

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou



Faculté des sciences économiques, commerciales

Et des sciences de gestions

Département des sciences économiques

Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master en

Sciences économiques

Spécialité: Economie Monétaire et Bancaire

Thème :

L'E-Banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population cas de : CPA agence n°120 de Tizi-Ouzou.

Réalisée par :

M^{elle} DJEBLI Amel

M^{elle} AHMEDI Malika

Encadré par :

Mr. KHAMMES.A

Devant les jurys composé de :

Président : Mr ZERKHEFAOUI Lyas MCA, UMMTO

Examineur : Mr BOUABBACHE Aissa MCB, UMMTO

Rapporteur : Mr KHAMMES Abdenour MAA, UMMTO

Années universitaires 2023/2024

Remerciements

En préambule à ce mémoire, on voudrait tout d'abord adresser toute notre reconnaissance à notre encadrant, Monsieur Zhammes Abddenour, pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieuses conseils, qui ont contribué à alimenter notre réflexion, ainsi que ses encouragements tout au long de la rédaction de ce mémoire, et qui nous a permis d'approfondir au maximum nos travaux afin de pouvoir être fier aujourd'hui du travail réalisé. On remercie également tous les enseignants pour leurs conseils, qui nous ont été très précieux pour structurer notre travail, aussi pour le temps qu'ils nous ont consacré. Puis on remercie la PDA agence de Tizi Ouzou de nous avoir pris en charge tous au long de notre période de stage, pour leur accueil et plus particulièrement monsieur Haddadou.

En on voudrait exprimer notre reconnaissance envers nos famille et amis qui nous ont apporté leur soutien moral et intellectuel tout au long de notre démarche.

Dédicaces

J'ai le plaisir de dédier ce travail à,

Mes très chers parents et Mon chère Mari pour leur soutien et amour, leur confiance et patience et pour leurs sacrifices infinis, je le dédie à toute ma famille pour laquelle j'exprime mon amour et mon respect le plus dévoué

Pour ma binôme Amel pour son soutien moral et sa patience tout au long notre parcours universitaire.

Tous mes amis (e) et collègues, puisse ce travail vous exprime mes souhaits de succès et sincères sentiments envers vous

Toutes les personnes qui me connaissent et qui mon aide et contribue à la réalisation de ce travail.

Malika

Dédicace

Avec l'expression de ma reconnaissance, je dédie ce modeste travail à ceux qui, quels que soient les termes embrassés, je n'arriverais jamais à leur exprimer mon amour sincère.

Je tiens à remercier particulièrement mes parents, mon succès demeure de loin le fruit de leurs longues années de sacrifices et d'éducation.

A mes sœurs et frères et leurs époux et épouses et leurs enfants qui n'ont pas cessé de me conseiller, encourager et soutenir tout au long des mes études. Que dieu les protège et leurs offre la chance et le bonheur.

*Une dédicace à mon mari **B. Mokrane** qui a été toujours là pour moi, qui m'a encouragé, je te remercie pour ton soutien inconditionnel durant mes études, ta grande patience, ton écoute et tes conseils pertinents m'en beaucoup apporté.*

A mes oncles et tantes leurs époux, épouses, ma belle famille, cousins et cousines merci pour leurs amours et encouragements.

A mes grands parents et mes oncles et ma chère tante. Que dieu les accueille dans son vaste paradis.

*A ma chère amie **Zineb** qui est loin de moi merci pour son amour et son encouragement.*

*Sans oublier ma binôme **Malika** pour son soutien moral, sa patience et sa compréhension tout au long de notre parcours scolaire et universitaire.*

Amel

Liste des abréviations

Liste des abréviations :

BADR: Banque de l'agriculture et de développement rural

BNA: Banque nationale d'Algérie

BDL: Banque de développement rural

BEA: Banque d'extérieur d'Algérie

CIB: Carte Interbancaire

CNEP: Caisse nationale d'épargne et de prévoyance

CPA: Crédit populaire d'Algérie

CCP: Compte courant postale

CNMA: Caisse nationale de mutualité agricole

DAB: Distributeur automatique de billets de banque

EMV: Europay mastercard VISA

E-banking: Électronique banking

GAB: Guichet automatique bancaire

PDA: personal digital assistant

PIB: produit intérieur brut

PME: Petite et moyenne entreprise

PMI: Petite et moyenne industrie

SATIM: Société d'automatisations des transactions Interbancaire et monétique

SSL: Secure Sockets Layer

TIC: Technologie de l'information et de la communication

TPE: Terminal de paiement Électronique

TPV: Terminal point de vente

Listes des tableaux et graphes :

Liste des graphes :

Figure 1 : La durée de l'adoption de l'E-Banking par les différentes agences bancaires	59
Figure 2 : les différents outils d'e-Banking mis en place par l'agence CPA	60
Figure 3 : l'e-Banking et la banque traditionnelle.....	61
Figure 4 : le besoin en connaissance pratique pour l'utilisation de l'e-Banking	62
Figure 5 : les avantages de l'adoption de l'E-banking	63
Figure 6: La définition de l'inclusion financière.....	64
Figure 7: les principaux obstacles de l'inclusion financiers des potentiels clients	65
Figure 8 : L'importance de promouvoir l'inclusion financière.....	66
Figure 9: les avantages de l'inclusion financière pour les individus.....	67
Figure 10 : les banques peuvent promouvoir l'inclusion financière.	68

Sommaire

Sommaire :

Introduction Générale.....	11
Chapitre01 : Généralités sur l'E-banking	14
Introduction	15
Section 1 : Notion sur l'E-banking.....	15
Section2 : Les conditions et les avantages de l'E-banking	20
Section3 : L'e-banking dans le secteur bancaire en Algérie	24
Conclusion.....	31
Chapitre 02 :L'inclusion financière	32
Introduction.....	33
Section 01 : Approche théorique sur l'inclusion financière.....	34
Section 02 : Le rôle de l'e-Banking dans l'inclusion financière.....	44
Section 03 : L'inclusion financière en Algérie	49
Conclusion.....	57
Chapitre3 : Analyse de l'impact des services d'e-Banking sur l'inclusion financière : cas de l'agence CPA de Tizi-Ouzou	58
Introduction	59
Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil CPA	59
Section 2 : Analyse et interprétation des questions	62
Conclusion.....	76
Conclusion générale.....	77
Bibliographique	
Table de matières	
Annexes	

Introduction Générale

Introduction Générale :

La révolution technologique dans le domaine de l'information et de la communication qui a accompagné le processus de mondialisation des années 80 a entraîné le décloisonnement des marchés financiers, une circulation plus fluide des flux financiers grâce à la déréglementation, ainsi que l'interconnexion des différents réseaux d'information et de la communication.

