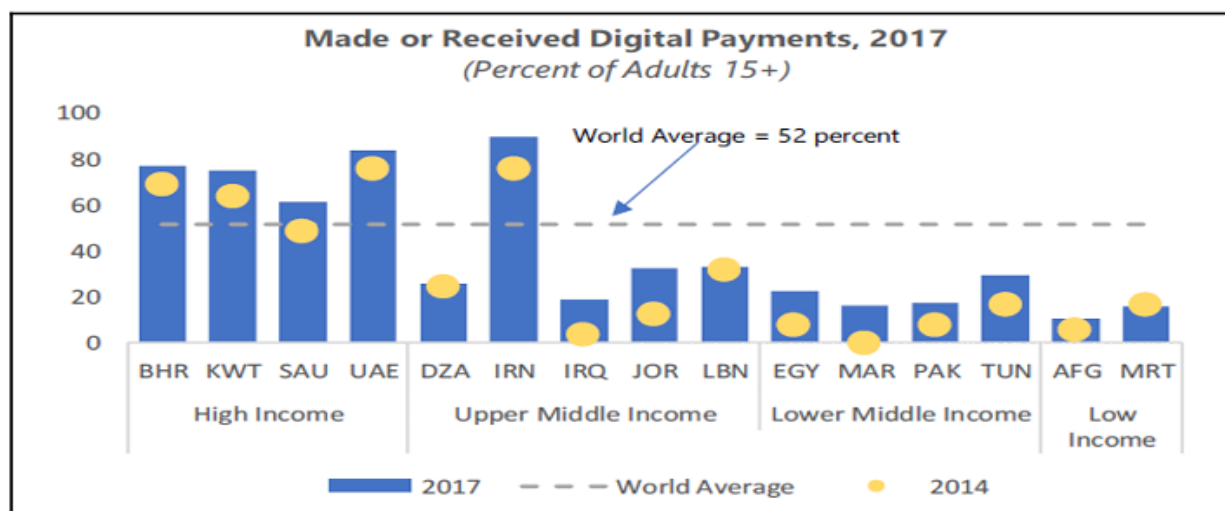
3-2- La finance numérique est un élément clé pour renforcer l'inclusion financière

Lorsqu'elle est appliquée à la vie à faible revenu et à la pauvreté, le financement numérique peut contribuer à améliorer l'accès aux services essentiels, ce qui entraîne une plus grande inclusion financière dans les zones rurales, plus de services financiers numériques qui peuvent être dirigés vers les communautés locales pauvres et éloignées, peut améliorer les chances d'obtenir des financements pour les clients bancaires dans les collectivités locales défavorisées qui ne peuvent pas accéder facilement aux banques du secteur officiel en raison de réseaux de transport faibles et de longs temps d'attente dans les branches bancaires, réduire le nombre de clients dans les banques et réduire les coûts car la banque conservera moins de branches d'une manière rentable.

3-3- L'expansion des paiements numériques favorise l'inclusion financière numérique

L'inclusion financière numérique au Moyen-Orient et en Afrique du Nord est liée à l'expansion des systèmes de paiement électronique et à ses tendances multiples telles que l'utilisation de portefeuilles numériques, les paiements électroniques dans le e-commerce et la recherche de nouvelles solutions pour soutenir le paiement en ligne et atteindre la mobilité financière.

Graphique N°02 : Paiements numériques effectués ou reçus en 2017 (pourcentage d'adultes de 15 ans et plus)



Source: Inutu Lukonga, Harnessing Digital Technologies to Promote SMEs and Inclusive Growth in the MENAP Region, IMF Working Papers, 2020, p 39.

“Le pourcentage d'adultes ayant effectué des paiements numériques, en payant ou en recevant, est passé de 20 % en 2014 à environ 26 % en 2017, de sorte que les pays du Conseil de coopération du Golfe se classent au premier rang en matière de paiements numériques, avec 84 % des adultes aux Émirats. effectué des paiements ou recevoir de l'argent autre que par Internet en 2017, suivi par Bahreïn (77,3%), Vanquit (74,8%), et l'Arabie Saoudite (61,2%). D'autre part, le Maroc (16,7%), la Mauritanie (15,7%). , et la Palestine (14,2 %) ont enregistré les pourcentages les plus faibles dans les pays arabes et mondiaux en termes de paiements numériques (paiement ou reçu). Il convient de noter l'augmentation notable des opérations de paiement numérique entre 2014 et 2017 en Irak, en Égypte et en Jordanie. le pourcentage d'adultes ayant effectué des paiements (paiements) ou des reçus numériques a augmenté depuis En 2014, il a été multiplié par environ quatre en Irak et environ trois fois plus en Égypte et en Jordanie. ”

3-4- La place des transferts numériques via téléphone mobile dans la promotion de l'inclusion financière

Les services d'argent mobile dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord jouent un rôle social majeur, à travers des services ciblant les groupes de population financièrement exclus. L'argent mobile offre aux travailleurs migrants un moyen pratique et sécurisé d'envoyer et de recevoir des fonds et est de plus en plus utilisé pour la numérisation des espèces. aide et bons pour les réfugiés et les personnes déplacées.

Citons par exemple ce qui suit :

- au Qatar : Ooredoo s'est associé à MoneyGram en 2017 pour permettre aux utilisateurs d'argent mobile largement mobile pour les travailleurs migrants qui souhaitent envoyer de l'argent à travers l'Asie et l'Afrique, cela a donné aux travailleurs migrants un moyen bon marché, pratique et sûr pour envoyer et recevoir des fonds vers/ depuis leur famille restée au pays ;
- en mai 2019, le service de technologie financière Now Money a été lancé à Dubaï pour cibler les travailleurs migrants à faible revenu qui gagnent jusqu'à 1 360 dollars par mois. Il y a environ 8 millions de travailleurs migrants aux Émirats arabes unis ;
- en Jordanie : Zain Jordan a noué un partenariat avec le Haut Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés, Refunite et Al Hilal Red pour fournir une aide humanitaire via l'argent mobile, et de la même manière, My Wallet en Jordanie a collaboré avec Vericash pour fournir 90 % de l'aide financière versée à la Commission pour les réfugiés syriens en Jordanie ;
- en Iraq : la commission s'est associé à Zain Cash pour soutenir 120 000 familles et 30 000 réfugiés, grâce à une aide en espèces via l'argent mobile, et Iris Guard a également collaboré pour faciliter le

processus d'enregistrement et de retrait de... Réfugiés utilisant la biométrie basée sur la technologie irisbed.⁵¹

4- Le rôle d'E-Banking dans le renforcement de l'inclusion financière (BNA)

La banque électronique est la voie de l'avenir. Elle joue un rôle très important dans l'inclusion financière de la population en offrant des opérations simplifiées et moins chères à ses clients.⁵²

4-1- posséder des comptes bancaires

Selon la base de données de l'indice mondial d'inclusion financière, 515 millions d'adultes dans le monde ont ouvert des comptes bancaires auprès d'institutions financières ou par l'intermédiaire de sociétés de services financiers mobiles entre 2014 et 2017, soit 69 % en 2017, contre 62 % en 2014.

En ce qui concerne les raisons pour lesquelles les adultes ne possèdent pas de comptes bancaires, 1,7 milliard d'adultes dans le monde n'ont pas de compte bancaire auprès d'institutions financières ou de sociétés de services financiers mobiles.

Avant de connaître les raisons, l'enquête a inclus la base de données de l'indice mondial d'inclusion financière de 2017, où des adultes qui n'ont pas de comptes bancaires ont été interrogés sur la raison, la plupart d'entre eux ont évoqué des hypothèses et la raison la plus courante est qu'ils ne possèdent pas d'argent qui nécessite l'utilisation de compte bancaire, et d'autres ont également souligné qu'un membre de la famille possède déjà un compte bancaire.

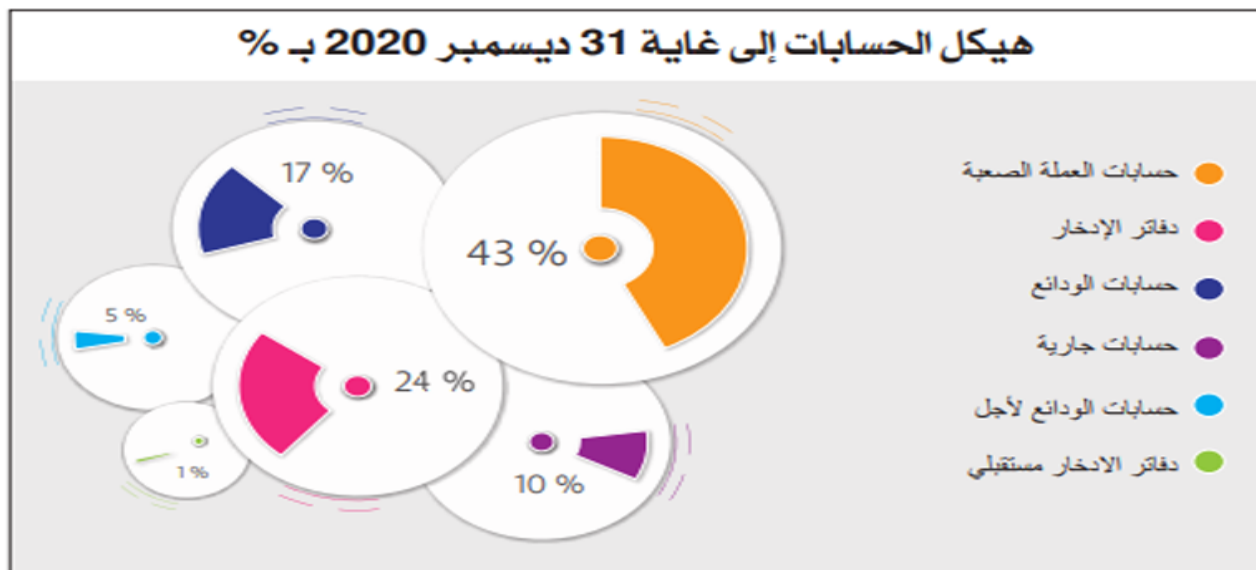
4-2-Evolution du nombre de comptes bancaires de la Banque nationale algérienne

La Banque nationale algérienne cherche toujours à fournir toutes les possibilités disponibles de renforcer l'inclusion financière en facilitant et simplifiant les moyens d'interconnecter tous les services financiers à toutes les catégories de la société, ce qui a entraîné une augmentation continue des clients pour ouvrir des comptes bancaires à la banque où les comptes étaient les suivants:

⁵¹ د. بلعما أسماء- د. سيد اعمر زهرة , الخدمات المصرفية الرقمية ودورها في تعزيز الشمول المالي بمنطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا, مجلة التكامل الاقتصادي, المجلد: 11 - العدد : 02 / 02 مارس (2023), جامعة أحمد درابية - أدرار (الجزائر), ص:68-69-70.

⁵² NEBBALI. M et SELLAIMI. F << E-Banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population CAS de l'Agence CNEP de DRAA BEN KHEDA >> Mémoire de Master, Finance et Banque, Université UMMTO, 2021/2022, P 61.

Graphique N°03 : Structure des comptes jusqu'au 31/12/2020



Source : Rapport annuel de la Banque Nationale d'Algérie 2020

«Nombre de comptes clients atteint 2 483 757 comptes dont 104 649 nouveaux comptes clients toutes catégories confondues.

Au cours de la figure n°01, les comptes en devises fortes représentaient le pourcentage le plus important, à 43 %, alors qu'ils arrivaient en dernière position et les futurs comptes sur livret d'épargne à 01%.⁵³

4-3-Services d'E-Banking de la Banque Nationale d'Algérie

4-3-1- Il fournit une gamme de services financiers via BNA.NET

- consultez vos comptes et un historique détaillé du solde sur la période de 23 mois ;
- émettre vos virements à des tiers ;
- demandez votre chéquier et votre carte bancaire ;
- opposition à la carte bancaire (CIB) ;
- prise de vue en montagne hors Internet ;
- service de messagerie électronique pour communiquer avec votre banque.

4-3-2- Lancement de l'activité de la Société islamique d'expansion

(09) des produits d'épargne et de financement conformes à l'enseignement et à la commercialisation de la Loi islamiques au niveau de 64 agence Nationale de Transfert.

⁵³ عبد الله موساوي- عبد الغني حدادي, دور البنوك الالكترونية في تعزيز الشمول المالي, مجلة التكامل الاقتصادي, المجلد: 11 - العدد : 01, مارس (2023), ص : 109, 110, 111.

4-3-3- La commercialisation des produits et services suivants

- **carte d'affaires bancaire:** destinée aux professionnels et aux propriétaires d'établissements qui leur permettent de payer leurs différentes dépenses liées aux impôts, taxes et autres.
- **carte d'épargne bancaire :** vous permet d'accéder à vos fonds sur tous les guichets automatiques et distributeurs de billets du BNA à travers le territoire national.

L'année 2020 a été marquée par une augmentation notable du nombre de transactions bancaires électroniques. En effet, 16 225 transactions ont été enregistrées au cours de cette année, contre 10 450 l'année précédente, ce qui représente une hausse de 156%. Cette croissance significative témoigne de l'adoption croissante des services bancaires électroniques par les clients.

Parallèlement à l'augmentation globale des transactions, la plateforme de services bancaires électroniques a connu une hausse remarquable de son activité. En 2020, 1 885 843 transactions ont été effectuées via cette plateforme, soit une augmentation de 90 936 transactions par rapport à l'année précédente, ce qui représente une progression de 5,07%. Cette croissance témoigne de la confiance croissante des clients envers les services bancaires électroniques et de leur satisfaction quant à la commodité et à la sécurité de ces services.⁵⁴

⁵⁴ نفس المرجع: عبد الله موساوي- عبد الغني حدادي, دور البنوك الالكترونية في تعزيز الشمول المالي, مجلة التكامل الاقتصادي, المجلد: 11 - العدد : 01, مارس (2023), ص : 112, 113.

Conclusion

L'E-Banking varie d'une institution à l'autre en fonction du niveau de développement des pays, dans certains pays la numérisation est très avancée, tandis que d'autres en sont encore à un stade précoce et dépendent largement des transactions manuelles, l'Algérie fait partie des pays qui s'efforcent de moderniser et de développer leur système bancaire.

L'évolution de la technologie financière contribue à l'activation de nombreux services financiers, les rendant plus accessibles, plus rapides et moins coûteux, tout en les rendant disponibles à tous les segments de la société de manière équitable. Cette évolution permet de promouvoir l'inclusion financière, ce qui incite les pays à s'adapter à ces progrès dans le but de renforcer l'inclusion financière au sein de leurs frontières.

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

Introduction

L'avènement de la révolution technologique de l'information et de la communication a profondément transformé le paysage bancaire, donnant naissance à la banque électronique. Depuis les années 2000, l'Algérie s'est engagée dans un vaste programme de réformes visant à instaurer un système bancaire moderne, libéral et fiable, pour pouvoir suivre le développement du monde et être au service de ses clients.

