

Université MOULOUD MAMMERI Tizi-Ouzou
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques



Mémoire

Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Economiques
Option : Banques et Marchés Financiers

Thème

L'impact des NTIC sur l'activité des banques : Cas de la BNA de Tizi-Ouzou

Présenté par

- **MEZIOUDENE Yamina**
- **YAHOU Nawal**

Dirigé par : Mr ABIDI.M

Composition de jury :

Président : Mr ACHIR. M

Examineur : Mr KARA.R

Année Universitaire 2017/2018

Remerciements

Nous remercions dieu, le tout puissant pour nous avoir prêté vie, aide, patience tout le long de ce cycle universitaire et pour nous avoir donné le courage et la patience pour réaliser ce travail. En ce moment précis, toutes nos pensées vont vers nos honorables parents en reconnaissance pour leurs sacrifices et dévouements ainsi que pour leur soutien constant moral et matériel aussi, pour nous avoir soutenu et guider vers la réussite/

Que ces quelques lignes soient l'expression de notre profonde reconnaissance à tous ceux qui nous ont aidés de près ou de loin dans notre travail et plus essentiellement :

Nous tenons tout d'abord à remercier notre encadreur monsieur **ABIDI MOHAMED** pour son aide, ses conseils, son encouragement et sa disponibilité dans ce projet.

Nous tenons également à exprimer notre gratitude et nos remerciements, pour les différents responsables de l'agence BNA et leurs personnels pour leur accueil et surtout **Monsieur SMAIL.B** pour ses conseils et sa disponibilité permanente.

Nos profonds remerciements pour les membres de jury qui ont accepté d'évaluer ce travail.

Dédicaces

Je dédie ce travail :

A mes chers parents, pour leur patience, leur soutien et leurs encouragements.

A mes sœurs adorées : Kamilia et Nawal ; et les petits anges iyad et rayan

A mon cher frère : Fatah

A mes deux grands-mère

A mes meilleures amies, pour l'amitié qui nous a toujours unis : Celia. Akila, Iman, Fella. Naouara, Saida, nawal, chafia, wardia.

A tous ceux qui, de loin ou de près, ont contribué à la réalisation de ce travail

yamina

Dédicaces

Je dédie ce travail :

A mes chers parents, pour leur patience, leur soutien et leurs encouragements.

A mes sœurs adorées : Ghania, Lila, Ouahiba, zahia, karima, lehna.

A mes chers frères : Djamel, Brahim, Sofiane, Nourdine, Nacer, Menad, Lyes.

A mes meilleures amies, pour l'amitié qui nous a toujours unis : Souhila, Sabrina, Saida, Nouara, Mina

A tous ceux qui, de loin ou de près, ont contribué à la réalisation de ce travail

NAWAL

Liste des abréviations

ARTS : Algeria Real Tim Settlements

ATCI : Algérie Télé-Compensation Interbancaire

ABC : Arab Banking Corporation

ARPT: Autorité de Régulation de la Poste et de Télécommunication

ASA: Association des Scientifiques Algériens

AGB: Algeria Golf Bank

BADR : Banque d'Agriculture et de Développement Rural

BDL : Banque de développement local

BNA : Banque National d'Algérie

BEA: Banque Extérieur d'Algérie

CERIST: Centre de Recherche et d'Information Scientifique

CIB: Carte Interbancaire

CCP: Centre de Chèques Postaux

CPA: Crédit Populaire Algérien

CNEP: Caisse National d'Epargne Publique

CNMA: Caisse Nationale de Mutualité Agricole

DAB: Distributeurs Automatique de Billets

EDI: Echange de Données Informatisé

EMV: Europay MasterCard Visa

GAB: Guichets Automatique de Billets

GSM: Global System for Mobile

NTIC : Nouvelle Technologie de l'Information et de communication

NIP: Numéro d'Identification personnel

OCDE: Organisation de Coopération et de Développement Economiques

PIB: Produit Intérieur Brut

PME: Petites et Moyens Entreprise

PMI : Petites et Moyens Industrie

PIN: Personal Identification Number

PC: Personal Computer (ordinateur personnel)

RIB: Relevé d'Identité Bancaire

RSS: Really Simple Syndication (syndication vraiment simple)

RMI: Réseaux Monétique Interbancaire

SPA: Société Par Action

SATIM: Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et Monétique

SMS: Short Message Service

SGA : Société Générale Algérie

SRH : Société de Refinancement Hypothécaire

TIC : Technologie de l'Information et de Communication

TPV: Terminal Point de Vente

TPE: Terminal de Paiement Electronique

TIP: Titre Interbancaire de paiement

USB: Universal Serial Bus (bus série universal)

UBM : Union des Banques Maghribines

WWW: World Wide Web

Depuis la deuxième moitié du 20^{ème} siècle, le monde a connu une accélération de l'intégration des nouveautés technologiques en matière d'information et de communication dans le secteur bancaire. Les TIC atteignent un nombre supérieur d'utilisateurs en un laps de temps court. La multiplication des sources d'information et des moyens modernes de communication est la cause d'un flux considérable d'informations amené aux clients et aux prospects qui se trouvent devant une multitude de choix bien que les technologies d'information et de communication (TIC) d'aujourd'hui se situent dans la continuité de générations technologiques antérieures.

L'évolution de leurs performances facilite des transformations qui dépassent largement le cadre sectoriel des industries de l'information et de la communication et affectent l'ensemble de l'économie. Liées à l'introduction et à la diffusion des TIC, ces transformations modifient de façon si profonde le fonctionnement de l'économie que certains y voient la naissance d'un nouveau paradigme économique que l'on appelle, tout comme le secteur qui le porte, « nouvelle économie ».

La nouvelle économie encore nommée e-économie ou net-économie ou économie virtuelle, est devenue un thème d'actualité. C'est une économie émergente, qui a connu une véritable révolution informationnelle « nous sommes passés de l'ère industrielle à l'ère de l'information à l'économie de la connaissance...plus précisément, nous sommes passés du matériel à l'immatériel ». L'e-économie ou net-économie a connu une expansion considérable. Elle reflète le développement des technologies d'informations et de communication (TIC). Les pratiques liées à cette économie n'évolueraient pas sans l'appui des TIC.

L'évolution technologique dans le secteur financier, en général, et le secteur bancaire, en particulier a créé une dynamique de renouveau dans l'économie bancaire, mettant en jeu l'ouverture vers l'extérieur tout en gardant la maîtrise de son environnement. Sa réussite ou son échec dépendra de sa capacité ou de son incapacité à maîtriser la collecte, le traitement et la diffusion de l'information à des fins stratégiques.

Dans ce contexte, l'Algérie a multiplié depuis quelques années les initiatives tendant à favoriser l'accès à ces technologies en tant qu'outils modernes de communication et d'échanges. Mais l'usage de l'internet comme technologie de l'information et de la communication se généralise de plus en plus en Algérie.

Dans le cadre des évolutions technologiques et de la division des relations et de l'organisation du travail, les employés des banques sont confrontés à un plus grand changement interne à l'entreprise bancaire, ces technologies imposent ainsi à une banque algérienne actuelle, un autre rythme de travail et de réaction.

L'influence des TIC, et des réseaux en particulier, sur le secteur bancaire a commencé dans les années 70. Ces TIC ont déjà provoqué des évolutions au sein des banques, dans un premier temps, elles ont été le support logistique au traitement interne des informations et aux relations au sein de travail (développement des réseaux interbancaires), dans un deuxième temps, elles sont devenues le moyen le plus rapide pour accéder aux marchés des capitaux, et ont permis la création des marchés électroniques globaux, ainsi que la modernisation des moyens de paiement.

Actuellement, les TIC servent au développement de nouveaux circuits de vente à distance (le commerce électronique), surtout grâce à l'utilisation d'internet. Elles ont une influence sur l'évolution des métiers bancaires, et favorisent la séparation entre la fabrication et la distribution de produits bancaires. Elles obligent ainsi les banques à repenser leur mode de distribution, et plus globalement leur stratégie.

Donc l'utilisation des TIC est devenue une réalité qui prend chaque jour une place importante dans nos activités quotidiennes. Elles sont en train de créer une nouvelle révolution à l'échelle mondiale. Ces nouvelles technologies ont conduit au développement de la monétique, ce qui a permis à de nombreuses institutions bancaire de participer activement à la réduction de paiement par chèque et au passage au paiement par carte bancaire.

Le métier du banquier étant devenu de plus en plus complexe, il s'appuie sur les TIC qui représentent un véritable changement structurel de son métier pour assurer la sécurité, le contrôle et le suivi des risques. La banque est un réseau de confiance. Ainsi, l'intégration des TIC devra prendre une place importante. En Algérie le secteur bancaire, malgré les efforts consentis, restes-en deçà des institutions bancaires internationales.

1. Problématique de recherche

La révolution des NTIC semble représenter un atout dans l'activité bancaire moderne, La problématique de notre recherche peut être formulée de la manière suivante :

- **Quel est l'impact des nouvelles technologies d'information et de communication sur l'activité des banques algériennes ?**

Pour bien cerner notre problématique, nous sommes amenées à détailler cette question centrale par quelques questionnements dont l'importance est évidente à savoir :

- Quel sont les TIC que disposent les banques algériennes ?
- Les nouvelles activités bancaires sont-elles les conséquences de l'adoption des N.T.I.C. par les banques ? Quel est le degré d'intégration des N.T.I.C. par les banques algériennes ?
- Quelles sont les différentes innovations technologiques bancaires Algériennes ?
- Quel est l'impact de l'adoption des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'organisation, dans les activités de la banque en Algérie ?

La réponse à ces questions pourrait permettre de mieux comprendre le phénomène qui s'illustre sous deux volets :

- **Le premier est d'ordre théorique**, élaborée sur la base d'une revue bibliographique utilisant des ouvrages, articles, documents, mémoires et thèses ; pour savoir ce qui a été écrit sur les technologies d'information et de communication et son impact sur l'activité bancaire, dans le but d'assurer la qualité du questionnement.
- **Le second est d'ordre pratique** qui consiste à faire une analyse sur le terrain basé sur des questionnaires et des entretiens en s'adressant à la banque nationale d'Algérie implantées dans la wilaya de Tizi-Ouzou. L'objectif de cette analyse est de constater le degré d'utilisation des TIC au niveau de cette banque. Pour ce faire, notre travail consiste à déposer les questionnaires au niveau de cette agence bancaire pour être rempli.

2. Hypothèses d'étude

Le cas pratique est inscrit à la fois spatialement et temporellement dans un cadre algérien bien défini. Spatialement, la recherche portera dans une banque publique la BNA (la Banque Nationale d'Algérie) installée sur le territoire Algérien au niveau de la wilaya de TIZI OUZOU, temporellement le sujet de recherche, s'effectuera sur une période de deux mois de (18-11-17 à 18-01-18) nous présenterons les hypothèses sur lesquelles notre recherche portera et vont nous permettre de répondre aux nombreuses questions :

- **H1-** Les TIC permettent aux banques de diversifier la gamme de produits qu'elles offrent à ses clients et de faciliter le travail, notamment inter branches.
- **H2-** Consiste à affirmer que l'utilisation des TIC au sein des banques algériennes est peu développée.
- **H3-** Admettre que l'ouverture des banques étrangères très innovatrices en matière des TIC a incité les banques publiques à améliorer leur technologie.

3. L'objet de travail

L'objectif de notre recherche c'est de savoir l'impact des nouvelles technologies d'information et de communication sur l'activité des banques algériennes.

Pour répondre à notre problématique de recherche, nous nous appuierons principalement sur le modèle analysé des TIC en Algérie, et la dématérialisation de la banque et ses moyens de paiements et l'impact des NTIC sur l'activité bancaire algérien.

4. Le choix d'intérêt du sujet

Le choix du secteur bancaire algérien comme objet de notre recherche n'est pas fortuit, car il est l'épicentre de ces profonds changements, dû à la banalisation des nouvelles technologies et la pression de nouveaux entrants (banques françaises et étrangères : (BNP PARIBA, sociétés générale, Arab Gulf Bnk, etc....)).

L'installation en force dans le marché algérien de ces banques étrangères, apporte toute une panoplie d'outils, de savoir-faire, et de moyens technologiques, imposant aux banques publiques une nouvelle gymnastique qu'elle ne connaissait pas : l'innovation technologiques celle-ci doivent pour la banque algérienne une obligation marketing et un art à apprendre.

5. Méthodologies de recherche

Pour notre travail nous avons utilisé la méthodologie des créatives et analytique que nous a permis de collecter et interpréter les informations pour pouvoir tester nos hypothèses.

6. Le plan de travail

Nous avons organisé notre mémoire en trois chapitres.

- **Dans le premier chapitre :** nous apportons un éclairage global sur le champ des nouvelles technologies d'information et de communication en évoquant l'évolution des TIC en Algérie, avant de nous intéresser à l'importance de l'utilisation des NTIC sur le secteur bancaire algérien.
- **Dans le deuxième chapitre :** nous mettons la lumière sur la dématérialisation de la banque algérienne en interne et en externe en nous et nous intéressons à l'évolution des moyens de paiements, puis à l'impact des NTIC sur l'activité bancaire algérienne.
- **Enfin, le troisième chapitre :** présentera l'étude de cas où nous avons exposé notre méthodologie pour arriver à la fin à l'interprétation des résultats de recherche.

Introduction de chapitre

Les avancées dans le domaine des Technologies d'information et de Communication deviennent de plus en plus déterminantes l'édification d'une économie efficiente, basée sur le savoir et l'information. Aussi l'Etat Algérien a privilégié le développement des technologies de l'information et de la communication « TIC », au centre des stratégies et politiques de développement économique et social.

L'objet de notre premier chapitre est de présenter trois points essentiels qui sont : présentation général des concepts de bases suivie par l'évolution des TIC en Algérie, et enfin le troisième point qui est l'importance de l'utilisation des TIC dans le secteur bancaire Algérien.

Section 1 : Présentation générale des NTIC

Nous allons débiter le chapitre par une présentation générale des nouvelles technologies d'information et de communication et de définir les mots clés.

1.1. Mots clés**1.1.1. La technologie**

Le terme technologie signifie « *Discours sur la Technique* » est utilisé à la place de « *Technique* », qui serait à la fois plus simple et plus exact. La technologie est l'élaboration et le perfectionnement des méthodes permettant l'utilisation efficace des techniques diverses prises isolément, en groupe ou dans leur ensemble qu'il s'agisse de techniques ou mécaniques, physiques ou intellectuel-en vue d'assurer le fonctionnement des mécanismes de la production, de la consommation, de l'information, de la communication, des loisirs de construction et de la destruction, ainsi que des activités de la recherche artistique et scientifique. Autrement dit ; une étude des outils et des techniques qui peuvent être dit sur plusieurs périodes historiques.¹

1.1.2. La communication

« *La communication est l'ensemble des informations, les messages, les signaux de toute nature émis par l'entreprise en direction de ses clients actuels ou potentiels, des prescripteurs des distributeurs et toutes autres cibles dans un but commercial* »²

« *Le fait de communiquer étant celui de transmettre des informations dans le but d'obtenir de la part du destinataire une modification du comportement ou d'attitude* »³

¹ <https://www.olats.org/schoffer/archives/deftech.htm>: « définition de la technologie » consulté le 11/01/2018.

² Helfer J.P et Orsont.J, « *Marketing* », 5eme édition, Ed : Vuibert ; paris ; 1998 p45.

³ Helfer J.P et Orsont :*Ibid*.

1.1.3. L'information

Le concept de l'information n'a pas qu'une seule définition, parmi lesquelles :

Davis. G.B,et al ont défini l'information comme étant :

« Une image, des objets, et des faits, elle corrige ou confirme l'idée qu'on se fixe. Aussi l'information représente les données transformées sous une forme significative pour la personne qui la reçoit, elle a une valeur réelle ou perçue pour ses décisions et ses actions »¹.

Selon Mayère. A

« L'information est ce qui forme ou transforme une représentation dans la relation qui lie un système à son environnement. »²

D'après toutes ces définitions, on peut dire que l'information est un ensemble des activités essentielles à l'action et à la décision dans l'entreprise. Elle a pour objet la collecte, et le traitement, elle impact aussi sur la perception de sa situation concurrentielle et réduit l'incertitude au sein de l'entreprise.

1.2. Définition des NTIC

Le terme NTIC (nouvelles technologies d'information et de communication) ou TIC (technique d'information et de communication) est une inspiration des ingénieurs réseaux. C'est la naissance de l'internet comme média de masse et le succès des blogs, des wikis, technologie Peer qui ont attribuées aux NTIC une dimension sociétale. Par définition, les NTIC désignent tout ce qui relève des techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations, principalement l'informatique, l'internet et les télécommunications³.

Les technologies d'information et de communication sont les résultats de l'adoption du numérique, comme mode unique de codage des données (texte, son, image), pour leur utilisation informatique. Ils sont aussi le résultat du développement et du regroupement de plusieurs domaines d'activités. Les TIC regroupent les techniques et outils informatique d'internet et de télécommunications qui sont utilisés dans le traitement de l'information.

Selon SPERANDIO, J.-C

« L'expression NTIC désigne... des technologies récentes issues du mariage de l'informatique, le traitement, la conservation et le transport de texte, de sons... en plus des traditionnelles données numériques... elles se caractérisent par une grande diversité d'objets numérisés..., une grande capacité de diffusion et de transport en réseau..., une forte interactivité avec les utilisateurs... »⁴

¹ Davis .G.B, Olson. M.H, Ajenstat.J, « Systèmes d'information pour le Management », Ed : Economica, Paris,1985.p 6.

² Mayère. A, « Pour une Economie de L'information », Ed : CNRS, 1990.p13.

³ A. Abtoy « Enjeux de l'utilisation des TIC » université de Abdelmalek Essadi .2004.

⁴ **SPERANDIO, J.-C.** (2000). Les NTIC. Impacts ergonomiques chez l'utilisateur. Implications pour l'ergonomie. Actes du XXXV congrès de la SLEF-Séances plénières 2000. Toulouse. P.17-25

Donc les NTIC est une notion représentent généralement tous les outils en terme de technologie issus du rapprochement de l'informatique, des télécommunications, et de l'audiovisuel. Ces technologies désignent les techniques de traitements électroniques des données qui permettent de collecter, traiter, stocker et diffuser des informations.

1.3. L'historique des NTIC

L'historique des TIC remonte après l'invention de l'écriture, les premiers pas vers une société de l'informatique ont été marqué par le télégraphe électrique, le téléphone et la radiotéléphonie alors que, la télévision, l'Internet puis la télécommunication mobile et le GPS ont associé l'image au texte et à la parole. Dans notre historique on présentera les étapes essentielles qui considèrent comme des avancées dans le domaine technologique et c'est la convergence de ces étapes qui ont données lieu aux TIC¹.

1.3.1. L'ordinateur

L'ordinateur a permis l'automatisation des calculs qui s'est faite par le biais de la carte et du ruban perforés. Par première génération d'ordinateurs a été marquée par à l'électronique, deuxième génération voit le jour grâce à l'invention du transistor qui fonctionnait avec un système circuit imprimé, dans la troisième génération ce dernier est remplacé par le circuit intégré, la quatrième génération des ordinateurs est née grâce à la mise au point des microprocesseurs qui ont entraînés une miniaturisation des composants de l'ordinateur.²

1.3.2. Les logiciels

Le développement des logiciels a permis le développement de programmation, le développement des systèmes d'exploitation et le développement des logiciels d'application³.

1.3.3. Les réseaux et les télécommunications

Dans les années 1940 : le processus de développement et des réseaux des télécommunications s'est enclenché avec la première communication à distance d'une machine à calculer à une autre. En 1960 le téléphone a été vu comme un signe de confort, à la même période sous l'impulsion des organismes internationaux, le premier réseau d'ordinateurs a été mis en place dans un souci de trafic aérien grâce aux lignes téléphoniques.

En 1962, « *American Airlines* » fut la première entreprise commerciale au monde à s'approprier ces nouvelles technologies dans cette période a été vus l'instauration d'un système de réservations de billet d'avion par ordinateur. Et puis dans la création de courrier électronique en 1971 suivi des premières connexions internationales en 1973.

¹ BOULENOURA N-O, Décembre 2014, « *les Nouveaux Supports de Communication TIC : Facteur de Différentiation dans l'activité Bancaire* » Mémoire de Magister, P6.

² *Idem*, p 6.

³ *Idem*, p7.

Les débuts d'internet se situent dans les années 1980, mais c'est dans les années 1990 que l'autoroute de l'information est parachevée dans le monde, et l'explosion d'internet avec le World Web (WWW) en 1994 chez les utilisateurs aussi bien personne physique ou morale¹.

1.3.4. Les techniques audiovisuelles

La clé USB, le disque dur externe, le CD-ROM sont l'état actuel des avancées technologiques dans le domaine de l'audiovisuel, elles étaient précédées par de nombreuses inventions allant du : système télégraphique à l'enregistrement magnétique.²

1.4. Description des NTIC

Les TIC sont devenues en quelques années les éléments clés de nombreuses entreprises : internet, intranet, extranet, groupware, workflow, datawarehous, knowledge management, le marketing mobile, le e-commerce et le e-learning

1.4.1. Internet

Est un réseau informatique mondial constitué d'un ensemble de réseaux ordinateurs, régionaux et privés. L'ensemble utilise un même protocole de communication TIC/IP et de fonctionnement comme un réseau virtuel unique et coopératif sur tout ordinateur supportant un logiciel conforme saura communiquée sur divers types de liaisons avec un autre³.

1.4.2. Intranet

Un intranet est un réseau informatique utilisé à l'intérieur d'une entreprise ou de toute autre entité organisationnelle qui utilise les mêmes protocoles qu'Internet (TCP, IP, HTTP, SMTP, IMAP, etc.). Parfois, le terme se réfère uniquement au site web interne de l'organisation, mais c'est souvent une partie bien plus importante de l'infrastructure informatique d'une organisation.

1.4.3. Extranet

Un extranet est une extension du système d'information de l'entreprise à des partenaires situés au-delà du réseau fondé sur des protocoles et services internet standard. L'extranet permet d'accéder aux personnes situées en dehors de l'entreprise par l'intermédiaire d'internet. Un extranet n'est ni un intranet, ni un site internet, il s'agit d'un système supplémentaire offrant par exemple aux clients d'une entreprise, à ses partenaires ou à des filiales, un accès privilégié à certaines ressources informatiques de l'entreprise par l'intermédiaire d'une interface Web.

¹ *Idem*, p8

² *Idem.*, P9

³ *Idem*, P9.

1.4.4. Groupware (collecticiel ou synergiciel)

Un groupware, collecticiel, ou encore logiciel de groupe, est un type de logiciel qui permet à un groupe de personnes de partager des documents à distance pour favoriser le travail collaboratif. Les membres du groupe collaborent à distance, soit au même moment (activité synchrone), soit à des moments déferents (activités asynchrones).

1.4.5. Les flux RSS

Les flux RSS constituent particulièrement adaptés aux programmes de fidélisations car ils permettent de mettre en place un lien permanent et automatiquement mis à jour entre l'entreprise et l'adhérent et sur la base du volontariat des clients¹.

1.4.6. Le Widgets

Application interactive qui permet l'affichage d'informations variées (calendrier, météo...) ou l'accès à des services (actualité, liens...). L'utilisateur peut placer sur le bureau de son ordinateur, remplissant une fonction utile (météo, cours de bourse, calendrier...) ou indique (photo...). Le Widget peut aussi prendre la forme d'une animation qui apparaît sur le bureau².

1.4.7. Workflow

Le workflow est un processus d'automatisation des tâches permettant un enchaînement automatisé des différentes opérations et étapes de validation d'une tâche plus ou moins complexes (procédure de commande, suivi de projet, campagne email.). Le Workflow c'est une application permettant la formalisation et la gestion des processus de circulations des flux d'informations entre différents acteurs (clients/fournisseurs).

1.4.8. Data Minig (outil d'extraction de données)

Les logiciels Data Minig font partie des outils analytiques utilisés pour l'analyse de données. Ils permettent aux utilisateurs d'analyser des données sous différents angles, de les catégoriser, et de résumer les relations identifiées. Techniquement, le Data Minig est le procédé permettant de trouver des corrélations ou des patterns entre de nombreuses bases de données relationnelles.

1.4.9. Data warehouse (entrepôt de données)

Le terme entrepôt de données (ou base de données décisionnelle, ou encore data warehouse) c'est une base de données destinée à accueillir des informations pour faciliter l'analyse et la prise de décision. Alimenté par des sources hétérogènes et indépendantes.

¹ J LENDREVIE, A DEBAYNAST, Publiciteur, Dunod, 7ème édition, 2008.p88.

² *Idem*.p88.

Cette base de données est collectée, ordonnée, journalisée et stockée des informations provenant de base de données opérationnelles et fournit ainsi un socle à l'aide à la décision en entreprise.

1.4.10. Knowledge management (capitalisation des connaissances/gestion des connaissances)

On appelle « *Knowledge Management* » (noté KM, en français management des connaissances ou management par les connaissances) les méthodes et outils logiciels permettant d'identifier, de capitaliser les connaissances de l'entreprise afin notamment de les organiser et de les diffuser. Dans un but économique, la politique des connaissances vise à évaluer le capital intellectuel, à améliorer, l'organiser ; le protéger, le faire évaluer, en fonction des objectifs stratégiques de l'organisation. Elle consiste à mettre en place des méthodes, dispositifs organisationnels et outils permettant de stimuler les quatre processus fondamentaux à savoir : socialiser, capitaliser, transmettre et renouveler.

1.4.11. Le Marketing Mobile

Le marketing mobile ou m-mobile est un canal relationnel entre une marque ou une entreprise, de tout secteur d'activités confondus, et les consommateurs. Il rassemble la totalité des techniques marketings qui utilisent le mobile pour communiquer. A l'origine, le marketing mobile utilisait principalement les SMS pour communiquer avec la cible. Le but est d'attendre et de faire le réagir le consommateur par la transmission d'un message, dans l'optique de l'attirer vers d'avantages d'informations dont lui seul est l'acteur¹.

1.4.12. Le e-commerce

Le e-commerce ou commerce électronique correspond à la vente en ligne de biens ou des services à travers de sites web marchands, regroupe l'ensemble des transactions commerciales s'opèrent à distance par le biais d'interface électronique et digitale. Le e-commerce englobe essentiellement les transactions commerciales s'effectuant sur l'internet sur l'Internet à partir des différents types de terminaux (ordinateur, tablette, Smartphone, console, TV connectée) mais également celle réalisé à partir d'application spécifique (application mobile) qui ne font pas toujours appel aux protocoles Internet.

1.4.13. L'E-Learning

C'est l'utilisation des nouvelles technologies multimédia et de l'internet pour améliorer la qualité de l'apprentissage en facilitant l'accès à des ressources et des services, ainsi que les échanges et la collaboration à distance.

¹ Marc GLADESY, Le phone Marketing, Maxima, 1999, 3ème édition

L'e-learning c'est une formation en ligne, permet de suivre une formation à distance. Plus besoin de se déplacer dans un centre de formation ou de faire venir un formateur dans l'entreprise¹.

1.4. Les caractéristiques des TIC

Nous présentons quelques caractéristiques importantes propres aux TIC qui constituent des éléments essentiels pour comprendre, en particuliers les conditions qu'exige l'intégration optimale des TIC dans la dynamique des entreprises et dans la vie quotidienne de chacun, sont présentées comme suit² :

- Tout d'abord les technologies mises au point font appel à la fois aux différentes disciplines traditionnelles (informatique, mathématique, électronique, physique, science des matériaux, chimie...) et aux sciences humaines et sociales, notamment dans le cadre du développement de leurs usages ;
- Elles concernent tous les métiers ;
- La maîtrise de l'information et de sa diffusion devient essentielle à tous les niveaux de la vie professionnelle ou personnelle ;
- Les TIC sont de puissants vecteurs de globalisation qui est diffusées sur l'ensemble de la planète de plus en plus d'informations de manière peu coûteuse et motivante ;
- L'interactivité de leurs usages, tendent à réduire les frontières et les distances ;
- Par ailleurs, l'interconnexion des réseaux de télécommunications et d'internet a créé l'union de la planète ;
- Il assure la communication et la diffusion immédiate de l'information et facilite le travail coopératif ainsi que la délocalisation de développements, notamment les logiciels ;
- Le marché des TIC change avec une stratégie définie à l'échelle de la planète. Ces groupes disposent des moyens financiers très importants, et peuvent imposer à l'ensemble du marché des lois et règles de fait ;
- Les évolutions engendrées par les technologies de l'information et de la communication constituent un phénomène fixe et de grande richesse ;
- Les entreprises et les individus sont tous directement ou indirectement concernées par ces vecteurs d'informations et de communications, par ailleurs, les liens de corrélations limités entre les réseaux de transmissions de l'informations et les autres réseaux (bancaire, financier, électronique...) constituent un facteur important d'irréversibilité ;

¹ Mélissa SAADOUN, Piloter le changement avec le cyber technologies, Lavoisier, paris, 2003, p28

² Herbert Simon, cité par Ali Bouhenna dans les enjeux des NTIC dans l'entreprise » université de Tlemcen, p3.

- Au-delà des domaines d'applications naturels qui sont les télécommunications ou de la vie quotidienne (automobile, transports, électroménagers, systèmes de protection, agroalimentaires...).

En plus de ces caractéristiques, « Herbert Simon » (prix Nobel des sciences économiques 1978) préside que *« les TIC aident à rendre toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique lisible par ordinateur, les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques »*.