Avant cela, la banque ne faisait appel qu'aux agences pour atteindre sa clientèle. Cependant, de nos jours, grâce à l'émergence d'Internet et du téléphone portable, la notion de réseau d'agences n'a plus sens. Les TIC offrent la possibilité d'accéder aux services bancaires même depuis les zones les plus éloignées. La distance n'a plus aucun sens. Quelle que soit la localisation du client, il peut bénéficier des services bancaires. Désormais, le téléphone mobile est intégré dans les habitudes des individus et représente un point de départ pour les services bancaires. C'est l'outil qui a bouleversé cette industrie.

C'est pourquoi les systèmes bancaires ont connu une révolution avec l'émergence des organismes financiers. La digitalisation des transactions et des prestations bancaires a encouragé l'émergence de diverses méthodes et outils visant à simplifier les démarches aux clients des banques et à créer de nouvelles méthodes de communication. Il est devenu crucial d'utiliser de nouveaux canaux d'accès à leurs services. Les banques ont rapidement adopté le « E-électronique Banking » pour renforcer leur proximité avec leur clientèle et améliorer leur processus d'activité en modifiant la nature des produits et services, tout en garantissant une sécurité maximale et des services de qualité via le réseau Internet.

Grâce au traitement des données relatives aux comptes en ligne à travers l'extraordinaire expansion de l'internet, ainsi qu'à travers la multiplication rapide des réseaux de communication sans fil. Les banques peuvent personnaliser les relations avec leurs clients et leur proposer des produits plus adaptés à leurs besoins. Le E-Banking permet donc aux différents clients d'une banque d'accéder à leurs comptes et à des informations générales sur les produits et services bancaires via un ordinateur ou tout autre outil intelligent 24h /24 et 7j/7, et offrent des moyens d'agir à différentes catégories de population dans les pays.

Néanmoins l'inclusion financière de la population en Algérie doit être élargie et l'accès des services financiers doit être pour toutes les couches de la population afin d'accroître la confiance du public vis-à-vis des banques « L'inclusion financière définit la possibilité pour les individus et les entreprises d'accéder à moindre coût à toute une gamme

de produits et de services financiers utiles et adaptés à leurs besoins transactions, paiements, épargne, crédit et assurance proposés par des prestataires fiables et responsables »¹.

1- Objet de recherche :

L'objet de notre étude est d'analyser l'impact de l'E-banking sur la banque, ainsi que les opportunités qu'il offre pour améliorer les services financiers et accroître l'accès à ces services pour la population algérienne.

2-La problématique de recherche :

Toutefois, Les banques algériennes ont entrepris des efforts pour promouvoir l'E-banking afin d'offrir des avantages concurrentiels et une facilité d'utilisation à leurs clients. De ce fait, il est clair et évident que l'adoption de l'E-Banking est devenue une utilité d'une grande importance à la fois pour la banque et pour le client. Et Pour atteindre l'objectif de ce travail nous tâchons de répondre à la problématique suivante :

Comment l'e-banking contribue-t-il à l'inclusion financière au sein de la banque CPA n°120 de Tizi-Ouzou ?

Afin de bien cerner cette problématique nous avons posé les questions secondaires suivantes :

- Quels sont les avantages d'e-banking pour la clientèle de CPA ?
- Quels sont les services d'e-banking pour la clientèle de CPA ?
- Quel est l'impact des services d'E-banking sur l'inclusion financière ?

3- les propositions de recherches :

Ce mémoire s'appuie sur deux hypothèses que nous avons formulées.

P1 : l'e-Banking est comme un levier pour améliorer l'inclusion financière.

P2 : l'e-Banking joue un rôle central dans l'inclusion financière offrant un accès a des services financiers essentiels.

¹ www.banquemonial.org site consulté le 16/04/2024

4-Méthodologie de recherche :

Afin de répondre aux questions évoquées précédemment, nous avons adopté une démarche où nous comptons utiliser un certain nombre d'outils pour la collecte d'informations et l'analyse des données qui sont : Pour le cadre théorique, nous avons procédé à une recherche bibliographique littéraires, dans des livres de différents auteurs, ouvrages, articles, revues, thèses et mémoires, sites internet).

En ce qui concerne le cas pratique, nous nous sommes appuyés sur un questionnaire effectué sur un échantillon de 11 employées. Les données collectées furent soumises à une analyse grâce à laquelle nous avons pu apporter des réponses à notre problématique.

5-Structure du mémoire

Sur le plan de la forme, ce mémoire a été structuré en trois chapitres et afin de mener à bien notre de recherche, nous avons élaboré ce plan de sorte à retrouver dans chaque chapitre des éléments pour répondre à la problématique principale.

Le premier chapitre portera sur les aspects théoriques et conceptuels et incorpore les concepts de base sur l'E-banking et ses différents services, après avoir présenté l'E-banking nous allons passer au deuxième chapitre qui portera sur l'inclusion financière.

En suite un troisième et dernier chapitre dans lequel nous exposerons notre méthodologie adaptée au siens de l'agence CPA de Tizi-Ouzou, ainsi une description du questionnaire qui nous permettra de collecter le plus de données pour répondre à nos interrogations. Et par la suite exposer les résultats et l'analyse des données collectées à travers notre questionnaire.