Au cours de ce chapitre, nous allons présenter les principaux résultats de notre questionnaire qui a pour objectif d'évaluer le comportement du consommateur face à l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU, pour la période du 12/06/2024 au 04/07/2024.

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

Section 1 : présentation du questionnaire

Donne cette section on va présenter notre méthode suivi pour distribuer et collecté les informations du notre questionnaire, et sa forme.

1- Définition et type du notre enquête

Nous avons opté pour une enquête de terrain par questionnaire dans notre travail, ce qui correspond le mieux à notre thème de recherche. En effet, pour obtenir des réponses, il est plus facile de poser des questions. L'utilisation d'un questionnaire est donc un moyen pratique pour recueillir rapidement des informations et un outil efficace pour aider à prendre des décisions. Elle nécessite également des objectifs précis, une méthodologie et une organisation rigoureuse, ainsi qu'une planification précise.

En ce qui concerne le type d'enquête, nous avons opté pour une enquête qualitative et quantitative par questionnaire. Les études qualitatives et quantitatives permettent de comprendre les mécanismes de "Combien de personnes ont accès à l'E-Banking et quel type d'E-Banking utilisent-elles?", ce qui rend les questionnaires qualitatifs et quantitatifs les plus courants et les plus simples. La personne qui est interrogée reçoit une sélection de réponses et doit en sélectionner une ou plusieurs.

2- Le choix de l'échantillon

C'est une interrogation courante pour les responsables de l'enquête : combien de personnes dois-je interroger pour que mes résultats soient fiables? Comment puis-je les sélectionner et sur quelle base afin qu'ils soient représentatifs?

Dans notre situation, notre enquête se concentre sur la population résidant dans la wilaya de Tizi Ouzou et non pas en Algérie entière, car il est évident que la géographie n'a pas d'impact sur les perspectives et les stratégies utilisées par la banque en ce qui concerne le E-Banking.

La durée de mon enquête est faite du 12/06/2024 jus cas le 04/07/2024, et la population sur laquelle nous avons mené notre étude est de 100 individus et est partagée en 4 catégories d'âge.

3-La méthode suivi pour distribuer et collecté les informations du notre questionnaire

Nous avons élaboré un questionnaire composé de 22 question, distribué de mais en main pour une partie et l'autre partie, nous lavons diffusé sur internet à travers les différent réseaux sociaux et sur la base de google drive.

Ensuite, nous avons donné un délai équivalent à 23 jours aux personnes enquêtés pour nous répondre.

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

A l'issue de cette période, nous avons recueilli les questionnaires et procédée au tri sur les deux voix (physique et électronique).

Après le tri, nous avons complet 100 bonnes réponses aux questionnements, les autres questionnaires sont caduques, incomplets donc non comptés.

4- Différent parties de questionnaire

On a divisé notre questionnaire sur 5 catégories d'analyse les opinions de la population de la wilaya de Tizi Ouzou qui se présent comme suit :

- La première catégorie c'est : l'identification du client

Qui représent sont genre et sa tranche d'âge, la situation matrimoniale, la catégorie sociale, et le niveau d'étude.

- La deuxième catégorie c'est : la tendance des clients

Qui représente les défirrent type des compte de banque, les façons de quelle vous avez entendu parler de E-Banking, les moyen découvert ce service de E-Banking, l'utilisation des services du E-Banking et de puis quand.

- La troisième catégorie c'est : l'utilisation des services du E-Banking

Qui représente les services e-Banking les plus utilisez, les types d'opérations d'utilisation du l'E-Banking, les opérations effectue en agence bancaire plutôt qu'en ligne.

- La quatrième catégorie c'est : avenage et inconvénié du l'E-Banking

Qui représente les avantages et les inconvénié des services en ligne, les problèmes d'utilisation des sites bancaires et c'est nature, si l'e-Banking est plus avantageux que les contactes humains.

- La cinquième catégorie c'est : diffusion de la culture financière pour atteindre l'inclusion financière.

Qui représente la satisfaits par la qualité des services E-Banking offerts, l'avenir du l'E-Banking en Algérie, l'investissement de l'état algérien dans la promotion du l'E-Banking, la capacité du développement du l'E-Banking pour promouvoir l'inclusion financière en Algérie.

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

Section 2 : présentation et analyse des données obtenues par le questionnaire

Dans cette section on va présenter les tableaux et les graphiques de chaque catégorie

1-Catégorie I : Identification du client

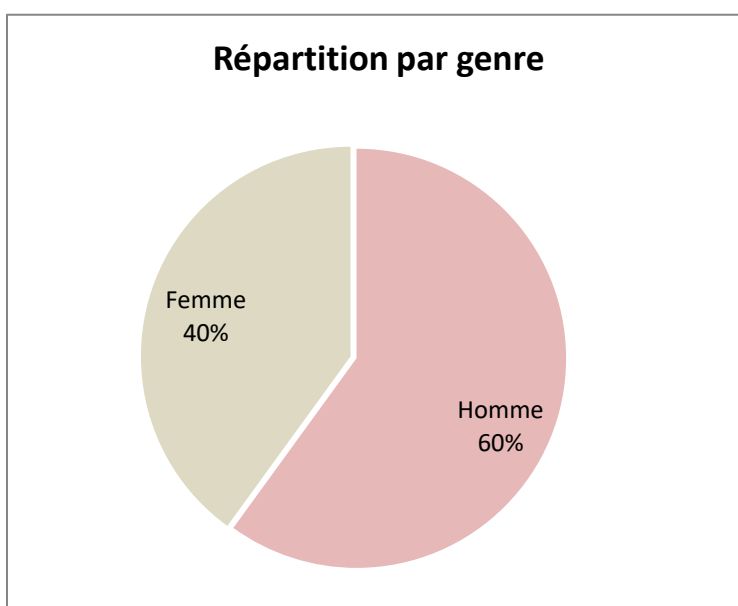
1-1- Répartition par genre

Tableau N°01 : l'analyse de graphique n°04

Répartition par genre	Nombre	Pourcentage
Homme	60	60 %
Femme	40	40 %
Total	100	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur les résultats du questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°04 : Répartition par genre



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition par genre présente une majorité des hommes avec 60%, et une minorité des femmes avec 40%. ”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

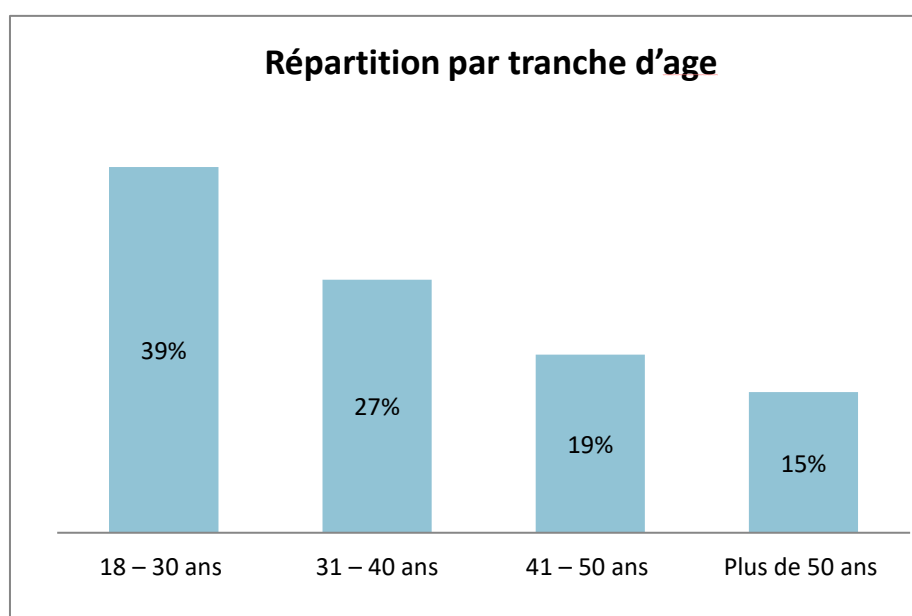
1-2- Répartition par tranche d'âge :

Tableau N°02 : l'analyse de graphique n°05

Tranche d'âge	Nombre	Pourcentage
18 – 30 ans	39	39 %
31 – 40 ans	27	27 %
41 – 50 ans	19	19 %
Plus de 50 ans	15	15 %
Total	100	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur les résultats du questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°05 : Répartition par tranche d'âge



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition par tranche d'âge présente une majorité des jeunes et adultes entre (18-40) avec 66%, tandis que la tranche d'âge entre (41- plus 50) est relativement faible avec 34%. “

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

1-3- Situation matrimoniale :

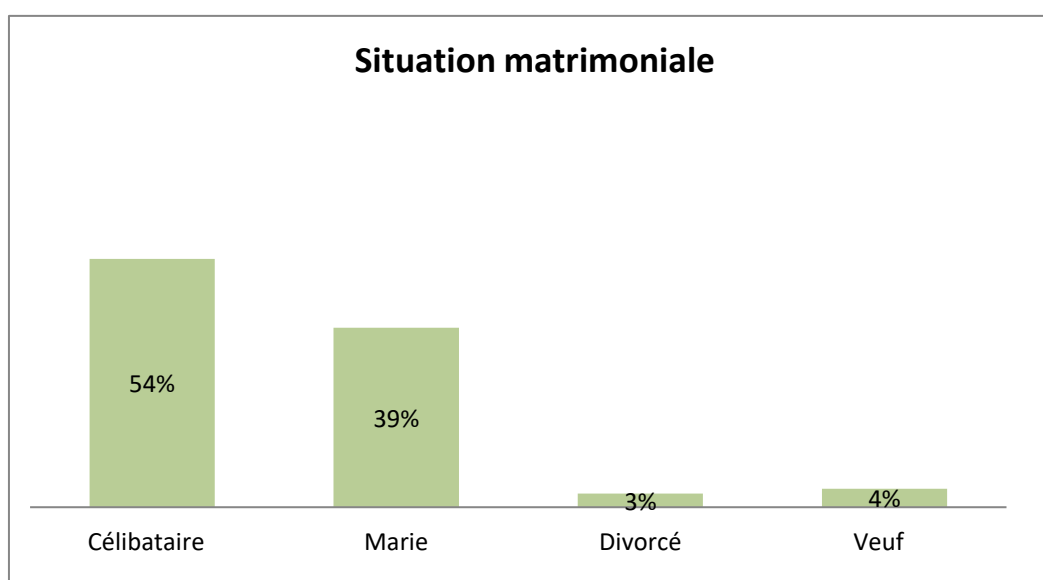
Tableau N°03 : l'analyse de graphique n°06

Situation matrimoniale	Nombre	Pourcentage
Célibataire	54	54 %
Marie	39	39 %
Divorcé	03	03 %
Veuf	04	04 %
Total	100	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur les résultats du questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :

« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°06 : Situation matrimoniale



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :

« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de la situation matrimoniale montre que les célibataires (54%) et les mariés (39%) constituent les deux groupes les plus représentés. Cela pourrait indiquer un intérêt particulier de ces deux catégories pour le sujet du questionnaire. ”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

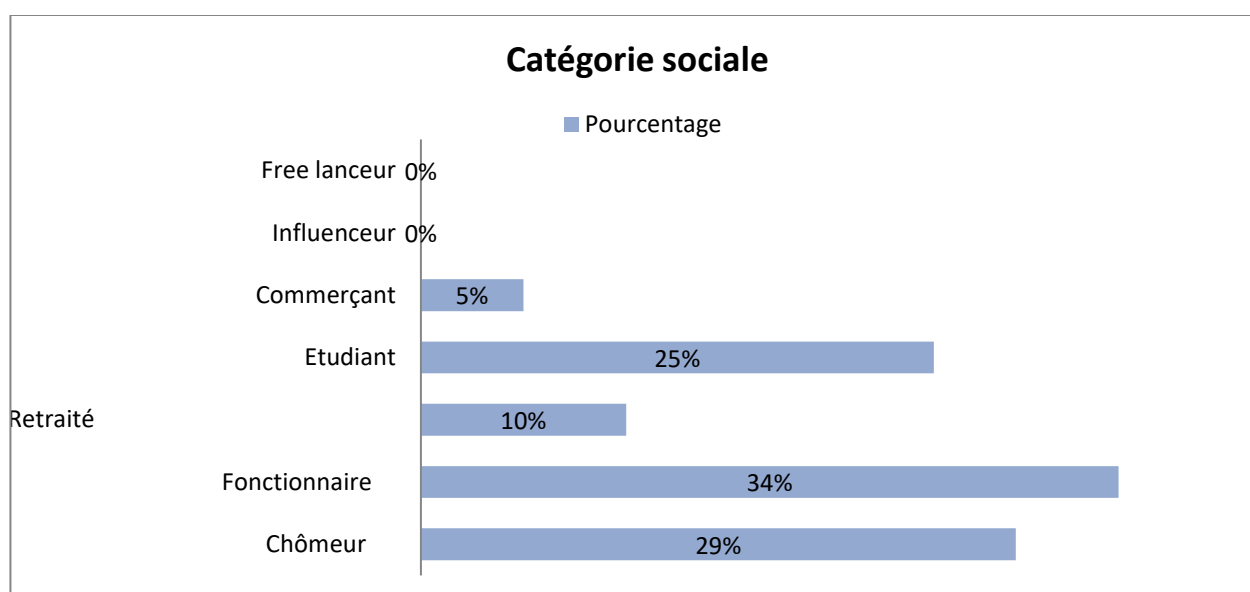
1-4- Catégorie sociale :

Tableau N°04 : l'analyse de graphique n°07

catégorie sociale	Nombre	Pourcentage
Chômeur	29	29 %
Fonctionnaire	34	34 %
Retraité	10	10 %
Etudiant	25	25 %
Commerçant	05	05 %
Influenceur	0	0 %
Free lanceur	0	0 %
Total	100	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur les résultats du questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°06 : Situation matrimoniale



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de catégorie sociale montre que les fonctionnaires, les chômeurs, et les étudiants représentent une large majorité, par contre une petite minorité pour les retraités et commerçants, et une absence totale pour les free lanceurs et influenceurs. ”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

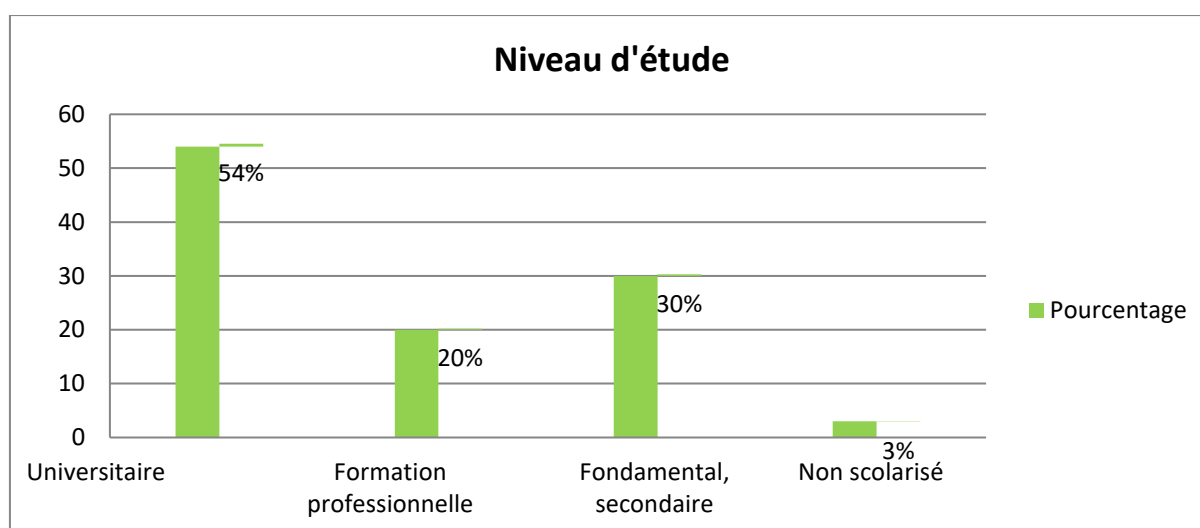
1-5- Niveau d'étude :

Tableau N°05 : l'analyse de graphique n°08

niveau d'étude	Nombre	Pourcentage
Universitaire	54	54 %
Formation professionnelle	20	20 %
Fondamental, secondaire	30	30 %
Non scolarisé	03	03 %
Total	100	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°08 : Niveau d'étude



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition du niveau d'étude montre une diversité dans les niveaux d'étude avec une majorité des universitaire. Et une partie significative pour les gens qui ont des formations professionnelle, fondamental et secondaire. Et petite minorité pour les non scolarisé. “

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

1-6-Analyse de la catégorie d'identification du client

Dans cette première catégorie du questionnaire on remarque que

Pour la répartition par genre, les hommes constituent la majorité des répondants avec 60% et les femmes, bien que moins nombreuses, représentent une part significative de l'échantillon avec 40%.