Section N° 2 : L'état des TIC en Algérie

En matière des technologies d'informations et de communications si tout le monde n'est pas d'accord sur le niveau du retard algérien.

2.1. Le numérique dans la législation algérienne

En essayant de donner un inventaire de toutes les lois algériennes qui concernent les TIC, l'internet, le e-commerce, etc.

2.1.1. Loi N°03-2000 du 05 aout 2000¹

Fixant les règles générales relatives aux postes et aux télécommunications, cette est venue pour :

- Réorganiser le secteur de la poste et des télécommunications par la séparation des services de la poste qui seront désormais par Algérie Poste ;
- Permet l'ouverture à la concurrence de secteur de télécommunication notamment la téléphonie mobile ;
- La création d'une autorité de régulation, il s'agit de L'ARPT (Autorité de Régulation de la poste et de Télécommunication).

2.1.2. Loi N°09-04 du 05 aout 2009²

Cette loi est relative à la prévention et à la lute contre les infractions liées aux TIC :

- La loi de prévention contre la cybercriminalité, en 19 articles regroupés sous 6 chapitres ;
- La prise en considération les conventions internationales (convention sur la cybercriminalité de Budapest 2001) ;
- L'adaptation aux lois nationales promulguées telles celles relatives à la lutte contre la corruption ;

¹BETROUNE Rassim, MEDJAHED Sonia, mémoire de master « *Les freins au développement du commerce électronique Etude comparative entre l'Algérie et le Maroc* » mémoire de master université de, Abdarahman Mira de Bejaia, 2016, p44

² Idem, p45

- Le blanchiment d'argent ;
- Le financement du terrorisme et la drogue.

2.1.3. La loi N°15-04 11 février 2015

Fixant les règles générales relatives à la signature et la certification électroniques, cette loi est venue pour :

- Donner un cadre juridique pour protéger les transactions commerciales électroniques de la fraude et des attaques informatiques ;
- La création des trois autorités chargés de délivrer les autorisations ainsi que du suivi et du contrôle des prestataires de services de la certification électronique, ces autorités sont les suivants :
 - Les autorités administratives indépendantes, créent auprès du premier ministre appelé l'autorité nationale de certification électronique ;
 - L'autorité économique de la certification électronique placée auprès de l'autorité de régulation de la poste et des télécommunications (ARTP) ;
 - L'autorité gouvernementale de certification électronique instaurée auprès du ministère de la poste et des TIC ;

2.2. Donnée globale sur le secteur des TIC en Algérie

Les TIC constituent un enjeu majeur pour les pays en voie de développement dans l'espoir d'accélérer la modernisation de leur économie et de combler les écarts qui se creusent de plus en plus avec les pays développés. Dans ce contexte, l'Algérie a multiplié depuis quelques années les initiatives tendant à favoriser l'accès à ces technologies en tant qu'outils modernes de communication et d'échanges. En présentant dans le tableau suivant les données globales sur le secteur des TIC de notre pays en 2011¹.

Tableau N° 01 : Les données globales sur le secteur des TIC en Algérie 2011

Chiffre d'affaires global (Milliards de dollars)	5.5
Importation des TIC (Milliards DA)	49 000
Contribution du marché TIC au PIB	4%
Employés	140 000

Source : Données recueillies au niveau du Ministère de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication (MPTIC), Direction de la Communication, de la Documentation et des Archives.

D'après ces statistiques on constate que les technologies de l'Information et de la communication (TIC) sont devenues un secteur clé de l'économie nationale.

¹ DIFALLHA M-E, MOKRANE A, KHENNCHE Y, « *Adoption et Utilisation des Technologies de L'information et de la Communication (TIC) en Algérie* » : état des lieux P36.

Elles contribuent à hauteur de 4 % du PIB en 2011 ; sur ces derniers temps le taux appelé à augmenter le secteur emploi, 140 000 employés, dont 100 000 emplois directs. Le chiffre d'affaires global du secteur représente 5,5 Milliards de dollars en 2011, tandis que les importations relatives aux produits TIC sont estimées à 49 000 Milliards DA.

2.2.2. L'internet en Algérie

Plusieurs barrières freinent actuellement le développement des autoroutes de l'information en Algérie, le premier obstacle : les infrastructures est le deuxième obstacle : l'équipement

2.2.2.1. L'historique de l'internet en Algérie

Internet a fait son entrée en Algérie en 1991 par le biais de l'Association Algérienne des Utilisateurs d'UNIX et la collaboration de l'Association des Scientifiques Algériens (ASA) à travers une connexion avec l'Italie. En 1993, le CERIST (Centre de recherche et d'information scientifique) une structure universitaire publique devient l'unique fournisseur d'accès aux services Internet ou ISP. Puis en 1995, Internet a connu un plus large essor et une plus grande démocratisation (même à un nombre limité). Vient l'année 1998 qui dévoile la volonté des décideurs à ouvrir le domaine aux opérateurs privé.

En 1999, l'exploitation d'Internet est réellement ouverte aux concurrents privés qui en mars 2000 ont atteint le nombre de 18 fournisseurs de services Internet (FAI ou ISP). Durant le troisième trimestre 2000, de nouveaux agréments ont été délivrés à dix (10) nouveaux fournisseurs devenaient ainsi 28 ISP en Algérie.

Actuellement, plus de 80 entreprises sont agréées. Les autorisations d'agrément sont délivrées par l'Autorité de régulation de la poste et des télécommunications (ARPT). Au début du mois de juin 2000, durant la réunion du Conseil des Ministres, les débats sur des services souples et flexibles de télécommunications et d'Internet étaient parmi les sujets prioritaires. Le secteur des télécommunications est en trains de vivre de profonds changements mais très en retard par rapport à l'évolution de l'Internet dans le monde¹

2.2.2.2. L'évolution du marché de l'Internet en Algérie

Le nombre total d'abonnés souscrits à Internet fixe et mobile a atteint 29,539 millions d'abonnés en 2016 contre 18,947 millions d'abonnés en 2015, soit une amélioration de 10,592 millions d'abonnés. Quant à la répartition de ce parc par réseau, il désigne de signaler que 90,32% sont des abonnés Internet mobile (soit 26,680 millions d'abonnés), contre 9,68%

¹<http://www.journaldunet.com> : « L'évolution de marché de l'internet en Algérie ».consulté le 24/01/2018.

d'abonnés Internet fixe (soit 2,859 millions d'abonnés). Donc en remarque une évolution de marché de l'internet par rapport aux années précédentes¹.

2.2.3. Le marché de la téléphonie fixe et mobile en Algérie

Le marché des télécommunications continue d'enregistré une forte croissance principalement axés sur les segments de la téléphonie ou le nombre de clients des opérateurs fixe et mobile.

Le marché de la téléphonie fixe et mobile a atteint les 50,446 millions d'abonnés en 2016 contre 46,659 millions d'abonnés en 2015, soit une amélioration de 3,787 millions d'abonnés par rapport à 2015. Dont 47 millions sont des abonnés de la téléphonie mobile contre seulement 3 millions qui se sont abonnés à la téléphonie fixe. Ainsi le chiffre d'affaire de l'année 2016 réalisé par les opérateurs de la téléphonie fixe et mobile avoisine les 444 milliard de DA, contre 433 milliards de DA en 2015, représentant une évolution de 2,52% par rapport à 2015. En constate que le marché de la téléphonie mobile est fixe en Algérie, a enregistré une évolution par rapport aux années précédentes.²

2.3. Le commerce en ligne en Algérie

Le commerce en ligne est un échange commercial électronique implique un achat, une consommation et ou le paiement effectué par le biais d'un réseau. Le passage au commerce électronique constitue un vrai moteur de relance pour l'économie algérien. Son introduction va permettre aux entreprises de se développer et trouver de nouveaux débouchés, ainsi de toucher beaucoup plus de consommateurs³.

L'Algérie connaît actuellement un essor technologique, et les obstacles commencent à se dissiper, et la société algérienne s'est ouverte graduellement sur le monde des nouvelles technologies d'informations et de communications par l'adaptation de différents aspects technologiques (Internet, Smartphone, tablettes, micro-ordinateur....etc.), l'accès est devenu plus facile que jamais. Avec la généralisation d'Internet, le citoyen effectue plusieurs tâches à travers :

- Les dépôts de CV en ligne ;
- Les achats en ligne grâce aux différents sites existants qui offrent des services comme la vente de produits de tous genres (Ouedkniss, Guiddini,...etc.) ;
- Offre d'emplois (Emploi tic, Job rapido....etc.) ;

¹ Rapport de l'ARPT (Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications).

² BETRUNER R, MEDJAHED S, « Les freins au développement du commerce électronique Etudes comparative entre l'Algérie et le Maroc », P28.

³ BETRUNER R, MEDJAHED S, « Les freins au développement du commerce électronique Etudes comparative entre l'Algérie et le Maroc », P28.

- Offre de location (lkeria.com....etc.) ;
- Aussi des pages facebook dédiées à la vente de multiples objets.

Les algériens ont trouvé d'autres moyens à cause de manque de service de livraison et paiement en ligne en raison de manque de confiance de la part de certains citoyens, qui ne sont pas encore habitué à l'idée de faire des achats en ligne, ces moyens pour exercer le commerce électronique, à travers la création de pages facebook même si les sites de vente en ligne demeurent encore à la traîne en Algérie, il n'en demeure pas moins que plusieurs personnes tentent de développer à leur manière une méthode de vente déjà très développée dans les autres pays du monde

Les moyens de paiement électroniques qui existent en Algérie pour réaliser l'achat en ligne sont les suivants :

- Le monnaie ccp ;
- Le paiement par chèque ;
- Paiement à la livraison (le plus utilisé) ;
- Paiement par virement ;
- Paiement par epay.dz ;
- Paiement par carte CIB et le paiement par portefeuille électronique (paypal) .

Selon un entretien réalisé par l'Eco avec la direction générale de la société d'automatisation des transactions interbancaires et monétiques (SATIM) : « *Tous les sites de vente en ligne actifs sur le marché algérien utilisent des moyens alternatifs au paiement électronique* ».

Malgré tous les obstacles l'Algérie est bien placée au plan international par rapport au e-gouvernement et notamment en Afrique où elle est placée la 4^{ème} en Afrique, et au 91^{ème} rang sur 173 pays classés à l'échelle mondiale.

2.4. Les stratégies de développement des TIC en Algérie

L'Algérie a mis en place quelques stratégies afin de rattraper le retard enregistré en matière des TIC : l'élaboration de la stratégie e-Algérie 2013, le projet de Technoparc de Sidi Abdellah.

2.4.1. L'élaboration de la stratégie e-Algérie 2013

L'Algérie s'est engagée dès l'année 2000 avec la mise en œuvre de la politique sectorielle des postes et des télécommunications, a créé un environnement juridique et institutionnel favorable à la concurrence et améliore l'accès aux services de communication,

mais ne s'est pas dotée d'une stratégie claire et cohérente pour qu'une véritable société de l'information et qu'une économie numérique puissent se matérialiser¹.

La stratégie TIC en Algérie se base sur les principaux éléments à s'adopter, notamment :

- Créer un environnement législatif, politique et réglementaire favorable à l'investissement, la concurrence et l'innovation ;
- S'assurer que tous les algériens participent pleinement à la société de l'information et permettent aux administrations et services publics de devenir des utilisateurs modèles des TIC ;
- Créer des conditions favorables à l'appropriation des firmes high-tech dans les TIC ;
- Animer et mettre en réseau les compétences en mettant en relation les scientifiques et industriels (recherche-entreprises) et assurer la veille technologique.
- La stratégie e-Algérie 2013 vise également à renforcer les performances de l'économie national, des entreprises et l'administration
- Améliorer les capacités d'éducatons, de recherches et d'innovations, à faire émerger des grappes industrielles, à accroître l'attractivité du pays et à améliorer la vie des citoyens, en encourageant la diffusion et l'utilisation des TIC. Minutieusement élaboré, le programme s'étalait sur 5ans, entre 2009 et 2013, il s'articule autour de 13 axes majeurs qui regroupent plus d'un millier d'actions :

Axe majeur A : Accélération de l'usage des TIC dans l'administration publique

- Le parachèvement des infrastructures informatiques ;
- La mise en place de système d'information intégré ;
- Le déploiement d'applications sectorielles spécifiques ;
- L'accroissement des compétences humaines ;
- Le développement des services en ligne à destinations de tous les usagers : citoyens, entreprise et bien sur les autres administrations.

Axe majeur B : Accélération de l'usage des TIC dans les entreprises

C'est dans ce deuxième axe majeur que s'inscrit l'objectif de développer l'offre de services en ligne : le e-banking, l'e-gouvernement, l'e-procurement, l'e-business, l'e-registre de commerce et de l'e-commerce.

- Soutenir l'appropriation des TIC par les PME ;
- Développer les applications pour l'amélioration des performances des entreprises ;

¹ BOULENOURA N-O, *Op.cit*, p22.

- Développer l'offre de services en ligne.

Axe majeur C : Développement des mécanismes et des mesures initiatives permettant l'accès des ménages et des très petites entreprises aux réseaux des TIC

- Redynamiser l'opération Oussratic à travers l'octroi de microordinateurs individuel et de lignes haut débit, l'offre de formation, et la disponibilité de contenus spécifiques à chacun des segments de population ;
- Augmenter considérablement le nombre d'espaces publics communautaires : cybercafés, bornes multimédia, Technoparc, Maisons de la science, etc. ;
- Elargir le service universel à l'accès Internet.

Axe majeur D : Impulsion de développement de l'économie numérique

- Poursuivre le dialogue national gouvernement-entreprise initié dans le cadre du processus d'élaboration de la stratégie e-Algérie ;
- Créer toutes les conditions de valorisation des compétences scientifique et techniques national en matière de production de logiciels, de services, et d'équipement ;
- Mettre en place des mesures initiatives à la production du contenu ;
- Orienter l'activité économique dans les TIC vers un objectif d'exportation.

Axe majeur E : renforcement d'infrastructure de télécommunication à haut et très haut débit

- Mise à niveau de l'infrastructure nationale de télécommunication ;
- Sécurisation des réseaux ;
- Qualité de service des réseaux ;
- Gestion efficace du nom de domaine « Z ».

Axe majeur F : le développement des compétences humaines

- Refonte de l'enseignement supérieur de la formation professionnelle dans le domaine des TIC ;
- Enseignement des TIC pour toutes les catégories sociales.

Axe majeur G : Renforcement de la recherche-développement et de l'innovation

- Le développement de produits et services à valeur ajoutée dans le domaine des TIC, à travers l'intensification de l'activité recherche-développement et d'innovation.

Axe majeur H : Mise à niveau de cadre juridique

- La mise en place d'un environnement de confiance favorable à la gouvernance électronique et induit un objectif spécifique à savoir la définition d'un cadre législatif et réglementaire approprié.

Axe majeur I : Information et Communication

- La sensibilisation à l'importance du rôle des TIC dans l'amélioration de la qualité de vie du citoyen et le développement socio-économique du pays ;
- Elaboration et mise en œuvre d'un Plan Communication sur la société de l'information en Algérie ;
- Mise en place d'un tissu associatif comme prolongement de l'effort gouvernementale.

Axe majeur J : valorisation de la coopération internationale

- Participer activement au dialogue et aux initiatives internationales ;
- Monter des partenariats stratégiques.

Axe majeur K : mécanisme d'évaluation et de suivi

- Elaboration du cadre conceptuel pour un système d'indicateurs de qualité ;
- Elaboration d'une liste d'indicateurs pertinents.

Axe majeur L : Mesure organisationnel

- Renforcement de la cohérence et de la coordination au niveau national et intersectoriel ;
- Renforcement des capacités d'interventions au niveau sectoriel et des institutions spécialisées.

Axe majeur M : moyens financiers et planifications

- Exploiter toutes les sources financières existantes ;
- Les axes, programme et actions aussi bien législatives ;
- Evolution financier aussi bien que possible ;
- Hiérarchisées les actions suivant leurs impacts sur le développement économique et sociale.

2.4.2. Le projet de Technoparc de sidi Abdellah

Le projet de Technoparc de Sidi Abdellah est une initiative qui occupe une place centrale dans la stratégie d'introduction des TIC dans notre pays, il est créé par les autorités algériennes au sein de la nouvelle ville de Sidi Abdellah (Grand Alger). Ce projet est dans un contexte de blocage de la restructuration industrielle, le cyber-parc a pour but de :

- Proposer aux jeune diplômés des opportunités d'emplois qualifié ;
- Stimuler la création de micro entreprises dans les TIC ;
- Accueillir les centres de recherche des entreprises publiques et privés.

La réalisation de cette initiative est placée sous la tutelle du ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche scientifique, concerne les entreprises, plutôt que la seule diffusion générale de cette technologie. Ce parc permet notamment de :

- Promouvoir un pôle de formation et de recherche ;
- Une industrie nationale dans le secteur des technologies de l'information et de la communication ;
- La création de nouvelles activités économiques du fait d'une utilisation plus accrue de ces technologies par les entreprises, les administrations et les citoyens.

2.5. L'indice de développement des TIC dans le monde

Selon le classement de développement des TIC (ICT développement index). L'union internationale des télécommunications, une agence spécialisée des nations unies, classé l'Algérie à la 102ème place sur 176 pays étudiés.

L'Algérie a amélioré son score pour l'année 2017, en obtenant une note de 4.67, et a gagné quatre places par rapport au classement de 2016 lorsque son indice est de 4.32 et la plaçait 106ème place. Et également un progrès non négligeable, a été constaté selon les réalisateurs du classement, notamment en ce qui concerne le nombre d'abonnements mobiles, mais aussi le nombre d'utilisateurs d'internet¹.

Tableau N°02 : La position de l'Algérie par rapport aux pays africaine en l'année 2017

PAYS	POSITION	PLACE	INDICE
l'Île Maurice	1ère	72ème	5,88
Seychelles	2ème	90ème	5,03
l'Afrique du Sud	3ème	92ème	4,96
Cap	4ème	93ème	4,92
Tunisie	5ème	99ème	4,82
Maroc	6ème	100ème	4,77
L'Algérie	7ème	102ème	4.67

Source : Selon le classement de développement des TIC (ICT développement index) .l'union internationale des télécommunications, une agence spécialisé des nations unies.

D'après le tableau en constate que l'Algérie arrive à la septième (07) position, non loin du Maroc sixième et (100èmemondial) avec un indice de 4.77, la Tunisie cinquième (99ème) une note de 4.82. La tête du classement des pays africains est occupée par l'Île Maurice avec un indice de 5.88 (72ème), suivi en deuxième position par les Seychelles avec une note de 5.03 (90ème), en troisième position arrive l'Afrique du Sud avec 4.96 (92ème) et au quatrième rang continental, le Cap Vert avec un indice de 4.92 (93ème).

¹www.algerie-eco.com/indice de -développement-tic-monde.

Section N°3 : L'importance de l'utilisation des NTIC dans le secteur bancaire algérien.**3.1. Les principales TIC utilisées par le secteur bancaire algérien**

De manière générale, les technologies d'information et de communication sont très utilisées dans le secteur bancaire, plus précisément dans les moyens de paiement et même dans la fonction principale des services, par la banque à distance.

3.1.1. Les nouveaux outils de télécommunications

La télécommunication joue un rôle basique dans la relation banque – clients et autres institutions, les nouvelles technologies ont favorisé des moyens plus performant de plus en plus, à savoir la banque par fil et la banque par écran.

A. La banque par fil**▪ Le téléphone**

La consultation par serveur vocal qui fonctionne 24 h sur 24 et 7 jours sur 7.

▪ Le fax

Le fax est un moyen utilisé dans les banques, dans le but d'informer les abonnées de leurs mouvements bancaire et toutes transactions effectuées.

B. La banque par écran

- **L'internet** : est un réseau informatique mondial, qui rend accessible au public des services divers, comme les courriers électroniques, il permet de relier des banques entre elles, par l'intermédiaire des différents canaux et supports (câble, lignes téléphonique), pour transmettre les différentes types d'informations.
- **L'intranet bancaire** : Est le système d'information que partage les employés d'une même banques, autrement c'est l'ensemble des applications et des informations bureautique et de télécommunication, au service de fonctionnement interne de la banque¹.
- **L'extranet** : C'est un système d'information et un réseau informatique privé et sécurisé, il est basé sur les mêmes protocoles que l'intranet, il favorise des échanges sécurisés des informations pour une banque avec ses partenaires (clients ou banques...etc).
- **L'EDI (Echange de Données Informatisées)** : Est un échange ordinateur- à -ordinateur de documents commerciaux, dans un format électronique standard, entre les partenaires commerciaux.

¹Pascal THONIEL « Usage de l'authentification dans le domaine bancaire » Éditions Techniques de l'Ingénieur, paris 2010

Autrement, l'EDI est un effort d'organisation qui consiste à analyser les procédures d'échanges et leurs flux de données, pour les rationaliser, les codifier et en déduire une automatisation (machine to machine)¹, des relations répétitives entre des acteurs qui communiquaient jusqu'ici par :papiers, fax ou message électronique (humain to humain).

Schéma N°01 : un processus typiquement manuel qui implique une multitude de papier et personnes.

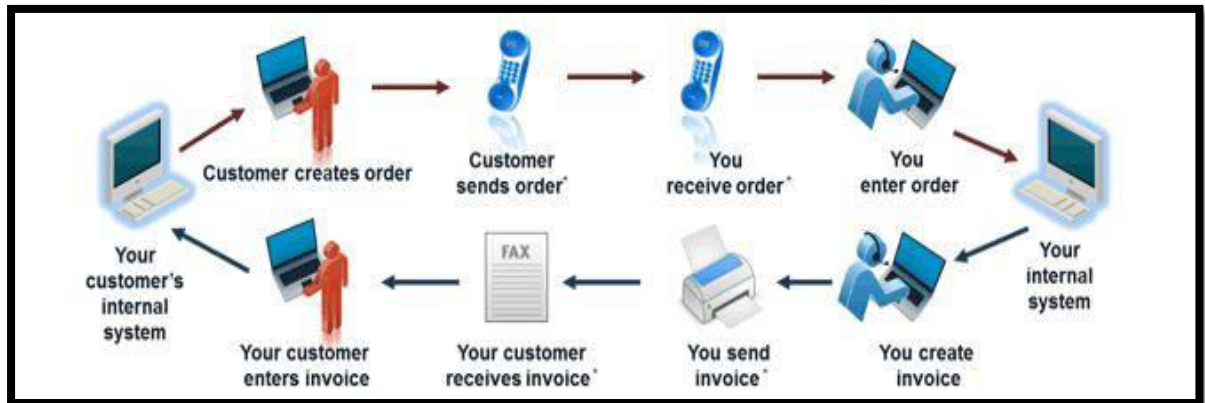
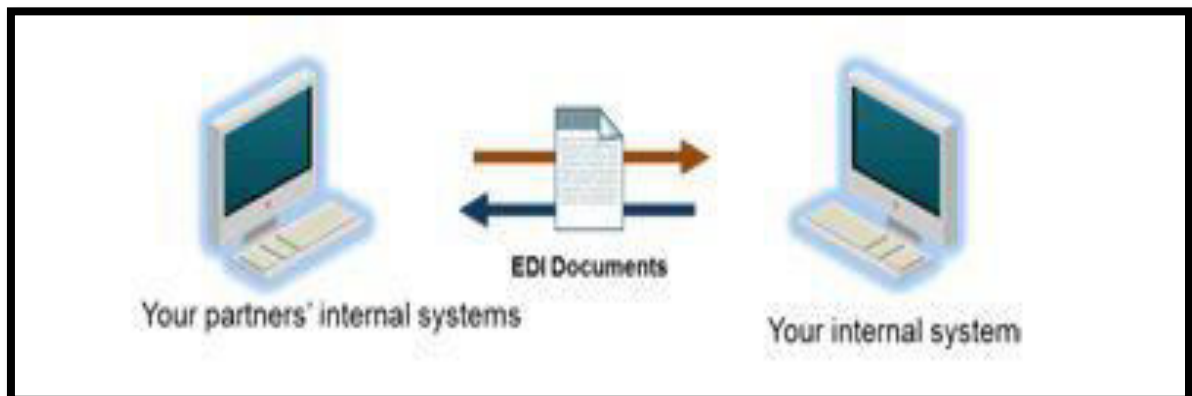


Schéma N°02 : Un processus EDI sans papier ni personne (machine to machine)



Le secteur bancaire utilise l'EDI de manière intensive, pour favoriser les échanges de masse avec les clients, les banques bénéficient d'avantages significatifs tel que² :

- La réduction des coûts de fonctionnement ;
- L'amélioration de la vitesse de traitement ;
- Diminution des erreurs et l'amélioration des relations avec leurs clients ;
- Les virements des salaires et les prélèvements automatiques ;
- la transaction des informations et de stockage.

¹ Pascal, *Ibid.*

² Michel Lafitte « *Les systèmes d'information dans les établissements financiers* » directeur adjoint de la direction des assurances de personne à la FFSA banque éditeur.

3.1.2. Les instruments de paiement

Chèque, carte bancaire, carte de créditetc. les banques proposent divers moyens de paiement, et elles utilisent la même ressource d'instruments de paiement, qu'est la monétique, le système de paiement est un transfert d'actifs monétaire permet de transférer des fonds, il assure la compensation et le règlement des ordres de paiements¹.

3.1.2.1. La télé compensation

La télé compensation contribue au traitement automatisé des moyens de paiements, dont l'échange entre les banques est dématérialiser , elle a pour principal avantage de réduire le délai de traitement et d'acheminement des opérations interbancaire , de réduire les coûts et offrir un service de meilleure qualité aux différents clients , le système de tété compensation repose sur certains principes qui sont²:

- La notion de la place unique (un seul centre par banque) ;
- La sécurisation des moyennes de paiement (cheque, carte....) ;
- Règles d'échanges disciplinés aux normes inter bancaire.

A. La monétique

La monétique est la contraction de monnaie électronique , l'ensemble des dispositifs utilisant l'électronique et l'informatique pour développer les transactions bancaires , plus précisément , la monétique désigne toutes les technologies nécessaires pour l'émission et l'utilisation des cartes bancaires , ainsi que le transport et le traitement des transactions , ou encore l'ensemble des technologies , procédés et équipements ,permettant une électrification de transfert de fond , de mise à disposition de liquide et d'informer la clientèles sur ses comptes ,donc le support de base de la monétique est la carte bancaire³.

▪ La carte bancaire

Une carte bancaire peut se définir comme un moyen de paiement, mise à la disposition des consommateurs par les établissements bancaires, et autres organismes financiers afin de leurs permettre d'effectuer certaines opérations. Les cartes bancaires sont les plus connues des instruments de paiement de retrait bancaire.

Elles sont acceptées chez les commerçants affiliés au réseau monétique bancaire et sur tous les distributeurs automatiques de billets (DAB) installés sur le territoire national. A la fin de l'année 2008, les cartes bancaires qui sont émises en Algérie est de 273000 cartes.

¹ Dominique rambure, « *Les systèmes de paiement* », édition Economica, paris, 2005, P12.

² Document interne de la CNEP banque : formation des administrateurs de la solution de dématérialisation

³ D.Plihon « *La monnaie et ses mécanisme* », édition la découverte, paris 2000 ; 2001.page 17.

Mais la plus part sont des cartes de retrait. Durant la même année, on compte un millier de distributeurs de billets sur le territoire national¹.

La carte bancaire assure au commerçant des informations sur son compte bancaire, pour prouver son identité, le commerçant dispose d'un TPV (Terminal Point de Vente) ou code PIN (Personal Identification Number) spécifique à sa carte².

A. 1. Le fonctionnement des cartes bancaires

Le système de paiement par la carte bancaire ce fait a l'assurance de deux conditions :

1. La première condition : (entre le porteur de la carte bancaire et sa banque émettrice) a ce niveau, la banque transmet un code direct pour celui qui possède la carte, ce dernier se garantie à l'accepter selon qu'il va opérer par le biais de la carte et de retirer de l'argent, dans les distributeurs automatiques de billets (DAB) ou le guichet automatique de billets (GAB).

2. La deuxième condition : (Entre le commerçant et sa banque émettrice) elle porte sur les conditions de la garantie acceptée par la banque, sur les acquisitions effectuées, le commerçant s'engage de sa part à recevoir la carte comme un moyen de paiement.

- Donc la carte bancaire est l'un des plus importants instruments de paiement de retrait bancaire elle, est acceptée sur tous les distributeurs automatiques de billets (DAB) installés sur le territoire national, pour les commerçants affiliés au réseau monétique bancaire.

Permet un instrument de paiements pour effectuer des achats et services sur les terminaux de paiement électroniques (TPE) pour les commerçants affiliés aux réseaux bancaires.

- Un instrument de retrait de billets dans des DAB connectés aux réseaux monétiques interbancaires.
- Un instrument de crédit qui donne à son titulaire la possibilité d'effectuer des achats à paiement différé précédant.
- Le télépaiement par internet.

- Le traitement automatique des contrats

Les contrats sont faits à l'aide d'un logiciel de saisie appelé « SCDC », mis en place par la direction des moyens de paiement, un fichier commande de contrat est généré par le logiciel, et transmis au serveur monétique de la direction des moyens de paiement.

¹ Http : SATIM-dz.com.

²D.Plihon ;Optcit.

A .2. Les cartes de paiement et autres moyens de paiement**1. Les cartes de paiement**

La carte de paiement est un moyen de paiement présenté sous forme d'une carte en plastique équipée d'une bande magnétique délivrée par un établissement de crédit¹.