Chapitre 1

Généralités sur l'E-banking

Introduction :

L'internet représente l'une des plus importantes innovations technologiques dans le domaine des services bancaire, menant à un changement radical du comportement du consommateur. Son intégration au sein des institutions financières donne lieux à de nouvelles pratiques de « E-business » et plus précisément de « E-banking » permettant une efficacité d'actions commerciales, des réductions de cout considérables et un grand rapprochement des gouts et des attentes des clients. En effet, l'adoption du E-banking ouvre constamment aux banques de nouveaux horizons qui puissent être susceptibles de les aider à innover leurs servies et leurs produits pour répondre aux exigences et aux conditions d'un développement durables d'une solide relations banque-client.

L'E-banking a contribué grandement à l'instauration et à l'automatisation des services financiers et à l'augmentation du volume des transactions en ligne².

Ce chapitre est consacré à la définition du e-banking ainsi qu'à identifier ses différentes services et conditions et enfin nous allons identifier le développement de l'e-Banking en Algérie.

Section 1 : Notions sur l'E-banking

I. Définitions

Une banque électronique est l'accès aux services bancaires depuis une interface interactive, sa disponibilité permet : l'accès aux comptes, pouvoir effectuer des transactions ou obtenir des informations financières récentes. Son accès peut s'effectuer depuis un guichet automatique bancaire (GAB), par téléphone, via un ordinateur ou grâce à un assistant personnel (PDA) ayant l'internet, la connexion se fait généralement par accès sécurisé. La banque électronique est un mode d'accès interactif à des banques ayant des agences bancaires, se distinguant de la « banque en ligne » sans guichet totalement en ligne.

Le terme « e-banking » est d'origine anglophone représente la « banque en ligne » qui désigne la banque virtuelle au sens large, c'est la banque électronique, la cyberbanque ou encore, la possibilité d'accès à la banque via Internet. La banque en ligne désigne donc l'établissement bancaire pouvant gérer de l'argent électronique et permettant via son site Web, /d'effectuer des opérations bancaires à partir d'un ordinateur et d'une connexion au Net. Lors

²BOUCHELIT Rym, thèse : « les perspectives d'E-banking dans la stratégie E-Algérie (2013) »

de nos recherches, nous avons trouvé plusieurs définitions de la banque en ligne attribuées par divers analystes mais toutes reposent sur le fait de l'usage de supports électroniques pour l'exécution d'opérations bancaires³.

Stamolis (1994) définit la banque électronique comme « un canal de distribution et de livraison de services financiers par voie de communication multimédia, d'une manière globale et moins coûteuse pour l'établissement bancaire ». ⁴

Pour Diniz (1997), l'e-banking est un service fourni par plusieurs banques et il permet aux clients d'ordonner des opérations bancaires grâce à un ordinateur ou un téléphone connecté à Internet. Ce même auteur indique que la fonctionnalité de l'e-banking se trouve dans les différentes opportunités que cette technologie peut apporter à la banque et il classifie ces opportunités en trois catégories :⁵

- Un véhicule d'informations étant donné que les banques sont considérées comme des fournisseurs d'informations,
- Un canal pour mener les mêmes transactions réalisées dans les banques traditionnelles ou via un automate bancaire,
- Un instrument pour améliorer la relation commerciale avec la clientèle bancaire.

Diniz (1997), considère également que « ... le degré d'adoption de cette technologie, la taille de la banque et le degré d'interactivité entre l'e-banking et les clients améliorent les services et les activités offertes par la banque et ouvrent les possibilités à des transformations bancaires et à la création de nouvelles opportunités ».

Ainsi, nous concluons qu'une utilisation adéquate de l'e-banking permet à une banque de réaliser trois objectifs :

- Amélioration des services offerts : participation à la satisfaction de la clientèle
- Possibilité d'innovations dans l'offre : participation à la fidélisation de la clientèle
- Création de nouvelles opportunités : participation à la conquête de nouveaux clients

³DENOEL.C, « L'e-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? » Master en Sciences de Gestion, école de gestion de l'Université de Liège (2007-2008).

⁴ Stamoulis, D. S. (1994), "How banks fit in an internet commerce business activities Model". dstamoulis@yahoo.com

⁵ DINIZ, E.1997 « web banking in USA »Journal of Internet Banking and Commerce, diniz@haas.berkeley.edu

Le Federal Financial Institutions Examination Council (2003) définit pour sa part les opérations bancaires exécutées par voie électronique en tant que livraison automatisée de produits et services bancaires traditionnels et nouveaux aux clients via la transmission électronique interactive. Les opérations bancaires électroniques incluent les systèmes qui permettent aux clients (personnes physiques et entreprises) d'accéder à leurs comptes, de traiter leurs affaires et d'obtenir l'information sur les produits et services financiers⁶.

II. Les services de l'e-banking

L'E-Banking ou encore le (Inter) net Banking, Web Banking ou Online Banking signifie « La banque sur Internet ». Tous ces termes désignent l'utilisation de l'Internet par une institution financière en vue d'offrir à ses clients une gamme de services bancaires plus ou moins larges, allant de la simple vitrine commerciale à la gestion à distance de transactions financières.

E-Banking ou banque électronique désigne donc le fait de se servir d'un outil électronique, comme l'ordinateur, pour effectuer les différentes transactions bancaires. L'E-Banking permet l'accès aux comptes, le transfert de fonds d'un compte vers un autre, l'information sur le solde, le transfert de fonds vers le compte d'un tiers, le paiement de factures, etc. Les possibilités sont nombreuses et permettent d'économiser beaucoup de temps aux gens qui utilisent ces services⁷.

Parmi les services d'E-Banking :

- ❖ L'Internet Banking.
- ❖ Le guichet Automatique Bancaire (GAB).
- ❖ Le Mobile Banking
- ❖ Le WAP Banking
- ❖ Le SMS Banking.

⁶Denoel Cédric, « le E-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il », mémoire de magister en science de gestion, école de gestion de l'université de Liège (2007-2008).