Et pour la répartition par tranche d'âge on voit que les jeunes adultes qui ont entre (18-30 ans) sont le groupe le plus important parmi les répondants avec 39% et le groupe de (31-40 ans) est également bien représenté indiquant une disponibilité similaire à celle des jeunes adultes avec 27 %, et on voit que la participation diminue avec l'âge dans le groupe (41-50 ans) qui ne présente que 19% et pour le groupe de plus de 50 ans, c'est le plus petit présenté, suggérant un désintérêt pour le questionnaire abordé.

S'agissant de la situation matrimoniale la majorité des répondants sont célibataires un taux de 54 %. Ceci, pourrait indiquer que les individus non mariés sont plus disponibles pour répondre au questionnaire et 39% des répondants sont mariés, ce qui représente une portion substantielle de l'échantillon, Les répondants divorcés et veufs sont minoritaires avec 3% et 4%, ce qui pourrait refléter la distribution générale de l'état matrimonial dans la population.

Quant à la catégorie des socioprofessionnel constituent le groupe le plus important avec 34%, ce qui peut indiquer une forte représentation de cette catégorie dans l'audience cible du questionnaire, et la présence significative des chômeurs avec 29 % pourrait refléter qu'ils sont les plus disponibles pour participer à des enquêtes, et un quart des répondants sont des étudiants, ce qui correspond bien avec la tranche d'âge (18-30 ans) majoritaire, et une minorité de retraités et de commerçants participent avec 10% et 5%, ce qui peut être dû à une moindre présence est un désintérêt, par contre les Free lanceurs et les influenceurs n'ont aucune participation dans ce questionnaire, ce qui peut être dû à une faible représentation dans l'échantillon.

En fin le niveau d'étude 54% des répondants ont un niveau d'étude universitaire, ce qui peut indiquer que le questionnaire a touché une population avec un niveau d'éducation élevé, et un tiers des répondants ont un niveau d'étude fondamental ou secondaire montrant une diversité dans les niveaux d'éducation, Les répondants ayant une formation professionnelle avec 20% représentent une part notable ce qui montre l'inclusion de divers parcours éducatifs, et une minorité non scolarisée avec 3%, ce qui peut refléter une faible présence et un moindre intérêt pour le questionnaire.

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

2-Catégorie II : tendance des clients

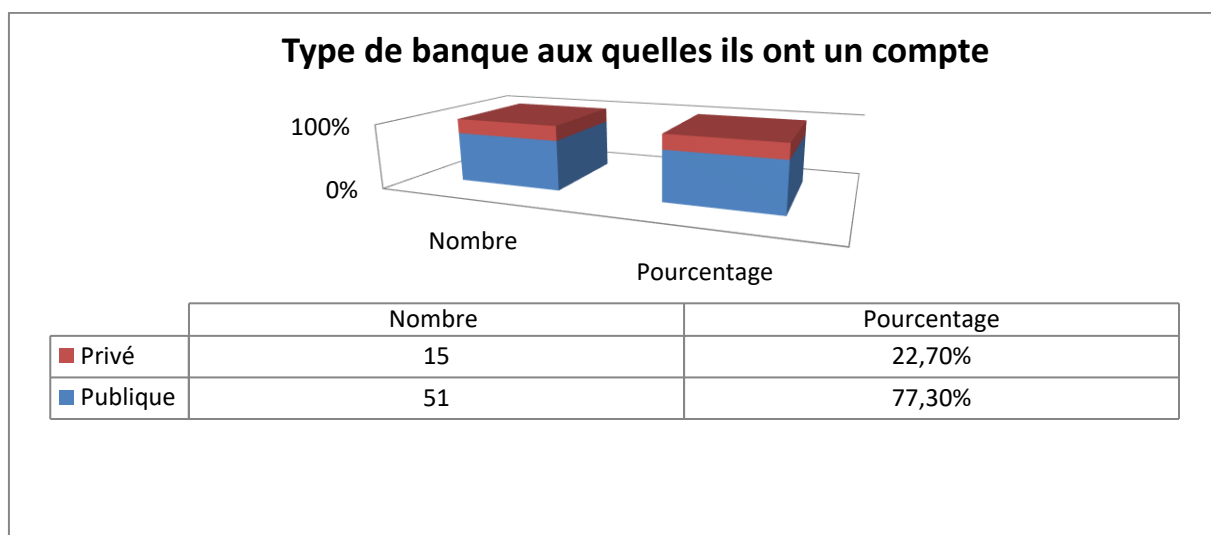
2-1- Type de banque auxquelles ils ont un compte

Tableau N°06 : l'analyse de graphique n°09

Type de banque auxquelles ils ont un compte	Nombre	Pourcentage
Publique	51	77,3 %
Privé	15	22,7 %
Total	66	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°09 : Type de banque auquel ils ont un compte



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de type de banque auxquelles ils ont un compte une grand majorité à 77,30 % ils ont des compte aux banque publique, et une minorité à 22,70 aux banque privé”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

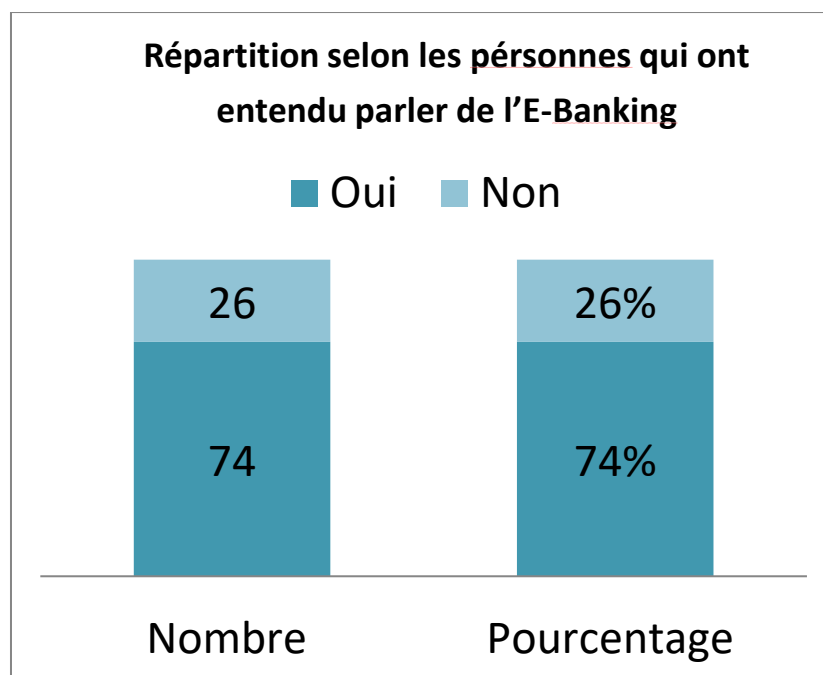
2-2-Répartition selon les personnes qui ont entendu parler de l'e-Banking

Tableau N°07 : l'analyse de graphique n°10

Répartition selon les personnes qui ont entendu parler de l'e-Banking	Nombre	Pourcentage
Oui	74	74 %
Non	26	26 %
Total	100	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°10 : Répartition selon les personnes qui ont entendu parler de l'E-Banking



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

« Cette répartition selon les personnes qui ont entendu parler de l'e-Banking, une grande majorité à 74 % ont répondu avec "oui", et une minorité à 26% ont répondu avec "non". »

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

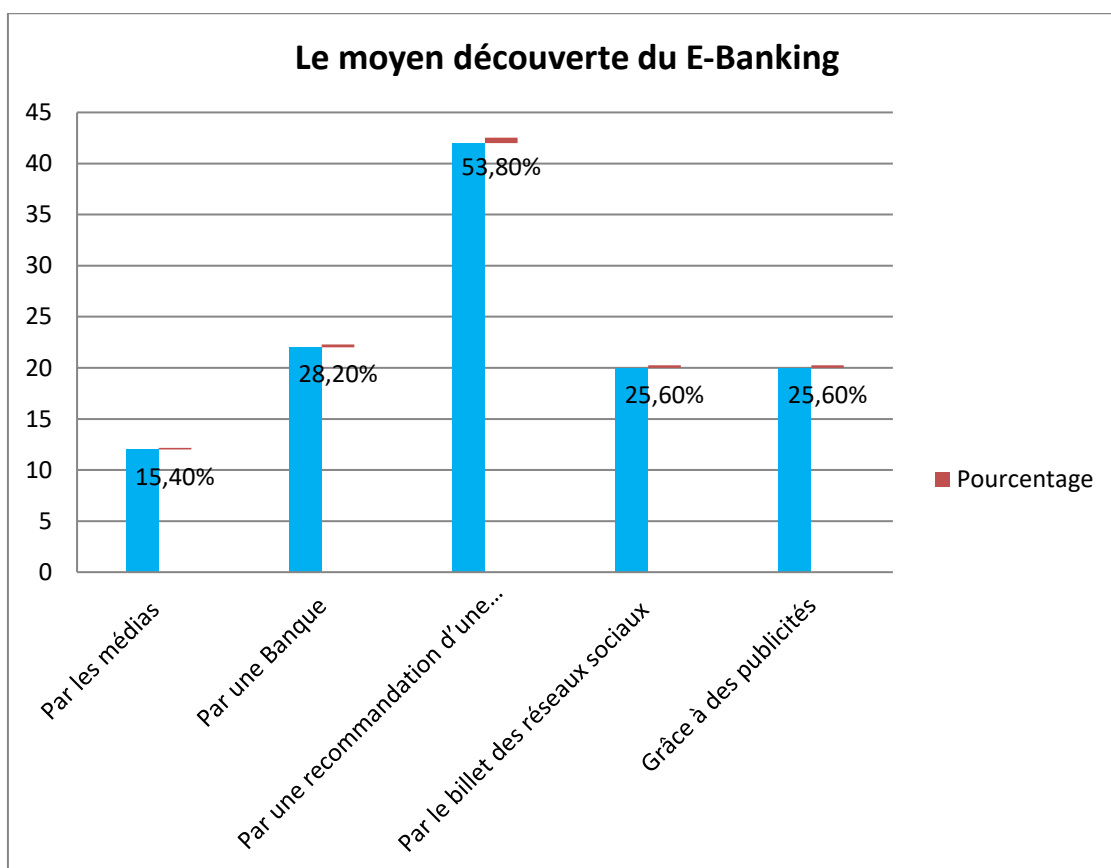
2-3-Le moyen découverte du E-Banking

Tableau N°08 : l'analyse de graphique n°11

le moyen découvert du E-Banking	Nombre	Pourcentage
Par les médias	12	15,4 %
Par une Banque	22	28,2 %
Par une recommandation d'une connaissance	42	53,8 %
Par le billet des réseaux sociaux	20	25,6 %
Grâce à des publicités	20	25,6 %
Total	78	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°11 : Le moyen découvert du E-Banking



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de moyen découvert du E-Banking, nous voyons une diverse des moyens découvert du E-Banking avec une majorité, par une recommandation d'une connaissance à 53,8% ; et un écart pour les publicités, les Banques, et les billets des réseaux sociaux ; et minorité à 15% pour les médias”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

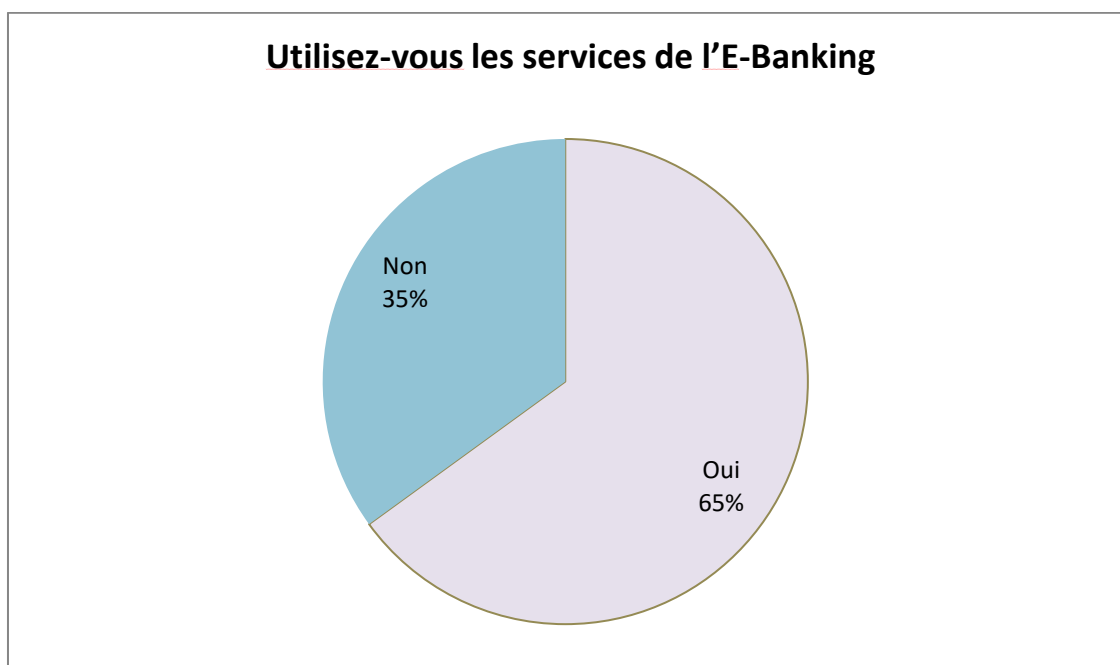
2-4-Utilisez-vous les services du E-Banking