- **La carte de débit**

Une carte de paiement qui permet d'effectuer des achats dont le montant est immédiatement débité du compte bancaire de son titulaire, c'est l'une des options proposés par les banques : débit direct, retardé, paiement ou retrait simple en DAB, à utilisation nationale ou internationale, etc.

- **La carte de retrait :** Permet à son titulaire uniquement le retrait des fonds dans les DAB² ;
- **La carte de crédit :** Elle offre des services proches de ceux de la carte bancaire comme le paiement sur terminaux en magasin, elle est facile à utiliser, et permet d'effectuer des retraits et des paiements 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24 ;
- **Les paiements par carte sur internet**

Ce type de paiement est le plus récent actuellement, il s'agit de possibilité d'émettre des paiements sécurisés en ligne. Il consiste en l'envoi d'un formulaire contenant le numéro de la carte bancaire de l'acheteur. Ce dernier connecte à son ordinateur un lecteur de carte bancaire et ses fonctions :

Il fait entrer le code confidentiel de sa carte sur le lecteur. Lorsque le lecteur reconnaît le code.

3.1.3. Les technologies de système de paiement

Les banques sont toutes équipées d'une solution informatique afin de garantir un service de qualité à ses clients, on parle ici du GAB, DAB et TPE qui sont des appareils permettant le retrait automatique d'espèces.

- **Guichet Automatique de Billets (GAB)**

Est un appareil électronique et électromécanique, permettant aux clients d'effectuer des transactions bancaires, retrait d'argent, consultation de compte et commande de chéquier, à l'aide de numéro d'identification personnel (NIP)³.

¹ Document relative à la BDL banque carte interbancaire la facilité au quotidien guide pratique.

² Lalali Rachid, contribution à l'étude la bancarisation et de la collecte des ressources en Algérie ; thèse de magistère, université de Bejaïa, promotion 2003.

³ Y .Colvert, Dictionnaire des Banques et Assurances, paris 1988.

▪ Les Distributeur Automatique de Billet (DAB)

Sont des appareils permettant de retrait d'argent au moyen d'une carte bancaire et un code confidentiel personnel, ils sont installés au niveau des établissements de crédit, les centres de chèque postaux (ccp) ou par les grands émetteurs de cartes (grandes boutiques....etc.)¹.

▪ Terminal de Paiement Electronique (TPE)

Est un appareil permettant à un commerçant d'accepter et de retraiter les paiements en utilisant une carte bancaire, cet appareil permet d'enregistrer l'opération, en débitant le compte bancaire du client et en créditant celui du professionnel du montant de la vente, il assure un traitement à la fois sécurisé, rapide et performant des transactions de paiement². Le TPE se présente sous plusieurs formes et sont les suivants :

- TPE fixe ;
- TPE infrarouge ;
- TPE mobile ;
- TPE intégrés.

Ce type d'appareil présente plusieurs avantages à savoir : la grande sécurité, son utilisation est facile, un gain de temps, non en cambrant, moyen de paiement moderne et efficace et accepte toutes les types de carte bancaire.

Les instruments de paiements sont la matière première de tout système de paiement, ils sont de plus en plus divers et dématérialisés grâce à l'utilisation des technologies de l'information et de communication.

Après avoir présenté les différentes TIC utilisées dans une banque, il est obligatoire de se poser des questions sur l'utilité économique des TIC et sur ce qu'elles peuvent apporter. A cet effet, nous allons présenter dans le point suivant les divers enjeux des TIC sur l'économie algérienne³.

3.2. L'enjeu de l'utilisation des NTIC sur la gestion de l'économie algérienne

Il est obligatoire pour les banques de réduire les coûts d'industrialisation de leur processus, de les automatiser le plus possibles, pour faire face aux enjeux nés de l'utilisation des NTIC et de transformation des systèmes de paiement.

¹Document relative la BDL banque *Op.cit*.

²<http://blog.wikimemoires.com/2011/04/definition-du-paiement-electronique-e-paiement/>

³Document relative la *Ibid*

3.2.1. L'avantages de l'investissement dans les TIC en Algérie

L'investissement dans les TIC serait l'un des principaux moteurs de compétitive des entreprises, il présente plusieurs avantages dans les niveaux suivants :

Tableau N° 03 : les avantages d'investissement dans les TIC en Algérie

Niveaux	Avantages
Au niveau du système d'information	- La hausse de la productivité du travail pour la saisie de l'information « la baisse des couts » ; - La décentralisation de la production : meilleure connaissance de l'environnement ; - Améliorations de l'efficacité de la prise de décision permet par une veille stratégique plus performante.
Au niveau de la structure de l'entreprise et de la gestion personnel	- Une organisation moins hiérarchisée ; - Le partage de l'information ; - Une meilleure gestion de ressource humaine (recrutement, etc.).
Au niveau commercial	- La baisse des coûts d'approvisionnement ; - Le développement des innovations en matière de services et réponses aux besoins des clients ; - amélioration de l'image de marque de l'entreprise.

Source : réalisé par nous-même d'après l'ouvrage : « Mondialisation et technologie de la communication en Afrique ».

Selon Benat Bilbao-Osorio:

« Le rôle des TIC pour la croissance économique et la création d'emplois de qualité n'ont jamais été examinés d'aussi près. Malgré les craintes de voir les TIC accélérer le déploiement des ressources dans les pays en développement, les avantages des TIC sont aujourd'hui largement reconnus et représentent une méthode permettant aux entreprises et au secteur économique d'optimiser la productivité, de libérer des ressources et d'encourager l'innovation et la création d'emploi ».

3.2.2. L'avantages pour les banques

L'utilisation des TIC au sein d'une banque présente plusieurs avantages à savoir :

- La réduction des coûts ;
- L'amélioration du développement économique de l'emploi ;
- L'amélioration des services rendus par l'administration des différents services et du capital social ;
- Le renforcement des décisions des particuliers par l'intermédiaire des TIC dans les buts Économiques et sociaux ;
- Le changement dans le comportement en ce qui concerne le travail, la gestion des affaires des personnes et prendre des décisions justes sur la base des informations ;
- La réalisation des gains de productivités ;

- La baisse globale des coûts de revient (télécommunication, échange de données,...) ;
- L'amélioration de la qualité des services ou produits offerts aux clients ;
- L'orientation de son activité vers de nouveaux produits ou services ;
- L'automatisation des tâches et la fiabilité de l'information¹.

3.2.3. L'avantage concurrentiel dans l'économie d'échelle

L'utilisation des TIC présente plusieurs avantages concurrentiels dans les économies d'échelles, entre autres on cite :

- La rationalité de la production (plus d'efficacité ou la sortie du marché) ;
- L'augmentation des qualités des biens et services ;
- L'utilisation de la haute technologie dans l'entrée à d'autres marchés².

3.2.4. Les limites de l'investissement dans les TIC

Les TIC ne procurent pas seulement des avantages, mais elles impliquent également des limites ou bien des risques qui l'entravent. Parmi lesquels :

▪ L'exposition à la concurrence

L'apparition des blogs et le partage du contenu avec les internautes, toute modification sur un domaine donnée pousse l'entreprise à faire des efforts financiers lourds et une modification de l'offre produits/services plus marquées dans le but de garder une longueur d'avance sur des concurrents.

▪ Le risque de pillage et le piratage des données « exposition au pillage »

Un risque qu'on peut dire qu'il n'est pas important mais reste tout de même notable à mentionner et qui concerne la confidentialité et la sécurité des données de l'entreprise.

▪ Le risque de la baisse de la productivité et de son rendement

D'un côté ces outils (technologies d'informations et de communications) font augmenter la réactivité de l'entreprise mais de l'autre, il y a un risque de la baisse de la productivité et son rendement par la rédaction excessive de courriers et de message électronique et l'alimentation de différents outils de l'entreprise.

¹A .Chêneau, « *Mondialisation et technologie de la communication en Afrique* »,Ed. Karthala, Paris 2004, p.144.

²A .Chêneau, « *Mondialisation et technologie de la communication en Afrique* »,Ed. Karthala, Paris 2004, p.144.

3.2.5. L'importance de l'utilisation des TIC sur l'économie Algérien

Les NTIC bouleversé et imposé le remaniement de nombreuses administrations, en permettant de franchir la première grande marche suit à la modernisation des NTIC remontent au début des années 80 avec la naissance des PC et la très rapide implantation de l'échange des documents informatisés (ÉDI, qui conduit à abolir les deux grands obstacles auxquels s'affrontent toute organisation : le temps et l'espace.

3.2.6. L'apport des TIC dans l'efficacité de gestion locale et la bonne gouvernance

Le monde actuel connaît une transformation de société industrielle au 20ème siècle à la société de l'information. En effet, l'évolution rapide des TIC annonce une révolution profonde aux plans : économique, social, politique et culturel, induisant des changements dans les modes de vie des individus et des sociétés. Cette transformation s'appuie sur l'apport des technologies des télécoms, l'informatique et les applications multimédias façonnant la société.

L'utilisation des TIC est devenue une réalité qui prend chaque jour une place supérieure dans nos activités quotidiennes. Les TIC sont une source de richesse et de prospérité ouvrant de nouvelles perspectives et aucun jour ne passe sans prendre connaissance de nouveaux produits et services qui contribuent à l'évolution des activités de diverses natures du pays, de la région, du continent. De nombreuses mesures de modernisation ont été prises au sein des administrations des pays. De plus, les TIC évoluent à un tel rythme qu'il devient de plus en plus difficile pour certains pays de les suivre et de les maîtriser, engendrant un fossé en terme d'accès à ces TIC, donc des écarts entre riches et pauvres, instruits et non instruits, jeunes et personnes âgées, villages et villes, pays développés et les pays en développement.

En effet, 90% des opérations de dédouanement se feront par des fichiers numériques, la presque totalité des échanges entre administrations se feraient entre elles par internet, les personnes échangeraient avec les administrations à 99% via le net, il n'y aurait plus de files d'attente devant les APC, les banques et l'ensemble des administrations publiques¹.

¹Les TIC : retards et possibilités de rattrapage, repères économiques par Abdelhakim lamiri El Watan économie de 4au 10 mars 2013.

Conclusion de chapitre

L'importance et le poids acquis par les télécommunications dans le développement économique et social dans le monde sont sans commune mesure avec le passé, qualifiant ce siècle de l'ère de l'information et de la communication, cela repose sur les capacités, disponibilités et facilités des moyens de télécoms d'un pays, le développement actuel de l'occident est en bonne partie le fait des moyens de communication performants et adaptés aux besoins de l'économie.

Concernant l'Algérie, elle essaie d'adopter cette nouvelle technologie, elle s'est fournie en moyens humains et matériels en choisissant de développer et d'ouvrir le secteur des réseaux numériques, support fibre optique, trois opérateurs en téléphonie mobile, plusieurs providers Internet et récemment lancement d'un satellite à usage scientifique. Nous pouvons considérer les besoins en nouveaux services exprimés par les usagers de divers secteurs comme accessibles si la continuité dans l'investissement est soutenue et durable à tous les niveaux.

Introduction du chapitre

Les nouvelles technologies prennent aujourd'hui une place indispensable dans notre quotidien. L'un des secteurs les plus transformés par les TIC est le secteur bancaire. Ces technologies deviennent le facteur le plus important dans le développement futur de la banque, d'influencer le marché des banques et stratégies d'affaires.

En effet, le développement des NTIC a changé la façon dont les agents détiennent et échangent la monnaie. Aujourd'hui, grâce au développement des technologies numériques, une nouvelle forme monétaire est apparue. Elle est dématérialisée, digitale et dé-territoriale : il s'agit de la monnaie électronique.

Ainsi, l'innovation technique a permis la création d'une nouvelle forme de banque qu'est la banque électronique. Cette dernière a commencé à se produire assez largement en tant que canal de distribution des services financiers grâce aux progrès rapides de l'informatique et la compétition intensive dans les marchés bancaires.

Ce chapitre est consacré dans la première section à la présentation des moyens de paiements dématérialisés, dans la deuxième section, nous évoquerons la dématérialisation en externe de la banque, puis nous allons voir l'impact des NTIC sur l'activité des banques algériennes, dans la troisième section.

Section 1 : La dématérialisation des moyens de paiements

Depuis l'avènement des réformes économiques, les banques algériennes ont engagé des efforts soutenus dans le sens d'une plus grande modernisation de leurs méthodes d'intervention et d'une diversification des produits et services offerts à la clientèle.

La monnaie électronique a constitué dans ce cadre un vecteur prioritaire qui fait l'objet d'une série d'actions vigoureuses au niveau interbancaire et à l'intérieur de chaque institution.

Etant au début d'un tel processus, la communauté bancaire reste attentive aux résultats des expériences menées à l'échelon maghrébin et européen.

1.1. Formes de la monnaie électronique

Les banques ont de vastes fonctions et parmi ses fonctions la gestion de moyens de paiement, c'est-à-dire la mise en circulation de la monnaie avec ses différentes formes et la vente des produits financiers sur les différents marchés financiers.

La monnaie électronique permette aux clients d'effectuer leurs règlements à distance : cela encouragerait les clients puisque ça leur enlève l'obligation d'être physiquement en présence du destinataire des opérations.

Aussi la monnaie électronique dispose aux clients une grande sécurisation des opérations contre les pertes, les vols ou les falsifications. La monnaie électronique peut être considérée comme une forme de dématérialisation de la monnaie fiduciaire.

Définie selon la Commission Européenne comme

« Toute valeur monétaire représentant une créance qui est stockée sur un support électronique ; cette valeur monétaire doit être émise contre la remise de fonds d'un montant dont la valeur n'est pas inférieure à la valeur monétaire émise. »¹

Le système financier algérien, notamment bancaire, met à notre disposition de nombreux moyens de paiement pour effectuer différentes opérations :

1.1.1. Les cartes bancaires

Une carte électronique émise par une banque permet aux clients de la banque d'accéder à leur compte, retiré de l'argent ou de payer des biens et services. Il existe différents types de cartes bancaires :

a. La Carte de retrait

La carte de retrait est une carte délivrée par un établissement de crédit permettant seulement d'effectuer des retraits dans les distributeurs automatiques de billets(DAB) ou les guichets automatique(GAB).

¹Bougi Gilbert et Helmi Hamdi, «La crédibilité de la banque centrale face aux défis de la monnaie électronique », Séminaires du CAE, 2007/2008, p.2.

La carte de retrait peut voir son utilisation limitée à un seul établissement ou à une seule agence bancaire.²

b. La carte de paiement

Le client titulaire de la carte interbancaire (CIB) peut régler ses achats de biens et de services avec sa carte auprès des commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire, à tout moment et en tout lieu.

c. Les cartes internationales

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

1.1.2. Le prélèvement

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

1.1.3. Le virement

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

1.1.4. Le titre interbancaire de paiement ou TIP ³

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

1.1.5. Le chèque électronique

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

²<http://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/carte-de-retrait>, consulté le lundi 05 janvier 2018

³http://www.linternaute.com/argent/banque/137/les_différentes_moyens_de_paiement.html, consulté le 05/03 2018

Il suffit de remplir le chèque comme à l'habitude et d'y apposer sa signature numérique (chiffrée). Grâce à un dispositif de lecture automatique des chèques, l'ordre de paiement est numérisé et directement transmis à la banque. Celle-ci effectue le transfert de fonds comme s'il s'agissait d'un chèque papier, et le consommateur reçoit alors une confirmation de transaction par courriel, incluant le numéro du chèque et le montant de la transaction⁴.

1.1.6. Le portefeuille électronique

Est un mécanisme sécurisé installé sur des appareils électroniques portables essentiellement de téléphones mobiles, qui permet d'enseigner un virement d'un compte vers un autre.

La mission de ce type de paiement dans les banques est de borner le besoin de fournir des billets et des pièces de monnaie et bien sûr limiter le besoin pour la banque de se fournir en monnaie banque centrale.

1.1.7. La carte bancaire virtuelle

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

Concrètement, il suffit d'installer un logiciel sur l'ordinateur pour obtenir ce numéro valable pour un seul achat et qui ne peut pas être reconnu par d'éventuels pirates du Web. Il faut penser à lancer ce logiciel dès qu'un achat en ligne sera effectué. Le débit s'affiche bien entendu sur le compte bancaire de l'acheteur de manière classique. Il peut également accéder à l'historique des achats effectués via cet outil.⁵

1.2. Apparition et développement de la monétique en Algérie ⁶

L'effet de la technologie nouvelle dans le développement de la relation banque-client notamment par la diffusion des nouveaux outils, distributeurs automatiques de billets et d'autres services, ont accordé des changements internes du système bancaire algérien. En effet, les banques ont réorganisé leurs réseaux d'agences dans le but de rapprocher davantage leurs services de leurs clientèles.

L'introduction de la monétique en Algérie a été envisagée par la plupart des banques à des périodes différentes dont le plus ancien projet remonte à l'année 1975.

⁴ Le chèque électronique : http://www.granddictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8370849 consulté le lundi 05 janvier 2018

⁵ La carte bancaire virtuelle à usage unique : un service tops cher, disponible sur le site web : <http://www.lineteuroute.com/argent/banque/achat-sur-internet-sans-carte-bancaire/e-carte-bleue.shtml> consulté le 05 janvier 2018

⁶ Lamiri A (2013) : La décennie de la dernière chance, Emergence ou déchéance de l'économie algérienne ? Chihab Editions ; Alger ; p 251

Chapitre II : Evolution des moyens de paiement et leur dématérialisation

En effet deux distributeurs de billet installés en 1975 ont été opérationnels pendant une très courte durée. D'autres tentatives faites par la suite sont restées au stade expérimental, juste quelques projets ont vu la lumière et parmi ces expériences réussies on citera l'expérience du :

- Le Crédit Populaire d'Algérie(CPA) qui a commencé son activité monétique en 1989 par l'adhésion à Visa International en qualité de membre principal émetteur et acquéreur, et en 1990 par l'adhésion à Mastercard International en qualité d'acceptant. Le CPA émet aujourd'hui des cartes Visa International à puce aux normes EMV.
- La BADR qui est équipée d'une solution monétique qui permet, la gestion d'une carte de retrait privative pour les clients salariés domiciliés dans les agences BADR.
- La BEA qui prend en charge la gestion d'une carte pétrolière prépayée et rechargeable pour l'achat de carburant auprès des stations de services Naftal en remplacement des bons d'essence.
- Algérie poste occupe une place importante, vu le nombre de cartes qu'elle émet et le parc DAB de son réseau.

Après les initiatives individuelles, les banques algériennes ont vite pris conscience que l'existence de plusieurs centres de traitements indépendants entrainerait une multiplication des investissements, des coûts d'exploitation élevés et constituerait un frein à l'interbancaire et à l'interopérabilité des cartes.

C'est dans ce cadre qu'elles ont décidé de la mise en place du projet monétique national en optant pour la mise en commun des moyens. Ainsi est née la SATIM (Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de la Monétique), l'opérateur monétique interbancaire en Algérie pour les cartes domestiques et internationales.

Actuellement, la monétique se constitue d'un réseau national composé de : CCP, Société Générale, CNEP-banque, BNA, BDL, CNMA, BEA, BADR, CPA, EL BARAKA, BNP, AGB, NATIXIS, Gulf Bank, ABC Bank, Housingbank, Fransa-banque.

L'adhésion de ces institutions financières au RMI ⁷(réseau monétique interbancaire) se concrétise par :

- La signature d'une convention interbancaire ;
- La signature des contrats de coopération liés aux services offerts par le RMI ;
- Le respect des spécifications techniques éditées par le RMI (gestion de fichiers porteurs, délais...).

⁷ Magazine de la monétique, SATIM, Année 2010.

Chapitre II : Evolution des moyens de paiement et leur dématérialisation

Dès 1997, SATIM a démarré le retrait d'espèces à partir des DAB (Distributeurs Automatiques de Billets de banque) en mettant en place un réseau monétique interbancaire.

1.2.1. Les Cartes émises ⁸

Les types de cartes émises au public algérien par les banques sont :

1.2.1.1. La carte Classique

La carte Classique propose des services de paiement et de retrait auprès de tous les automates appartenant aux banques et établissements participant au RMI. Les critères d'attribution sur cette carte sont arrêtés par chaque banque selon sa convenance.

1.2.1.2. La carte Gold

La carte Gold obéit aux mêmes principes d'attribution, mais offre des fonctionnalités supplémentaires ainsi que des plafonds de retrait et paiement plus élevés. Chaque type de carte cible un segment de clientèle.

Le domaine de la monétique a poursuivi son affermissement au cours de l'année 2015 avec extension du RMI en atteignant 1142145 de cartes fin de 2015 contre 1125689 fin décembre 2014 et avec un objectif d'en avoir 2 million vers la fin de l'année 2017 (voir le tableau n°4)⁹.

Tableau N°04 : Evolution de cartes interbancaire CIB en Algérie

Année	2011	2012	2013	2014	2015
Cartes	1056018	1075989	1098566	1125689	1142145

Source : La SATIM Alger année 2016

Tableau N° 05 : Nombre des transactions par carte CIB réalisés en 2014 et 2015

Année	Nombre de carte ayant effectuées au moins une transaction	Aucune transaction	Nombre de carte
2014	287051	838638	1125689
2015	253586	888559	1142145

Source : La SATIM Alger année 2016

Le tableau n°05, démontre malheureusement, le faible taux d'utilisation des cartes résultant :

- D'un taux important de cartes inactives ;
- D'une sous-utilisation suite soit à l'insuffisance du réseau d'acceptation soit aux d'autres contraintes.

⁸ Fodil Hassam, « Le système bancaire Algérienne », l'économiste d'Algérie, Alger, (2012), P. 109.

⁹ Document de la SATIM, année 2016.

Ce constat démontre l'incapacité de gestion des banques par rapport aux infrastructures réseau, aux équipements..., mais aussi, à une insuffisance d'actions marketing visant à convaincre leurs clients pour l'utilisation des cartes de retrait et de paiement (CIB). Ceci peut éventuellement s'expliquer par une absence de motivation de la part des banques.

1.2.2. L'e-Paiement en Algérie et la monétique au Maghreb

L'Algérie enregistre un retard important en matière de monétique par rapport au pays voisins en l'occurrence le Maroc et la Tunisie, c'est ce que nous montrent les statistiques suivantes :¹⁰

a) Le nouveau e-paiement en Algérie

En date du 04 octobre 2016, un service du e-paiement ou paiement à distance a été mis en œuvre par onze banques (6 banques publiques et 5 privées) et neuf réseaux marchands en l'occurrence : Air Algérie, Tassili Airlines, Djezzy, Algérie Télécom, Mobilis, Seaal, Cnas, Ooredoo et l'assurance Amana. D'après les pouvoirs publics : la concrétisation de l'e-paiement va permettre dans un délai très court dès le début 2017, le télépaiement et la tél déclaration.

C'est un besoin pressant de la part du secteur économique dont notamment les entreprises. Le paiement à distance va permettre la bancarisation de l'économie.¹¹

b) La monétique au Maghreb

Le secteur bancaire de la majorité des pays africains reste encore largement sous-équipé. Seuls quelques pays sont bien avancés en ce domaine comme le Maroc et la Tunisie. L'expérience de la monétique dans ces pays, a démontré que les systèmes électroniques de paiement ne sont pas une mode à suivre mais une nécessité sur le plan économique.

Les banques doivent se moderniser pour faciliter la mise en place des mécanismes de marché, et donc augmenter la fluidité des flux financiers. La monétique est fortement liée au taux de bancarisation. Or ce taux est relativement faible en Afrique (de l'ordre de 5 à 10% en moyenne).

Le Maroc, bien qu'il ait un taux de bancarisation plus faible que la Tunisie (entre 12 et 15 contre près de 30%), est le pays le plus avancé en Afrique Francophone. Nous distinguons entre l'Afrique francophone et l'Afrique anglophone car le système monétique est différent : alors que le moteur principal de la monétique anglophone est la carte de crédit (l'Afrique du Sud est très développée à ce niveau), l'Afrique francophone est centrée sur les cartes de paiements et de retraits.

¹⁰Magazine de la monétique, SATIM, Année 2016.

¹¹*Idem.*

Chapitre II : Evolution des moyens de paiement et leur dématérialisation

Les systèmes financiers tunisien et marocain sont caractérisés par des avancées importantes en matière de monétique et de télépaiement par rapport à l'Algérie. Le niveau qu'ont pu atteindre le Maroc et la Tunisie en matière de la monétique n'est pas l'effet du hasard mais le résultat des différentes réformes qu'ont connues leurs systèmes financiers.¹²

Tableau N° 06 : Evolution du nombre de cartes en Algérie, au Maroc et en Tunisie

	2012	2013	2014	2015
Algérie	1075989	1098566	1125689	1142145
Maroc	6039415	6917894	8028142	8398451
Tunisie	2070140	2367022	2373404	2665199

Source : Etabli par les chercheurs suivant les données de la SATIM en Algérie/SMT Tunisie/CMI Maroc

Le nombre de cartes en circulation octrois, mais avec des taux moyens de croissance annuels différents, 12,3% pour la Tunisie, 4,6% pour le Maroc et 1,7% pour l'Algérie. Si on prend par exemple l'année 2015 on remarque que le nombre de cartes au Maroc est de 8398451 contre 1142145 en Algérie soit (un écart de 7256306 cartes) plus de six fois. Et la même année, le nombre des cartes en Tunisie est de 2665199 contre 1142145 en Algérie soit (un écart de 1523054 cartes) plus de deux fois¹³.

Les contraintes majeures au développement de la monétique en Algérie sont :¹⁴

- La faiblesse du système d'information et de gestion dans la plupart des banques, c'est-à-dire un manque flagrant d'information efficientes à même de mettre en évidence au niveau de chaque établissement bancaire les soldes des porteurs en temps réel ou tout au moins à j+1 ;
- Le manque d'offres commerciales autour de la carte et du TPE ;
- L'inefficacité de la démarche marketing ;
- L'incapacité de beaucoup de banques adhérant au réseau monétique interbancaire à fournir un solde en temps réel ;
- Taxes dissuasives, frilosité des commerçants ;
- Direction monétique inexistante ou sans pouvoir de décision dans quelque établissement ;
- Désintéressement des directions des réseaux pour la monétique ;
- Enorme décalage entre direction centrales et agences ;

¹² Forum sur la monétique au Maghreb, de l'Afrique centrale et de l'ouest, Casablanca le 16 et 17 février 2008

¹³ Magazine de la monétique, SATIM, Année 2016

¹⁴ Document interne SATIM Alger 2014.

Chapitre II : Evolution des moyens de paiement et leur dématérialisation

- Agences démunies face à la monétique ;
- Peu de respect des procédures.
- Toutefois, avec l'e-paiement introduit récemment en Algérie, les banques algériennes seront plus engagées à la modernisation. Il est préalable également que le processus de modernisation des banques suivra son cours et reste à l'écoute des évolutions technologiques et des besoins du marché tout en insistant sur la nécessité de prêter attention aux systèmes mondiaux en évolution pour mettre à jour notre système financier pour davantage de qualité et de service. La sécurisation de ce mode de paiement est garantie par la Banque d'Algérie.

1.3. Présentation de l'opérateur Monétique algérien(SATIM)

La SATIM a été créée en 1995 avec un statut de SPA, est une filiale de huit banques commerciales algériennes au capital de 1.145.500.000 DA.

Ses actionnaires sont la BNA, la BADR, la BEA, la CNEP, le CPA, la BDL, la CNMA, et AL BARAKA (tableau°7). Plusieurs autres institutions participent au réseau Monétique Interbancaire, ce sont Algérie Poste, Société Générale d'Algérie, BNP Paribas, Al-Djazair, Housning Bank et Acro Bnak.

Tableau N° 07 : Les actionnaires de la SATIM

Actionnaire	Nombre d'action	Valeur en DA	%
BNA	36	3.600.000	13,74
BEA	36	3.600.000	13,74
BDL	36	3.600.000	13,74
CPA	36	3.600.000	13,74
CNMA	36	3.600.000	13,74
EL BARAKA	10	1.000.000	3,82
BADR	36	3.600.000	13,74
CNEP BANQUE	36	3.600.000	13,74

Source : La Direction Monétique-SATIM Alger.

Cette Société a été créée avec un statut SPA (société par action) décidée par :

- La loi 88-04 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publique économiques ;
- La loi 88-04 du 12/01/1988 modifiant et complétant l'ordonnance 75-59 du 26/09/1987, portant code de commerce et fixant les règles particulières applicables ;
- Le décret législatif 03-08 du 25/04/1993 modifiant l'ordonnance 75-59 du 26/09/1987, portant code de commerce.

1.3.1. Les missions de SATIM

Les principales missions de la SATIM sont :

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

En phase d'obtenir le statut de membre auprès des systèmes internationaux de paiement et de retrait par cartes en qualité de centre de personnalisation des cartes internationales.

1.3.2 Les Activités de la SATIM

L'activité principale de la SATIM porte sur le développement et la gestion d'une solution monétique qui repose sur une infrastructure et des équipements techniques sécurisés et connectés aux sites informatiques et/ou monétiques des banques et qui répond aux exigences de la norme internationale EMV¹⁵ et permet de se prémunir de toute tentative de fraude connue à ce jour.

La solution monétique prend en charge le paiement domestique et le retrait d'espèces dans un cadre interbancaire, elle est constituée :

- Du FrontOffice, qui assure la connexion avec les banques, les commerçants, les Terminaux de Paiement Electroniques et les Distributeurs Automatiques de billets du back-office, qui permet les traitements internes ;
- D'un système de personnalisation des cartes bancaires ;
- D'une plate-forme de télécommunication qui permet d'effectuer les échanges entre les différents acteurs du réseau monétique ;
- D'un réseau d'acceptation DAB et TPE.¹⁶

1.3. Le réseau monétique interbancaire algérien

En 1996, la SATIM a lancé un projet de mise en place d'une solution monétique interbancaire.