⁷ <https://www.choisir.com/guide/pourquoi-choisir-une-banque-en-ligne-03/032024>.

1. L'internet banking

Certains auteurs définissent l'internet banking comme étant des banques traditionnelles qui offrent également la banque en ligne, alors que pour d'autres, ces institutions financières offrent leurs services exclusivement en ligne et donc sans présence physique.

D'autres définissent l'Internet banking comme un système de banque utilisant Internet comme canal de diffusion, dans lequel les clients peuvent visualiser les détails de leurs comptes, payer des factures et transférer de l'argent par le biais d'Internet.

Cette méthode offre une gamme complète de services bancaires de pointe en accédant directement au site Web de la banque via un navigateur Internet (soit par PC ou téléphone connecté à Internet).⁸

Grace à l'internet banking, les clients jouissent des services complets vingt-quatre heures sur vingt-quatre et sept jours sur sept et la banque se retrouve donc avec moins de clients sans rendez-vous.

Les services internet banking sont fournis à travers un portail ; ils s'appuient sur les signatures numériques et d'autres mesures de sûreté et de sécurité.

Ses principaux avantages pour les clients et les banques peuvent être résumés par le texte suivant:

Malgré les coûts d'installation et de maintenance technique, l'internet banking réduit les frais bancaires traditionnels permettant plus de rentabilité.

De plus, l'internet-banking permet d'offrir plus de services sur les sites bancaires; tels que les services fiscaux, où les clients peuvent remplir la demande d'impôt en ligne et calculer les taxes, etc.

En outre, L'internet-banking permet aux clients d'être alertés par email et téléphone des mises à jour et des changements dans leurs relations bancaires⁹.

⁸Denoel Cédric, « le E-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il », mémoire de magister en science de gestion, école de gestion de l'université de Liège (2007-2008).

⁹ BOUCHELIT Rym, thèse : « les perspectives d'E-banking dans la stratégie E-Algérie (2013) ».

2. Guichet automatique bancaire (GAB) :

Un guichet automatique de banque (GAB) est un automate permettant au porteur d'une carte délivrée par la banque propriétaire du GAB d'effectuer de nombreuses opérations sans intervention du personnel de sa banque et ce 24 H sur 24 H (consultation de solde, demande de chèquiers, virement interne entre deux comptes ouverts dans la banque, remise de chèques, versement d'espèces, retrait d'espèces pour des montants quotidiens relativement élevés).

Ces appareils peuvent parfois être utilisés par les clients des autres banques, mais seulement pour les retraits et dans les limites de possibilité de retrait hebdomadaire de la carte¹⁰.

3. Le Mobile banking

Le mobile banking est l'ensemble des techniques qui permettent d'effectuer des opérations bancaires à partir d'un téléphone portable, d'un mobile, d'une tablette ou d'un Smartphone. Il s'agit d'une mise en relation technique, à distance et sans fil, d'une institution financière avec ses clients.

Cette solution a été pensée pour faciliter les échanges communicationnels et les transactions financières entre la banque et ses usagers. Elle permet notamment à ces derniers de consulter leurs comptes bancaires en ligne et d'y effectuer des opérations habituelles telles que les transferts ou les virements.¹¹

4. SMS banking

SMS Banking est un service qui permet aux clients d'une banque de lancer une requête via un numéro en direction de la banque afin d'obtenir des informations sur leur compte, ou à la banque de leur envoyer directement sur leur mobile des informations relatives à leur compte.¹²

¹⁰Hamel Hocine, BARKA Mohammed, «Conception et réalisation d'une solution multi-communications pour la gestion de CCP », mémoire master, université Abou BekrBelkaid, juin 2016.

¹¹Firmin Evrard DOUANLA TOUOP ' M-Banking : Analyse, conception et implémentation d'une solution de SMS-Banking mémoire, Institut d'ingénierie informatique de Limoges, 2009.

¹²Firmin Evrard DOUANLA TOUOP ' M-Banking : Analyse, conception et implémentation d'une solution de SMS-Banking mémoire, Institut d'ingénierie informatique de Limoges, 2009.

Section 2 : les conditions et les avantages de l'E-banking

I. Conditions de l'E-Banking

Les titulaires du compte qui souhaite utiliser online banking et mobile banking doivent souscrire aux services e-banking et, s'il souhaite donner également accès à son/ses fondé(s) de procuration.

Le titulaire du compte connaît que les présentes conditions de l'e-banking forment partie intégrante des conditions générales de la banque.

Les fonctionnalités d'online banking fournis au titulaire de compte dépendront en particulier de son lieu de résidence et du type de compte. Le titulaire du compte reconnaît que selon son lieu de résidence et le type de compte, l'accès à certaines fonctions peut être refusé ou révoqué. Le titulaire de compte s'engage à informer la banque de tout changement d'adresse.

Toutes les autres conditions qui régissent les rapports avec la banque, telles que celles qui s'appliquent à l'ouverture de compte... continuent à s'appliquer. En cas de divergences entre les présentes conditions de l'e-banking et les conditions générales de la banque, ces dernières prévalent.¹³

II. Les avantages et inconvénients de l'E-banking :

L'E-banking offre de nombreux avantages aux particuliers, aux entreprises et aux banques. Dans cet article, nous énumérerons les avantages et les inconvénients de l'E-banking :

1. Les avantages

L'e-banking offre plusieurs avantages tant aux banques qu'aux clients. D'une part, pour les banques, l'e-banking permet de minimiser les coûts opérationnels grâce à la réduction des installations physiques, des ressources en personnel nécessaires et des temps d'attente dans les agences, ce qui entraîne une augmentation des performances commerciales.