Tableau N°09 : l'analyse de graphique n°12

L'utilisation des services du E-Banking	Nombre	Pourcentage
Oui	65	65 %
Non	35	35 %
Total	100	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°12 : Utilisation des services du E-Banking



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

‘‘Cette répartition d'utilisation des services du E-Banking une majorité 65% utilise les sévices de l'E-Banking, et 35% des répondants n'utilisent pas ces services. ‘’

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

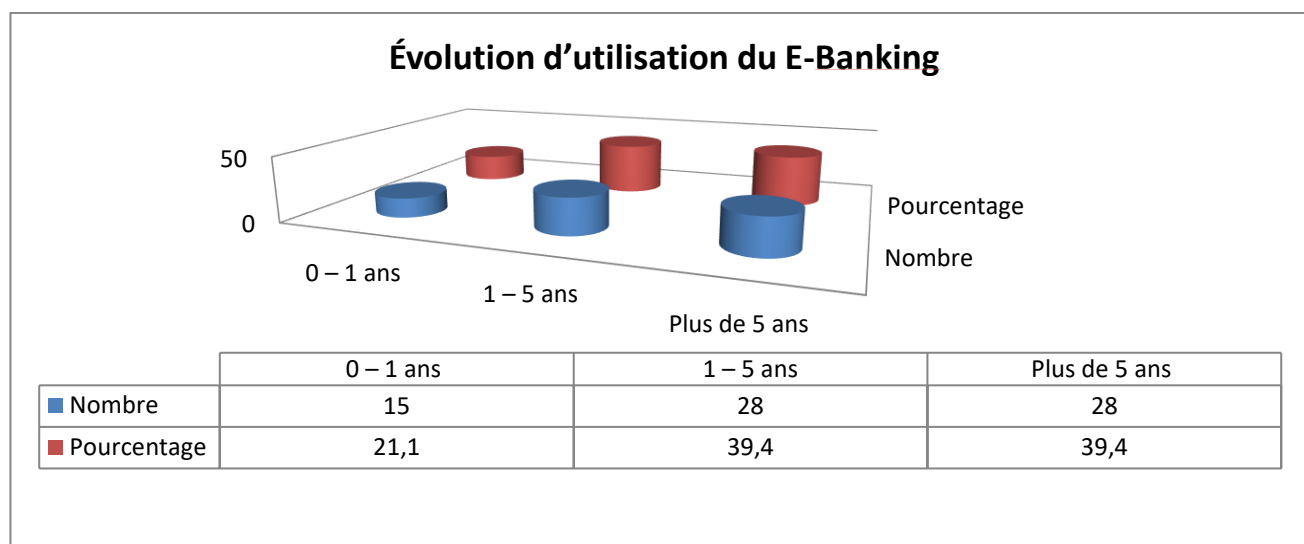
2-5-Evolution d'utilisation du E-Banking

Tableau N°10 : l'analyse de graphique n°13

Evolution d'utilisation du E-Banking	Nombre	Pourcentage
0 – 1 ans	15	21,1
1 – 5 ans	28	39,4
Plus de 5 ans	28	39,4
Total	71	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°13 : Evolution d'utilisation du E-Banking



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“ Cette répartition d'évolution d'utilisation du E-Banking ça diverse entre les enceins utilisateurs 39,4% plus de 5 ans, et les nouveaux utilisateurs 60,5% moins d'une année, et 1 ans – 5 ans. ”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

2-6-Analyse de la catégorie de la tendance des clients

Dans cette deuxième catégorie du questionnaire on conclut que :

Par rapport au type de la banque utilisée, la majorité des répondants (77.3%) ont beaucoup plus des comptes dans des banques publiques. Ce qui signifie que les personnes enquêtées font confiance aux institutions publiques plus qu'aux banques privées, ou à l'investissement des banques publiques dans les petites villes contrairement à des banques privées qui ouvrent leur agence souvent dans les grandes villes.

Une majorité significative (74%) des répondants ont entendu parler de l'E- Banking. Cela suggère une bonne diffusion des informations sur les services bancaires en ligne, mais il reste (26%) qui n'en ont pas entendu parler, ce qui montre qu'il y a encore des efforts à faire en termes de sensibilisation et d'éducation financier.

Et pour le moyen de découverte du E- Banking, la recommandation par une connaissance (53.8%) est la principale source d'information sur l'E-Banking, suivie par les banques elles-mêmes (28.2%). Les médias, les réseaux sociaux et enfin les publicités qui jouent également un rôle, mais moindre Cela souligne l'importance du bouche-à- oreille et des canaux de communication directs des banques.

Une majorité (65%) utilise les services de l'E-Banking, indiquant une adoption relativement élevée de ces services parmi ceux qui en ont entendu parler. Toutefois, 35% des répondants n'utilisent pas ces services, ce qui pourrait être dû à un manque de confiance, de connaissance, ou d'accès à la technologie nécessaire.

Et par rapport à l'évolution d'utilisation du E- Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU les répondants se répartissent de manière égale entre ceux qui utilisent l'E- Banking depuis (1-5 ans) et ceux depuis plus de 6 ans (39.4% chacun), avec une minorité (21.1%) l'ayant adopté récemment (0-1 ans). Cela montre que l'E-Banking est bien établi et utilisé sur une période prolongée par une partie significative des répondants, tandis que de nouveaux utilisateurs continuent à adopter ces services.

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

3-Catégorie III : utilisation des services du E-Banking

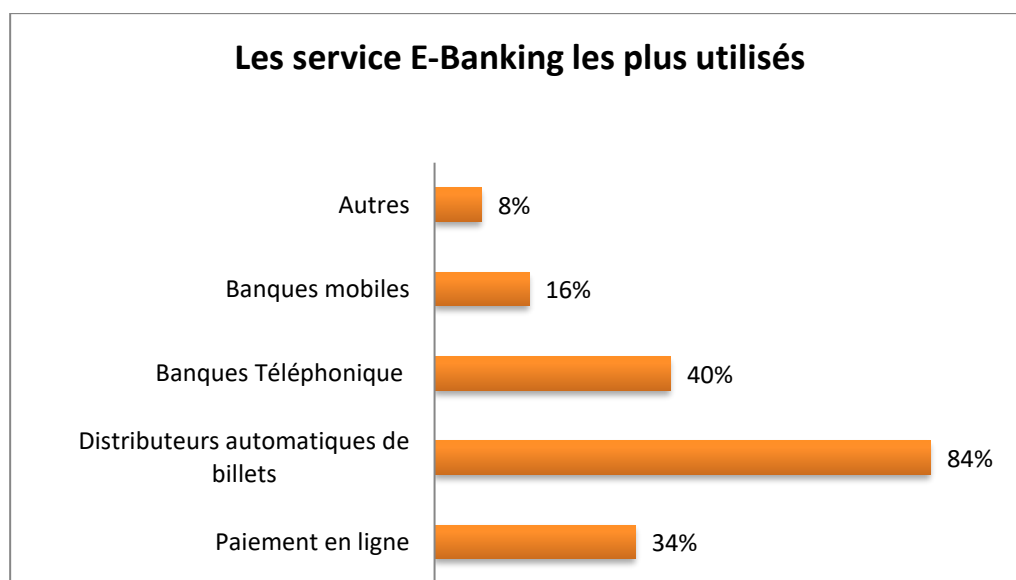
3-1-Les services E-Banking les plus utilisés

Tableau N°11 : l'analyse de graphique n°14

Les services e-Banking les plus utilisés	Nombre	Pourcentage
Banques mobiles	12	16,4 %
Banques Téléphonique	29	39.7 %
Distributeurs automatiques de billets	61	83.6 %
Paieement en ligne	25	34.2 %
Autres	6	8.2 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°14 : Les services e-Banking les plus utilisés



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition d'évolution des services E-Banking les plus utilisés, les répondants préfèrent principalement les services des distributeurs automatiques de billets 83.6%, et une part significative a choisi les Banques Téléphonique à 39.7%, Paiement en ligne à 34.2%, et une minorité a choisi Banques mobiles à 16,4 % et autres à 8.2 % . ”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

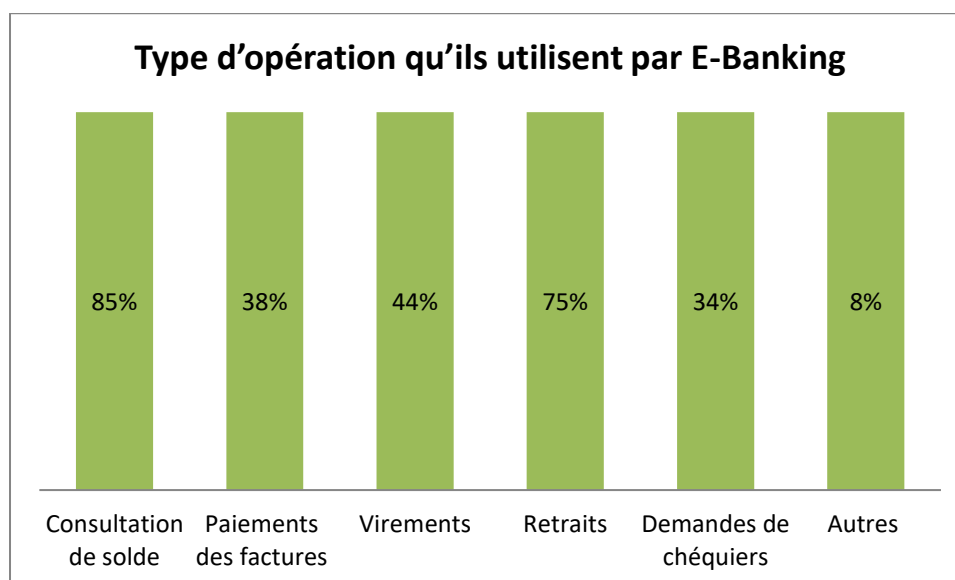
3-2-Types d'opérations qu'ils utilisent par l'E-Banking

Tableau N°12 : l'analyse de graphique n°15

Types d'opérations qu'ils utilisent par l'e-Banking	Nombre	Pourcentage
Consultation de solde	62	84.9 %
Paiements des factures	28	38.4 %
Virements	32	43.8 %
Retraits	55	75.3 %
Demandes de chèquiers	25	34.2 %
Autres	6	8.2 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°15 : Types d'opérations qu'ils utilisent par l'E-Banking



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de types d'opérations qu'ils utilisent par l'E-Banking montre que la consultation de solde à 84.9 %, les retraits à 75.3 % sont l'opération les plus populaires via l'E-Banking, en revanche, les services comme les virements 43.8 %, paiements des factures 38,4%, demandes de chèquiers 34,2%, et autre 8.2 % sont moins fréquemment utilisés. “

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

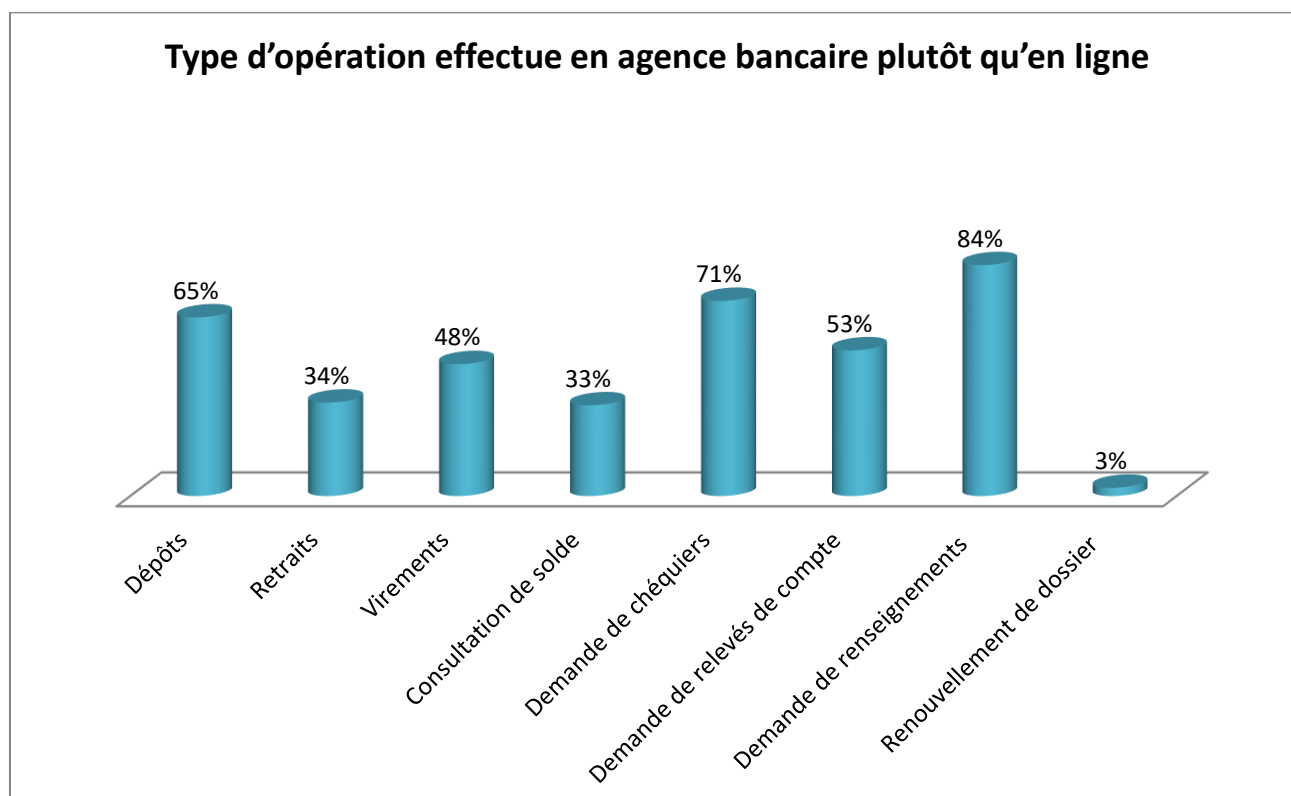
3-3-Type d'opérations effectuées en agence bancaire plutôt qu'en ligne

Tableau N°13 : l'analyse de graphique n°16

Type d'opérations effectuées en agence bancaire plutôt qu'en ligne	Nombre	Pourcentage
Dépôts	64	65.3 %
Retraits	33	33.7 %
Virements	47	48 %
Consultation de solde	32	32.7 %
Demande de chèques	70	71.4 %
Demande de relevés de compte	52	53.1 %
Demande de renseignements	82	83.7 %
Renouvellement de dossier	3	3.1 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°16 : Type d'opérations effectuées en agence bancaire plutôt qu'en ligne



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Wilaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

« Cette répartition de type d'opérations effectuées en agence bancaire plutôt qu'en ligne une majorité préfère demande de renseignements, demande de chèques, dépôts, demande de relevés de compte, et une minorité préfère les virements, retraits, consultation de solde, renouvellement de dossier »

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

3-4-Analyse de la catégorie d'utilisation des services du E-Banking

Dans cette troisième catégorie de questionnaire nous concluons que Parmi les services du E-Banking les plus utilisés c'est:

les distributeurs automatiques de billets (DAB) qui représentent 83.6% indiquant que c'est le service E-Banking le plus adapté par les clients suivie par les banques téléphonique (39.7%) et paiement en ligne (34.2%) qui facilite les tâches à distance, et la faible utilisation des applications mobiles (16,4%) peut être liée au désintérêt de service, le faible pourcentage d'utilisation des services non listés (autre) à (8.2%) pourrait indiquer qu'ils ne sont pas couverts par les services principaux.