¹⁵ EMV :Europay Mastercard Visa, abrégé par le sigle EMV, est depuis 1995 le standard international de sécurité des cartes de paiement.

¹⁶ SATIM Magazine, 2005, P.68

La première phase de ce projet, qui est opérationnelle depuis 1997, s'est résumée au lancement du premier Réseau Monétique Interbancaire (RMI) en Algérie. Ce dernier ne couvre que les prestations d'émission de cartes bancaires de retrait sur Distributeurs Automatiques de Billets (DAB).

Ce réseau permet aux banques (nationales ou étrangères, privées ou publiques) d'offrir à l'ensemble de leurs clients le service de retrait de billets sur DAB et le service de paiement à partir de l'année 2005.

Autrement dit, le RMI est un système constitué d'un système central, de Guichets Automatique de Banque, de Distributeurs Automatiques de Banques et de Terminaux de Paiement Electroniques, utilisés pour les services bancaires, notamment le retrait de billets de banque et le paiement par carte bancaire.

1.4.1. Rôle du RMI (Réseau Monétique Interbancaire)

Le rôle de RMI se résume dans les points suivants :

- Assurer l'inter-bancarité des transactions de retrait et de paiement effectuées sur le RMI pour tous les porteurs des banques adhérentes ;
- L'intégration au RMI de DAB propres à la banque adhérente ;
- L'acquisition des demandes d'autorisation de retrait émanant de DAB ;
- Garantir le traitement des transactions DAB/TPE pour le compte des banques ;
- La préparation et le transfert des flux financiers destinés au pré compensation des transactions DAB.

1.4.2. Les objectifs du RMI

Les deux principaux objectifs de RMI sont :

- **Assurer l'interopérabilité** : c'est-à-dire assurer l'acceptation de toutes les cartes de retrait et de paiement de toutes les banques adhérentes ;
- **Garantir la sécurité** : en garantissant le respect de la réglementation en vigueur, en assurant les échanges sécurisés des données et en luttant contre la fraude¹⁷.

¹⁷ A. Benchabla, Responsable de la Monétique au niveau du SATIM, PME magazine, n°13, du 15mars 2010

Section 2 : E-Banking (la banque électronique)

L'internet représente l'une des plus importantes innovations technologiques dans le domaine des services bancaires, menant à un changement radical du comportement du consommateur. L'introduction des TIC au milieu des années quatre-vingt-dix provoque une vague de changements : naissance de l'e-banking qui implique de repenser la relation au client mais aussi accroissement des échanges interbancaire.¹⁸

L'adoption du E-banking ouvre constamment aux banques de nouveaux horizons qui puissent être susceptibles de les aider à innover leurs services et leurs produits pour répondre aux exigences et aux conditions d'un développement durable et d'une solide relation banque-client.

2.1. Définition d'E-banking

E-Banking est défini comme la distribution automatisée des produits et services bancaires traditionnels et nouveaux directement à des clients à travers des canaux de communication électronique interactifs.

La banque électronique peut également être définie comme une variété de plateformes suivantes ¹⁹:

- Services bancaires par Internet (ou la banque en ligne) ;
- Services bancaires partéléphone ;
- La banque par latélévision ;
- PC banking (ou horsbanque);
- (L'Automated Teller Machine) canalATM ou le Guichet Automatique.

Plusieurs définitions sont données par différents analyses mais toutes reposant sur l'application des transactions à partir des supports électroniques différentes.

Stamoulis (1994) définit la banque électronique ou E-banking comme un canal de distribution et de livraison des services financiers par voie de communication multimédia, d'une façon globale et moins coûteuses. ²⁰

Selon Diniz (1994), E-banking est un service fourni par plusieurs banques, il permet aux clients de mener des transactions bancaires à travers l'internet en utilisant un PC, mobiles, etc.²¹

¹⁸ Hervé Sitruk, l'impact des réseaux sur l'activité bancaire et interbancaire, problème économique n°2813 du 11/06/2003.

¹⁹ Mahdi, S et Mehrdad, A. (2010), " E-Banking in Emerging Economy", International Journal of Economics and Finance, vol. 2, n°1, p, 201-209.

²⁰ Oussama Chenchah, les déterminants de l'adoption de l'E-Banking par les institutions financières, mémoire de maîtrise, Université du Québec Montréal, 2011, p. 29

²¹ Idem

Chapitre II : Evolution des moyens de paiement et leur dématérialisation

Le client pourra :

- Avoir accès aux comptes, tous les jours, même le week-end ;
- Voir les bilans directement, et savoir la position de chèques, des cartes de crédit, des comptes de placement sur le marché monétaire ;
- Transférer les comptes entre les comptes ;
- Télécharger des informations directement à travers les relevés, les rapports et aussi par courrier électronique ;
- Recevoir et payer les factures en ligne ;
- Avoir des conseils boursiers, comparaison des services bancaires ;
- Visualiser l'image scannée des chèques encaissés.

Vilattes (1997)²² définit la banque à distance comme toute activité bancaire destinée à un client ou à une prospection se déroulant à partir d'un point de service électronique en utilisant un système de télécommunication tel que le réseau téléphonique public ou internet.

Selon FDIC (Fédéral Deposit Insurance Corporation 1998)²³ l'e-banking peut être divisé en trois catégories, selon le degré de sa fonctionnalité. Le premier rang est un système qui permet simplement de fournir des informations générales publiées, et il permet la transmission des courriers électroniques non sensitifs (système formé seulement d'information), à travers ce système le publiant (la banque) définit les informations valables sur le site web.

Le deuxième rang du système est un système interactif qui permet aux utilisateurs de partager des informations sensibles et aussi de se communiquer (système de transfert électronique des informations), un site web bancaire qui permet aux clients d'octroyer des prêts en ligne ou de déposer des fonds dans le compte est un exemple de système de transfert.

Le troisième rang du système peut faciliter le transfert électronique des fonds, le virement des comptes, le paiement des factures et d'autres transactions financières (système électronique de paiement). Ce rang représente le degré la plus élevé de la fonctionnalité. En définitive, le E-Banking est une innovation technologique et technique ayant permis aux banques d'innover en terme de prestation de service à l'égard de leurs clients.

Le secteur bancaire est considéré comme le secteur le plus affecté par la révolution de la technologie et de télécommunication.²⁴

²² Villates, Dominique, « *Demain, la banque à distance* », Revue banque, n°585, 1997, p.68-70.

²³ Toufaily Elissar, Adoption de la banque électronique et son impact sur la performance organisationnelle, mémoire de maîtrise, Université du Québec Montréal, 2004, P.29

²⁴ Oussama Chencheh, 2011, *Op cit*, P. 31.

2.2. L'apport d'E-Banking

2.2.1. L'apport de l'E-Banking pour la banque

La concurrence, la technologie et l'évolution des modes de consommation incitent aujourd'hui les professionnels de la banque à s'interroger sur les modalités de la relation avec le client et beaucoup ont intégré aujourd'hui le canal internet. Le site WEB est un média de communication puissant permettant à la banque d'atteindre des clients très ciblés et de vendre des services directement en ligne.²⁵

L'existence d'opportunités technologiques (internet), la volonté de satisfaire leurs clients par les services innovants, ainsi que la contrainte concurrentielle ont conduit les banques à mettre à disposition de leur client des services sur internet. Les clients ont recours aux différents services bancaires à distance via les multiples canaux d'accès qui leur sont offerts. Les outils mis en place, le client effectue de plus en plus d'opérations qui devaient auparavant d'effectuer à l'agence.

Ces nouveaux canaux d'accès ou de distribution permettant aux clients de s'affranchir des contraintes temporaires liées aux horaires d'ouvertures des agences et des contraintes spatiales.

The Fédéral Financial Institutions Examinations Council (2003) dresse une liste de composantes et de processus sur lesquelles se base le système des opérations électroniques. Elle débute par la conception du site Web de la banque, intègre par la suite le système d'authentification, l'administration du réseau, la gestion de sécurité, les applications de commerce électronique (par exemple, le paiement des factures, les prêts, le courtage) et les systèmes d'aide à la décision automatisés.

Les bénéfices perçus de la banque en ligne, comme le développement de services, les consultations à distance, la délocalisation, le gain de temps, la flexibilité, la facilitation du processus d'accès au service, la repense rapide, et l'échange des informations fiables et sûres etc...constituent l'apport des innovations technologiques dans l'information et la communication électronique. L'adoption de la banque en ligne devient une nécessité pour la banque qui souhaite maintenir sa part de marché, fidéliser ses clients et démarcher d'autres clients.

Les potentiels de la banque en ligne sont nombreux dont :

- Amélioration de la qualité des services offerts avec deux atouts supplémentaires qui sont l'interactivité et l'accessibilité du service sur le lieu du travail ou à domicile ;

²⁵ Toufaily Elissar, Adoption de la banque électronique et son impact sur la performance organisationnelle, mémoire de maîtrise, Université du Québec Montréal, 2004, P.29.

- Nouveaux modes de promotion et de commercialisation des produits ;
- Une personnalisation et une amélioration des relations avec la clientèle.

2.2.2. L'apport de l'E-Banking pour le client

L'e- Banking permet aux clients de bénéficier des atouts suivants :

- Une disponibilité 24h sur 24, disparition des contraintes liées aux heures et aux jours d'ouverture des agences bancaires. Le client peut réaliser ses opérations à n'importe quel moment. Il n'est plus contraint de gérer ces comptes professionnels aux heures de bureaux, un accès 24/24h, 7/7j avec une simple connexion internet et depuis des appareils mobiles. Pour faciliter la tâche, les banques ont mis en place des outils de communication permettant d'accéder à ses comptes, faire des virements et prélèvements, commander des chèquiers, passer des ordres de vente ou d'achat de titres prendre rendez-vous avec un conseiller, s'informer sur des nouveaux produits bancaires sans avoir à aucun moment à se rendre dans une agence. Grâce à la banque en ligne, le client échappe donc aux files d'attente interminables .En plus, les technologies liées à l'Internet pouvaient accélérer les opérations financières (OCDE 2000)²⁶;
- Un accès rapide et continu à l'information. Les sociétés auront plus facilement accès à l'information, ils peuvent vérifier leurs comptes en un seul clic;
- L'internet réduit l'importance du facteur géographique dans la production de services financiers et l'entretien de relations financières. Le client a donc la possibilité d'effectuer rapidement et aisément des opérations bancaires depuis son domicile, et de partout dans le monde pour peu qu'il dispose d'une connexion Internet. Les temps d'attente à faire la file pour accéder au guichet ou à un ATM sont éliminés;
- Le principal avantage du point de vue des clients de la banque est l'économie importante de temps par l'automatisation du traitement des services bancaires et l'introduction d'un outil d'entretien facile pour gérer l'argent du client²⁷;
- Les fonctionnalités et les possibilités proposées aux clients sont de plus en plus nombreuses. Les applications se sont enrichies au fil des années et proposent maintenant tout un panel d'informations et de fonctions permettant une gestion de plus en plus complète, le client peut consulter le solde de son compte, obtenir un relevé de son compte, demander des prêts, vérifier la progression de ses investissements, revoir les taux d'intérêt et de recueillir d'autres informations importantes.

²⁶ OCDE (2000), « *Le Commerce Electronique : Conséquences et Défis pour la Politique Economique* » pp. 213-235.

²⁷ Curau, Catalin. (2000), « *E-Banking in Transition Economies : the Case of Romania* », Journal of Financial Services Marketing, 6, 4, pp. 362-372.

Ainsi, nous assisterions à un transfert du pouvoir du consommateur en matière de stratégie de canaux de distribution dans le domaine bancaire. Les consommateurs prendraient le pouvoir et l'interaction entre l'homme et la machine remplacerait la traditionnelle face à face entre le client et son conseiller. Internet participerait donc à un nouveau modèle économique, où le personnel front office délaisse une partie de son pouvoir au profit de l'internaute, devenu spécialiste et à ce titre autonome²⁸.

2.3. Internet et les banques algériennes

L'Internet Banking désigne la présence d'une banque sur Internet pour proposer soit des informations d'ordre général, c'est à dire sans relation avec le client, soit des prestations bancaires et financières initiées par la clientèle à partir de leurs micro-ordinateurs personnels.

Aujourd'hui, la multitude des points d'accès aux réseaux Internet joue en faveur de l'Internet Banking. En effet, on peut y accéder par le téléphone portable GSM, et même par la télévision.

Il est important de relever à ce niveau que tous les pays développés et émergents dont l'Algérie, sont en train de se doter des directives, de réglementations et de normes en matière d'Internet, de commerce et de transactions électroniques sur leWeb.

Le canal Internet n'est pas encore suffisamment exploité par les banques algériennes. La gestion de la fourniture d'accès à Internet relève d'un monopole qu'exerce l'Etat sur le développement d'applications relatives à la généralisation de ce nouveau canal. Les banques se connectent sur Internet avec une ligne téléphonique simple en utilisant un modem. Cela s'explique par le sous-développement des assises sur lesquelles transiteraient les informations.²⁹

Les banques algériennes sont aujourd'hui de plus en plus conscientes de l'importance attribuée à l'Internet, de leur nouveau contexte compétitif et des nouveaux besoins de leurs clients. Ainsi, se reconvertir en banque en ligne devient une nécessité pour les banques pour mieux servir et satisfaire leurs clients au risque de les perdre.

L'e-Banking en Algérie a été l'œuvre d'une véritable évolution du secteur des finances en Algérie. Malgré l'hésitation de quelques banques algériennes de se convertir à l'Internet, l'émergence de l'Internet Banking s'accroît progressivement.

²⁸ Clara Centeno. (2003), « *Adoption of Internet Services in the Enlarged European Union* », joint Research Centre(DGJRC), p. 45-55.

²⁹ Farid Yaici, « *La mise à jour des systèmes d'information dans le domaine bancaire et financier : un préalable au développement des institutions et aux progrès en matière d'intermédiation financière en Algérie* ».p.17 : www.drdsi.cerist.dz/SNIE/yaici.pdf

Chapitre II : Evolution des moyens de paiement et leur dématérialisation

Après la BADR (Banque de l'Agriculture et du Développement Rural) en 2004, le CPA (Crédit Populaire d'Algérie) s'est lancé le 17 Juin 2008 dans l' e-Banking, proposant un service qui permet d'avoir des informations sur les mouvements du compte bancaire mais à distance. Puis, vient le tour de la Banque Nationale d'Algérie (BNA).

En 2011, la Banque de développement local (BDL) avait ouvert la voie pour offrir ce service, permettant à ses clients, personnes physiques et morales, de gérer leurs avoirs à distance, 7/7 jours et 24/24 heures, faire des virements, consulter l'historique de leurs opérations sur un mois et de leurs soldes. Prenant conscience des enjeux et des opportunités de la banque en ligne, d'autres banques ont suivi, quoiqu'avec retard.

Désormais, les clients peuvent consulter leurs comptes sans se rendre à leur agence bancaire. Selon la formule adoptée, l'usage de l'e-Banking peut se matérialiser via quatre canaux. Il s'agit de l'internet, les sms³⁰, le fax et enfin le téléphone.

C'est ainsi que la majorité des banques algériennes disposent aujourd'hui d'un site web. Ces sites Web sont d'une conception très simple comparés à certaines références internationales et semblent être aux premiers stades de leur développement. Cette faible exploitation des technologies Web, pourtant accessibles et disponibles pour la banque, explique la faible interactivité des sites, la pauvreté de leur contenu et leur aspect peu dynamique, qui renforce bien le constat d'un manque d'engagement des banques sur Internet.

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

Il semble donc que leur objectif principal soit d'aider à établir un contact physique direct avec la banque.

Dans une première phase, le service E-Banking commence par la consultation du solde du compte, la formulation de demande de chéquier, rendez-vous via NET et le suivi des opérations comme les virements et les retraits.

Cependant, il faut mentionner qu'il y'a des banques dont leur site web offre une gamme de renseignements sur eux-mêmes, le site Web de la banque est utilisé comme un panneau publicitaire pour véhiculer la signature institutionnelle de la banque et la plupart d'entre eux n'ont pas été mis à jour depuis longtemps.

³⁰ Sms : Short Message Service, service de messages courts.

La date de la dernière mise à jour des sites est absente dans 50% des cas. L'ensemble de ces éléments montre un manque d'intérêt de la part des banques pour ce média et laisse supposer un sentiment de suffisance par rapport à ce qui a déjà été réalisé (malgré leur faible niveau global d'interactivité).

Aussi, la Banque d'Algérie a un site internet qui expose des données sur la politique monétaire, financière et des statistiques variées, qui sont antérieures à savoir : le dernier rapport annuel qui existe sur le site date de 20017, il ne fournit aucun service électronique, à la différence des sites des banques centrales dans le monde et dont certains supervisent les systèmes de paiement électronique des banques commerciales à travers leur site Web.

Ainsi, la supériorité de la présence de la langue française par rapport à la langue anglaise et arabe, ainsi que l'absence totale d'autres langues étrangères montre une orientation "très locale" de ces sites.

D'autres banques comme la BNP Paribas d'Algérie et Gulf Bank Algeria (AGB) disposent d'un site web transactionnel, au lieu d'un site vitrine, à travers lequel elles offrent à leurs clients la possibilité d'effectuer des opérations bancaires en ligne. Selon le directeur général adjoint de la banque (AGB), *André-Guy Beyrouthi*, a révélé que parmi les services e-Banking proposés par AGB, il y a, le SMS Push (notifications et informations sur toutes les opérations bancaires), le Mail Swift (informations et avis de débit, crédit sur les opérations) et le Mail Notifier (informations et avis de débit, crédit sur les opérations).

2. 4. L'accès au service E-Banking

Pour accéder à ce service, l'agence bancaire communique généralement à son client, dans une première étape, un identifiant et un mot de passe. Une fois l'accès au service effectué avec succès, la banque demande au client, via sa page Web, de définir son propre "signature électronique" qu'il gardera évidemment secrète, une mesure qui vise une sécurisation maximale de l'opération. Mais, certains spécialistes pointent du doigt la défaillance de l'aspect réglementaire régissant l'utilisation de la signature électronique en Algérie, en s'appuyant sur le fait que l'ARPT (Agence de régulation de la poste et télécommunications) n'a pas sélectionné à ce jour un bureau de certification de cette signature (Signature électronique à améliorer).

Selon le délégué général de l'Association des banques et établissements financiers (ABEF), M. Abderrezak Trabelsi, le "développement timide" du "e- Banking" en Algérie n'a rien à voir avec la signature électronique, mais constitue tout simplement "le résultat du manque de fiabilité des services de télécommunications chez les banques".

Tant qu'il y a pas des transactions commerciales réelles via Internet en Algérie, on ne peut pas parler d'un texte réglementaire qui régit cette signature.³¹

L'abonnement à ce service est gratuit ou symbolique. En effet, l'abonnement au e-Banking du CPA coûte 100DA par mois et par compte pour les clients particuliers et à 800 DA pour les clients professionnels avec les mêmes conditions. Quant aux SMS et FAX, il est proposé de les recevoir par mois à la date souhaitée par le particulier concerné. Ce service est facturé au même tarif pour les entreprises mais à raison d'une fois par semaine. La tarification est de 50 DA par mois et par compte pour les SMS et 200 DA par mois et par compte pour le FAX.

2.5. L'impact de l'E-Banking sur la relation banque/client

Le secret de la fidélisation se base sur la connaissance du client, de ses besoins ou préférences et sur le stockage de ces données en utilisant les technologies de l'information et de communication et plus précisément l'internet. L'introduction des innovations technologiques au sein de la banque n'est plus un choix mais plutôt une nécessité surtout que l'internet permet l'interactivité, l'initiative, la personnalisation et la convivialité.

Le client exige une meilleure qualité de service et de relation, accès plus facile, diversification des points de contact, produits personnalisés. Il développe aussi de fortes attentes en matière de relation banque-client telles les disponibilités des interlocuteurs, la repense en temps réel, le gain du temps et l'efficacité de la relation.

Le relationnel bancaire est donc un grand défi à l'heure des transactions bancaires et du commerce électronique.

Les caractéristiques du client sont des éléments importants à considérer pour la construction d'une relation sur un site marchand. Sa sensibilité à une approche relationnelle, ses besoins, le niveau de personnalisation requis, ses motivations, sa perception du risque, sa valeur perçue et sa perception des coûts de changement sont des dimensions susceptibles d'influencer la relation en ligne entre le client et sa banque.³²

Le défi des entreprises est d'inclure la notion de la chaleur humaine dans les contacts avec les clients. Le transfert de l'information efficace augmente l'engagement du client avec l'entreprise, puisque l'information personnalisée est échangée facilement. L'échange des données personnalisées est une clé de succès dans la livraison des services sur l'internet.

³¹ Le crédit populaire d'Algérie à l'ère du « e-banking ». (Mars 2013), « *Le crédit populaire de l'Algérie à l'ère du « e-banking »* » : <http://www.djazairss.com/fr/letemps/89797>

³² Lazreg Mohamed. (2005), « *Développement de la Monétique en Algérie* », Thèse de Doctorat, université Abou Bakr Belkaid, Tlemcen, p. 32

La séparation physique entre le client et sa banque et l'absence prolongée du contact avec le personnel et les fournisseurs peuvent éroder l'attachement émotionnel du client envers l'entreprise en diminuant le degré de loyauté et en augmentant la probabilité d'abandon. Les relations d'affaire sont basées sur la satisfaction, la confiance, la sécurité, l'engagement mutuel et la coopération.

Section 3 : Impact des NTIC sur l'activité bancaire en Algérie.

Les NTIC ont changées le mode de fonctionnement des banques algériennes notamment dans les aspects de production, de distribution et de productivité. Les NTIC jouent un rôle croissant dans l'évolution des métiers bancaires. Elles ne se limitent plus à accompagner le changement, elles en deviennent le moteur en vue d'améliorer et revaloriser la productivité des services bancaires.

3.1. L'impact des NTIC sur la fonction de production

3.1.1. Diminution des coûts de production (principe de la mutualisation)

Pour diminuer leur coût de production, les banques recourent davantage à la mutualisation. Cette dernière leur permet de mutualiser les investissements et de réaliser des économies d'échelle en répartissant les coûts fixes sur des volumes plus importants.

L'objectif de cette association était la réalisation des économies d'échelle et par suite la possibilité d'être compétitif en termes de coûts.

3.1.2. Industrialisation de l'ensemble de processus

L'objectif suivi par les banques est de parvenir à une automatisation puis à une industrialisation de l'ensemble de leurs processus. Ce défi est d'autant plus important que dans le cadre d'une désintermédiation croissante, les banques doivent élargir leur cible de clientèle demandant d'avoir une vision globale, unique et immédiate de chaque client³³.

3.1.3. Passage d'une gestion traditionnelle de stock à une gestion de flux

La gestion de flux est une technique de production visant à minimiser les délais d'attente dans le traitement des tâches. Une bonne gestion des stocks est indispensable pour assurer la pérennité de la banque.

En interne, les NTIC modifient les traitements bancaires en permettant le passage d'une gestion traditionnelle de stock à une gestion de flux, c'est-à-dire le suivi et le contrôle des échanges, avec un double mouvement : une intégration des opérations de bout en bout et leur traitement continu.

³³ Sahut. J. M. (1998), «Vers une révolution du système bancaire », la Revue du Financier N° 131, 1998, pp.31-38.

L'importance de l'introduction des NTIC dans le mode interne de travail est :

- Rapidité et fiabilité de traitement des opérations ;
- Amélioration de l'efficacité et de la précision ;
- Réduction de la contrainte physique derrière un bureau ;
- Réduction du risque d'erreur ;
- Suppression des tâches en double.

3.2. Impact des NTIC sur la fonction de distribution

En fonction de distribution les nouvelles technologies ont un effet très important sur la relation banque/client.

*« Ce qui distingue un établissement bancaire d'un autre est la qualité et l'efficacité qu'il est capable de promouvoir grâce à son système d'offre en déterminant un supplément de valeur ajoutée pour le client ».*³⁴

L'effet de l'introduction des NTIC sur la relation banque/client est :

- Satisfaction du client ;
- Fidélisation du client ;
- Amélioration de la qualité des services ;
- Disparition des contraintes de place ;
- Disparition des contraintes de temps.

En effet, la clientèle bancaire, vu l'apparition des NTIC leur permettant un gain énorme du temps et des coûts dans les transactions, est devenue de plus en plus exigeante. Les banques doivent donc renouveler leur gamme en permanence. Il faut aussi qu'elles luttent contre tout formalisme et lenteur, et veillent à fournir un service rapide (plus que celui des concurrents), tant au niveau de l'élaboration des produits, que de leur distribution.

3.3. Impact des NTIC sur la productivité

La recherche de la productivité a été pendant longtemps et reste l'objectif stratégique majeur des banques. Le désir d'améliorer la productivité est la raison principale derrière l'introduction des nouvelles technologies.

Pour les banques les NTIC est une ressource stratégique pour elles. La technologie est incontournable et sans elle, la banque ne peut pas fonctionner. La technologie est l'avenir de la banque : Elle contribue certainement à améliorer la qualité du service rendu à la clientèle, à mieux suivre l'activité de la banque, à permettre aux décideurs de prendre les décisions les plus efficaces en temps opportun et à mieux gérer les risques (clients, pays, change,).

³⁴ Bettaieb. K2001, « L'e-banking, banque du future ? », Finances et Développement au Maghreb N° 26, mars 2001, pp. 6-13.

De plus, elle permet aux techniciens d'améliorer leurs connaissances et d'agir rapidement et efficacement : la technologie est un gain énorme pour la banque. La banque est une association gagnante entre des capacités humaines et des moyens technologiques disponibles pour les utilisateurs rattachés ou non à la banque. Aussi la technologie est devenue un élément déterminant dans la qualité des services rendus aux clients.

En revanche, la technologie peut être une charge pour la banque. Selon les dirigeants, bien qu'elle soit un moyen stratégique et un outil indispensable au bon fonctionnement de leur banque, la technologie n'est pas une fin en soi, ce n'est qu'un outil et pour en tirer pleinement profit, des actions d'accompagnement doivent être entreprises (les ressources humaines doivent être mise à niveau. Il faut une révision et une refonte des processus de production pour tenir compte de l'apport de la technologie). Dans ce cas, la technologie devient un frein au développement.

La technologie est une charge pour la banque et plus précisément, une charge pour les employés de la banque, et ce pour les raisons suivantes :

- Malgré l'amélioration de la productivité de leur travail, les employés ne reçoivent aucune prime d'encouragement ;
- Les employés qui étaient en bonne santé, souffrent, avec l'utilisation des micro-ordinateurs, d'une baisse de leur acuité visuelle, d'une détérioration de la santé et des maux de dos, ce qui a conduit un certain nombre d'employés – la plupart sont des femmes – à consulter des médecins ;
- Les employés ont peur d'être supplantés par les machines dans les années futures ;
- Les employés jugent très pénible la formation continue et la mise à niveau sans fin qu'ils doivent suivre au fur et à mesure qu'une nouvelle technologie apparaît.

3.4. Les risques technologiques et l'importance de la sécurité informatique

La technologie fournit aux banques des outils de plus en plus puissants, permettant d'une part, l'amélioration de leur compétitivité et d'autre part, le renforcement de leur rentabilité et de leur productivité ; mais, en même temps l'informatisation des banques fait augmenter leur vulnérabilité.³⁵

Le développement rapide de l'utilisation de la micro-informatique, la croissance, voire l'explosion des communications et des réseaux, contribuent à une augmentation des risques technologiques et informatiques. Les risques que peuvent rencontrer les banques sont principalement :

³⁵ Bouckehove. J. P(1996), « Auditer le système d'information », Banque N° 571, juin 1996, pp. 21-23.

3.4.1 L'indisponibilité des ressources

C'est un risque dus à la multiplication et à la répartition des ressources pour la recherche de la performance, de l'évolutivité (en cas de montée en charge) et de la proximité :

- Pannes au niveau des serveurs d'application ;
- Pannes au niveau des serveurs de données ;
- Pannes au niveau des réseaux.

3.4.2. La rupture de service (Management Center)

C'est un risque dus à l'utilisation intensive de la technologie aussi bien au niveau des applications qu'au niveau des terminaux et des autres canaux de communication qu'au niveau du réseau et du système de communication :

- Diversité des pannes sur un parc informatique très large et très varié ;
- Multiplicité des profils d'internautes ;
- Les accidents sur les locaux (incendies), les matériels (pannes) et les services (électricité, télécommunication,).

3.4.3. L'intrusion

C'est un risque dus à l'ouverture par l'utilisation d'internet et des standards du marché à travers les services WEB, e-mail, workflow, transferts de fichiers, téléphonie/vidéoconférence, administration réseaux :

- Attaques pour saturer ou rendre hors-service les machines ;
- Utilisations illicites des ressources des machines ;
- Vol ou modification d'informations confidentielles ;
- Propagation de virus.

Dans une entreprise, plus le système d'information est perfectionné plus il est difficile de s'en passer et plus les conséquences de son indisponibilité sont préjudiciables. Partant de ce fait, toutes les mesures de protection doivent être prises pour sécuriser le système d'information de la banque. En France, la commission bancaire a mené, dès 1991, une enquête auprès d'un échantillon d'établissements financiers. Cette réflexion l'a amené à réaliser un livre blanc sur la sécurité des systèmes d'information, outil d'analyse et de conseil dans le domaine informatique grâce, en particulier, à des fiches techniques bien documentées sur les points sensibles. Il insiste sur la nécessité de mettre en place les moyens adéquats de protection, ainsi que les contrôles indispensables à leur efficacité.³⁶

³⁶ Langlois. D(1996), « La sécurisation des accès », Banque N° 571, juin 1996, pp .30-32.