D'autre part, pour les clients, l'e-banking permet d'accéder aux informations de compte et d'effectuer des transactions bancaires par voie électronique à tout moment et en tout lieu. De plus, l'utilisation de l'e-banking permet de gagner du temps puisque le client n'a pas besoin

¹³ BOUCHELIT Rym, thèse : « les perspectives d'E-banking dans la stratégie E-Algérie (2013) ».

d'être physiquement présent au local de la banque. Ci-dessous sont présentés les nombreux avantages apportés par l'utilisation des services e-banking.¹⁴

1.1. Commodité

Les banques qui proposent des services bancaires en ligne permettent aux clients d'effectuer des opérations bancaires n'importe où, à condition qu'ils disposent d'une connexion Internet. Toutes les transactions bancaires peuvent être effectuées dans le confort du domicile ou du bureau du client. De plus, les services sont disponibles 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

1.2. Facilité d'utilisation et convivialité

La facilité d'utilisation et la convivialité sont définies comme la possibilité de vérifier plusieurs comptes via une seule interface. Il désignait également les outils de navigation disponibles, la fonction de recherche, le niveau d'interactivité et la conception de l'interface.

1.3. Faible coût

Les services bancaires électroniques permettent de fournir des produits et services aux clients à moindre coût que les services bancaires traditionnels. Les banques exclusivement électroniques n'ont pas à payer de frais généraux pour les succursales physiques et les employés. Cela impliquait que l'accès et l'utilisation des services bancaires soient offerts à un coût minime pour les clients.

1.4. Facteur temps

Le gain de temps est un facteur clé lié à l'utilisation des services e-banking. Grâce à la disponibilité des informations sur le compte, des produits et des services à l'interface bancaire, le client n'a pas besoin de se déplacer à l'agence bancaire pour demander des informations ou effectuer une transaction bancaire¹⁵.

1.5. Livraison rapide

Un avantage essentiel de l'e-banking est la transmission rapide des informations sur la valeur de l'argent à tout moment et en tout lieu par un simple clic de souris. Les clients peuvent donc attendre la dernière minute avant de conclure un transfert de fonds.

¹⁴Belbergui Chaimaa. « E-banking Overview: concepts, challenges and solutions » 2020.

¹⁵ Drig,I& Isac, C. E-banking services- features, challenges and benefit (2014).

1.6.Paiement de facture en ligne

Le paiement de factures en ligne est l'une des transactions électroniques les plus populaires. Plutôt que d'avoir à faire des chèques pour payer les factures, après avoir ouvert le compte dans la banque électronique, le client n'a besoin que d'un simple clic¹⁶.

2. Les inconvénients

Les services bancaires électroniques permettent aux clients de bénéficier de plusieurs avantages tels que la commodité, le coût minime, etc. Cependant, le succès des services bancaires électroniques n'est pas sans problèmes. Malgré les nombreux avantages présentés ci-dessus, l'utilisation des services bancaires électroniques présente certains inconvénients. Voici quelques abstractions liées à l'e-banking:¹⁷

1.1.Problèmes d'accessibilité

Le client ne peut pas avoir accès à la banque électronique si la connexion internet n'est pas disponible. Ainsi, sans connexion Internet, cela peut ne pas être utile.

2.2. Difficulté à utiliser

Les clients qui débutent dans la technologie et qui éprouvent des difficultés à utiliser un téléphone, des appareils numériques ou Internet seront confrontés à certains obstacles.

2.3.Coût de démarrage élevé

Les services bancaires électroniques nécessitent un coût de démarrage initial élevé. Il comprend l'installation Internet, le matériel et les logiciels avancés, ainsi que les coûts informatiques et de maintenance.

2.4.Temps de processus d'authentification

L'un des défis majeurs liés à l'utilisation de l'e-banking est la sécurité des systèmes et des transactions. Pour y faire face, de nombreuses banques tentent de mettre en œuvre des systèmes de sécurité renforcés tels que des processus d'authentification multi facteur. Par

¹⁶ Drig,I& Isac, C. E-banking services- features, challenges and benefits (2014).

¹⁷ Belbergui Chaimaa. « E-banking Overview: concepts, challenges and solutions »2020.

conséquent, le client doit passer beaucoup de temps pour terminer le processus d'authentification¹⁸.

2.5. Problèmes de disponibilité

L'utilisation des services e-banking est liée à la disponibilité du serveur de la banque. Par conséquent, si celui-ci est en panne, alors l'accès aux comptes sera impossible.

2.6. Problèmes de sécurité

L'un des principaux problèmes rencontrés lors de l'utilisation des services bancaires électroniques est la sécurité des transactions. Les clients des banques craignent que leurs comptes soient piratés ou accessibles par des personnes non autorisées. On craint également que les fonds transférés ne parviennent pas aux destinataires prévus¹⁹.

Section 3 : L'E-Banking dans le secteur bancaire en Algérie

Le secteur bancaire algérien a connu ces dernières années de nombreuses mutations (privatisation des banques publiques, arrivée de nouveaux acteurs issus du Moyen-Orient, de L'Europe...). A ce titre, les banques algériennes doivent aujourd'hui refondre leur système d'information afin d'accélérer leurs développements.

Dans le cadre de la modernisation de ses infrastructures et de l'amélioration constante de la qualité des prestations financières dispensées à sa clientèle les banques en Algérie ont mis en service son propre système monétique.

Ce système qui repose sur une solution monétique complète, dispose d'une interface en temps réel avec le système d'information central et permet un contrôle du solde du compte bancaire lors des transactions de retrait d'espèces sur les Distributeurs Automatiques de Billets de Banque (DAB) et les Guichets Automatiques de Banques (GAB)²⁰.

¹⁸ <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/87862> 19/04/2024

¹⁹ <https://banque.meilleurtaux.com> 19/04/2024

²⁰ <https://www.google.com/banqueàdistance> 20/04/2024

I. Les services de l'E-banking en algérie :

Les services d'e-banking en Algérie se développent rapidement, offrant aux clients un accès facile et sécurisé à leurs comptes bancaires. Voici un aperçu des principales fonctionnalités et services disponibles :

1. La carte interbancaire (CIB)

La carte CIB, est une carte interbancaire, elle est identifiée par le logo de l'interbancaire, l'appellation, le logo de la banque émettrice. La carte contient un microprocesseur appelé communément « puce » qui assure la sécurité dans le déroulement des transactions de paiement.