Les opérations qu'ils utilisent par l'E-Banking les consultations de solde à hauteur de (84.9%) et les retraits à (75.3%) qui signifie que ce sont les services dont ils ont le plus besoin et auxquels ils font le plus confiance, suivie par les versements (48%), paiements de factures (38.4%), les demandes de chèquiers (34.2%), qui indique soit la difficulté d'utilisation ou le manque de confiance, et le petit pourcentage (autre) qui s'élève à (8.2%) pourrait indiquer que les opérations ne sont pas disponibles pour tout le monde.

Les opérations effectuées en agence bancaire plutôt qu'en ligne : la majorité des clients préfère se rendre en agence pour des informations (83.7%), cela peut être dû au besoin d'interaction humaine pour une meilleure compréhension, une préférence notable pour les dépôts en agence (65.3%) peut indiquer un manque de confiance dans les dépôts en ligne, et le fait que de nombreux clients, préfèrent obtenir leurs chèques (71.4%) et leurs relevés (53.1%) en agence peut être lié simplement à une habitude ancrée, et pour les virements (48%), les retraits (33.7%) et consultations de solde (32.7%), l'utilisation des services en agence pour ces opérations, malgré leur disponibilité en ligne pourrait indiquer des préoccupations de sécurité ou des préférences personnelles pour vérifier les informations en face-à-face, et le renouvellement du dossier (3.1%) le faible pourcentage montre que ce service est moins demandé car il est perçue comme un service qui nécessite une interaction physique pour des raisons de sécurité ou de formalité.

En définitif, nous avons constaté que la majorité des personnes enquêtées, ont une préférence et un attachement particulier aux services bancaires classiques plus que les services présentés par E-Banking. Cette préférence leur procure plus de confiance et de sécurité.

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

4-Catégorie IV : avantage et inconvénient du E-Banking

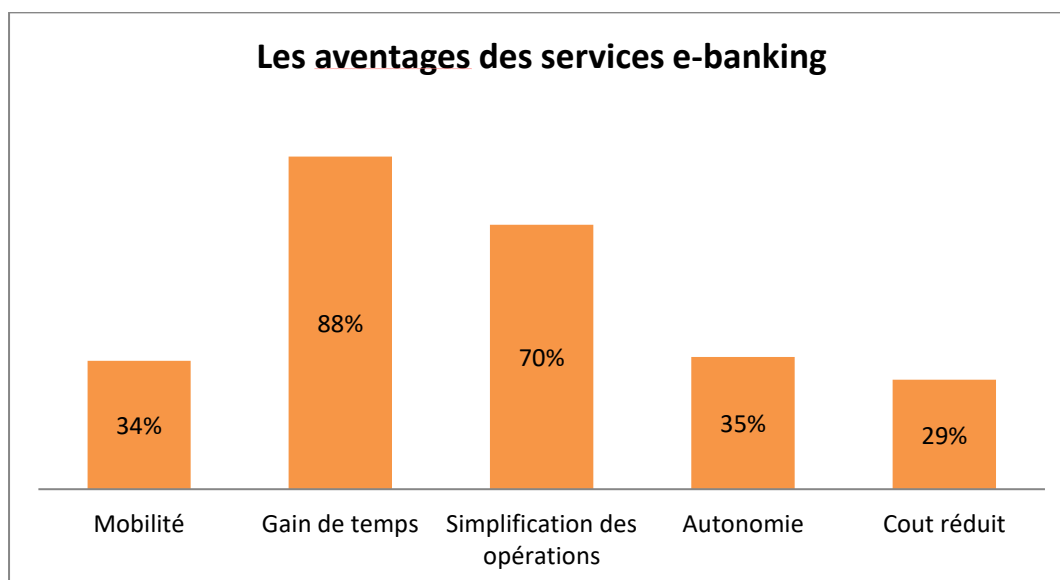
4-1-Les avantages des services en ligne

Tableau N°14 : l'analyse de graphique n°17

les avantages des services en ligne	Nombre	Pourcentage
Mobilité	32	34.4 %
Gain de temps	82	88.2 %
Simplification des opérations	65	69.9 %
Autonomie	33	35.5 %
Cout réduit	27	29 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°17 : Les avantages des services en ligne



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de les avantages des services en ligne la majorité des utilisateurs de ces services pour gain de temps à 88.2%, simplification des opérations 69,9%, et une minorité des utilisateurs pour autonomie 35.5%, mobilité 34.4%, cout réduit 29%.“

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

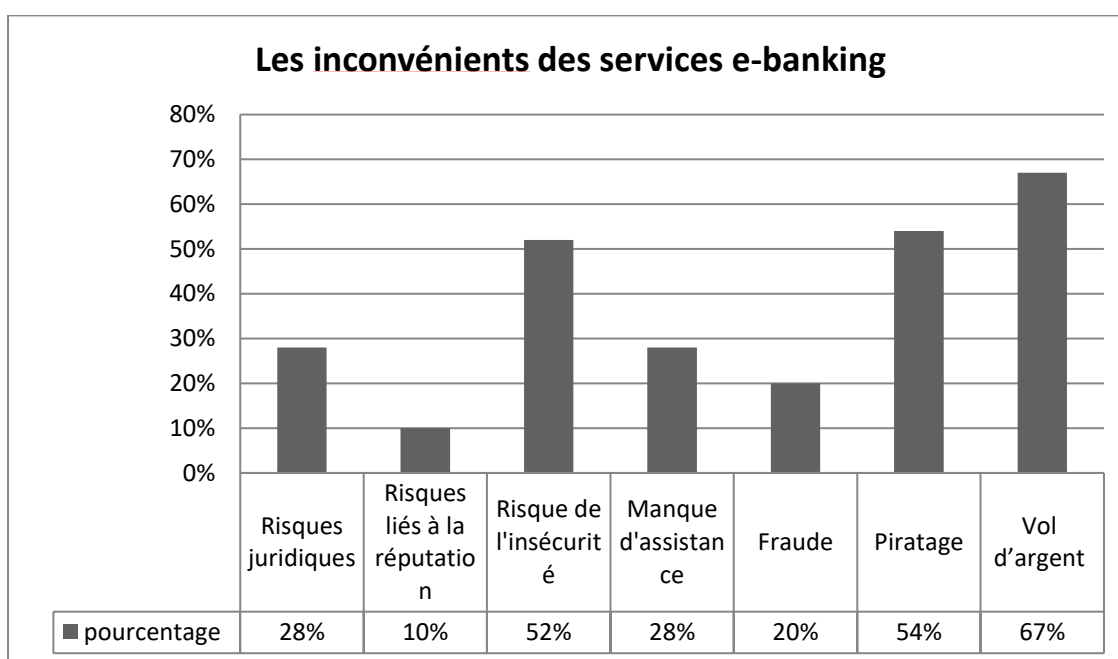
4-2-Les inconvénients des services E-Banking

Tableau N°15 : l'analyse de graphique n°18

Les inconvénients des services e-Banking	Nombre	Pourcentage
Risques juridiques	26	28 %
Risques liés à la réputation	9	9,7 %
Risque de l'insécurité	48	51.6 %
Manque d'assistance	26	28 %
Fraude	19	20.4 %
Piratage	50	53.8 %
Vol d'argent	62	66.7 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°18 : Les inconvénients des services E-Banking



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de Les inconvénients des services E-Banking se déverse entre une grande majorité craint, le vol d'argent 66.7%, le piratage 53,8%, le risque de l'insécurité 51,6% ; et une minorité craint, les risques juridiques 28%, le manque d'assistance 28%, le fraude 20,4%, les risques liés à la réputation 9,7%. ”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

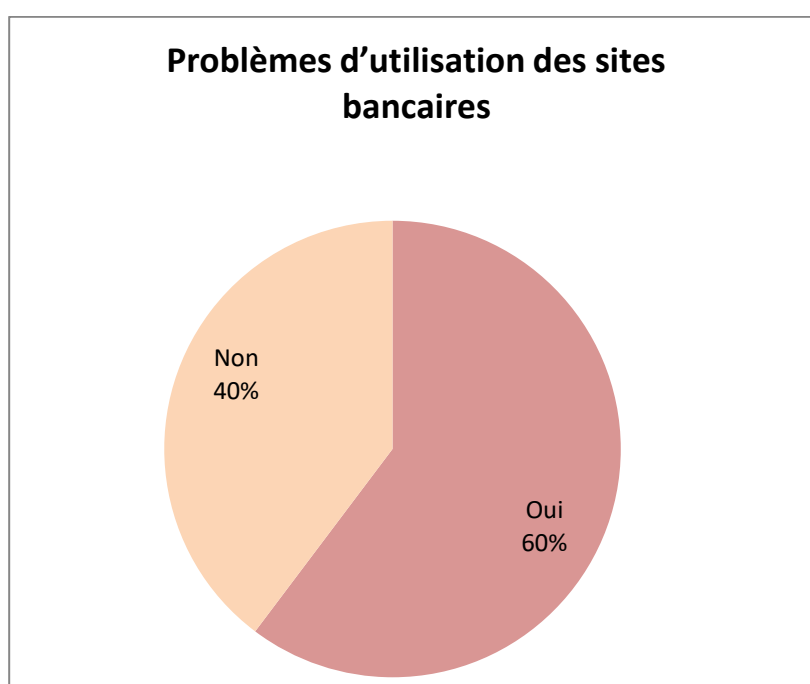
4-3-Problèmes d'utilisation des sites bancaires

Tableau N°16 : l'analyse de graphique n°19

Problèmes d'utilisation des sites bancaires	Nombre	Pourcentage
Oui	44	60.3 %
Non	29	39.7 %
Total	73	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°19 : Problème d'utilisation des sites bancaires



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition des problèmes d'utilisation des sites bancaires, une majorité 60% d'entre eux ont déjà rencontré des problèmes d'utilisation des sites bancaires”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

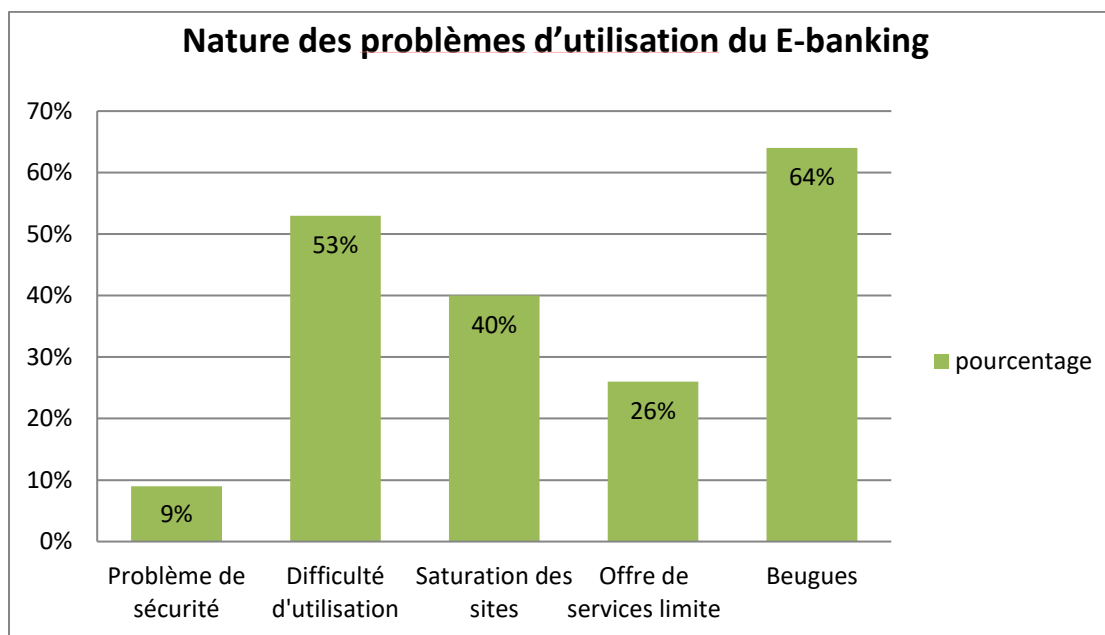
4-4-Nature des problèmes d'utilisation de l'E-Banking

Tableau N°17 : l'analyse de graphique n°20

Nature des problèmes d'utilisation de l'e-Banking	Nombre	Pourcentage
Problème de sécurité	5	9.4 %
Difficulté d'utilisation	28	52.8 %
Saturation des sites	21	39.6 %
Offre de services limite	14	26.4 %
Beugues	34	64.2 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°20 : Nature du problème d'utilisation de l'e-Banking



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de la nature des problèmes d'utilisation de l'E-Banking, une majorité des utilisateurs rencontrent des problèmes de beugues 64,2%, difficulté d'utilisation 52,8%, et minorité des utilisateurs rencontrent des problèmes de saturation des sites 39,6%, offre de services limite 26,4%, problème de sécurité 9,4%. ”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