Vu les différents risques auxquels les banques peuvent faire face, ces dernières se sont penchées sur la sécurité de leur système d'information et plus particulièrement, sur celle de leur système informatique. Cette sécurité implique de nouveaux outils informatiques et des hommes capables de la concevoir et de l'appliquer afin de pouvoir mesurer le risque, le surveiller, le contrôler, le gérer et le réduire au mieux.

Etant porteur de risque, tout perfectionnement du système d'information doit, par conséquent, être accompagné de mesures appropriées de gestion des risques. Pour être efficaces, cohérentes et permettre d'atteindre les objectifs recherchés, ces mesures doivent être prises dans une approche globale communément appelée schéma directeur de la sécurité et impulsées par la direction générale. Le schéma directeur de la sécurité informatique doit, dans le cadre des orientations nationales en la matière, traiter notamment les aspects suivants :

- Définir les objectifs recherchés ;
- Arrêter le plan de secours qui décrit les modalités de mise en place du back-up et définir les actions à entreprendre pour la prise en charge des différents incidents et sinistres pouvant survenir ;

Une entité devra être aussi créée au sein de la banque pour prendre en charge la gestion de la sécurité du système d'information. Elle aura à élaborer le schéma directeur de la sécurité et à veiller à son application et à son actualisation.

3.5. Objectifs recherchés en matière de sécurité

La sécurité du système d'information est l'affaire de tous, dans tous les domaines. Elle exige une démarche organisationnelle allant de l'analyse des risques jusqu'à la mise en place des moyens et des procédures et ce, pour garantir :

3.5.1. La confidentialité des informations

Celle-ci passe par :

- L'authentification des utilisateurs avec notamment l'utilisation du « Single Sign-On » lors de la prise en compte de l'identification et de l'autorisation liées aux utilisateurs.
- Le contrôle des intrusions au réseau par la mise en œuvre de la technique appropriée (Firewall, sonde de détection d'intrusion etc...) pour protéger le réseau interne contre les risques d'intrusion externes et/ ou internes.

3.5.2. L'intégrité de l'information

Elle doit s'appuyer principalement sur la traçabilité et le chiffrement.

- **Traçabilité :** L'information ne sera modifiée ou supprimée que de façon autorisée. L'instauration de la piste d'audit permettra de contrôler le déroulement de toute opération

depuis sa création en fournissant tous les détails du circuit suivi et des personnes qui l'ont manipulée.

- **Chiffrement :** L'information gérée ne doit pas être altérée lors de son transfert via le réseau. L'instauration d'un système de cryptage à la source et de décryptage à l'arrivée permettra d'assurer l'intégrité de l'information échangée.

3.5.3. La disponibilité de l'information

L'information étant le patrimoine de la banque, sa perte peut être très préjudiciable. Toutes les mesures doivent être aussi prises pour en assurer une conservation sécurisée et une restauration efficace.

3.5.4. Protection contre les virus

Afin de protéger le système d'information de la banque contre les attaques par des virus, trois niveaux de protection doivent être assurés :

- Protection contre les virus provenant de la messagerie électronique ;
- Protection contre les virus provenant de la navigation sur le réseau internet ;
- Protection au niveau des postes de travail et des serveurs.

Afin d'assurer une protection optimale, l'adoption d'un antivirus performant avec sa mise à jour de façon régulière et généralisée est nécessaire.

Conclusion du chapitre

En fin de compte, l'avènement des nouvelles technologies d'information et de la communication, avec la téléphonie mobile, l'internet et le numérique ont créé de nouveaux moyens de paiement disposés au niveau des banques et facilite alors la communication des clients avec des banques et même le contact interbancaire.

La révolution technologique en matière d'information et de communication a impliqué l'apparition de la banque à distance et a encouragé les banques à la multi canalisation de la distribution de leurs services. L'e-Banking est un processus nouveau qui permet au client d'avoir accès à ses comptes, de transférer des fonds entre des comptes, de recevoir et de payer des factures en ligne, ainsi que de comparer les différentes offres des différentes banques et les recommandations des conseillers, avec un simple clic, et ce, sur une base quotidienne.

Les banques algériennes souffrent encore des difficultés, plus profondes et qui essentiellement sont liées à des incompatibilités technologiques des processus existants avec les technologies de base de l'internet et à la complexité des changements organisationnels.

Chapitre III : Etude de cas

Introduction du chapitre

La plupart des innovations financières ont été apportées par les évolutions des technologies de l'information et de la communication (TIC). Si l'innovation a toujours joué un rôle de catalyseur dans le monde industriel en général. La banque intègre sans cesse de nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leur fonction et dans leur système. Le facteur clé de succès d'une banque doit se traduire en des termes tels que la banque est un réseau de confiance ce qui implique que l'intégration des TIC devra prendre en compte cette dimension des choses.

Ce troisième chapitre est consacré au cas pratique de ce mémoire. Mais avant on va essayer de définir le système bancaire algérien et donner une présentation générale de la banque étudiée (BNA), puis en va s'intéresser à la situation actuelle du secteur des TIC dans la BNA.

Section 1 : Analyse du système bancaire algérien

La libéralisation du secteur bancaire est intervenue avec la promulgation de la loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit. Les premiers signes de concurrence ont émergé, depuis la fin des années 1990, avec l'entrée dans ce secteur de banques et établissements financiers privés (nationaux et étrangers). Cette ouverture conjuguée à l'important renforcement patrimonial des banques publiques, ont constitué un fort potentiel d'amélioration de l'intermédiation bancaire.

Afin que cette intermédiation soit saine et efficace, le conseil de la monnaie et du crédit et la banque d'Algérie ont, par une instrumentation réglementaire, consolidé les conditions d'exercice de l'activité et du reporting bancaire, pendant que la banque d'Algérie et la commission bancaire exerçaient une supervision bancaire, conforme aux normes et principes universels, de plus en plus rigoureuse. En particulier, les 25 principes du comité de Bale pour un contrôle efficace ont connu une mise en œuvre soutenue.

De plus, l'année 2003 a vu la promulgation de l'Ordonnance n°03/11 du 26 Aout 2003 relative à la monnaie et au crédit qui, tout en maintenant la libéralisation du secteur bancaire, renforce les conditions d'installation et de contrôle des banques et établissements financiers. De son côté, la banque d'Algérie a mis

Chapitre III : Etude de cas

1.1. Historique du système bancaire Algérien

La politique financière d'un pays est une partie intégrante de sa politique économique. Le système bancaire Algérien est le produit d'un processus qui s'est réalisé en plusieurs étapes, suivant deux systèmes de gestion différents :

- Le système de gestion administrative de l'économie;
- La réforme du système bancaire Algérien et la transaction vers l'économie de marché.

L'Algérie a mis en place depuis l'indépendance jusqu'en 1988 diverses réglementations en matière bancaire, permettant ainsi de financer le vaste programme des investissements planifiés.

A la veille de l'indépendance de l'Algérie, le système bancaire se composait, de filiales des banques étrangères implantées au nord du pays, notamment dans les villes portuaires, et dont la finalité est d'assurer les opérations bancaires et financières nécessaires aux transactions commerciales¹. On distingue six périodes :

- **De 1962 à 1966** : durant cette période notre pays recouvrait totalement les attributions de sa souveraineté, le système bancaire Algérien étant hérité de celui de la colonisation.
- **De 1966 à 1970** : durant cette période l'Algérie a essayé d'avoir plus d'indépendance économique en créant le 13 Juin 1966 la Banque Nationale d'Algérie ainsi que la création du Crédit Populaire Algérien pour financer certaines activités spécialisées.
- **De 1970 à 1978** : la réforme de 1970 a permis de renforcer la stratégie du secteur bancaire et financier dans le domaine de la planification financière
- **De 1978 à 1982** : Durant cette période le crédit à moyen terme est supprimé du système de financement des investissements planifiés sauf certaines activités. La loi de 1982 prévoit la prise en charge des investissements stratégiques (à long terme)
- **De 1982 à 1986**, cette période a été marquée par la restructuration du secteur bancaire, dont l'objectif est de renforcer la spécialisation des banques en créant des nouvelles qui se chargent de secteur précis, et vise également à

¹ Benhalima Ammout. (1996), « le système bancaire algérien », Editions Dahlab, Alger, p. 9-24.

diminuer le pouvoir de certaines qui, à la faveur du monopole se sont retrouvés avec un poids financier considérable.

- **En 1988**, l'état procède à une vaste restructuration des grandes entreprises publique, banques comprises. Ces dernières sont transformées en sociétés par action, soumises aux règles du code commerce.

Selon la loi du 12 janvier 1988, le rôle de la banque centrale d'Algérie est : « renforcé dans le domaine de la gestion des instruments de la politique monétaire. Il appartient selon cette loi à la banque centrale d'Algérie de fixer les conditions de banque y compris la détermination des plafonds de réescompte ouverts aux établissements de crédit »².

1.2. Les Intervenants dans le système de paiement en Algérie

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

1.2.1. La banque d'Algérie

Selon le cadre légal et institutionnel, la banque d'Algérie a été créée par la loi 62-144 votée par l'assemblée constituante le 13-12-1962. La banque centrale est représentée dans les 48 chefs lieux de wilaya. Elle a pour mission de maintenir dans le domaine de la monnaie du crédit et des changes, les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie et elle détermine toutes les normes que chaque banque doit respecter en permanence les ratios de gestion bancaire ; les ratios de liquidité, l'usage des fonds propres, risque général, en outre la banque d'Algérie a comme principe de³ :

- Réguler la circulation monétaire ;
- Maîtriser une gestion d'engagement financier entreprise avec l'étranger ;
- Assurer aux banques, la gestion des comptes courants et de leurs comptes en devise ;
- Surveiller le marché de change.

² Stitou Malika, (2001), « mécanisme bancaire, essai d'analyse : cas de l'Algérie », Mémoire de Magister, Université Abdou Bekr Belkaid, Tlemcen, p. 7

³ http://www.algeria_système bancaire algérien.

Chapitre III : Etude de cas

1.2.2. Les banques commerciales

En Algérie on trouve deux types de banques les banques publiques et les banques privées.

1.2.2.1. Les banques publiques

Depuis l'ouverture de nombreuses banques privées, les banques publiques continuent à dominer le marché. Parmi ces banques, on trouve :

- **La Caisse National d'Épargne et de prévoyance (CNEP)**

Elle a été créée en 1964. Elle a pour but de financer la construction de logement ou le financement de l'immobilier. Elle devient CNEP banque en 1997. La CNEP banque dispose d'un réseau composé de 223 agences réparties sur le territoire nationale. Cette banque est présente également au niveau de réseau postal pour l'épargne des ménages.⁴

- **La banque nationale d'Algérie (BNA)**

La première banque commerciale a été créée en juin 1966. Elle exerce toutes les activités d'une banque universelle avec un département spécialisé dans le financement de l'agriculture. La BNA est devenue une société par actions et obtient son agrément en 1995. Le réseau de la BNA est composé de 197 agences réparties sur tout le territoire national.

- **Le crédit populaire d'Algérie (CPA)**

Le CPA est créé en 1966. Cette banque a pour mission de promouvoir le développement des secteurs de la santé et du médicament, du commerce et de la distribution, de l'hôtellerie et du tourisme, de la PME/PMI et de l'artisanat. Il est devenu une entreprise publique économique par actions. Le réseau du CPA est composé de 139 agences.

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

La BEA a été créée en 1967 sous la forme d'une société nationale. Elle a repris successivement les activités de société générale. Elle a pour but de développer les rapports

⁴ « Guide des banques et des établissements financiers en Algérie », édition 2012

Chapitre III : Etude de cas

économiques de l'Algérie avec le reste du monde. Le réseau de la BEA est composé de 91 agences réparties sur le territoire national.

- **La Banque Algérienne de développement Rural (BADR)**

La BADR a été créée en 1982. Cette banque a repris les attributions de la BNA en matière de financement du secteur agricole tout en assurant également sa fonction de collecte de ressources. Elle a pour but de développer les activités agroindustrielles. Son réseau compte actuellement 290 agences. C'est le réseau le plus dense.

- **La banque de développement local (BDL)**

La BDL a été créée à partir de la restructuration du CPA en 1982. Elle est chargée du financement des unités économiques locales, pour le développement économique et social, et le financement du secteur de la PME/PMI. Le réseau de la BDL est composé de 148 agences réparties sur le territoire national.

1.2.2.2. Les banques privées

Les seules banques privées en Algérie sont des banques privées à capitaux étrangers, on peut citer :

- **Société Générale Algérie (SGA)**

Société Générale Algérie est une banque commerciale détenue à 100% par le groupe de Société Générale de France et agréée en 2000 avec le statut de banque universelle. Elle est présente en Algérie depuis 2000 et offre une gamme de services à tout type de clientèle. La SGA dispose d'un réseau de 70 agences implantées dans les principales villes du pays⁵.

- **BNP Paribas**

BNP est une filiale à 100% du groupe BNP Paribas de France agréée en janvier 2002; elle est autorisée à effectuer toutes les opérations reconnues aux banques ; elle compte 58 agences implantées dans les principales villes du pays.

⁵ « Guide des banques et des établissements financiers en Algérie », op.cit.

Chapitre III : Etude de cas

- **Natixis Bank Algérie**

Est une banque française agréée en 2000 sous le statut de banque universelle. Elle effectue son activité en tant que banque d'investissement. Le réseau de NATEXIS Bank compte 12 agences implantées dans les principales villes du pays.

- **Arab Banking Corporation Algérie(ABC)**

Ce sont des banques à capitaux arabes et parmi les premières banques internationales à s'implanter en Algérie. L'obtention de l'agrément a eu lieu en 1998. ABC permet d'accompagner sa clientèle dans ses opérations de financement ainsi que d'offrir des services de qualité à sa clientèle. Elle compte continuer à développer de nouveaux produits. Le réseau d'ABC-Algérie possède 18 agences.

- **La Trust Bank Algérie**

C'est une banque agréementée par le droit algérien et installée en Algérie depuis 2002 sous forme de société par actions. La Trust Bank est une banque universelle. L'actionnariat est composé en majorité de sociétés à capitaux privés. Cette banque compte 12 agences.

- **Housing Bank for Trade and finance-Algérie**

C'est une filiale de la banque jordanienne. Elle assure des services bancaires destinés aux particuliers et aux entreprises. Elle a commencé son activité en 2003. Cette banque dispose de 5 agences.

- **Gulf Bank Algérie**

Est un établissement bancaire détenu par le groupe Kuwait Project Company. Gulf Bank est une banque de droit algérien, agréée en 2004. Cette dernière a le statut de banque universelle qui propose des produits bancaire classique ainsi que des produits islamique. Le réseau de cette banque compte 24 agences.

- **Al baraka Bank Algérie**

Al baraka Bank est la première banque ayant pour activité (le Banting islamique) à s'être implantée en Algérie. Cette banque a démarré ces activités en 1991. Ses actionnaires sont la BADR et le groupe d'Allah al baraka (Arabie saoudite) et elle a le statut de banque

Chapitre III : Etude de cas

universelle. La banque est implantée sur tout le territoire national et son réseau possède 25 agences.

- Citibank Algérie

Citibank banque a demandé et obtenu une licence bancaire commerciale et elle est présente en Algérie depuis 1992. Cette banque est présente dans des secteurs comme la finance bancaire et la finance d'entreprise. Ses activités se concentrent autour de l'investissement étranger, les dépôts de la banque en ligne. La banque dispose d'un réseau composé de 4 agences.

- Fransabank el djazair SPA

FransaBank est une banque libanaise créée en 2006, elle obtient un agrément en plein exercice en janvier 2010. Sa première agence bancaire a été ouverte à Oran et son réseau comporte 2 agences⁶.

- Calyon Algérie

Calyon-Algerie est une filiale à 100% de Calyon SA de France, elle est la propriété de groupe français « crédit agricole ». Cette banque a été agréée comme banque universelle en 2007. Elle active principalement comme banque d'investissement et ne dispose que d'une seule (01) agence.

- Al Salam Bank-Algérie

Al Salam Bank est une banque qui a été agréée en 2008 et qui offre des produits islamique. Cette dernière active dans l'investissement immobilier et les titres. Elle dispose de deux 2 agences, en dehors de l'agence principale.

- HSBC Algérie

HSBC Algérie agréée en 2008. Elle peut exercer toutes les activités reconnues aux banques et elle dispose de deux 2 agences.

⁶ « Guide des banque et des établissements financière en Algérie », op.cit.

- Arab Bank PLC-Algérie

Arab Bank PLC est une succursale de banque agréée en octobre 2001 avec le statut de banque universelle. Son réseau est composé de quatre 4 agences.

1.3. Les établissements financiers

Les établissements financiers algériens se composent de trois types les établissements financière à vocation générale, et les établissements financiers à vocation spécifiques, et les bureaux de liaison⁷.

1.3.1. Etablissement financier a vocation générale

SOFINANCE, FINALEP, Société de Refinancement Hypothécaire « SRH », Salem (Société de crédit bail), Arab leasing Corporation, société de crédit bail), Cetelem, Maghrib leasing Algérie « MLA ».

1.3.2. Etablissements financiers à vocation spécifique

1.3.2.1. Bureaux de liaisons

Crédit lyonnais, British Arab commerciale Bank, Union des Banques Arabes et Françaises, Crédit industriel et commercial, Crédit Agricole INDOSUEZ, Tunis International Bank.

➤ Dominance des banques publiques

« Le secteur bancaire représente 93% des actifs du secteur financier en termes d'actifs et les banques publiques possèdent plus de 90% des actifs du secteur bancaire.

On compte en 2006 six banques publiques, axée traditionnellement sur le financement des grosses PME et entreprise publique et de l'immobilier (pour la CNEP), et cinq établissement financiers ».

⁷ Rapport Bancarisation de masse en Algérie opportunité et défis. Mission conjointe du CGAP et de l'AFD sous le haut patronage du ministère des finances Ministère délégué chargé de la réforme financière (juin 2006).

➤ Croissance de banques privée

Déjà en 2006, elles étaient 10 banques (dans une à capitaux mixtes), le nombre de guichets reste très faible mais en nette progression (environ 70 agence sur plus de 1200 guichets bancaires). Il est constitué de filiales de grand publiques internationales »

Le réseau de ces banques avoisine les 70 agence et la banque de détail pour des particuliers aux revenue modestes ne constitue pour l'instant pas leur secteur prioritaire ».

1.4. Les points faibles et les points forts du système bancaire algérien

Le système bancaire algérien est ankylosé de ses réformes inachevées et accuse un retard à l'échelle du Maghreb et ceci en dépit des efforts souscrits par les autorités monétaires en Algérie.

« Une étude de l'union des banques maghrébines (UBM) parles les pointes faibles du secteurs bancaires algériens mais constate aussi ses points forts et ses domaines de progression ».

1.4.1. Les points faibles

1.4.1.1. Inadaptation du cadre juridique

Le problème du système bancaire algérien est un problème lié de liberté économique lié d'une part à un cadre juridique inadapté au développement de l'activité bancaire. Et le manque d'ouverture et de concurrence⁸.

1.4.1.2. La défaillance du système d'information à l'intérieure des banques

La défaillance du système d'information à l'intérieure des banques est la nécessite du réseau de télécommunication qui représente le principal support technique du nouveau réseau monétique. Il contribue à faciliter le fonctionnement des échanges et à traiter de bout en bout les opérations de paiement et les échanges de données inter et intra bancaires.

⁸ Rapport Bancarisation de masse en Algérie.

1.4.1.3.L'effectif type par guichets

L'effectif type par guichets est la plus élevée de la région avec une moyenne de 28 agences, la taille des effectifs par guichet se répercute inévitablement sur les performances de la banque, et la forte présence du personnel du guichet bancaire en Algérie implique que les procédures mises en place pour servir et communiquer avec les clients ne sont pas rapides et consomment plusieurs étapes d'intervention.

1.4.1.4. Densité du réseau bancaire

L'Algérie occupe la deuxième place avec 1131 agences. Rapporté à la taille du marché, le réseau Algérien est le moins développé de la région.

1.4.1.5. Le taux de bancarisé

En Algérie on compte un seul point bancaire pour 25000 habitants, or la norme est d'un point pour 8000 habitants, les avancées réalisées par les différents établissements financiers nationaux ou étrangers évaluées à 70 nouvelles agences inaugurées chaque année en Algérie, demeurent encore insuffisantes. Il faut étoffer d'avantages le réseau afin de réduire le nombre de clients par agence et diminuer leur charge de travail. Ce qui leur permettra de mieux prendre en charge leur clientèle.

1.4.1.6.Le taux d'octrois de crédit

Le taux d'octroi de crédit est le plus faible avec une demande acceptée sur deux (53%).

1.4.1.7. L'absence d'engouement pour les TPE

L'absence d'engouement pour les TPE à cause de faible taux de bancarisation, et le manque de confiance dans les moyens de paiement électronique, et l'insuffisance de l'information sur ce mode de paiement bancaire, d'où la nécessité d'accomplir un travail de promotion du produit par la banque qui doivent faire connaître plus amplement les avantages du paiement en ligne.

1.4.1.8. L'usage des cartes bancaires

L'usage des cartes bancaires en Algérie est au nombre de 500000 cartes en circulation, elles sont utilisées essentiellement pour les retraits. Seulement 3000 terminaux de paiement électronique sont en cours d'étude.

Chapitre III : Etude de cas

1.4.1.9. Manque de communication et de stratégies marketing auprès des usagers

Le lancement et la segmentation de la clientèle n'étaient pas intégrés comme instrument d'évaluation et d décision.

1.4.1.10. Prédominance des banques publiques

Au plan de la structure, les banques publiques restent prédominantes.Elles détiennent près de 90%du marché,tant en terme d'actifs que de crédit à l'économie.Le problème du système bancaire n'est pas dans la domination des banques publiques mais plutôt le fait que l'activité bancaire est détournée vers le fonctionnementpublic.

1.4.1.11. Crise financiers mondiale et méfiance des banques publiques envers les banques privées

La méfiance des banques publiques algériennes à l'égard de leur homologue privé comme résultante de la crise financière qui a mise à nu les carences et défaillances des plus grandes banques mondiales. Une démarche prudentielle est entraînée de bouleverser toute la composante des correspondants bancaire étrangère qui avait habitude de travailler avec les banques algériennes en jouissant d'une place de choix dans ses relations.

1.4.2. Les points forts:

1.4.2.1. Naissance de la société d'automatisation des transactions interbancaires et monétique (SATIM)

Elle est la filiale de banques algériennes : BNA,BEA,BADR,CPA,BDL, AL BARAKA, CNEP,CNMA. Sa principale mission consiste à :

- Promouvoir la modernisation des banques en favorisant la mise en en place des paiements par carte.Une telle mission est en rapport direct la mise à niveau du système de paiement et des prestations des banques algériennes.
- Les banques algériennesfont naturellement partie de ce réseau monétique interbancaire, géré par la Satim, sont venue s'ajouter des étrangères de droit algérien telles que : BNP, HSBC, Natixis, Société Générale,

1.4.2.2. Le volet monétique et la stratégie « e-Algérie 2013 »

L'Etat algérien prévoit d'accélérer la mise en place et d'exploitation d'un système e-Banking moderne, qui permettra, en plus de la possibilité offerte aux banques aujourd'hui d'effectuer des transactions électroniques entre elles, d'offrir à leurs clients, en particulier les entreprises, des services en ligne

1.4.2.3. La bonne santé des finances de l'Etat (2012)

Des réserve de change de près de 150 Mds, un taux d'endettement extérieur faible représentant 3% du PIB (USD 4mds), un PIB de USD 171 Mds en 2008 et un PIB /Habitant de presque USD 5000, un marché de 35 millions d'habitante, sept banques publiques.⁹

1.4.2.4. L'ouverture du marché

L'ouverture du marché à tous les acteurs locaux étrangers, implique l'abandon des comportements productifs et performants. En effet la concurrence facilite à travers la multiplication des offreurs, l'élimination des situations de rente car la conquête et /ou le maintien de sa part de marché passé d'ormais par la dévitrification de l'offre et par la réduction des couts.

1.4.2.5. Modernisation du système de paiement

« La mise en œuvre des nouveaux système de paiement interbancaires modernes, efficaces et transparents répondant aux critères élaborées élaborés par le comité des systèmes de paiement et de règlement de la banque des règlement internationaux, s'est effectuée au cours de l'année 2006 .le système de règlement brute en temps réel de gros montants et paiements urgents appelé ARTS (Algeria Real Tim Settlements) est entré en production en février 2006 alors que la télécommunication des paiements de masse, dénommée système ATCI (Algérie Télé-Compensation Interbancaire), est effective depuis mai 2006 ».¹⁰

On remarque que les points faibles du secteur bancaire algérien sont plus élevés que les point forts ce qui implique que le secteur bancaire algérien est encore faible et peu développer.

⁹ Rapport bancarisation de masse en Algérie, op cit

¹⁰ Hicham AL MOUSAOU, chercheur au centre d'analyse économique, Université Peul Cézanne.

Chapitre III : Etude de cas

Section2 : présentation générale de la BNA.

Dans ce chapitre, on va présenter l'organisme qui nous a accueillis durant notre stage pratique qui est la banque nationale d'Algérie. De ce fait, on va donner un bref aperçu historique sur la BNA. Ensuite, on va présenter l'organisation et les missions d'une agence de la BNA.

2.1. Aperçu sur l'historique de la BNA

La banque nationale d'Algérie (BNA) a été créée le 13 juin 1966. Aux termes de ses statuts originels, la BNA a la qualité de banque de dépôts. Elle est chargée d'assurer le service financier des groupements professionnels, des entreprises et exploitation du secteur socialiste et du secteur public et de participer au contrôle de leur gestion¹¹.

La BNA exerçait toutes les activités d'une banque de dépôts. En outre, elle détenait le monopole du financement de l'agriculture, jusqu'à mars 1982 date à laquelle les pouvoirs publics ont décidé de l'opportunité de mettre en place une institution bancaire spécialisée, ayant pour vocation principale la prise en charge du financement et de la promotion du monde rural. Ainsi, a été créée la banque de l'agriculture et développement rural (BADR) à partir de la restructuration de la BNA. Dans le domaine industriel et commercial, la BNA contribuait au financement d'une bonne partie de ce secteur. Elle accordait des crédits à court terme aux secteurs étatiques et privés. Elle intervenait également dans le financement des crédits à moyen terme liés à la réalisation d'investissements planifiés productifs.

Au terme de la loi n° 88-01 de janvier 1988 à l'autonomie des entreprises publiques, la BNA devient une société par action et obtient son agrément en 1995 suite aux diverses réformes qu'ont dû engager les pouvoirs publics (mise en place des organes statutaire, introduction des règles prudentielles, assainissement du portefeuille). Le réseau de la BNA compte 197 agences réparties sur tout le territoire national.¹²

¹¹www.BNA.net

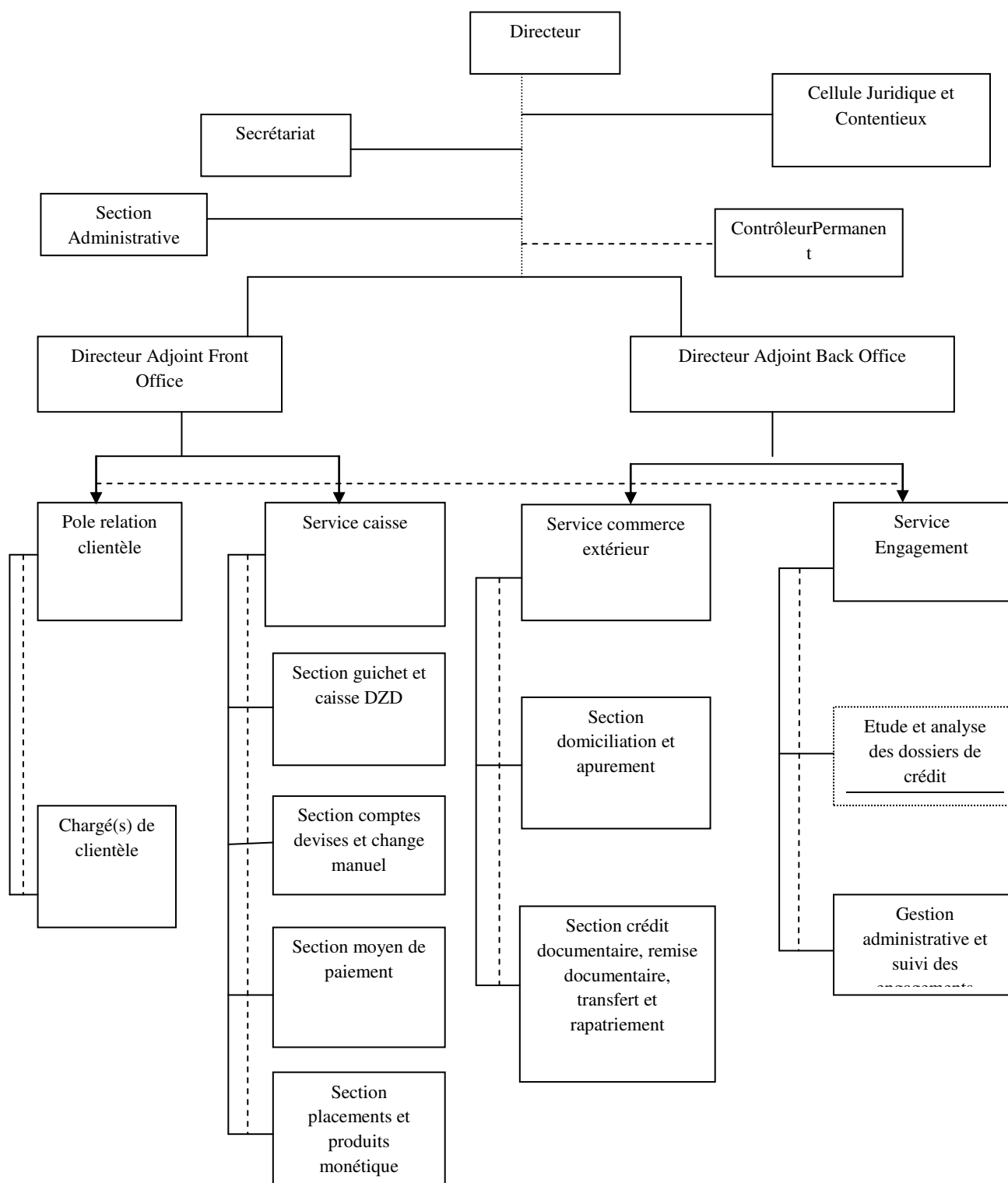
¹²https://www.researchgate.net/publication/276268740_guide_des_banques_en_algerie_Guide_in_Algeria

Chapitre III : Etude de cas

2.2. L'organisation de la BNA :

Présentation de l'organigramme de la BNA

Schéma n°3 : Organigramme Agence Principale n°581



Légende : — Liaison hiérarchiques

Source : document reçu de la BNA

Liaisons fonctionnelles

2.3. Rôle et objectifs de la BNA

On essayera d'expliquer les missions et les objectifs principaux de la BNA.