Elle permet à son titulaire appelé « porteur de carte » de régler ses achats auprès de différents commerces de détail tels que les hôtels, les restaurants, les magasins superettes, les pharmacies...

La carte interbancaire présente plusieurs avantages :

- **La sécurité :** Bénéficier d'un code confidentiel qui garantit toutes les opérations bancaires.
- **L'efficacité :** Gagner du temps grâce à la commodité de la carte CIB.
- **La disponibilité :** déposer de son argent selon sa convenance 24h/24 et 7j/7

La carte CIB est un instrument de paiement et de retrait interbancaire domestique qui est accepté chez les commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire et surtout les DAB installés sur le territoire national. Actuellement il y a deux types de carte CIB.²¹

1.1. Carte classique

Une carte bancaire « basique » est une carte de paiement internationale. Elle permet de régler ses achats et d'effectuer des retraits d'espèces dans des distributeurs et guichets automatiques.

Cette carte est un moyen de paiement équipé d'une bande magnétique et d'une puce électronique. Le support carte est techniquement limité à une durée de 3 ans.

²¹Barnes S.J, and Corbitt, B "Mobile banking: concept and potential, International Journal of Mobile Communication", (2003).

La carte permet :

- De payer des achats réalisés auprès de commerçants ou de e-commerçants;
- D'effectuer des retraits d'espèces aux distributeurs de billets.

La carte basique peut être à débit immédiat ou à débit différé. Si le débit est immédiat, les opérations sont passées au jour le jour sur le compte bancaire du porteur ; s'il s'agit d'un débit différé, le compte est débité périodiquement à date fixe, par exemple le dernier jour ouvrable du mois. Toutefois, les retraits d'espèces sont débités immédiatement²².

1.2. Carte gold

La carte gold, proposée également à la clientèle selon les critères arrêtés ; Outre le paiement et le retrait d'espèces, cette carte offre des fonctionnalités supplémentaires et des plafonds de retrait et de paiement plus important.

2. Internet banking en Algérie

La banque par Internet offre de nombreuses possibilités. Les internautes sont nombreux à consulter leur compte en banque sur Internet. Avec l'essor des Smartphones, les mobinautes sont de plus en plus nombreux à le faire sur leurs téléphones portables. Pour toutes les opérations, tous les sites de banque sont sécurisés.

Comme exemple on prend le site d'Algérie poste : après avoir le code secret, le client peut consulter son compte en visitant le lien suivant : eccp.poste.dz, le client peut consulter son compte, commander des chéquiers, voir l'historique de compte, demande de carte à puce... Il existe d'autres banques qui offrent ce service comme : Société générale, BADR, BNA, CNEP, CPA...²³

3. SMS Banking en Algérie

L'opérateur MOBILIS a lancé un service de SMS-Banking appelé (RACIDI), ce service permet de consulter en exclusivité le solde CCP à tout moment, par un simple envoi d'un SMS. Pour connaître son solde CCP, le client envoie par SMS au 603 le numéro de son CCP (sans la clé) suivi d'un espace et du code confidentiel.

En réponse le client reçoit instantanément un SMS contenant :

²²Denoel Cédric, « le E-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il », mémoire de magister en science de gestion, école de gestion de l'université de Liège (2007-2008).

²³Denoel Cédric, « le E-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il », mémoire de magister en science de gestion, école de gestion de l'université de Liège (2007-2008).

- Le numéro de CCP.
- Le montant de solde.
- La date de la dernière mise à jour.

La banque nationale d'Algérie lance à partir du 16 février 2020, un nouveau service de banque à distance, le « SMS Card », qui est proposé à tous nos clients détenteurs d'une carte CIB et la BNA.

II. Les projets de l'E-banking initiés en Algérie

Au début des années 90, la création de la « Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétiques » (SATIM) en 1995 a montré la volonté politique de développer la banque électronique. Les responsables du secteur bancaire algérien ont enclenché également un processus de modernisation par la mise en place de nouveaux réseaux nécessitant de gros investissements, pour l'acquisition de nouveaux matériels et de nouvelles technologies de communication.

Plusieurs banquiers ont remarqué que la modernisation repose sur l'efficacité du réseau de télécommunications et que l'efficacité du réseau de télécommunications est le principal support technique du nouveau réseau de paiement électronique. En fait, les réseaux de télécommunications contribuent à faciliter les opérations d'échange et à gérer les transactions de paiement de bout en bout ainsi que les échanges de données interbancaires et interbancaires.

I. La société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique (SATIM)

C'est un organisme Créée en 1995 à l'initiative de la communauté bancaire, « la Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique SATIM » est filiale de 07 Banques Algériennes BADR, BDL, BEA, BNA, CPA, CNEP, ALBARAKA et de l'institution des assurances CNMA.

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

SATIM réuni 19 adhérents dans son réseau monétique interbancaire, se composant de 18 banques dont 06 banques publiques et 12 banques privées ainsi qu'Algérie Poste.

SATIM a connu ces dernières années une évolution conséquente et une croissance soutenue sur ses services. À ce jour, plus de 1350 Automates bancaires et 24850 terminaux de paiement électronique déployés sont connectés à ses serveurs, ajouté à cela + 34 sites Web marchands opérationnels sur sa plateforme. Cette croissance est essentiellement due à l'impact de la carte CIB sur les habitudes d'achat des citoyens Algériens.²⁴

- **Le rôle de la SATIM**

Œuvrer au développement et à l'utilisation des moyens de paiement électronique. Mise en place et gestion de la plate-forme technique et organisationnelle assurant une interopérabilité totale entre tous les acteurs du Réseau Monétique en Algérie.

Participation à la mise en place des règles interbancaires de gestion des produits monétiques interbancaires en étant une force de proposition. Accompagnement des banques dans la mise en place et le développement des produits monétiques.