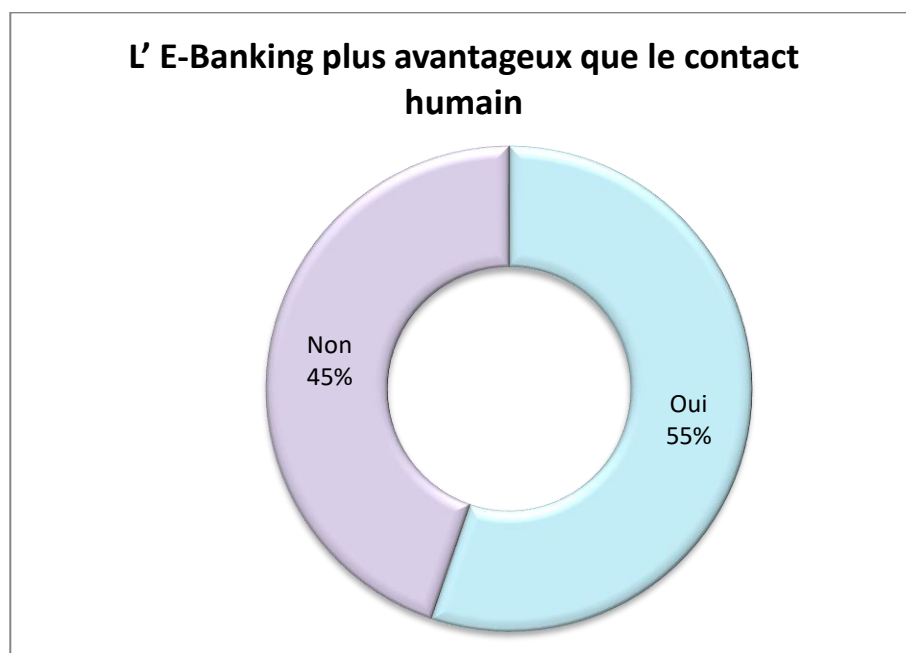
4-5-L'E-Banking est plus avantageux que le contact humain

Tableau N°18 : l'analyse de graphique n°21

L'E-Banking est plus avantageux que le contact humain	Nombre	Pourcentage
Oui	53	55.2 %
Non	43	44.8 %
Total	96	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie : « Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°21 : L'E-Banking est plus avantageux que le contact humain



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie : « Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de comparaison entre l'E-Banking et le contact humain montre une petite majorité 55,2% préfère l'E-Banking, et une minorité 44,8% préfère le contact humain. “

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

4-6-Analyse de la catégorie des avantages et inconvénient du E-Banking

Dans cette quatrième catégorie du questionnaire on déduit que parmi les avantages des services en ligne, le gain de temps (88.2%) est perçu comme le plus grand avantage, ce qui montre que les utilisateurs apprécient la rapidité de l'exécution des services E-Banking. Simplification des opérations (69.9%) et autonomie (35.5%) sont également des avantages majeurs, indiquant que les utilisateurs valorisent la capacité de gérer leurs finances sans intervention extérieure. La mobilité (34.4%) est appréciée, reflétant l'importance de l'accessibilité des services bancaires depuis n'importe où. Coût réduit (29%) est le moins cité, suggérant que la réduction des frais n'est pas le principal facteur d'attraction pour l'E-Banking.

S'agissant des inconvénients, nous pouvons noter le vol d'argent (66.7%), le risque de fraude (20.4%), l'insécurité (51.6%) et le piratage (53.8%) sont les plus grands inconvénients perçus, ce qui montre des préoccupations importantes concernant la sécurité des transactions en ligne, le manque d'assistance (28%) et les risques juridiques (28%) sont des préoccupations modérées, tandis que les risques liés à la réputation (9.7%) est le moins préoccupant pour les personnes enquêtées

À propos des problèmes d'utilisation des sites bancaires 60% des répondants ont rencontré des problèmes avec les sites bancaires ce qui représente une majorité.

Et en ce qui concerne la nature des problèmes d'utilisation du E-Banking, ils sont cités comme suit: le beugue (64.2%) et difficulté d'utilisation (52.8%) sont les problèmes les plus fréquemment rencontrés, soulignant la nécessité d'améliorer la fiabilité et l'ergonomie des sites E-Banking, suivie par saturation des sites (39.6%) et offre des services limité (26.4%) est également un problème notable, ce qui pourrait indiquer un besoin d'améliorer l'infrastructure pour gérer les pics de trafic, et le problème de sécurité (9.4%) c'est le moins fréquent mais reste un point à améliorer.

La majorité des répondants trouve l'E- Banking plus avantageux que les interactions en face-à-face avec (55,2%), mais une proportion significative (44.8%) préfèrent encore les contacts humains, ce qui indique une opportunité d'améliorer encore les services E-Banking pour satisfaire un plus large éventail de besoins et de préférences.

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

5-Catégorie V : diffusion de la culture financière pour atteindre l'inclusion financière

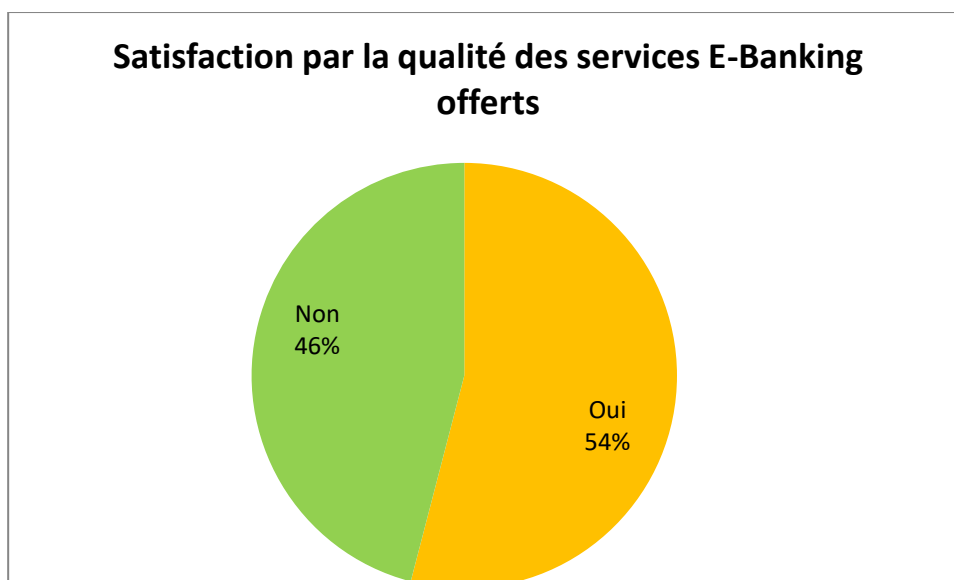
5-1-Satisfaction par la qualité des services e-Banking offerts

Tableau N°19 : l'analyse de graphique n°22

Satisfaction par la qualité des services e-Banking offerts	Nombre	Pourcentage
Oui	40	54.1 %
Non	34	45.9 %
Totale	74	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°22 : Satisfaction par la qualité des services E-Banking offerts



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de la satisfaction par la qualité des services e-Banking offerts, une petite majorité des répondants 54% sont satisfait, et une minorité 46% non sont pas satisfait”

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

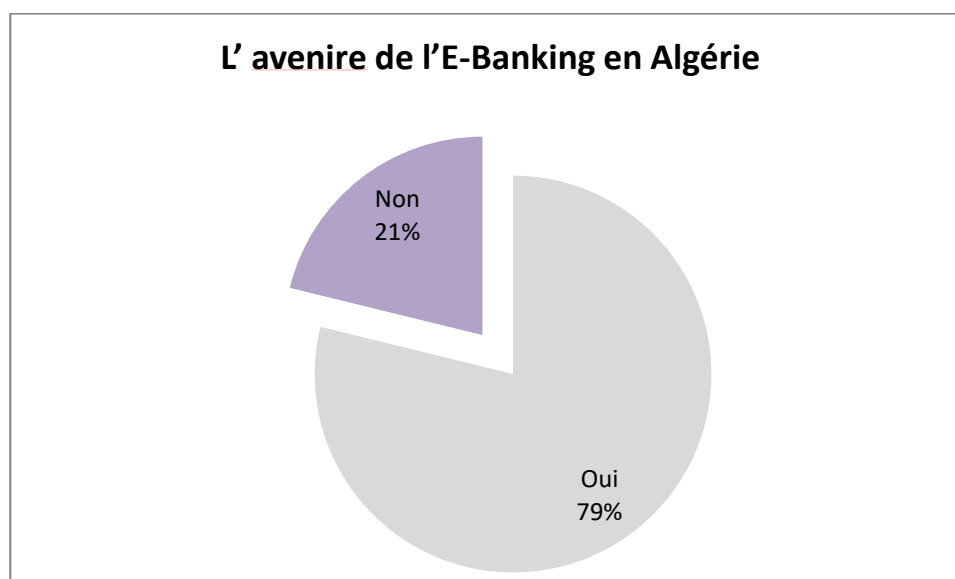
5-2-L'avenir de l'E-Banking en Algérie

Tableau N°20 : l'analyse de graphique n°23

L'avenir de l'E-Banking en Algérie	Nombre	Pourcentage
Oui	67	78.8 %
Non	18	21.2 %
Total	85	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°23 : L'avenir de l'E-Banking en Algérie



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie :
« Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

‘‘Cette répartition de l'avenir de l'E-Banking en Algérie, une grande majorité des répondants 79% voient un avenir pour l'E-Banking en Algérie, et une minorité des répondants 21% c'est le contraire. ‘’

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

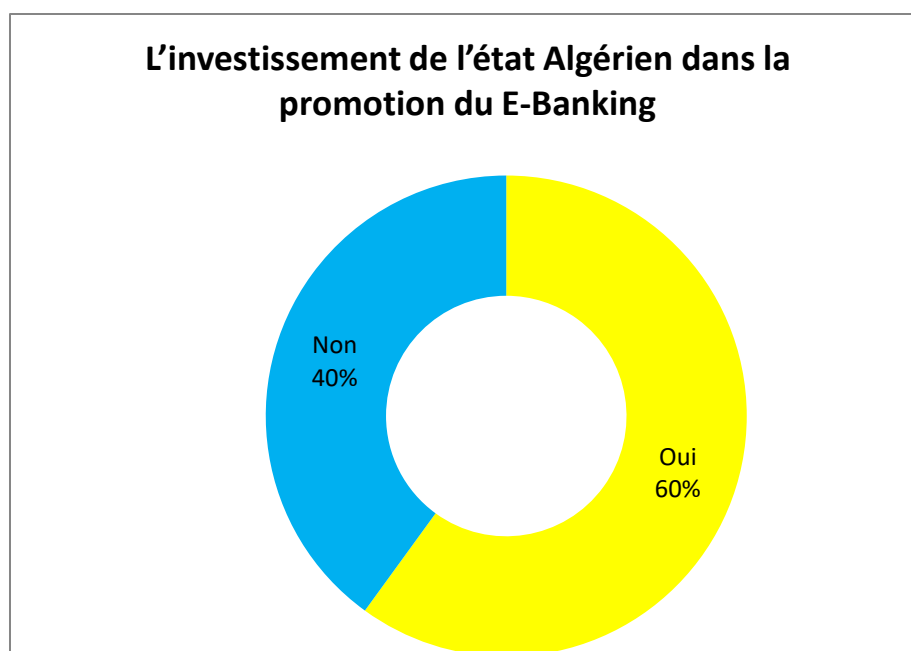
5-3-L'investissement de l'état Algérien dans la promotion du E-Banking

Tableau N°21 : l'analyse de graphique n°24

L'investissement de l'état algérien dans la promotion du E-Banking	Nombre	Pourcentage
Oui	51	60 %
Non	34	40 %
Total	85	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie : « Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°24 : L'investissement de l'état algérien dans la promotion du E-Banking



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie : « Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de l'investissement de l'état Algérien dans la promotion du E-Banking, une majorité des répondants 60% voient que l'état Algérien investie dans la promotion du E-Banking, et une minorité des répondants 40% non sont pas d'accord. “

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

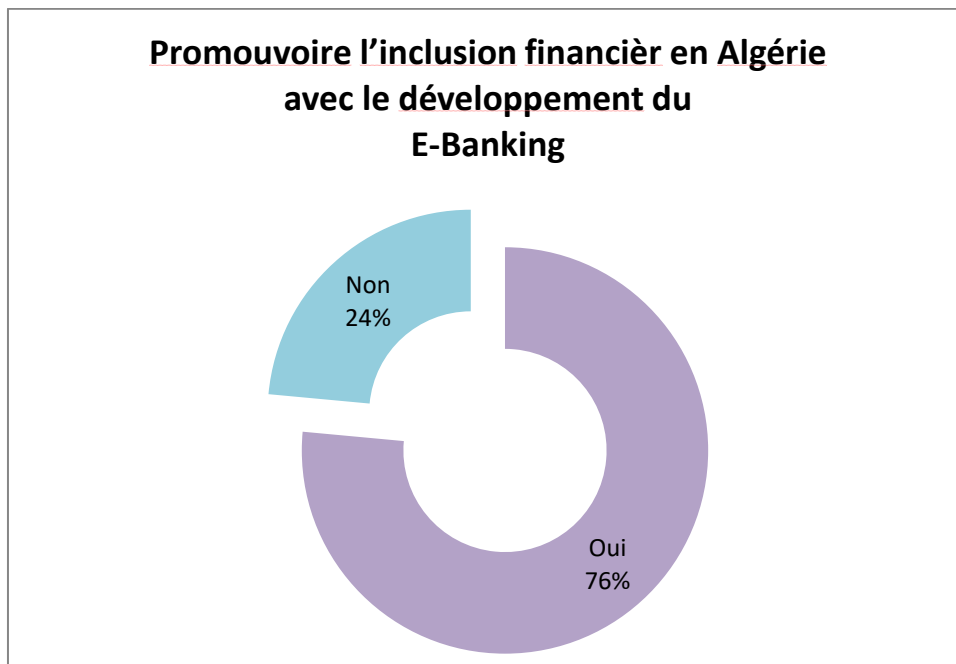
5-4-Promouvoir l'inclusion financière en Algérie avec le développement du e-Banking.

Tableau N°22 : l'analyse de graphique n°25

promouvoir l'inclusion financière en Algérie avec le développement du E-Banking.	Nombre	Pourcentage
Oui	65	76.5 %
Non	20	23,5 %
Total	85	100 %

Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie : « Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

Graphique N°25 : promouvoir l'inclusion financière en Algérie avec le développement du E-Banking.



Source : préparé par moi-même en se basant sur un questionnaire qui fait l'étude sur l'E-Banking en Algérie : « Cas de Willaya de TIZI OUZOU du 12/06/2024 jusqu'au 04/07/2024 »

“Cette répartition de la Promouvoir l'inclusion financière en Algérie avec le développement du e-Banking, une grande majorité des répondants 76% ils ont des aidées positives , et une minorité des répondants 24% leur aidées négatives. “

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

5-5-Analyse de la catégorie des diffusions de la culture financière pour atteindre l'inclusion financière

Dans cette cinquième catégorie de questionnaire en déduit que

La satisfaction des services E-Banking est partagée presque également parmi les répondants. Une légère majorité de (54,1%) est satisfaite, ce qui suggère que les services sont globalement bien reçus, mais il y a encore une proportion significative (45,9 %) de personnes insatisfaites. Cela pourrait indiquer des domaines d'amélioration potentiels dans la qualité ou la variété des services offerts par les banques.