2.3.1. Les missions de la BNA

Comme on l'a déjà cité, la BNA exerce toutes les activités d'une banque de dépôts : elle assure notamment le service financier des groupements professionnels et des entreprises, elle traite toutes les opérations de banque, de change et de crédit dans le cadre de la législation et de la réglementation des banques et peut notamment :

- Recevoir du public des dépôts de fonds, en compte ou autrement, remboursable à vue, à terme ou à échéance fixe, émettre des bons et des obligations : emprunts pour les besoins de son activité ;
- Effectuer et recevoir tout paiement en espèce, par chèque, virements, domiciliation, lettre de crédits et autres activités de banque ;
- Consentir sous toute forme de crédits, prêts ou avances avec ou sans garanties ;
- Exécuter, en y attachement ou non sa garantie, toute opération de crédit pour le compte d'autres institutions financières ou pour le compte de l'Etat, répartir toutes les subventions sur fonds publics et en surveiller l'utilisation ;
- Payer en lieu et place du débiteur toutes créances avec subrogation dans les droits et rang du créancier ;
- Souscrire, escompter, prendre en pension ou acheter tout effet de commerce : bons, annuités et valeurs émis par le trésor public ou par les collectivités publiques ou semi-publiques et en général tout engagement à échéance fixe transmissible à ordre ;
- Financer par tous modes les opérations de commerce extérieur ;
- Recevoir en dépôts tous titres et valeurs ;
- Recevoir ou effectuer tous paiements et tous recouvrements des lettres de change, billets à ordre, chèques, warrants, coupons d'intérêts ou de dividendes, titres remboursables ou amortis, factures et autres documents commerciaux ou financiers ;
- Louer tous les coffres et compartiments de coffres ;
- Servir d'intermédiaire pour l'achat, la souscription ou la vente de tous effets publics, actions, obligations, plus généralement, de toutes les valeurs mobilières, assurer les services financiers de tout titre ;
- Traiter toutes les opérations de change, au comptant ou à terme, contracter tous emprunts, prêts, nantissements, report de devises étrangères.

Chapitre III : Etude de cas

2.3.2. Les objectifs de la BNA

La réaction des fonctions bancaires ainsi que le mode de fonctionnement des entreprises jouent un très grand rôle dans l'évolution de l'économie du pays. En relation avec cette évolution, la BNA a pour objectifs de :

- S'adapter aux règles de la commercialité dans ses rapports avec sa clientèle commerciale qui connaît déjà de profonds changements dans ses structures et son organisation ;
- Améliorer sa rentabilité via un accroissement des ressources, contrepartie des crédits et par la promotion des services qui directement ou indirectement peuvent encore augmenter d'avantage cette rentabilité ;
- La préservation de ses propres équilibres ;
- Respecter les règles de gestion providentielle afin de créer de la monnaie, du crédit, des changes et les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie nationale.

2.4. Mentions légales

Pour l'agence BNA Tizi-Ouzou 581 :

L'dresse de l'agence : Cité 2000 Logements Tizi-Ouzou, Algérie, code de l'agence : 581, capital sociale : 41.600.000.000,00 DA

Tableau N°08 : mention légales de l'agence BNA de Tizi-Ouzou

Mention légales	L'agence BNA de TIZI OUZOU
Adresse de l'agence	Cité 2000 logements Tizi-Ouzou
Code de l'agence	581
Capital sociale	41.600.000.000,00

Source : d'après les données reçues de la BNA

2.5. Les services bancaires que dispose la BNA :

La BNA met à la disposition de sa clientèles de plusieurs produits à sa voir : la carte interbancaire(CIB), BNA.net, e-Paiement, MobilGAB.

Chapitre III : Etude de cas

2.5.1. La carte interbancaire (CIB)

La carte CIB est un moyen de paiement électronique (carte à puce) qui permet a son détenteur d'effectuer différentes opérations relevant de la banque à distance 24h/24 et 7j/7.

La BNA offre deux types de carte CIB :

Tableau n°9 : les cartes interbancaires

Type de carte	Salaire minimum	plafond
CIB Classique	-120000 DA /mois	= 80% du salaire sur les DAB par mois =A hauteur du solde sur les GAB
CIB Gold	+120000DA/mois	=80% du salaire sur les DAB par mois =A hauteur du solde sur les GAB

Source :d'après les données reçues de la BNA

La BNA offre la carte classique pour les clients qui ont un salaire minimum -120000 DA, et la Carte CIB pour les clients qui ont un salaire minimum +120000DA.

Les bénéficiaires d'une carte CIB sont toutes personnes physiques, particulier, titulaires d'un compte chèque au niveau de BNA. Elle permet de :

- ✓ La carte CIB vous permet d'effectuer sur le GAB, sans recourir à l'agence, les opérations suivantes :
 - Retrait de billets ;
 - Virement en compte BNA ;
 - Consultation de : RIB (relevé d'identité bancaire) ;
 - Consultation de solde ;
 - Consultations des dix dernières opérations ;

Chapitre III : Etude de cas

- Remis de chèque ;
- Versement espèces 24h/24 et 7jrs/7.
- ✓ La CIB vous permet d'effectuer aussi sur les DAB BNA et sans recourir à l'agence, les opérations suivantes :
 - Consultation des soldes ;
 - Retrait de billets.
- ✓ Elle permet aussi de faire des retraits de billets sur les DAB des confrères.
- ✓ Elle permet d'effectuer des paiements sur les Terminaux de Paiement Electronique (TPE).
- ✓ Elle vous donne accès aux autres services de banque à distance(e-paiement, BNA.net, MobilGAB).

2.5.2. BNA.net (E-Banking)

C'est l'accès des titulaires des comptes aux services bancaires via internet. Il offre à ses utilisateurs la possibilité d'accéder à leurs comptes, et aussi d'effectuer des opérations et d'obtenir des informations financières. Tous les clients de la BNA peuvent bénéficier de ce produit.

Le service BNA.net permet

- La consultation des soldes ;
- La consultation de l'historique des soldes ;
- La visualisation des derniers mouvements ;
- La recherche d'une opération ;
- Le téléchargement des relevés de comptes ;
- L'Edition de RIB ;
- Faire des virements de compte à compte en intra ;
- Faire des virements de salaires ;
- La commande de la carte CIB et du chéquier ;
- Faire opposition sur la carte CIB.

2.5.3. E-Paiement

C'est un service qui permet aux titulaires de la carte CIB, d'effectuer des paiements, de biens et services, à distance via internet. Tous les clients de la BNA titulaires de la carte CIB (Classique au Gold) peuvent bénéficier de ce produit.

Chapitre III : Etude de cas

Avantages d'e-paiement

1. **Sécurité** : C'est un service sécurisé et garantie des droits des « Web Acheteurs ».
2. **Facilité** : Effectuez des paiements en ligne en toute simplicité.
3. **Accessibilité** : Accédez au e-paiement où que vous soyez 24h/24 et 7jrs/7.
4. **Commodité** : Economisez votre temps et votre énergie en évitant les déplacements.

2.5.4. MobilGAB

C'est service qui permet aux clients de la BNA abonnés auprès de l'opérateur de téléphonie mobile « MOBILIS » d'accéder à leurs comptes via leur téléphone portable. Les clients de la BNA détenteurs d'une carte CIB/BNA et d'une puce MOBILIS peuvent bénéficier de ce produit.

MobilGAB permet de :

- La consultation du solde ;
- La visualisation des dix dernières opérations ;
- L'Edition d'un RIB ;
- La recharge de crédit téléphonique MOBILIS ;
- Le paiement des factures MOBILIS ;
- Le virement de compte à compte BNA.

Les avantages de Mobil GAB

1. **Proximité** : Il permet d'accéder où que vous soyez 24h/24 et 7jrs/7, sur tout le territoire algérien couvert par le réseau GSM Mobilis.
2. **Confort** : gagnez du temps lors des paiements de vos factures Mobilis.
3. **Commodité** : bénéficiez des avantages de ce services sans vous connectez.

Section 3 : Etat des lieux des technologies bancaire actuel de la BNA

Cette section est consacrée au cas pratique de ce mémoire. Donc, on va commencer par expliquer la méthodologie suivie en exposant les démarches ainsi que les différentes difficultés rencontrées par rapport à la banque étudiée et son environnement tout en essayant de définir la situation actuelle du secteur des TIC.

Chapitre III : Etude de cas

▪ Méthodologie de recherche

La méthodologie adoptée consiste à analyser les réponses recueillies par le questionnaire mis en place ; les investigations qualitatives et quantitatives sont la meilleure approche pour notre mémoire. Ainsi, on va essayer de répondre à certaines interrogations qui peuvent être formulées comme suit :

- Quelle est la méthodologie suivie ?
- Quel est l'état des lieux de la technologie bancaire actuelle de la BNA ?
- Quels sont les moyens de paiement utilisés par la BNA ?
- Quels sont les risques numériques et est-ce que la sécurité est bien assurée ?

▪ Les modalités d'approche

Lors du choix du thème de ce mémoire, on a mené un travail de recherche et de prospection afin de définir la meilleure approche qui répondra le mieux aux questions posées, les entretiens qu'on a eus avec les différents acteurs bancaires nous ont orientés vers un choix qui est basé sur une approche qui consiste à diffuser un questionnaire.

➤ La première difficulté pour réaliser ce travail

C'est forcément l'obtention d'un rendez-vous pour un entretien, les acteurs concernés sont inaccessibles et certainement très occupés et les agents compétents pour répondre à nos questions spécifiques sont difficiles à approcher.

Ainsi, nos demandes n'ont reçu que des refus, et quand y'en a un qui accepte, ça ne dure que quelques minutes et c'est juste pour nous expliquer qu'ils n'ont pas de temps ou pour nous dire que c'est des informations qu'ils ne peuvent pas donner.

➤ L'autre difficulté

Est forcément d'ordre stratégique ; les banques ne souhaitent pas divulguer certaines informations liées à leurs fonctionnements ce qui est compréhensible ; elles sont hésitantes à fournir des informations concernant leur stratégie adoptée et les politiques suivies dans ce domaine dans un souci de confidentialité et de concurrence.

Chapitre III : Etude de cas

▪ Les outils utilisés

Dans le cadre de ce travail de recherche, on a élaboré un questionnaire qu'on a distribué à la banque de notre échantillon constitué d'une banque publique, de la ville de TIZI OUZOU afin de constater et d'essayer de mieux comprendre l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire de la BNA. La tâche n'était pas facile du tout. Ainsi, il fallait bien formuler nos questions pour en tirer le maximum d'informations exploitables et de les traiter de manière optimale par le logiciel Corel DRAW.

3.1. L'impact de l'usage des TIC

Afin de montrer l'importance de l'impact de l'usage des Technologies de l'Information et de la Communication, le logiciel Corel DRAW nous a permis de mieux appréhender l'étude de terrain. Les graphes et tableaux suivants donneront clairement plus de significations sur ce point

Tableau N° 10: les technologies que dispose la BNA

Les TIC que dispose la banque	N.b cit	Fréquence
D'un réseau des cartes bancaires	12	100%
D'un réseau des distributeurs et guichet automatiques DAB .GAB	12	100%
D'un réseau de paiement électronique chez les commerçants	11	91,67%
D'un réseau de « banque en ligne »	08	66,67%
D'un réseau « SWIFT »	05	41,67%
D'un réseau « INTERNET »	05	41,67%
Autres	00	00%

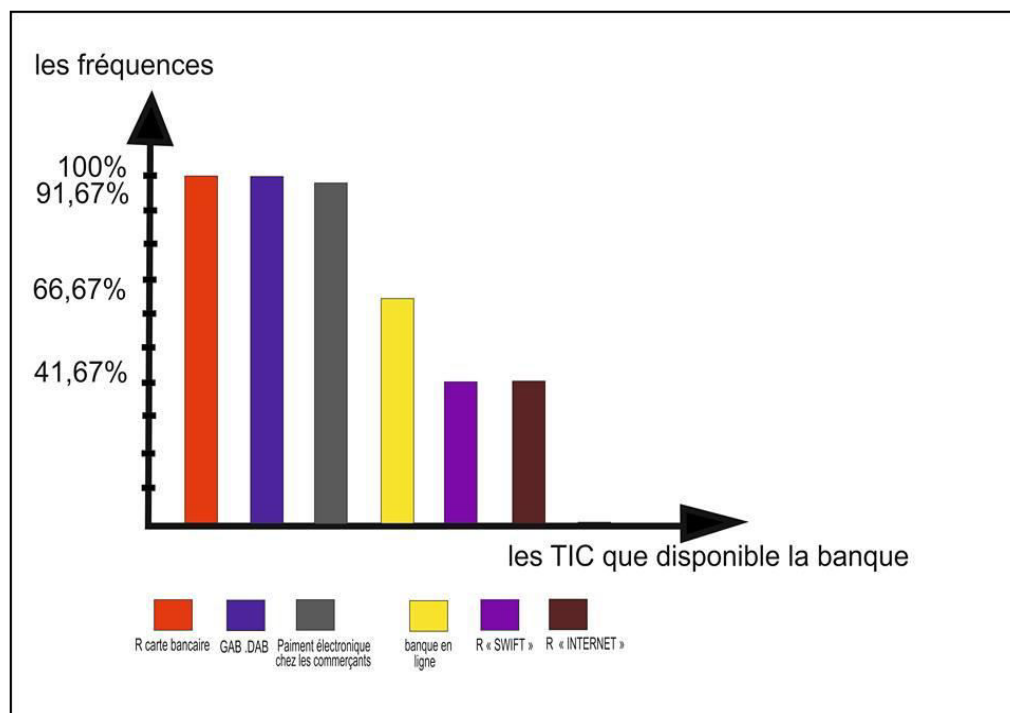
Source : D'après notre analyse

Avant tout, il est intéressant de signaler que, d'après les résultats de notre analyse la banque interrogée dispose de nouveaux modes de distribution, se composant de six grands réseaux : un réseau de cartes bancaires, un réseau DAB/GAB, un réseau de paiement électronique chez les commerçants, un réseau TPE, un réseau SWIFT, un réseau INTERNET et un réseau « Banque à domicile ». Ce tableau, nous expliquons que la banque dispose d'un réseau de carte bancaire et d'un réseau des distributeurs et guichets automatiques (DAB/GAB) soit a 100% ; alors que les autres services sont partagés selon le besoin et l'objectif de la BNA. Aussi, on remarque que la banque dispose d'un réseau « INTERNET »,

Chapitre III : Etude de cas

d'un réseau « SWIFT » est de 41,67%, et d'un réseau de paiement électronique chez les commerçants soit à 91,67%.

Figure N° 01 : les TIC dont dispose la banque



Source : D'après notre analyse

Pendant ces dernières années, La BNA a introduit de nouvelles technologies dans le but de mieux s'intégrer dans la société et afin d'améliorer ses services. A l'exception des technologies qui ont été citées dans le tableau n°10 et la figure n°1, la BNA a introduit d'autres technologies qui sont présentées comme suit:

Tableau N°11 : Autres nouvelles technologies introduites

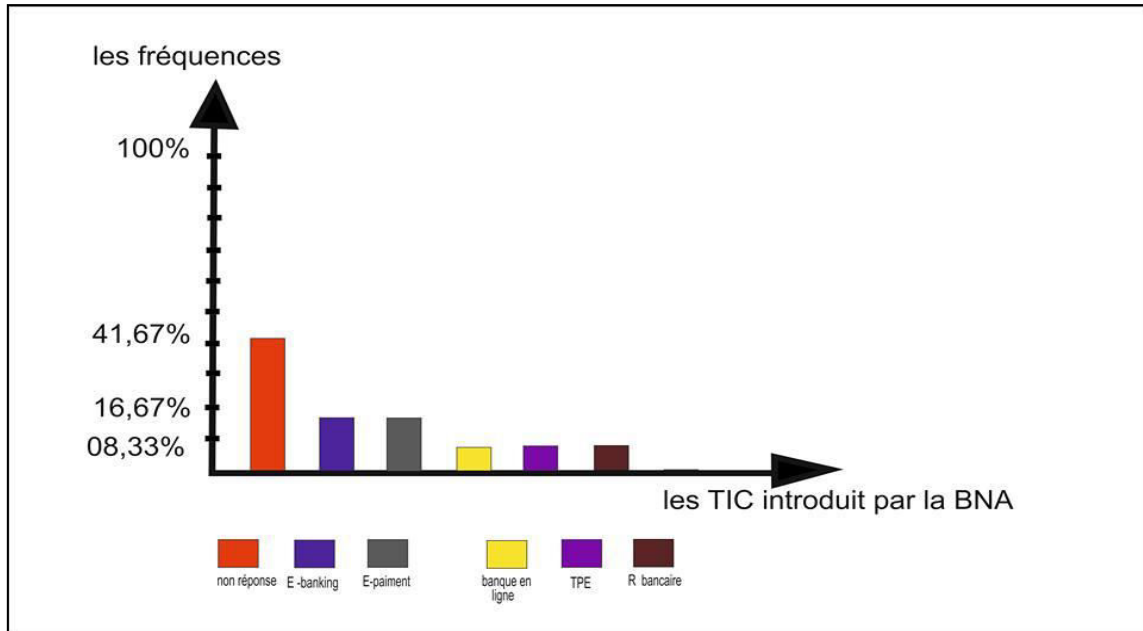
Les TIC introduit par la BNA	N.b cit	Fréquence
Non réponse	05	41,67%
E-banking	02	16,67%
Banque en ligne	01	08,33%
E-paiement	02	16,67%
TPE	01	08,33%
Réseau bancaire	01	08,33%
Total	12	100%

Source : D'après notre analyse

Chapitre III : Etude de cas

Le tableau ci-dessus résume les différentes technologies introduites par la BNA, selon l'intérêt, le besoin et l'objectif estimé et espéré par elles.

Figure N° 2: Autre nouvelle technologie introduit par la BNA



Source : D'après notre analyse

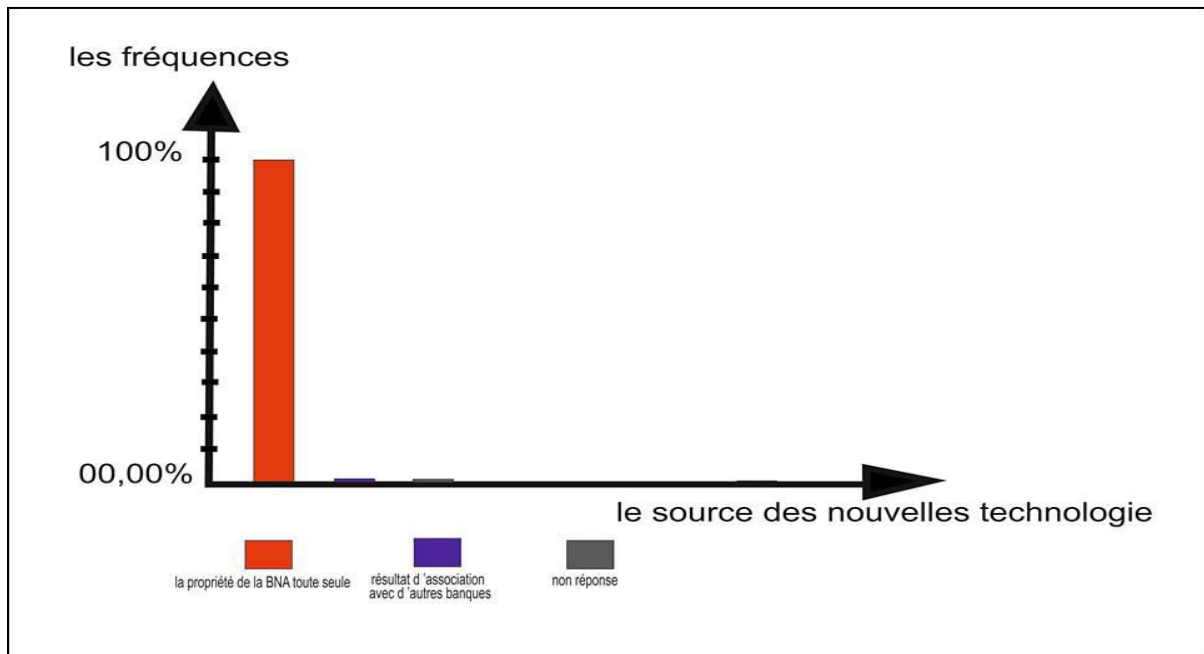
Selon la figure N°2 et le tableau N°11, on remarque d'autres types de réseaux qui ont été introduits récemment au sein de la Banque Nationale d'Algérie à savoir : l'E-Banking, l'e-paiement, le réseau bancaire et le TPE. On remarque que la plupart n'ont pas répondu à cette question avec un pourcentage de 41,67%, alors que ceux qui ont répondu on dit que les nouvelles technologies introduite par la BNA est le E-Banking avec un pourcentage de 25% et le e-paiement avec 16,67%, ainsi que le réseau bancaire et le TPE avec 8,33%.

3.2. Importance de l'utilisation des TIC

Afin de réaliser l'utilisation des TIC, grâce au logiciel COREL GRAW, nous a permis d'établir les graphes et les tableaux suivants :

Chapitre III : Etude de cas

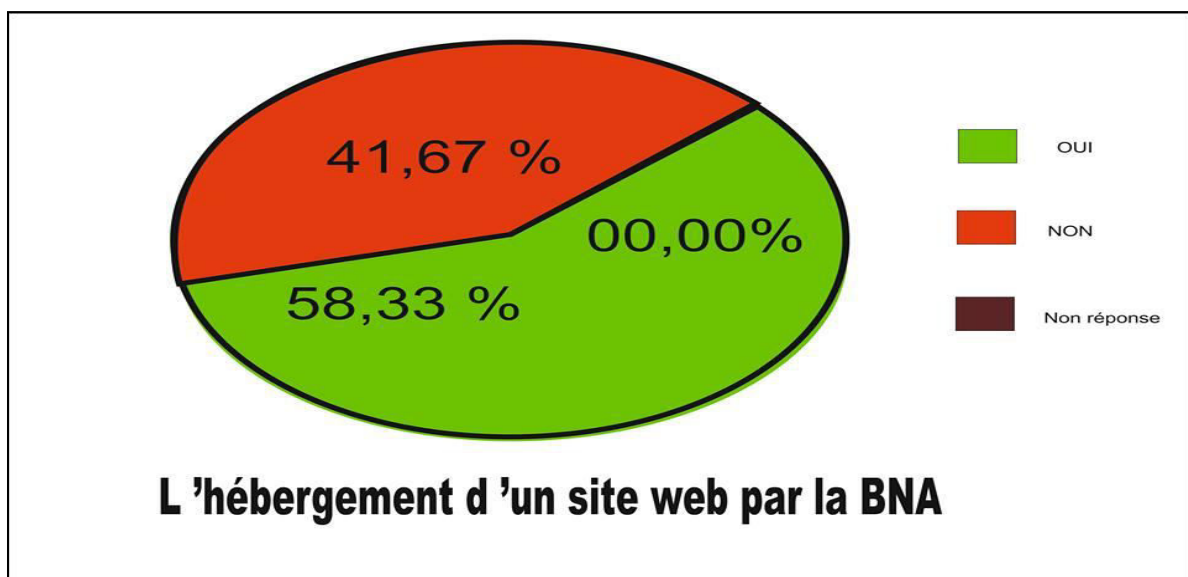
Figure N° 03 : La propriété des TIC



Source : d'après notre analyse

On remarque d'après la figure n°3 que toutes les personnes interrogées considèrent les nouvelles technologies comme une propriété privée qui les concerne seules à 100%.

Figure N°04 : Hébergement d'un site web par la BNA



Source : D'après notre analyse

Chapitre III : Etude de cas

D'après la figure n°4 on remarque que la majorité des personnes interrogées ont répondu par « oui » avec un pourcentage de 58,33%, alors que 41,67% ont répondu par « non ».

La BNA crée un site web dont l'objectif est de présenter leur banque d'une meilleure façon, d'exposer des services à fournir et faire une publicité et promotion de nouveaux produits.

Tableau N° 12 : Le nombre d'internaute accédé au site web

Le nombre d 'internaute accédé au site web	N.b cit	Fréquence
Non réponse	09	75,00%
Moins de 200	02	16,67%
700 et plus	01	08,33%
Total	12	100%

Source : D'après notre analyse

La BNA héberge un site web, lorsqu'on regarde le tableau si contre, on remarque que la plupart des personnes interrogées (75%) n'ont pas répondu, considérant que cette question était vague selon elles, mais (16,67%) des personnes interrogées ont répondu qu'en moyenne 200 internautes par jour se connectent à leur site alors que pour les autres 8,33%, plus de 700 internautes par jours accèdent à leur site web.

Tableau N°13 : Les motivations d'intégration de la nouvelle technologie

Les motivation d 'intégrationde la NT	Aucune	peu	Moyenne	Assez	Elevée
Pouvoir étendre les champs d 'action de la BNA	16,67%	00,00%	16,67%	16,67%	25,00%
Améliorer les échanges avec la clientèle	00,00%	00,00%	41,67%	08,33%	57,33%
Attirer la clientele étrangères	00,00%	08,33%	66,67%	00,00%	08,33%
Améliorer les échanges interbancaires	00,00%	00,00%	16,67%	08,33%	16,67%
Améliorer les opérations de marché	00,00%	00,00%	16,67%	58,33%	08,33%

Source : D'après notre analyse

D'après les résultats de ce tableau, on remarque que toutes les motivations des banques sont de tendance moyenne et le minimum est de 16,67% pour pouvoir étendre les champs d'action de la BNA, pour pouvoir améliorer les échanges interbancaires et pour améliorer les

Chapitre III : Etude de cas

opérations de marché. Les deux autres varient entre 41,67% et 66,67% pour améliorer les échanges avec la clientèle ainsi qu'attirer la clientèle étrangère.

La tendance la plus élevée est de (57,33%), ce qui explique qu'améliorer les échanges avec la clientèle est la motivation qui a conduit la BNA à introduire les Nouvelles Technologies.

Tableau N°14: Les satisfactions retirées de l'introduction de nouvelle technologie au sein de la BNA

Les satisfactions retirées de l'introduction des NT	Aucune	peu	Moyenne	Assez	Elevée
Amélioration de la productivité	00,00%	00,00%	16,67%	33,33%	25,00%
Fiabilité et rapidité de traitement des opérations	00,00%	08,33%	16,67%	50,00%	25,00%
renforcement de la rentabilité	00,00%	00,00%	25,00%	50,00%	08,33%
Amélioration de la quantité des prestations	00,00%	00,00%	16,67%	25,00%	33,33%
Fidélisation des clients	00,00%	16,67%	08,33%	33,33%	33,33%

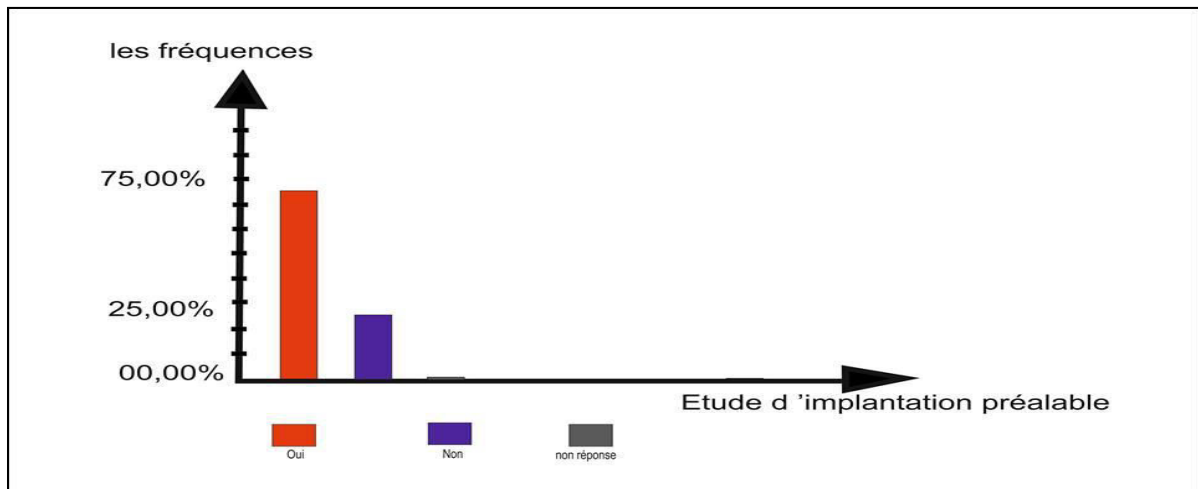
Source : D'après notre analyse

Les N.T.I.C. modifient les traitements bancaires en permettant le passage d'une gestion traditionnelle de stock à une gestion de flux, c'est à dire le suivi et le contrôle des échanges, avec un double mouvement : une intégration des opérations de bout en bout et leur traitement continu.