Personnalisation des chèques et des cartes de paiement et de retrait d'espèces. Mise en œuvre de l'ensemble des actions qui régissent le fonctionnement du système monétique dans ses diverses composantes à savoir la maîtrise des technologies, l'automatisation des procédures, la rapidité des transactions, l'économie des flux financiers, etc...

La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique SATIM assure les fonctions de connexion et de gestion des DAB/GAB, la personnalisation des cartes de retrait interbancaires « pour les banques », la mise en place de switch pour les membres ayant leurs propres systèmes d'autorisation.

II.L'initiative d'Algérie-poste

Algérie poste est la première institution qui a entrepris un projet pilote dans le domaine de l'e-banking. Ce projet a permis la construction de 110 distributeurs automatiques de billet (DAB) et la remise de 200.000 cartes de retrait entre 1997 et 2005. Il est à signaler, la taille réduite du réseau et le nombre insignifiant de cartes distribuées par rapport au nombre trop important des clients de cette société. Aussi, il est à noter, que les fonctions fournies aux clients sont limités car, pendant cette période, les cartes délivrées permettraient exclusivement

²⁴<https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html> 15/05/2024.

le retrait d'argent à partir du DAB. Le paiement des transactions auprès des commerçants ou par internet était impossible.

2.1 Les cartes délivrées par Algérie-poste

Dans le cadre de son développement, cette institution a proposé deux types de cartes monétiques à savoir :

2.1.1 La carte interbancaire de retrait (carte CCP)

La carte interbancaire est systématiquement émise à tous les titulaires de compte CCP actifs.

Cette carte vous permet de :

- Toutes les prestations disponibles sur les DAB d'Algérie Postes et quelques prestations sur les GAB des banques ;
- Toutes les opérations financières au niveau des guichets des bureaux de poste à l'aide d'un lecteur de carte connecté au poste de travail.²⁵

2.1.2 La carte EL-DAHABIA

C'est une carte de paiement et de retrait électronique émise par Algérie poste en 2017 conforme à la norme EMV (Europay Mastercard Visa), assurant la sécurité des transactions à ses porteurs et permettant à son titulaire d'effectuer des opérations de retrait et de paiement sur le compte (CCP), sur les guichets automatiques de banques (GAB) et aussi sur les terminaux de paiement électronique et par Internet.²⁶

III. Les Terminaux de Paiement Électronique (TPE) :

Le terminal de paiement électronique désigne tout appareil permettant de traiter un paiement par carte. C'est une machine dotée d'un clavier, d'un écran, et d'un logiciel avec mémoire, Il offre divers services à savoir :

- Vérification électronique des cartes ;
- Contrôle des cartes en opposition ;
- Obtention automatique des autorisations ;
- Télétransmission des transactions réalisées.

²⁵ DAHDOUBI Djelloul, « l'e-banking et son impact sur l'environnement de la banque », université Abdelhamid ben badis– Mostaganem 2018-2019.

²⁶ <https://www.poste> 19/05/2024.

Le TPE peut être :

- ✓ **En ligne (online)** : dans ce cas, l'appareil est connecté à un centre serveur à chaque utilisation de la carte. Il offre une plus grande sécurité en permettant à l'émetteur de la carte de contrôler préalablement chaque transaction ;
- ✓ **Hors ligne (off-line)** : les contrôles sont gérés par l'appareil lui-même avant de valider une transaction;
- ✓ **Semi on-line** : l'appareil gère les paramètres lui permettant de traiter une transaction en fonction du montant, de valider la transaction ou demander sa validation en se connectant au centre serveur.

Plus généralement, on parle du « terminal point de vente » (TPV). Ce dernier recouvre plusieurs types de matériels et technologies qui vont du certificateur au TPV intégré en passant par les terminaux de paiement électronique TPE.²⁷

²⁷www.blank.app/compte-professionnel/tpe-banque 01/06/2024

Conclusion :

Dans ce chapitre nous avons constaté que 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, sur un simple clic.

Pour conclure, l'adoption de l'e-banking devient donc une nécessité pour les banques algériennes afin de fidéliser leurs clients, d'en attirer de nouveaux, de répondre aux exigences du nouvel environnement et de créer de la valeur. Elles sont aussi tenues de garantir un niveau élevé de sécurité et de qualité aux services offerts, qui sont les préoccupations majeures des clients.

Chapitre 02

L'inclusion Financière

Introduction :

Le monde devient de plus en plus numérique, mais une grande partie de la population mondiale se voit laissée pour compte dans ce domaine. Beaucoup de personnes n'ont pas accès à un téléphone portable et ne peuvent pas accéder aux services financiers numériques les plus simples. L'inclusion financière que nous avons choisie repose sur deux aspects essentiels : l'accès et l'usage. « L'accès des ménages et des entreprises aux services bancaires et financiers et l'usage de ceux-ci de manière digne, pérenne et efficace ».

C'est à partir de ces deux concepts (accès et usage) que nous avons délibérément présenté l'inclusion financière comme étant une question de bancarisation, de relation de services basée sur la fidélité et la confiance, de l'offre de services bancaires et financiers, de la demande de ceux-ci. mais aussi l'inclusion financière, est le fait d'évoquer légitimement le phénomène de l'exclusion bancaire et financière de la population, appréhendé par la difficulté de l'accès, de l'emploi de tel ou tel service ou produit bancaire et financier, par la contrainte socioéconomique des personnes (pauvreté et vulnérabilité) ainsi qu'enfin par la pratique bancaire (sélectivité, discrimination, mépris...) qu'entretiennent les institutions à l'égard des personnes souvent jugées non rentables et risquées.

Dans ce deuxième chapitre nous présentons d'abord en premier lieu une approche théorique sur l'inclusion financière d'une manière holistique et en deuxième lieu discutons sur le rôle de l'e-Banking dans l'inclusion financière et en dernier lieu sur l'inclusion financière en Algérie.