Une grande majorité des répondants (78,8%) voient un avenir pour l'e-Banking en Algérie. Cela montre une forte confiance dans le potentiel de croissance et d'adoption des services bancaires en ligne. Le pourcentage élevé de réponses positives pourrait être dû à une reconnaissance des avantages pratiques et technologiques du E- Banking. Les (21,2%) restants pourraient refléter des préoccupations liées aux infrastructures, au saturation des sites, aux beugues, ou à la pénétration technologique dans certaines régions.

60% des répondants pensent que l'état algérien s'est investi dans la promotion du E- Banking, ce qui montre une perception positive des efforts gouvernementaux. Cependant, un pourcentage de 40% non négligeable de répondants ne le pensent pas, ce qui pourrait indiquer des lacunes dans les initiatives de communication, de formation ou d'infrastructure de la part du gouvernement. Cela souligne la nécessité d'une stratégie plus visible ou d'un renforcement des mesures de soutien pour le développement du E-Banking.

76,5% des répondants croient que le développement du E-Banking peut promouvoir l'inclusion financière en Algérie. Cette opinion majoritaire souligne que l'E- Banking est perçu comme un outil clé pour élargir l'accès aux services financiers, en particulier pour les populations non bancarisées ou sous-bancarisées. Les 23,5% de réponses négatives peuvent indiquer des doutes sur l'accessibilité technologique ou des questions de confiance et de sécurité parmi certains segments de la population.

Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire

Conclusion

Puisque la plupart des répondants sur le questionnaire sont des jeunes et plus de la moitié ont un niveau universitaire et leur catégorie social pour la majorité sont des fonctionnaires ou des chômeurs, ceci est considéré comme un indicateur positif pour notre société, ce qui facilite la possibilité d'intégrer les jeunes dans le monde de la banque électronique plus facilement et d'exploiter ce pouvoir de jeunesse dans son développement, car la plupart d'entre eux ont un niveau éducatif élevé. L'E-Banking facilite également la vie quotidienne des employés sans recourir aux agences bancaires, et aussi il a offert aux jeunes chômeurs la possibilité de les exploiter pour trouver un emploi et s'intégrer à l'inclusion financière.

Comme nous l'avons vu, la majorité des répondants sur le questionnaire considèrent que l'Algérie s'investit dans le développement du E-Banking et est favorable à cette idée et préconise que les banques numériques soient la cause de l'inclusion financière en Algérie.

La technologie financière est l'un des principaux sujets qui ont suscité un grand intérêt en raison de ses technologies et de ses innovations, où son utilisation est devenue nécessaire pour les besoins du secteur bancaire, la banque elle-même s'est retrouvée dans une forte concurrence qui l'oblige à imposer son existence, en augmentant les équipements technologiques avancés et en facilitant la prestation des services, en élargissant la portée du service en distribuant des guichets automatiques dans les régions éloignées, et en accroissant les sites Web pour élargir la gamme des services électroniques, ce qui augmente le niveau des services financiers, et réduit les coûts, l'effort et le temps. La technologie financière est un outil efficace dans les banques où elle a augmenté les niveaux de services financiers et opérationnels afin de renforcer l'inclusion financière dans le monde entier. Elle fournit des solutions adaptées aux besoins financiers des clients, des familles et des petites entreprises et contribue à réduire le frein d'accès aux services financiers et à la façon dont la banque peut suivre tous les développements et les variables et améliorer l'expérience client.

À travers notre modeste travail de recherche nous avons déduit que :

- la première hypothèse: "Il existe une relation positive entre l'E-Banking et inclusion financière dans la mesure où l'E-Banking contribue à son renforcement." Du point de vue des membres de l'échantillon de l'étude, L'hypothèse s'est avérée correcte. Il existe une relation positive entre eux ;
- la deuxième hypothèse: "Les services du E-Banking sont plus favorables que les services des agences bancaires." Du point de vue des membres de l'échantillon de l'étude, l'hypothèse s'est avérée correcte. Les clients favorise les services E-Banking ;
- la troisième hypothèse: "Le marketing des banques pour l'E-Banking à un rôle à jouer en permettant à l'E-Banking de jouer un rôle efficace dans le secteur bancaire." Du point de vue des membres de l'échantillon de l'étude, l'hypothèse s'est avérée correcte. L'E-Banking lui-même fait du marketing aux banques et réduit les coûts, l'effort et le temps.

En fin, la promotion de l'inclusion financière en Algérie est étroitement liée à l'essor du E-Banking mais aussi au développement de tout un éco-système financière. Il s'agit entre autre de nouveaux services bancaire adaptés aux exigences du développement technologique actuel. À la viabilité des réseaux internet à la promotion de la téléphonie Mobile en plus des capacités humaines (population jeune) et le niveau d'instruction (universitaire), catégorie socio-professionnelle (fonctionnaires) qui sont les caractéristique de base et qui représente la population algérienne.

Ouvrages :

- Banque de Luxembourg, DATA PRIVACY POLICY, Décembre 2023, P 5.
- Global Partnership for Financial Inclusion – G20 Principles For Innovative Financial Inclusion – 2010 – p 2, 3, 4, 5.
- Marc-Eric BOBILLIER-CHAUMON, Michel DUBOIS, Didier RETOUR. E-BANKING : NOUVEAUX SERVICES, NOUVEAUX USAGES, NOUVELLES COMPETENCES. XXXVIII^{ème} Congrès de la SELF. * Laboratoire ICTT -Ecole Centrale de Lyon. * UPMF, Labo de Psychologie Sociale, CEIEPTO, Grenoble * UPMF, Ecole Supérieure des Affaires, Grenoble. P.210

Thèse et mémoire

- GAOUA. N et CHAMI. M« L'e-Banking et son rôle dans l'inclusion financière de la population Algérienne) » Mémoire de Master, Economie Monétaire Et Bancaire, Université UMMTO, 2022/2023, P 4.
- NEBBALI. M et SELLAIMI. F << E-Banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population CAS de l'Agence CNEP de DRAA BEN KHEDA>> Mémoire de Master, Finance et Banque, Université UMMTO, 2021/2022, P 61.
- SAM. Housin <<Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives>> THESE DE DOCTORAT, Sciences Economiques, Université UMMTO, P 36.

Reuves et articles

Français

- CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P. 175
- CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P. 175, 176.
- CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P.178, 179.
- CHAREF Leila ; L'E-Banking en Algérie ; Revue AL-MOASHEER Journal of Economic Studies ; Ed 01, N 03, 2017 ; P. 176- 177- 178.

GACI Zohra, Le mémoire de fin de cursus et les étapes de la démarche scientifique en sciences humaines, 12^{ème} Anne (juin2017), N 22, Université Akli Mouhend Oulhadj – Bouira (Algérie), P 52. (ASJP). •

- GACI Zohra, Le mémoire de fin de cursus et les étapes de la démarche scientifique en sciences humaines, 12^{ème} Anne (juin2017), N 22, Université Akli Mouhend Oulhadj – Bouira (Algérie), P 50, 51. (ASJP).

Arabe

- أ.دغوش العطرة, استخدام الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثره على العمل البنكي دراسة حالة البنوك الجزائرية , أبحاث اقتصادية وإدارية العدد 18, ديسمبر 2015, جامعة الجزائر 3- الجزائر, ص: 269
- أحمد محمود محمد النقيرة، أحمد محمد عبد الحي نور الدين دور الشمول المالي في تعزيز مستوى ثقة العملاء في الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على العملاء بمنطقة وسط الدلتا، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، الصادرة في 2019 ، كلية جامعة عين الشمس، مصر، ص 434
- أحمد محمود محمد النقيرة، أحمد محمد عبد الحي نور الدين دور الشمول المالي في تعزيز مستوى ثقة العملاء في الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على العملاء بمنطقة وسط الدلتا، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، الصادرة في 2019 ، كلية جامعة عين الشمس، مصر، ص 433
- أسامة فراح، رحمة عبد العزيز الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك (مجلة طينه للدراسات العلمية الأكاديمية، العدد 02 ، المجلد 04جامعة الشلف الجزائر 2021 .) ص: 649
- أسامة فراح، رحمة عبد العزيز الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك, مجلة طينه للدراسات العلمية الأكاديمية، العدد 02 ، المجلد 04جامعة الشلف الجزائر 2021 . ص: 648
- جواني صونيا، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي (مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، العدد 02، المجلد 04, 2021) ص : 278- 279
- حماده السعيد المعصراوي، مؤشر للإفصاح عن معلومات الشمول المالي لتعزيز شفافية التقارير المالية في البنوك، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، العدد 89 أكتوبر 2019، ص 39
- خالد عيد عبد المنعم عبد الفتاح - هاني محمد السيد على , أثر المخاطر القانونية على البنوك الإلكترونية "دراسة حالة مصر", مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية - كلية الحقوق - جامعة دمياط, العدد السادس, يوليو-2022, ص: 71, 72.
- خالد عيد عبد المنعم عبد الفتاح - هاني محمد السيد على , أثر المخاطر القانونية على البنوك الإلكترونية "دراسة حالة مصر", مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية - كلية الحقوق - جامعة دمياط, العدد السادس, يوليو-2022, ص: 83-84.
- خالد عيد عبد المنعم عبد الفتاح ، هاني محمد السيد على , أثر المخاطر القانونية على البنوك الإلكترونية "دراسة حالة مصر", مجلة حقوق دمياط للدراسات القانونية والاقتصادية - كلية الحقوق , العدد السادس , يوليو2022 , جامعة دمياط, ص : 69- 70 .
- د. بللعا أسماء- د. سيد امير زهرة , الخدمات المصرفية الرقمية ودورها في تعزيز الشمول المالي بمنطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا, مجلة التكامل الاقتصادي, المجلد: 11 - العدد : 02 / 02 مارس (2023), جامعة أحمد درابعة - أدرار (الجزائر), ص: 68- 69- 70.
- د. حنان علاء الدين عبد الصادق جعفر, آلية لتعزيز الشمول المالي في مصر في ظل التحديات , المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة, 2020, ص . 510-511-512-513-514.
- د. مداح عرابي الحاج- أ. برك نعيمة, أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي الواقع والأفاق, مجلة الاقتصاد الجديد / العدد: 02 - جانفي 2010, ص: 63- 64.
- د. مداح عرابي الحاج- الأستاذة برك نعيمة, أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي الواقع والأفاق, مجلة الاقتصاد الجديد / العدد: 02 - جانفي 2010, جامعة الشلف, ص: 61.
- د. هشام مصطفى محمد سالم الجمل, الشمول المالي و تحقيق أهداف التنمية المستدامة مع الإشارة لحالة الشمول المالي في مصر , العدد السابع والثلاثون- الجزء الثالث, كلية الشريعة والقانون بطنطا - جامعة الأزهر لسنة 2022م, ص. 480-481
- السبتي وسيلة, قسوري إنصاف, أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية : دراسة حالة بنوك الجزائر, مجلة العلوم الإنسانية, العدد 46, مارس 2017, جامعة محمد خيضر بسكرة, ص : 643
- صورية شنبي, سعيد بن لخضر. أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية (تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية),مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة, المجلد 04, العدد 01 , جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر, 2019 , ص : 109-110-111.
- صورية شنبي, سعيد بن لخضر. أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية , تعزيز الشمول المالي في جمهورية مصر العربية),مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة, المجلد 04, العدد 01 , جامعة محمد بوضياف المسيلة الجزائر, 2019 , ص 111-112-113.

Bibliographie

- عبد الله موساوي- عبد الغني حدادي, دور البنوك الالكترونية في تعزيز الشمول المالي, مجلة التكامل الاقتصادي, المجلد: 11 - العدد : 01, مارس (2023), ص : 109, 110, 111, 112, 113.
- فاتح مبرود, تعزيز الشمول المالي الرقمي كآلية لضمان تمويل مستدام في الدول العربية في ظل جائحة كوفيد – 19, مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي, المجلد الثالث, العدد الأول, السنة: 2022, جامعة غرداية (الجزائر), ص: 87.
- قمازي نجوم, عميرش ايمان, مساهمة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي الرقمي - دراسة تجربة دولة كينيا, مجلة أبعاد اقتصادية, المجلد 13, العدد 01, السنة 2023, جامعة فرحات عباس سطيف 1, الجزائر, ص: 124.
- مصطفى محمد أمين عطية هارون, الشمول المالي ومؤشرات قياسه العالمية والمحلية, مجلة الاقتصاد و التنمية, المجلد 08, العدد 01, جامعة يحيى فارس بالمدينة, 06/ 2020, ص 49
- مفتاح غزال, مراد بركات, الثقافة المالية كآلية اساسية لتعزيز الشمول المالي في الدول العربية, مجلة أبحاث اقتصاد المعاصر, العدد 03, المركز الجامعي نور البشير. الجزائر 2020, ص 47

Sites internet

- <https://www.banquemonde.org/fr/topic/financialinclusion/overview>
- <https://www.banque-france.fr/fr/a-votre-service/intervenants-sociaux/linclusion-financiere-et-observatoire-de-linclusion-bancaire-oib>
- <tps://www.ada-microfinance.org/a-propos-de-ada/definition-de-linclusion-financiere>
- <https://fastercapital.com/fr/startup-sujet/Comprendre-l-inclusion-financiere-et-son-importance.html>
- <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/banque-a-distance/e-banking>
- <https://www.ncsc.admin.ch/ncsc/fr/home/infos-fuer/infos-private/aktuelle-themen/sicheres-e-banking.html>
- <https://www.scribbr.fr/methodologie/questionnaire>
- <https://www.fao.org/4/X2465F/x2465f08.htm#bm08.3.2>
- <https://www.leblogdudirigeant.com/questionnaire-en-ligne-analyser-les-resultats>
- رائد الأعمال العربي: التحول الرقمي دليل شامل للتعرف على التحول الرقمي للعالم 2024، متاح على الموقع : <https://arentrepreneur.com/%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%A%D9%8A%D8%A7%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A>

Questionnaire

Catégorie I : Identification du client

1. quel est votre genre?