D'après les résultats, on constate que les satisfactions d'introduction des TIC au sein de la BNA sont : améliorer la qualité des services figure en premier rang avec un pourcentage de 83,33%, suivi par la satisfaction de client final et la disparition des contraintes de temps (66,67%), la fidélisation du client et la disparition des contraintes de place sont classées au troisième rang (58,33%).

Chapitre III : Etude de cas

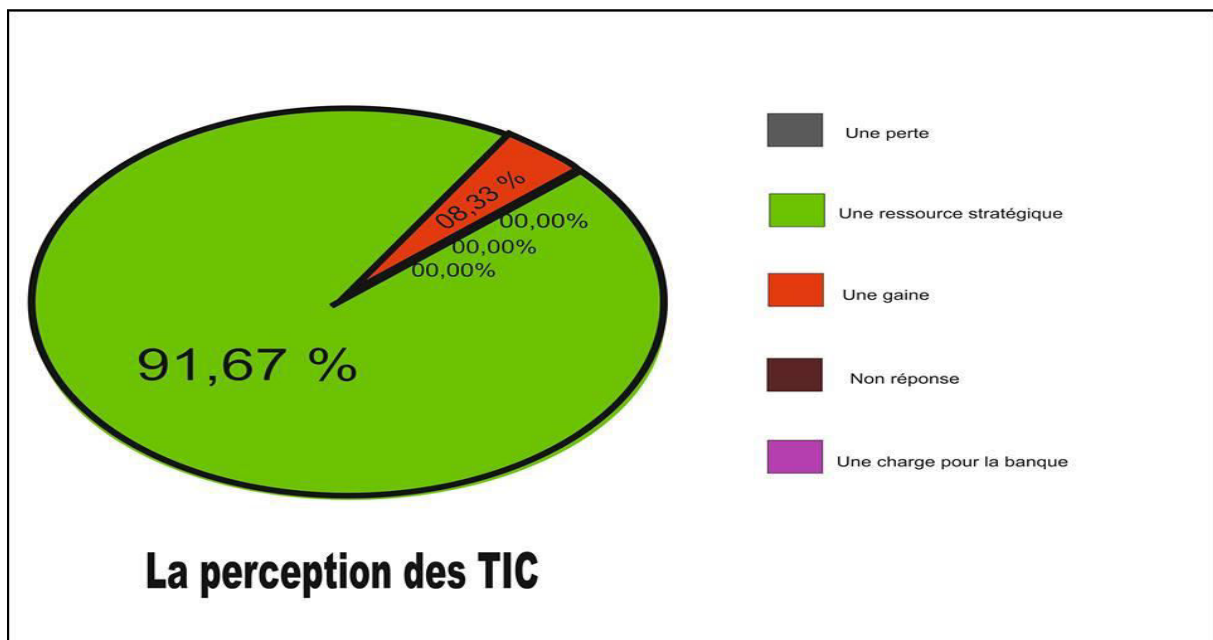
Figure N°05 : Etude d'implantation



Source : d'après notre analyse

Les études préalables sont indispensables pour une banque afin d'introduire des Nouvelles Technologies. Cependant, selon notre analyse, la BNA est favorable à des études d'implantation préalables, soit 75% des personnes questionnés on répondu par « oui » alors que 25% on dit « non » la BNA introduire les TIC sans aucune procédure d'étude.

Figure N° 06 : La perception des TIC



Source : d'après notre analyse

Chapitre III : Etude de cas

D'après la figure n°06 (91,67%) des personnes interrogées trouvent que la technologie est une ressource stratégique de leur banque. Selon eux, la technologie est incontournable et sans elle, la banque ne peut pas fonctionner. La technologie est l'avenir de la banque : Elle contribue, certainement, à améliorer la qualité du service rendu à la clientèle, à mieux suivre l'activité de la banque, à permettre aux décideurs de prendre les décisions les plus efficaces en temps opportun et à mieux gérer les risques (clients, pays, change...). De plus, elle permet aux techniciens d'améliorer leurs connaissances et d'agir rapidement et efficacement ; 8,33% d'entre eux trouvent que la technologie est un gain énorme pour leur banque. Selon eux, la banque est une association gagnante entre des capacités humaines et des moyens technologiques disponibles pour les utilisateurs rattachés ou non à la banque.

Tableau N°15 : L'effet de l'introduction des NTIC sur la relation banque clients

L'effet de l'introduction des NTIC sur la relation banque-client	N.b cit	Fréquence
Satisfaction de client final	07	66,67%
Fidélisation du client	06	58,33%
Amélioration de la qualité des services	09	83,33%
Disparition des contraintes de place	06	58,33%
Disparition des contraintes de temps	07	66,67%
Autre	01	08,33%
Total	12	100%

Source : D'après notre analyse

« Ce qui distingue un établissement bancaire d'un autre est la qualité et l'efficacité qu'il est capable de promouvoir grâce à son système d'offre en déterminant un supplément de valeur ajoutée pour le client » (K. Bettaieb, 2001).

D'après 83,33% des services interrogés, l'amélioration de la qualité des services occupe le premier classement, suivie par la satisfaction de client final et disparition des contraintes de temps avec 66,67%. La fidélisation du client et la disparition des contraintes de place avec un pourcentage est classé troisième de 58,33% des services interrogés.

Chapitre III : Etude de cas

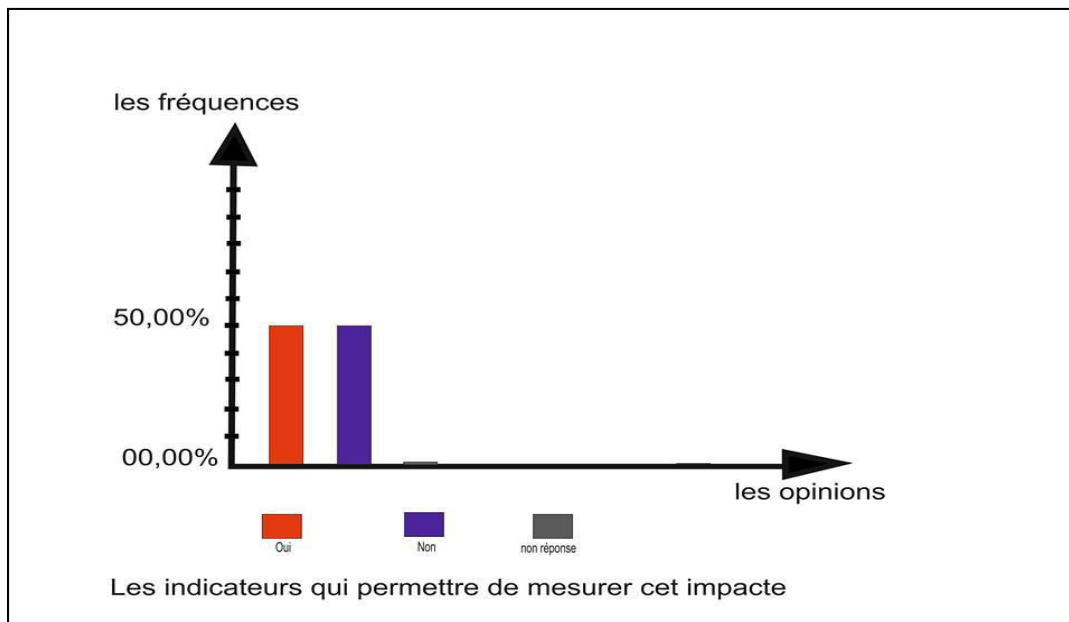
Tableau N°16 : L'impact de l'introduction de nouvelles technologies, en tant qu'outil de travail, sur la productivité de la BNA :

Amélioration de la productivité	N.b cit	Fréquence
Peu important	00	00,00%
Important	04	33,33%
Très important	08	66,67%
Total	12	100%

Source : D'après notre analyse

La recherche de la productivité a été pendant longtemps et reste l'objectif stratégique majeur des banques. D'après les résultats de l'analyse 66,67% des personnes interrogées trouvent que l'introduction des nouvelles technologies entraîne une amélioration « très importante » de la productivité et 33,33% d'entre eux trouvent que la technologie en tant qu'outil de travail entraîne une amélioration « importante » de la productivité.

Figure N° 07 : Les indicateurs qui permettent de mesurer cet impact



Source : d'après notre analyse

Les indicateurs sur la productivité sont partagés entre 50% qui ont répondu par « oui » et 50% qui ont répondu par non.

Chapitre III : Etude de cas

3.3. Coût de gestion et moyens de paiements

Après avoir précisé dans le deuxième chapitre, l'évolution des moyens de paiement au niveau des banques en Algérie, pour arriver dans cette section, à une analyse des résultats de la deuxième partie du questionnaire de la banque interrogée et répondu favorablement.

3.3.1. L'importance de l'investissement informatique

Tableau N°17: L'estimation en pourcentage des investissements, qui sont orientés vers l'informatique et les réseaux, par rapport à la BNA

Estimation des investissements informatique	N.b cit	Fréquence
< 5%	03	25,00%
Entre 5% et 10%	05	41,67%
Entre 10% et 20%	01	08,33%
Entre 20% et 30%	00	00,00%
Entre 30% et 40%	01	08,33%
Entre 40% et 50%	02	16,67%
> 50%	00	00,00%
Total	12	100%

Source : D'après notre analyse

D'après ce tableau, on remarque que 41,67% des personnes interrogées estiment que leur banque consacre entre 5% et 10% de son budget global à des investissements technologiques. De plus la BNA introduit des investissements pour la mise en place d'un système électronique de compensation des chèques et des effets.

3.3.2. Le coût des différents moyens de paiement

Le coût unitaire moyen des principaux moyens de paiement comporte deux composantes : un coût direct recouvrant une composante technique (frais de fabrication, traitements administratifs ou techniques, charges de personnel d'exécution...) et une composante financière (englobant le coût d'immobilisation des espèces, de fraudes et d'incidents de paiement¹). Les trois instruments, sujets de notre enquête, sont le chèque, l'avis de prélèvement et la carte de paiement.

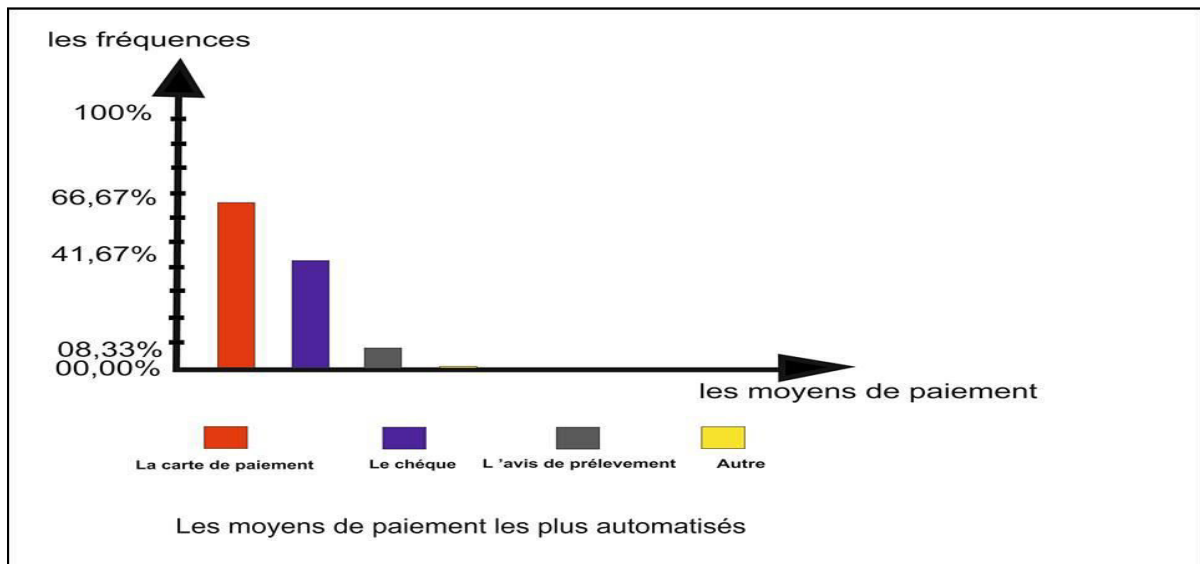
Chapitre III : Etude de cas

Tableau N°18 : les moyens de paiement les plus automatisé par la BNA

Les moyens de paiements les plus automatisés	N.b cit	Fréquence
Le chèque	05	41,67%
L 'avis de prélèvement	01	08,33%
La carte de paiement	08	66,67%
Autre	00	00,00%
Total	12	100%

Source : D'après notre analyse

Figure N° 08 : Le moyen de paiement le plus automatisé



Source : d'après notre analyse

Dans le cadre de la stratégie nationale et de modernisation des moyens de paiements on constate d'après la figure N°08 et le tableau N°18 que les clients préfèrent la commande de la carte de paiement 66,67% suivi par le chèque avec un pourcentage de 41,67%, et en fin l'avis de prélèvement avec 8,33%.

Donc la carte de paiement est le moyen le plus automatisé car elle offre aux clients un paiement virtuel c.-à-d. via internet et elle permet des retraits d'espèces aux distributeurs de billets.

Chapitre III : Etude de cas

Tableau N°19 : Le coût unitaire des moyens de paiement :

Estimation du cout	N.b cit	Fréquence
Non réponse	02	16,67%
< 01%	07	88,33%
Entre 01% et 03%	01	08,33%
Entre 03% et 05%	00	00,00%
Entre 05% et 07%	02	16,67%
>07%	00	00,00%
Total OBS	12	100%

Source : D'après notre analyse

Les trois instruments, sujets de notre analyse de recherche, sont le chèque, l'avis de prélèvement et la carte de paiement. D'après les banques interrogées, il s'est avéré que la carte de paiement est le moyen de paiement le plus automatisé (66,67%), suivi par Le chèque (41,67%) et enfin de l'avis de prélèvement (8.33%).

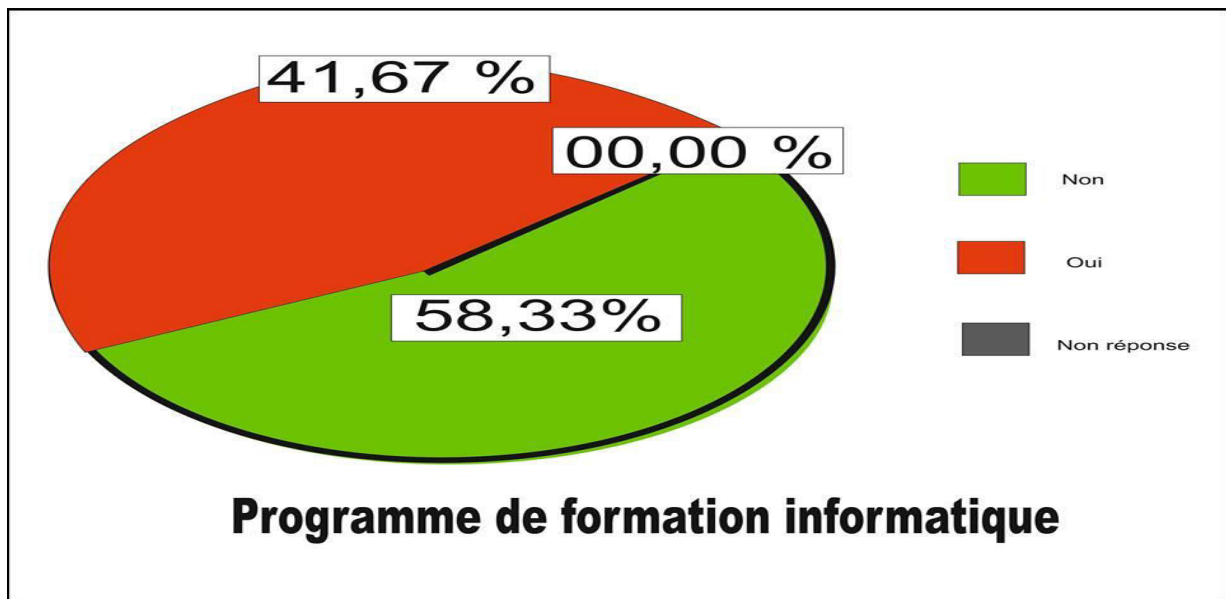
Deux conclusions générales peuvent être, au préalable, dégagées : le coût des instruments de paiement a baissé et, plus un instrument de paiement est automatisé, moins son coût unitaire moyen est élevé. En effet, on a trouvé, d'après les résultats de l'enquête, que La carte de paiement étant le moyen de paiement le plus automatisé- a un coût unitaire moyen qui tend à baisser d'un pourcentage estimé entre moins de 1% (88,33%) alors que l'avis de prélèvement –étant le moyen de paiement le moins automatisé- a un coût unitaire moyen qui tend à baisser d'un pourcentage estimé entre 5% et 7% (16,67%). Le coût unitaire moyen de chèque est entre 1% et 3%, à raison de 8,33 % par an.

3.3.3. Importance de la sécurité informatique

La technologie fournit aux banques des outils de plus en plus puissants, permettant d'une part, l'amélioration de leur compétitivité et d'autre part, le renforcement de leur rentabilité et de leur productivité. Mais, au même temps l'informatisation des banques fait augmenter leur vulnérabilité.

Chapitre III : Etude de cas

Figure N°09 : Le programme de formation en interne de l'outil informatique



Source : d'après notre analyse

Tableau N°20 : Programme de formation informatique

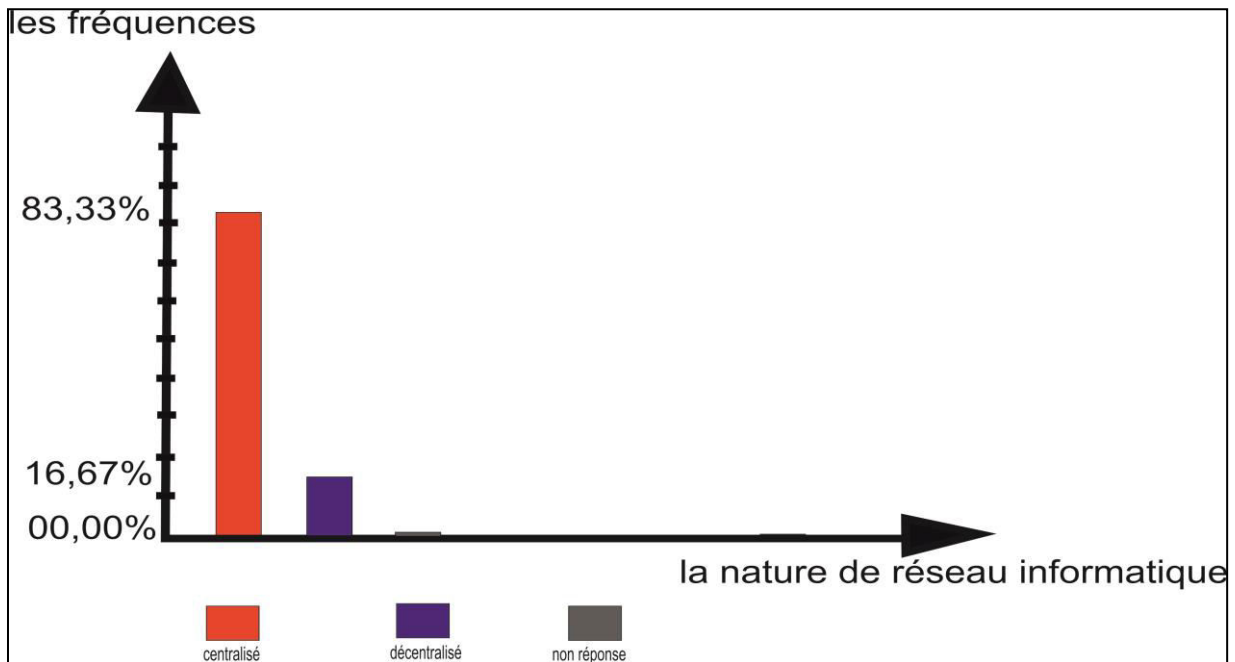
Programme de formation informatique	N.b cit	Fréquence
Oui	05	41,67%
Non	07	58,33%
Non réponse	00	00,00%
Total	12	100%

Source : D'après notre analyse

D'après la figure N°9 et le tableau N°20 on constate que la BNA ne dispose pas d'un programme de formation en interne de l'outil de l'informatique. Un pourcentage important a répondu par « non » (soit à 58,33%), les autres personnes interrogées ont répondu par « oui » soit 41,67%.

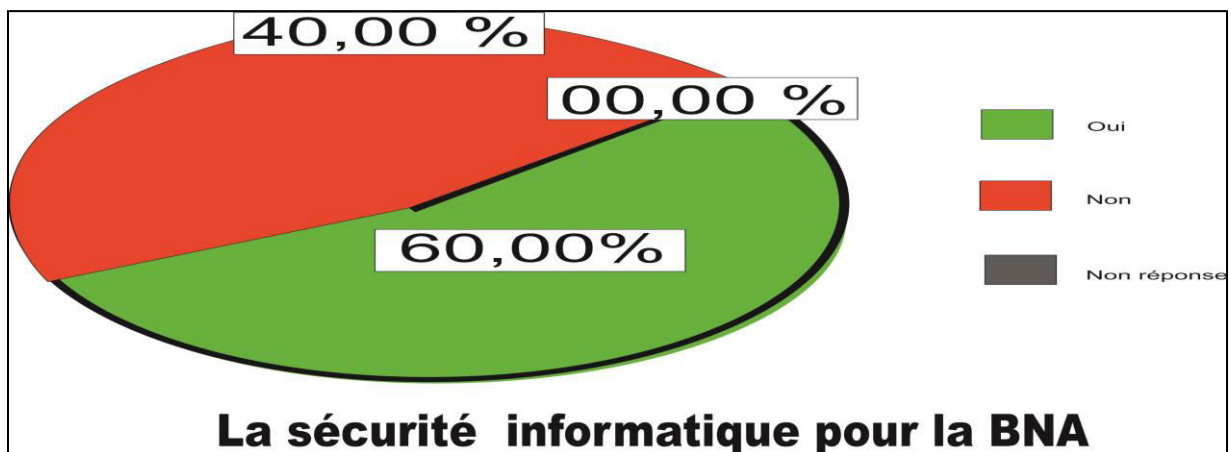
Chapitre III : Etude de cas

Figure N°10: La nature de réseau informatique de la BNA



Il existe deux types nature de réseau informatique. Cependant, d'après notre analyse 83,33% des personnes interrogées on répondu estiment que le réseau informatique de la BNA est centralisé par contre 16,67% estiment que leur réseau est décentralisé

Figure N°11 : La sécurité informatique par la BNA



Source : D'après notre analyse

La sécurité du Système d'Information est l'affaire de tous, dans tous les domaines. Elle exige une démarche organisationnelle allant de l'analyse des risques jusqu'à la mise en place des moyens et des procédures. D'après les résultats, la majorité des personne interrogées (soit

Chapitre III : Etude de cas

60%) ont répondu par « oui » la BNA sécurise son réseau, elle dispose d'un programme de protection de données et utilise des logiciels.

Donc la BNA sécurise son réseau en s'appuyant à des dispositifs de sécurité, soit avec des logiciels adaptés à des menaces comme les virus, soit par un service spécialement perçus.

Tableau N°21 : La stratégie de développement de système informatique :

La stratégie de développement de système informatique	N.b cit	Fréquence
Oui	08	66,67%
Non	04	33,33%
Non réponse	00	08,33%
Total	12	100%

Source : D'après notre analyse

D'après le tableau on constate que la BNA a adopté une stratégie de développement de son système informatique dans 66,67% des personnes interrogées ont répondu par « oui », alors que 33,33% ont répondu par « non ».

Tableau N°22 : les critères de développement de système informatique de la BNA:

Les critères de stratégie de développement	N.b cit	Fréquence
Non réponse	00	00,00%
Réalisation d'une économie d'échelle	04	33,33%
Assurer une plus large diffusion des produits et services	12	100%
Modernisation	09	75,00%
Autre	00	00,00%
Total	12	100%

Source : D'après notre analyse

L'objectif de cette stratégie est d'assurer une plus large diffusion des produits et services soit à 100%, suivi par la modernisation avec 75%, et en fin la réalisation de l'économie d'échelle avec 33,33%.

Chapitre III : Etude de cas

Conclusion du chapitre

Pour conclure, il est nécessaire de rappeler que notre objectif est d'identifier les éléments de réponses qui ont trait aux pratiques des TIC dans l'activité bancaire de la BNA de la wilaya de TIZI OUZOU.

Nous avons essayé à travers cette analyse d'évaluer l'impact des N.T.I.C. sur l'activité bancaire de la BNA. Nos recherches ont abouti au constat que les N.T.I.C. jouent un rôle croissant dans l'évolution des métiers bancaire, elles ne se limitent plus à accompagner le changement, elles en deviennent le moteur. A travers le questionnaire mené auprès de l'agence BNA, nous avons montré que :

- L'impact de l'introduction des NTIC, en tant qu'outil de travail, est très important sur la productivité de la BNA ;
- La BNA consacre une part de 5% à 10% de son budget global pour l'investissement dans les N.T.I.C ;
- La carte de paiement est le moyen de paiement le plus automatisé dans la BNA suivi par le chèque, et de l'avis de prélèvement en dernier rang ;
- L'objectif de la BNA est d'améliorer la qualité des prestations et la fidélisation des clients suivi par l'amélioration de la productivité et la fiabilité des opérations afin de réaliser une ressource stratégique de la banque ;
- L'utilisation des N.T.I.C doit être accompagnée par le perfectionnement des moyens de sécurités puisque l'informatisation des banques fait augmenter désormais leur vulnérabilité.

En ce qui concerne l'apport, les changements majeurs, l'évaluation et l'usage des TIC, le point de vue des responsables interrogés sur l'impact des TIC permettent de gagner plusieurs choses notamment :

- Faciliter l'accès à l'information, la circulation de l'information entre les services, les partenaires et les clients et la communication entre les membres ;
- Les nouvelles technologies jouent un rôle important dans la gestion bancaire;
- Les nouvelles technologies sont une nécessité de nos jours ;
- Une amélioration de la qualité des services et la maximisation des profits ;
- Réaliser des gains de temps et abaisser globalement les coûts ;

Le développement de la technologie dans tous les secteurs économiques a amené la Banque Nationale d'Algérie à investir progressivement dans les Nouvelles Technologies de

Chapitre III : Etude de cas

l'Information et de la Communication (N.T.I.C.). Ces dernières, sont devenues des moyens incontournables au développement de l'activité bancaire. Elles sont de nature à influencer le mode de fonctionnement de la BNA et leur restructuration.

Conclusion générale

Ces dernières années ont été marquées par l'avènement de progrès techniques considérables en matière d'informations ; et de communication. Ces progrès sont à l'origine de profondes mutations de l'environnement des organisations aussi bien économiques, technologiques que sociales. Ils représentent un ensemble de technologie qui est utilisées pour traiter, modifier et échanger l'information spécifiques et les données numérisées.

La baisse du prix des équipements numériques démocratise les technologies d'information et de communication qui font dorénavant partie intégrante de la vie quotidienne des consommateurs et des professionnels.

Deux phénomènes d'actualités ont inspiré notre recherche. D'une part, l'émergence des technologies d'information et de communication et leur rapide évolution. D'autre part, l'intrusion de l'activité bancaire dans ce domaine, ont porté l'intérêt de la dématérialisation des moyens de paiements et l'essor de l'e-Banking en tant qu'un nouveau canal de distribution des services bancaires à distance. L'arrivée d'e-Banking a bousculé les habitudes de consommation des particuliers.

A travers cette étude, nous avons essayé de passer en revue les principales technologies utilisées actuellement en Algérie dans la gestion bancaire. Avec l'ouverture à l'économie de marché et l'installation des institutions financières étrangères sur le territoire national, les banques algériennes devront, pour garder leur part de marché, être plus efficaces et plus compétitives. Elles devront également faire évoluer leurs techniques et procédures et proposer toute une gamme de nouveaux produits, tout cela ne sera possible que grâce à un développement de leur réseau, une bonne réorganisation de leurs structures, une modernisation de leurs procédures, une meilleure qualification de leur personnel, un comportement plus professionnel, sans oublier bien entendu la qualité de service et l'amélioration de l'accueil de la clientèle.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept des technologies de l'information et de communication et celui de la monétique dans le but d'expliquer l'impact de l'utilisation de ces technologies.

Aujourd'hui, la monétique devient une nécessité car elle constitue un instrument qui répond favorablement aux exigences du développement, c'est un moyen d'accompagnement et de mise en œuvre de la stratégie commerciale. Bref elle constitue inéluctablement un moyen concret de modernisation de secteur bancaire. Malgré les actions entreprises pour le

Conclusion générale

développement et l'automatisation des moyens de paiements, l'Algérie en matière de monétique reste loin des niveaux réalisés par d'autres pays, non par les pays développés, mais aussi les pays avec lesquels elle partage la même histoire, culture, religion et le niveau de développement économique (comme c'est le cas du Maroc et de la Tunisie).

Toutefois, nous assistons actuellement, avec l'introduction de l'e-paiement et du e-Banking notamment, opérées par les pouvoirs publics à un certain éveil dans ce domaine. Certaines banques publiques et privées en Algérie commencent à développer la monétique et à mettre en relief l'importance de cette technologie bancaire, qui est un pilier fondamental de l'économie de marché

L'étude de terrain a été menée auprès de l'agence bancaires de la wilaya deTizi-Ouzou. Nous avons utilisé un questionnaire adressé aux responsables de ces banques, le Choix de l'échantillon s'est fait par secteur public.

Les résultats de notre recherche montrent que la banque interrogé est équipée du matériel informatique et elle a accès aux six grands réseaux : un réseau de cartes bancaires, un réseau DAB/GAB, un réseau de paiement électronique chez les commerçants, un réseau TPE, un réseau SWIFT, un réseau INTERNET et un réseau « Banque à domicile ». Nous pouvons donc affirmer que la BNA utilise les TIC de façon intensif. Cette utilisation permet à la banque de réaliser des gains de productivité, d'abaisser globalement leur coût de revient, d'orienter leur activité vers de nouveaux services et d'améliorer la qualité des services offerts aux clients, et permet aussi une meilleure coordination entre les différents services et les équipes de travail.

Les données statistiques montrent que le secteur bancaire en Algérie a fait, ces dernières années, une avancée considérable par rapport aux années précédentes et cela grâce à l'ouverture des banques privées étrangères, mais comparativement aux pays développés, cette avancée reste faible par ce que le phénomène de l'utilisation des TIC est très répondu dans ces pays là, mais cela reste encore très limité dans les pays en voie de développement comme les banques algériennes.

Par ailleurs, la volonté et les actions des autorités monétaires pour remédier aux obstacles qui empêchent le développement des TIC n'ont pas donné les résultats escomptés. A cet effet, la question suivante mérite d'être posée : quelles sont les réelles intentions des autorités pour promouvoir le développement des TIC en Algérie ?

Bibliographie

OUVRAGE :

1. **BENHALIMA AMMOUR** « le système bancaire algérien », Editions Dahlab, Alger, 1996.
2. **BOUGI GILBERT ET HELMI HAMID**, « La crédibilité de la banque centrale face aux défis de la monnaie électronique », Séminaires du CAE, 2007/2008.
3. **A .CHENEAU**, « Mondialisation et technologie de la communication en Afrique», Ed. Karthala, Paris, 2004.
4. **DOMINIQUE RAMBURE**, « les systèmes de paiement », édition Economica, paris, 2005.
5. **D.PLIHON** « la monnaie et ses mécanisme », édition la découverte, paris 2000 ; 2001.
6. **DAVIS .G.B, OLSON. M.H, AJENSTAT .J**, « systèmes d'information pour le management », Ed : Economica, Paris, 1985.
7. **J LENDREVIE, A DEBAYNAST**, Publiciteur, Dunod, 7ème édition, 2008.
8. **HEIFER J. P et ORSONT.J**, « Marketing »», 5eme édition, Ed : Vuibert ; Paris ; 1998.
9. **LAMIRI A** (2013) : La décennie de la dernière chance, Emergence ou déchéance de l'économie algérienne ? Chihab Editions ; Alger
10. **MAYER. A**, « pour une économie de l'information », Ed : CNRS, 1990.
11. **MARC GLADESY**, Le phone Marketing, Maxima, 3ème édition, 1999.
12. **PASCAL THONIEL** « Usage de l'authentification dans le domaine bancaire Éditions Techniques de l'Ingénieur, paris, 2010.
13. **SAHUT. J. M** (1998), « Vers une révolution du système bancaire », la Revue du Financier N° 131, 1998

REVUES ARTICLES, ET DOCUMENTS DIVERS :

1. **BENCHABLA**, Responsable de la Monétique au niveau du SATIM, PME magazine, n°13, du 15mars 2010
2. **BOUCKEHOVE.J.P**(1996), « Auditer le système d'information », Banque N° 571, juin1996

Bibliographie

3. **BETTAIEB. K** (2001), « L'e-banking, banque du future ? », Finances et Développement au Maghreb N° 26, mars 2001
4. **CURAU, CATALIN.** (2000), « E-Banking in Transition Economies : the Case of Romania », Journal of Financial Services Marketing
5. **CLARA CENTENO.** (2003), « Adoption of Internet Services in the Enlarged European Union », joint Research Centre(DGJRC)
6. **FODIL HASSAM,** « Le système bancaire Algérienne », l'économiste d'Algérie, Alger, (2012)
7. **FARID YAICI,** « La mise à jour des systèmes d'information dans le domaine bancaire et financier : un préalable au développement des institutions et aux progrès en matière d'intermédiation financière en Algérie ».
8. **HERVE STIRUK,** l'impact des réseaux sur l'activité bancaire et interbancaire, problème économique n°2813 du 11/06/2003
9. **LANGLOIS. D**(1996), « La sécurisation des accès », Banque N° 571, juin 1996
10. **MELISSA SAADOUN,** Piloter le changement avec le cyber technologies, Lavoisier, paris, 2003.
11. **MICHEL LAFFIT** « les systèmes d'information dans les établissements financiers » directeur adjoint de la direction des assurances de personne à la FFSA banque éditeur
12. **MAHDI, S ET MEHRDAD, A** (2010), “ E-Banking in Emerging Economy”, International Journal of Economics and Finance, vol. 2, n°1
13. **VILLATES, DOMINIQUE,** « Demain, la banque à distance », Revue banque, n°585, 1997
14. **Y .COLYERT,** Dictionnaire des Banques et Assurances, paris 1988.
15. Document interne de la CNEP banque : formation des administrateurs de la solution de dématérialisation
16. Document interne de la CNEP banque : formation des administrateurs de la solution de dématérialisation
17. Document relative à la BDL banque carte interbancaire la facilité au quotidien guide pratique
18. Document interne SATIM Alger 2014.
19. Magazine de la monétique, SATIM, Année 2010
20. Forum sur la monétique au Maghreb, de l'Afrique centrale et de l'ouest, Casablanca le 16 et 17 février 2008

Bibliographie

21. OCDE (200), « Le Commerce Electronique : Conséquences et Défis pour la Politique Economique »
22. Rapport de l'ARPT (Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications).
23. Rapport Bancarisation de masse en Algérie opportunité et défis. Mission conjointe du CGAP et de l'AFD sous le haut patronage du ministère des finances Ministère délégué chargé de la réforme financière (juin 2006).

LISTE DES MEMOIRES :

1. **A. ABTOY** « enjeux de l'utilisation des TIC » université de Abdelmalek Essadi .2004
2. **BOULENOURA N-O**, Décembre 2014, « les Nouveaux Supports de Communication TIC : Facteur de Différentiation dans l'activité Bancaire » Mémoire de Magister, P6.
3. **BETRUNER R, MEDJAHED S**, « les freins au développement du commerce électronique Etudes comparative entre l'Algérie et le Maroc », P28.
4. **BETROUNE RASSIM, MEDJAHED SONIA**, mémoire de master « Les freins au développement du commerce électronique Etude comparative entre l'Algérie et le Maroc » mémoire de master université de, Abdarahman Mira deBejaia, 2016, p44
5. **DIFALLHA M-E, MOKRANE A, KHENNCHE Y**, « Adoption et Utilisation des Technologies de L'information et de la Communication (TIC) en Algérie » : état des lieux P36.
6. **HERBERT SIMON**, cité par **Ali BOUHENNE** dans les enjeux des NTIC dans l'entreprise » université de Tlemcen, p3
7. **LALALI RACHID**, contribution à l'étude la bancarisation et de la collecte des ressources en Algérie ; thèse de magistère, université de Bejaïa, promotion 2003.
8. **LAZREG MOHAMED**. (2005), « Développement de la Monétique en Algérie », Thèse de Doctorat, université Abou Bakr Belkaid, Telemcen
9. **OUSSAMA CHENCHEH**, les déterminants de l'adoption de l'E-Banking par les institutions financières, mémoire de maitrise, Université du Québec Montréal, 2011.

Bibliographie

10. **SITOU MALIKA**, (2001), « mécanisme bancaire, essai d'analyse : cas de l'Algérie », Mémoire de Magister, Université Abdou Bekr Belkaid, Telemcen.

SITES WEB :

1. **<https://www.olats.org>** consulté le 18/01/2018
2. **fr.slideshare.net**. consulté le 06/01/2018
3. **<http://www.journaldunet.com>** « L'évolution de marché de l'internet en Algérie », consulté le 24/01/2018.
4. **www.ummtto.dz**. Consulté le 10/02/2018.
5. **www.algerie-eco.com/indice** de -développement-tic-monde. consulté le 20/02/2018.
6. **http://www.algeria_systeme** consulté le 21/01/2018.
7. **www.BNA.net** consulté le 30/01/2018.
8. **<https://www.olats.org/schoffer/archives/deftech.htm>**: « définition de la technologie » consulté le 11/01/2018.
9. **[http://www.linternaute.com/argent/pratique/banque/137/les différentes moyens de paiement.html](http://www.linternaute.com/argent/pratique/banque/137/les_diff%C3%A9rentes_moyens_de_paiement.html)**, consulté le lundi 05 mars 2018
10. **<http://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/carte-de-retrait>**, consulté le lundi 05 janvier 2018
11. **http://www.granddictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8370849** consulté le lundi 05 janvier 2018
12. La carte bancaire virtuelle à usage unique : un service tops cher, disponible sur le site web : **<http://www.lineternaute.com/argent/banque/achat-sur-internet-sans-carte-bancaire/e-carte-bleue.shtml>** consulté le 05 janvier 2018
13. Le crédit populaire d'Algérie à l'ère du « e-banking ».(Mars 2013), « Le crédit populaire de l'Algérie à l'ère du « e-banking » : **<http://www.djazairess.com/fr/letemps/89797>** consulté le 05 janvier 2018.

Sommaire

Introduction générale.....	1
Chapitre I : les NTIC en Algérie	
Introduction.....	5
Section 1 : Présentation générale des NTIC.....	5
Section 2 : L'état des TIC en Algérie.....	12
Section 3 : l'importance de l'utilisation des NTIC dans le secteur bancaire algérien.....	21
Conclusion.....	30
Chapitre II : l'évolution des moyens de paiement et leur dématérialisation en Algérie	
Introduction.....	31
Section 1 : La dématérialisation des moyens de paiement.....	32
Section 2 : E-Banking (la banque électronique).....	42
Section 3 : Impact des NTIC sur l'activité bancaire en Algérie.....	50
Conclusion.....	56
Chapitre III : Eude de cas	
Introduction.....	57
Section 1 : Analyse du système bancaire Algérien.....	57
Section 2 : Présentation générale de la BNA.....	67
Section 3 : Etat des lieux des technologies bancaire actuel de la BNA.....	73
Conclusion.....	88
Conclusion générale.....	90
Annexes	
Liste des illustrations	
Bibliographie	
Table des matières	

Annexes

Annexe n°2 :

LES INFORMATIONS SUR LA BANQUE QUESTIONNE

Nom de la Banque :

Nom de la banque est: La Banque National d'Algérie (BNA)

Capital Social :

Capital social est:41.600.000.000,00 DA

Date de Création :

Date de création est:13 juin 1966

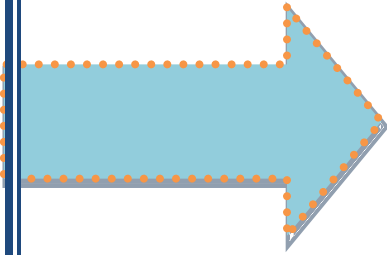
Effectif :

Effectif est: plus de 5000 collaborateurs

Nombre d'agences et Succursales :

Nombre d'agences et succursales est: 211 agences

Annexes n°1 :



Questionnaire

**Master 2 en sciences Economique,
Option Banque et Marché Financier
Année Universitaire : 2017/2018**

Madame

Monsieur,

Dans le cadre de l'élaboration de ce travail de recherche, nous vous prions de nous apporter votre aide en répondant à ce questionnaire.

Nous vous remercions d'avance de l'intérêt que vous envisagez accorder à ce travail.

Nous nous engageons formellement à n'utiliser les résultats de ce questionnaire que dans le cadre de la recherche envisagée et nous ne manquerons pas de vous faire part des résultats auxquels nous aboutirons.

Annexes

Nom de la Banque est :

Date de création est :

Effectif est :

Nombre d'agences et succursales est:.....

La banque est:.....

1. Privée ☐

2. Publique ☐

3. Autre ☐

Fonction de la personne qui a rempli le questionnaire est:.....

Première partie : La technologie bancaire

1) Disposez-vous dans votre banque :

OUI

NON

- | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a. D'un réseau des cartes bancaires | ☐ | ☐ |
| b. D'un réseau des distributeurs et guichets automatiques (DAB/GAB) | ☐ | ☐ |
| c. D'un réseau de paiement électronique chez les commerçants | ☐ | ☐ |
| d. D'un réseau « Banque en ligne » | ☐ | ☐ |
| e. D'un réseau « SWIFT » | ☐ | ☐ |
| f. D'un réseau « INTERNET » | ☐ | ☐ |
| g. Autre à préciser : - - - - - | | |

(Cochez la case correspondante à votre choix)

2) Est-ce que votre banque a introduit de nouvelles technologies ?

OUI ☐

NON ☐

Si OUI, lesquelles ?

3) Ces nouvelles technologies :

- | | |
|---|--------------------------|
| a. sont la propriété de votre banque toute seule | ☐ |
| b. résultent de votre association avec d'autres banques | ☐ |

(Cochez la case correspondante à votre choix)

Si (b), pour quelles raisons ?

4) Est-ce que votre banque a hébergé un site WEB ?

OUI ☐

NON ☐

Si OUI, à combien estimez –vous le nombre moyen d'internautes qui accèdent à votre site par jour ?.....

Annexes

5) Quelle (s) est (sont) les motivations (et leur degré d'importance) qui ont conduit votre banque à introduire des nouvelles technologies?

	1-Aucune	2-Peu	3-Moyenne	4-Assez	5-Elevée
1-Pouvoir étendre les champs d'action de votre banque					
2-Améliorer les échanges avec la clientèle					
3-Attirer la clientèle étrangère					
4-Améliorer les échanges interbancaires					
5-Améliorer les opérations de marché					

(Cochez la case correspondante à votre choix)

6) Quelles satisfactions avez-vous retirées de l'introduction de nouvelles technologies au sein de votre banque ?

	1-Aucune	2-Peu	3-Moyenne	4-Assez	5-Elevée
1-Amélioration de la productivité					
2-Fiabilité et rapidité de traitement des opérations					
3-Renforcement de la rentabilité					
4-Amélioration de la qualité des prestations					
5-Fidélisation des clients					

(Cochez la case correspondante à votre choix)

7) Est-ce que vous disposez, au sein de votre banque, d'un programme de formation en interne de l'outil informatique ?

OUI ☐

NON ☐

8) Avez-vous pensé à sécuriser votre réseau ?

OUI ☐

NON ☐

Si OUI, comment ? -----

9) Votre réseau informatique est-il :

a. Centralisé ☐

b. Décentralisé ☐

(Cochez la case correspondante à votre choix)

10) Avez-vous adopté une stratégie de développement de votre système informatique ?

OUI ☐

NON ☐

Si OUI, sous quels critères ? ☐

a-réaliser une économie d'échelle

b-assurer une plus large diffusion des produits et services ☐

Autres à préciser : - - - - -

(Cochez la case correspondante à votre choix)

11) Avant de décider de l'introduction d'une nouvelle technologie, procédez-vous à des études d'implantation préalables ?

OUI ☐

NON ☐

Si OUI, par qui sont-elles menées ?

- - - - -

12) Quel est l'effet de l'introduction des nouvelles technologies sur votre relation avec la clientèle ?

- a) Satisfaction du client final
- b) Fidélisation du client
- c) Amélioration de la qualité de services
- d) Disparition des contraintes de place
- e) Disparition des contraintes de temps
- f) Autres à préciser : - - - - -

(Veuillez les classer par ordre d'importance de 1 à 6)

Deuxième partie : Coût de gestion des moyens de paiement

13) Peut-on estimer la part en pourcentage des investissements, qui sont orientés vers l'informatique et les réseaux, par rapport à votre budget total ?

- a) < 5%
- b) entre 5% et 10%
- c) entre 10% et 20%
- d) entre 20% et 30%
- e) entre 30% et 40%
- f) entre 40% et 50%
- g) > 50%

14) Par rapport aux dernières années, le taux de croissance annuelle des dépenses informatiques :

- a) A augmenté
- b) A baissé

De quel pourcentage ? - - - - -
De quel pourcentage ? - - - - -

(Cochez la case correspondante à votre choix)

15) Quel est le moyen de paiement le plus automatisé dans votre banque ?

Annexes

- a) Le chèque ☐
- b) L'avis de prélèvement ☐
- c) La carte de paiement ☐
- d) Autre à préciser : -----
- (Cochez la case correspondante à votre choix)

16) Au- cours de ces dernières années, est- ce que le coût unitaire de ce moyen de paiement :

- a) A augmenté ☐
- b) A baissé ☐

(Cochez la case correspondante à votre choix)

17) A combien estimez- vous, en pourcentage, cette hausse ou cette baisse de ce coût unitaire par an ?

- a) < 1% ☐
- b) entre 1% et 3% ☐
- c) Entre 3% et 5% ☐
- d) Entre 5% et 7% ☐
- e) > 7% ☐

(Cochez la case correspondante à votre choix)

18) Quel est l'impact de l'introduction de nouvelles technologies, en tant qu'outil de travail, sur votre productivité ?

	1-Peu importante	2-Importante	3-Très importante
1-Amélioration de la productivité	☐	☐	☐

19) Disposez-vous d'indicateurs permettant de mesurer cet impact ?

OUI ☐ NON ☐

20) Selon vous, la technologie est vue comme :

- a) Une charge pour la banque ☐
- b) Une ressource stratégique de la banque ☐
- c) Globalement, est-ce qu'il s'agit d'un gain ☐
- d) Ou d'une perte ☐

(Cochez la case correspondante à votre choix)

21) Pourriez-vous nous indiquer votre opinion personnelle concernant le rôle que joue la technologie au sein de votre banque ?-----

Table des Matières :

Remerciement.....	i
Dédicace.....	ii
Liste des tableaux.....	iii
Listes des figures	v
Liste des abréviations.....	vii
Introduction générale	1
 Chapitre I : Les TIC en Algérie	
Introduction.....	1
1. Présentation générale des NTIC.....	5
1.1. Mots clés.....	5
1.1.1. La technologie.....	5
1.1.2. La communication.....	5
1.1.3. L'information.....	6
1.2. Définition des NTIC	6
1.3. Historique des NTIC.....	7
1.3.1. L'ordinateur.....	7
1.3.2. Les logiciels.....	7
1.3.3. Les réseaux et les télécommunications.....	7
1.3.4. Les techniques audiovisuelles.....	8
1.4. Descriptions des NTIC.....	8
1.4.1. L'internet.....	8
1.4.2. L'intranet.....	8
1.4.3. L'extranet.....	8
1.4.4. Groupware (collecticeil ou synergiceil).....	9
1.3.5. Les flux RSS.....	9

1.3.6. Le widgets.....	9
1.3.7. Workflow.....	9
1.3.8.Data Minig (outil d'extraction de données).....	9
1.3.9.Datawarehouse (entrepôt de données).....	9
1.3.10. Knewledge management (capitalisation des connaissances/gestion des connaissances).....	10
1.3.11. Le marketing mobile.....	10
1.3.12. Le e-commerce.....	10
1.3.13. L'E-Learning	10
1.4. Les caractéristiques des NTIC.....	11
2. L'Etat des TIC en Algérie.....	12
2.1. Le numérique dans la législation algérien.....	12
2.1.1. Loi N°03-2000 du 05 aout 2000.....	12
2.1.2. Loi N°09-04 du 05 aout 2009.....	12
2.1.3. La loi N°15-04 11 février 2015.....	13
2.2. Les données globale sur le secteur des TIC en Algérie.....	13
2.2.1. Les données globales sur le secteur des TIC En Algérie 2011.....	13
2.2.2. L'internet en Algérie.....	14
2.2.3. Le marché de la téléphonie fixe et mobile en Algérie.....	15
2.3. L'e-commerce en Algérie.....	15
2.4. Les stratégies de développement des TIC en Algérie.....	16
2.4.1. L'élaboration de la stratégie e-Algérie 2013	16

2.4.2. Le projet de Technoparc de sidi Abdallah.....	19
2.5. L'indice de développement des TIC dans le monde.....	20
3. L'importance de l'utilisation des NTIC dans le secteur bancaire algérien.....	21
3.1. Les principales TIC utilisées par le secteur bancaire algérien.....	21
3.1.1. Les nouveaux outils de télécommunication.....	21
3.1.2. Les instruments de paiement.....	23
3.1.3. Les technologies de système de paiement.....	25
3.2. L'enjeu de l'utilisation des NTIC sur la gestion de l'économie algérienne.....	26
3.2.1. L'avantage de l'investissement dans les TIC.....	27
3.2.2. L'avantage pour les banques.....	27
3.2.3. L'avantage concurrentiel dans l'économie d'échelle	28
3.2.3. Les limites de l'investissement dans les TIC.....	28
3.2.4. L'importance de l'utilisation des TIC sur l'économie Algérien.....	29
3.2.5. L'apport des TIC dans l'efficacité de gestion locale et la bonne gouvernance.....	29
Conclusion.....	30
 Chapitre II : l'évolution des moyens de paiement et leurs dématérialisations	
Introduction.....	31
1. La dématérialisation des moyens des paiements.....	32
1.1. Formes de la monnaie électronique.....	32
1.1.1. Les carte bancaires.....	32
1.1.2. Le prélèvement.....	33
1.1.3. Le virement.....	33
1.1.4. Le titre interbancaire de paiement ou TIP.....	33
1.1.5. Le chèque électronique.....	33

1.1.6. Le portefeuille électronique.....	34
1.1.7. La carte bancaire virtuelle.....	34
1.2. Apparition et développement de la monétique en Algérie.....	34
1.2.1. Les cartes émises.....	36
1.2.2. Le e-paiement en Algérie et la monétique au Maghreb.....	37
1.3.Présentation de l'opérateur Monétique algérien (SATIM).....	39
1.3.1. Les missions de la SATIM.....	40
1.3.2. Activités de la SATIM	40
1.4.Le réseau monétique interbancaire algérien.....	40
1.4.1. Le rôle du RMI (Réseau Monétique Interbancaire).....	41
1.4.2. Les objectifs du RMI.....	41
2. E-Banking (la banque électronique).....	42
2.1.Définition d'E-Banking.....	42
2.2.L'apport de l'E-Banking.....	44
2.2.1. L'apport de l'E-Banking pour la banque.....	44
2.2.2. L'apport de l'E-Banking pour le client.....	45
2.3. L'internet et les banques algériennes.....	46
2.4.L'accès au service E-Banking.....	48
2.5.L'impact de l'E-Banking sur la relation banque/client.....	49
3. L'impact des NTIC sur l'activité bancaire en Algérie.....	50
3.1.L'impact des NTIC sur la fonction de production.....	50
3.1.1. Diminution des couts de production (principe de mutualisation).....	50
3.1.2. Industrialisation de l'ensemble de processus.....	50
3.1.3. Passage d'une gestion traditionnelle de stock à une gestion de flux.....	50
3.2. Impact des NTIC sur la fonction de distribution	51
3.3. l'impact des NTIC sur la productivité	51
3.4. Les risques technologiques et l'importance de la sécurité informatique	52
3.4.1. L'indisponibilité des ressources	53
3.4.2. La rupture de service (Managmenet centre).....	53
3.4.3. L'intrusion.....	53

3.5. Objectifs recherché en matières de sécurités	54
3.5.1. La confidentialité des informations.....	54
3.5.2. L'intégrité de l'information.....	54
3.5.3. La disponibilité de l'information.....	55
3.5.4. La protection contre les vireuses.....	55
Conclusion.....	56

Chapitre III : Etude de cas

Introduction.....	57
1. Analyse de système bancaire algérien.....	57
1.1. Historique du système bancaire Algérien	57
1.2. Les Intervenants dans le système de paiement en Algérie.....	59
1.2.1. La banque d'Algérie.....	59
1.2.2. Les banques commerciales.....	59
1.3. Les établissements financiers.....	62
1.3.1. Etablissement financier a vocation générale.....	62
1.3.2. Etablissements financiers à vocation spécifique	63
1.4. Les points faibles et les points forts du système bancaire algérien.....	63
1.4.1. Les ponts faibles.....	63
1.4.2. Les points forts.....	65
2. Présentation générale de la BNA.....	67
2.1. Aperçu sur l'historique de la BNA.....	67
2.2. L'organisation de la BNA.....	68
2.3. Rôle et objectifs de la BNA.....	69
2.3.1. Les missions de la BNA.....	69
2.3.2. Les objectifs de la BNA.....	70

2.4. Mentions légales.....	70
2.5. Les services bancaires que dispose la BNA.....	70
2.5.1. La carte interbancaire (CIB).....	70
2.5.2. BNA.net (E-Banking).....	72
2.5.3. e-Paiement.....	72
2.5.4. MobilGAB.....	72
3. Etat des lieux des technologies bancaire actuel de la BNA.....	73
✓ Méthodologie de recherche.....	73
✓ Les modalités d'approche.....	73
✓ Les outils utilisés.....	74
3.1. L'impact de l'usage des TIC.....	74
3.2. Importance de l'utilisation des TIC.....	77
3.3. Coût de gestion et moyen de paiement.....	82
3.3.1. Importance de l'investissement informatique.....	82
3.3.2. Le coût des différents moyens de paiement.....	83
3.3.3. L'importance de la sécurité informatique.....	84
Conclusion.....	88
Conclusion générale.....	90
Annexes	
Liste des illustrations	
Bibliographie	
Tables des matières	

Liste des tableaux

Tableau n°1 : Les données globales sur le secteur des TIC en Algérie 2011.....	13
Tableau n°2 : La position de l'Algérie par rapport aux pays africaine en l'année 2017.....	20
Tableau n°3 : Les avantages d'investissement dans les TIC en Algérie.....	27
Tableau n°4 : Evolution du nombre de CIB en Algérie.....	36
Tableau n°5 : Nombre des transactions par carte CIB réalisés en 2014/2015.....	36
Tableau n°6 : Evolution du nombre de cartes en Algérie, au Maroc et en Tunisie.....	38
Tableau n°7 : Les actionnaires de la SATIM.....	39
Tableau n°8 : Mention légales de l'agence BNA de Tizi-Ouzou.....	84
Tableau n°9 : Les CIB.....	71
Tableau n°10 : Les technologies que dispose la BNA.....	74
Tableau n°11 : Autres nouvelles technologies introduites.....	76
Tableau n°12 : Le nombre d'internaute accédé au site web.....	78
Tableau n°13 : Les motivations d'intégration de la nouvelle technologie.....	78
Tableau n°14 : Les satisfactions retirées de l'introduction de nouvelle technologie au sein de la BNA.....	79
Tableau n°15 : L'effet de l'introduction des NTIC sur la relation banque clients.....	81
Tableau n°16 : L'impact de l'introduction de nouvelles technologies, en tant qu'outil de travail, sur la productivité de la BNA	81
Tableau n°17 : L'estimation en pourcentage des investissements, qui sont orientés vers l'informatique et les réseaux, par rapport à la BNA.....	82
Tableau n°18 : Les moyens de paiements les plus automatisé par la BNA.....	83
Tableau n°19 : Le cout unitaire des moyens de paiement.....	84
Tableau n°20 : Programme de formation informatique.....	85
Tableau n°21 : La stratégie de développement de système informatique.....	87

Tableau n°19 : Les critères de développement de système informatique de la BNA.....	87
--	-----------

Liste des figures

Figure n°01 : Les TIC que dispose la banque.....	75
Figure n°02 : Autre nouvelle technologie introduit par la BNA.....	76
Figure n°03 : La propriété des TIC	77
Figure n°04 : Hébergement d'un site web par la BNA.....	77
Figure n°05 : Etude d'implantation.....	79
Figure n°06 : La perception des TIC.....	80
Figure n°07 : Les indicateurs qui permettre de mesurer cette impact.....	82
Figure n°08 : Les moyens de paiement les plus automatisé.....	83
Figure n°09 : Le programme de formation en interne de l'outil informatique.....	85
Figure n°10 : La nature de réseau informatique de la BNA.....	86
Figure n°11 : La sécurité informatique par la BNA.....	86

Liste des schémas

Schéma n°1 : Un processus typiquement manuel qui implique une multitude de papier et personnes.....	22
Schéma n°2 : Un processus EDI sans papier ni personnes (machine to machine)	22
Schéma n°3 : Organigramme Agence Principale n°581.....	68