Homme femme

2. A quelle tranche d'âge appartenez-vous ?

18 – 30 ans 31 – 40 ans

41 – 50 ans Plus de 50

3. Quelle est votre situation matrimoniale?

Célibataire Marie

Divorcé Veuf

4. Quelle est votre catégorie sociale?

Chômeur Etudiant

Fonctionnaire Commerçant

Retraité Free lanceur

Influencer

5. Quelle est votre niveau d'étude ?

Universitaire fondamental, secondaire

Formation professionnelle Non scolarisé

Catégorie II : tendance des clients

6. Auprès de qu'elle banque, avez-vous un compte ?

Publiques

Privée

7. Avez-vous déjà entendu parler de l'E-Banking?

Qui

Non

8. Si oui, par quel moyen avez-vous découvert ce service de E-Banking?

- Par les médias
- Par une Banque
- Par une recommandation d'une connaissance
- Par le billet des réseaux sociaux
- Grâce à des publicités

9. Utilisez-vous les services du E-Banking?

- Oui
- Non

10. Depuis quand vous utilisez le E-Banking?

- 0-1 ans
- 1-5ans
- Plus de 5 ans

Catégorie III : utilisation des services du E-Banking

11. Quels sont les services E-Banking que vous utilisez le plus?

- Banques mobiles
- Banques Téléphonique
- Distributeurs automatiques de billets
- Paiement en ligne
- Autres

12. Pour quels types d'opérations utilisez-vous l'E-Banking?

- Consultation de solde
- Paiements des factures
- Virements
- Retraits
- Demandes de chèquiers
- Autres

13. Quelles opérations effectuez-vous en agence bancaire plutôt qu'en ligne?

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| Dépôts | <input type="checkbox"/> |
| Retraits | <input type="checkbox"/> |
| Virements | <input type="checkbox"/> |
| Consultation de solde | <input type="checkbox"/> |
| Demande de chèquiers | <input type="checkbox"/> |
| Demande de relevés de compte | <input type="checkbox"/> |
| Demande de renseignements | <input type="checkbox"/> |
| Renouvellement de dossier | <input type="checkbox"/> |

Catégorie IV : avantage et inconvénient du E-Banking

14. A votre avis, quels sont les avantages des services en ligne?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| Mobilité | <input type="checkbox"/> |
| Gain de temps | <input type="checkbox"/> |
| Simplification des opérations | <input type="checkbox"/> |
| Autonomie | <input type="checkbox"/> |
| Cout réduit | <input type="checkbox"/> |

15. Selon vous, Quels sont les inconvénients des services E-Banking?

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| Risques juridiques | <input type="checkbox"/> |
| Risques liés à la réputation | <input type="checkbox"/> |
| Risque de l'insécurité | <input type="checkbox"/> |
| Manque d'assistance | <input type="checkbox"/> |
| Fraude | <input type="checkbox"/> |
| Piratage | <input type="checkbox"/> |
| Vol d'argent | <input type="checkbox"/> |

16. Avez-vous rencontré un problème d'utilisation des sites bancaires ?

Oui

Non

17. Si oui, précisez la nature du problème?

Problème de sécurité

Difficulté d'utilisation

Saturation des sites

Offre de services limite

Beugues

18. Pensez-vous que l'E-Banking est plus avantageux que les contacts humains ?

Oui

Non

Catégorie V : diffusion de la culture financière pour atteindre l'inclusion financière

19. Etes-vous satisfaits par la qualité des services E-Banking offerts ?

Oui

Non

20. Pensez-vous que l'E-Banking à un avenir en Algérie ?

Oui

Non

21. Pensez vous que l'état algérien c'est investi dans la promotion du E-Banking?

Oui

Non

22. A votre avis est ce que le développement du E-Banking peut ce promouvoir l'inclusion financière en Algérie ?

Oui

Non

Remerciements.....	I
Dédicaces	II
Sommaire.....	III
Liste des abréviations.....	IV
Liste des figure, graphes, et tableaux.....	V
Introduction générale.....	8
Chapitre 1 : présentation de l'inclusion financier	11
Introduction.....	11
Section 1 : généralité sur l'inclusion financière	12
1- L'émergence et le développement de l'inclusion financière	12
2- Les définitions de l'inclusion financier selon :.....	13
2-1-La Banque de France	13
2-2- Appui de développement autonome (ada).....	13
2-3- La banque mondiale.....	14
3- L'importance et l'objectif et les caractéristiques de l'inclusion financière	14
3-1- L'importance de l'inclusion financière.....	14
3-2- L'objectif de l'inclusion financier	14
3-2-1- Stabilité financière à travers :	15
3-2-2- Intégrité et sécurité à travers :.....	15
3-2-3- Protection financière des clients à travers :	15
3-3-les caractéristiques de l'inclusion financier.....	15
4- Les dimensions et indicateurs de l'inclusion financière	16
4-1- L'accès aux services financiers :	16
4-2- Utilisation des services financiers :	17
4-3- La qualité des services financiers :	17
Section 2 : les avantages et les défis de l'inclusion financière.....	19
1- Les principe de l'inclusion financier	19
1-1-Leadership	19
1-2- Diversité	20
1-3-Innovation.....	21
1-4-Protection.....	21
1-5-Autonomisation	21
1-6-Coopération	22
1-7-Connaissance	22
1-8-Proportionnalité	23
1-9-Cadre.....	23
2- Les défis de l'inclusion financière	24
3- Les avenage de l'inclusion financier	25
Section 3 : les exigences pour améliorer l'inclusion financière	27
1- les fondements de l'inclusion financière :	27
1-1- Le renforcement de l'infrastructure financière :	27
1-2- La protection financière des consommateurs:	27
1-3- Le développement de produits et services financiers répondant aux besoins de toutes les catégories de la société :	27

1-4- L'éducation financière et la sensibilisation financière :	27
2- Les Politiques de renforcement de l'inclusion financière.....	29
2-1- Agent bancaire :.....	29
2-2- Paiements mobiles:	29
2-3- Diversifier les prestataires de services :	30
2-4- Réforme des banques publiques :	30
2-5- Protection du consommateur :	30
2-6- Politique d'identité financière :	31
3- les exigences du renforcement de l'inclusion financière :	31
3-1- L'étude de l'environnement juridique et réglementaire dans l'État:.....	32
3-2- Détermination de la partie principalement responsable de la mise en œuvre de la stratégie : 32	
3-3- Identifier les parties impliquées dans la conception de la stratégie :.....	32
3-4- Effectuer une évaluation initiale de l'inclusion financière:	32
3-5- Expliquer les défis auxquels la stratégie est confrontée et les façons de les relever :.....	32
3-6- Définir le calendrier du processus de mise en œuvre de la stratégie :	32
3-7- Évaluer les résultats escomptés et souhaités de la stratégie en suivant les indicateurs connus, y compris :.....	33
3-8- Obtenir une formation financière :	33
3-9- En plus de certaines actions de soutien telles que:	33
3-10- Il a profité d'expériences internationales telles que l'expérience d'un pays d'Afrique du Sud où il a mené une série d'actions découlant de son renforcement de l'inclusion financière, comme:	33
Conclusion	35
Chapitre 2 : l'adaptation d'E-Banking et son rôle avec l'inclusion financier	36
Introduction.....	36
Section 1 : le cadre théorique sur l'E-Banking	37
1- Les définitions de l'E-Banking.....	37
1-1 Crédit populaire d'Algérie (CPA)	37
1-2 l'Association Française des Banques (AFB).....	38
2- L'évolution d'E-Banking.....	38
2-1- L'évolution d'E-Banking dans le monde.....	38
2-2-L'évolution du l'E-Banking en Algérie.....	39
3- Types du l'E-Banking.....	40
3-1- Informationnel	40
3-2- Communicative.....	40
3-3- Transactionnel	40
4- Les Formes du l'E-banking	41
4-1- L'automate de banque (Automated Teller Machine- ATM-)	41
4-2- Le Telephone Banking: (T-Banking, la banque par téléphone)	41
4-3- Le Home Banking, Banque à Domicile :	42
4-4- L'Internet banking (Online banking, banque en ligne).....	42
4-5- Le Mobile Banking (M-Banking).....	42
4-6- La Banque virtuelle, La banque Internet (Virtual Bank).....	43
5) L'impotence d'E-Banking	43

6- Les stratégie les plus efficace que les banque en Algérie peuvent adopter pour surmonter les défis lies à la sécurité et à la confiance des utilisateurs dans les services du l'e-banking	44
Section 2 : avantages et inconvénients	45
1- Les principes fondamentaux de la transformation numérique.....	45
1-1- Expérience :	45
1-2- Les gens :.....	46
1-3- Le changement :.....	46
1-4- La collaboration :.....	46
1-5- Diriger :.....	46
1-6- Civilisation :	46
2- Stratégie de transformation numérique.....	47
2-1- Obtenez un soutien avant de pouvoir commencer à construire :.....	47
2-2- Assurer le financement :	48
2-3- Évaluer votre état actuel :	48
2-4- Définissez vos objectifs et les résultats escomptés :.....	48
2-5- Effectuer une analyse des écarts	48
2-6- Créer une feuille de route pour la transformation numérique:	48
3- Les exigences des banques électroniques	49
3-1- Infrastructure technique :.....	49
3-2- Développement et continuité :.....	50
3-3- La compétence juridique conforme à l'ère technologique :	50
3-4- Contrôle :	50
4- Les avantages de la banque électronique:.....	51
5- Inconvénients des banques électroniques	52
5-1- Problèmes auxquels sont confrontées les banques électroniques	53
5-2- Problèmes liés aux clients:	53
Section 3 : rôle du l'E-Banking dans l'inclusion financier	53
1- Définir l'inclusion financière numérique.....	53
1-1-Le Groupe consultatif pour l'aide aux pauvres	53
1-2-L'Alliance mondiale pour l'inclusion financière numérique	54
2- Principes de l'inclusion financière numérique	54
2-1-Assurer une structure de support numérique flexible et responsable	54
2-2-Promouvoir l'élaboration de politiques responsables et inclusives.....	55
2-3-Promouvoir la croissance globale grâce à un cadre réglementaire possible pour les services financiers numériques	55
2-4-Améliorer les connaissances numériques et financières, renforcer les capacités, soutenir les acteurs et protéger les données contre les risques potentiels	55
3- L'importance des services d'E-Banking dans le renforcer l'inclusion financière.....	56
3-1- Les services bancaires numériques contribuent à l'inclusion financière des jeunes	56
3-2- La finance numérique est un élément clé pour renforcer l'inclusion financière.....	57
3-3- L'expansion des paiements numériques favorise l'inclusion financière numérique	57
3-4- La place des transferts numériques via téléphone mobile dans la promotion de l'inclusion financière.....	58
4- Le rôle d'E-Banking dans le renforcement de l'inclusion financière (BNA)	59
4-1-posséder des comptes bancaires	59

4-2-Evolution du nombre de comptes bancaires de la Banque nationale algérienne.....	59
4-3-Services d'E-Banking de la Banque Nationale d'Algérie.....	60
4-3-1- Il fournit une gamme de services financiers via BNA.NET.....	60
4-3-2- Lancement de l'activité de la Société islamique d'expansion.....	60
4-3-3- La commercialisation des produits et services suivants :.....	61
Conclusion.....	62
Chapitre 3 : étude de cas de l'E-Banking dans la wilaya de TIZI OUZOU à l'aide d'un questionnaire adressé aux étudiants.....	63
Introduction.....	63
Section 1 : présentation de questionnaire.....	64
1- Définition et type de notre enquête.....	64
2- Le choix de l'échantillon.....	64
3- La méthode suivie pour distribuer et collecter les informations de notre questionnaire.....	65
Section 2 : présentation et analyse des données obtenues par le questionnaire.....	66
1-Catégorie I : Identification du client.....	66
1-1- Répartition par genre.....	66
1-2- Répartition par tranche d'âge :.....	67
1-3- Situation matrimoniale :.....	68
1-4-Catégorie sociale :.....	69
1-5- Niveau d'étude :.....	70
1-6-Analyse de la catégorie d'identification du client.....	71
2-Catégorie II : tendance des clients.....	72
2-1- Type de banque auquel ils ont un compte.....	72
2-2- Répartition selon les personnes qui ont entendu parler de l'E-Banking.....	73
2-3- Le moyen découvert du E-Banking.....	74
2-4- Utilisez-vous les services du E-Banking?.....	75
2-5- Evolution d'utilisation du E-Banking.....	76
2-6-Analyse de la catégorie de la tendance des clients.....	77
3-Catégorie III : utilisation des services du E-Banking.....	78
3-1- Les services e-Banking les plus utilisés.....	78
3-2- Types d'opérations qu'ils utilisent par l'E-Banking.....	79
3-3- Type d'opérations effectuées en agence bancaire plutôt qu'en ligne.....	80
3-4-Analyse de la catégorie d'utilisation des services du E-Banking.....	81
4-Catégorie IV : avantages et inconvénients du E-banking.....	82
4-1- Les avantages des services en ligne.....	82
4-2- Les inconvénients des services E-Banking.....	83
4-3- Problème d'utilisation des sites bancaires.....	84

Table des matières

4-4- Nature du problème d'utilisation de l'E-Banking.....	85
4-5- L'E-Banking est plus avantageux que le contact humain.....	86
4-6-Analyse de la catégorie des avantages et inconvénient du E-Banking.....	87
5-Catégorie V : diffusion de la culture financière pour atteindre l'inclusion financière.....	88
5-1- Satisfaction par la qualité des services E-Banking offerts.....	88
5-2- L'avenir de l'E-Banking en Algérie.....	89
5-3- L'investissement de l'état algérien dans la promotion du E-Banking.....	90
5-4- promouvoir l'inclusion financière en Algérie avec le développement du E-Banking.....	91
5-5-Analyse de la catégorie des diffusions de la culture financière pour atteindre l'inclusion financière.....	92
Conclusion.....	93
Conclusion générale	94
Bibliographies.....	95
Annexes.....	98

Résumé

On considère que la numérisation est l'une des innovations les plus prometteuses qui a résolu les problèmes d'inégalité entre les classes sociales et d'inaccessibilité des services financiers. De cette façon, l'Algérie a saisi cette occasion pour intégrer la technologie financière comme un élément technique pour améliorer l'inclusion financière et toucher tous les segments de la population. L'objectif de cette étude est de mettre en évidence comment la numérisation des banques favorise l'inclusion financière en Algérie. L'étude révèle que l'Algérie a réalisé des avancées significatives dans la modernisation du secteur bancaire, ce qui a amélioré ses échanges avec tous les acteurs de la société. On le voit bien dans l'évolution des indicateurs d'inclusion financière, qui sont en phase avec la numérisation des banques.

Mots clés : E-Banking, inclusion financière, éducation financière, opportunité et contrainte, TIZI OUZOU.

Abstract

Digitalization is considered to be one of the most promising innovations that has solved the problems of inequality between social classes and inaccessibility of financial services. In this way, Algeria took this opportunity to integrate financial technology as a technical element to improve financial inclusion and reach all segments of the population.

The objective of this study is to highlight how the digitalization of banks promotes financial inclusion in Algeria. The study reveals that Algeria has made significant progress in the modernization of the banking sector, which has improved its exchanges with all actors in society. We can clearly see this in the evolution of financial inclusion indicators, which are in line with the digitalization of banks.

Keywords: E-Banking, financial inclusion, financial education, opportunity and constraint, TIZI OUZOU.