Section 01 : Approche théorique sur l'inclusion financière

L'inclusion financière fait référence à l'accès et à l'utilisation de services financiers formels par tous les segments de la population. Cela inclut les services bancaires, les assurances, les crédits et l'épargne, adaptés aux besoins des individus et des entreprises.

L'objectif est de permettre à chacun, quel que soit son niveau de revenu, d'avoir accès à des services financiers abordables et adaptés pour améliorer son bien-être économique et social.

I. La définition de la bancarisation :

La bancarisation désigne le processus par lequel des individus ou des entités deviennent clients d'institutions bancaires et accèdent à leurs services. C'est la mesure du taux de pénétration des services bancaires dans une population donnée. Un taux de bancarisation élevé indique que la majorité de la population a accès à des comptes bancaires et aux services financiers. À l'inverse, un faible taux de bancarisation signifie que de nombreuses personnes n'ont pas accès au système bancaire traditionnel.

La bancarisation est un enjeu important pour le développement économique, car elle permet d'inclure financièrement les populations, de faciliter des transactions et les investissements.²⁸

II. La bancarisation et indicateurs de mesures :

L'inclusion bancaire fait référence à la situation d'une personne en difficultés financières qui a la possibilité d'avoir certains services bancaires de base et de les utiliser de façon spontanée. Et on peut l'associer à la notion de la bancarisation. Par le terme de bancarisation, on peut parler de degré de pénétration de la population aux services bancaires. D'autres chercheurs la considèrent comme une ouverture de compte en banque, ce qui se traduit, en d'autres termes, par l'accessibilité bancaire. À partir de là, le processus de la bancarisation de la population est en fait lié à l'offre (prestataires) et la demande (population) des services bancaires qui se mesure par une série d'indicateurs que l'on peut qualifier de déterminants de bancarisation ;

²⁸ Boursedecredits 05/04/2024

- Le taux de bancarisation c'est le pourcentage des personnes âgées de 15 ans et plus qui déclarent avoir un compte dans une banque ou une autre institution financière, où utiliser un moyen de paiement mobile.
- La densité du réseau bancaire c'est le ratio entre le nombre de guichets bancaires et la population active.
- Le ratio crédit à l'économie /PIB cet indicateur mesure l'importance du financement bancaire dans l'économie.
- La pénétration de la monétique c'est le nombre de distributeurs automatiques de billets, de terminaux de paiement électronique, et de cartes bancaires distribuer
- Le taux d'utilisation des services financiers c'est le pourcentage de la population adulte qui utilise effectivement les services bancaires et de monnaies électroniques.

Ces indicateurs vont évidemment permettre d'appréhender le niveau de bancarisation d'une région, d'une commune ou d'un pays. ²⁹

III. Le concept de l'inclusion financière

On entend par inclusion financière, la disponibilité et l'utilisation de tous les services financiers par les différents segments de la société dont les institutions et les particuliers, surtout ceux qui sont marginalisés, à travers les canaux officiels, notamment les comptes courants et d'épargne, les services de paiement et de transferts, les services d'assurance, les services de financement et de crédit et des innovations des services financiers plus adaptés avec des prix compétitifs et raisonnables. Elle œuvre aussi à la protection des droits des consommateurs de services financiers en les soutenant afin qu'ils puissent assurer correctement la bonne gestion de leurs fonds et leurs épargnes pour éviter que certains consommateurs recourent à des canaux et outils informels, non soumis à aucun contrôle des organes de supervision et qui pratiquent des prix relativement élevés induisant la non satisfaction des besoins en services financiers et bancaires par ces canaux.

²⁹ SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.

L'inclusion financière est mesurée par la disponibilité en termes d'offre des services financiers et par leurs utilisations en termes de demande, ainsi que par la qualité de ces services.³⁰

I. L'importance de l'inclusion financière et ses objectifs :

L'inclusion financière est devenue le centre d'intérêt de nombreux gouvernements et régulateurs financiers, en particulier les banques centrales. Il est ainsi prouvé l'existence d'une relation étroite entre l'inclusion financière, la stabilité financière et la croissance économique. Il est difficile de concevoir une durabilité de la stabilité financière alors qu'une grande partie de la population et d'entreprises demeure financièrement exclue du système économique. L'inclusion financière favorise la concurrence entre les institutions financières en travaillant sur la diversité et la qualité de leurs produits afin d'attirer le plus grand nombre de clients et de transactions, et l'entrée dans la légalité de certains canaux informels.

Sur un autre plan, l'inclusion financière se décline sur le plan social en portant un intérêt accru pour les populations à faible revenu, en accordant une attention particulière aux

Femmes, à l'accessibilité des particuliers, des petites, moyennes et micros entreprises et leur intégration dans le secteur financier officiel à travers l'offre de services financiers, en les rendant disponibles pour les catégories marginalisées, dans un souci d'intérêt public de création d'emplois, ce qui contribue à la croissance économique et donc à la réduction de la pauvreté, à l'amélioration de la répartition des revenus, et à l'augmentation du niveau de vie.³¹

II. L'accès au compte et d'autres services financiers

Tout le monde s'accorde à dire que l'accès au compte et aux services dépend des besoins de chaque individu, c'est-à-dire son comportement psychologique vis-à-vis des institutions financières formelles ainsi que sa volonté dans l'intégration bancaire et financière, qui se traduit logiquement par une insertion sociale, économique et professionnelle. Dans tous les pays au monde, l'ouverture d'un compte bancaire constitue, théoriquement, un droit absolu pour tous les citoyens, quel que soit leur statut, situation ou le motif de l'ouverture. Cependant, la banque peut refuser l'ouverture d'un compte sans avoir à donner les raisons de sa décision. Elle doit, tout de même, sur demande écrite du demandeur, remettre gratuitement

³⁰ <https://www.cairn.info/revue-d-economie-financiere> revue Tiers Monde 1/2016 page 9 à 20

³¹ Bank of Algeria {BROCHURE SUR L'INCLUSION FINANCIERE}

« une attestation de refus » d'ouverture de compte. Il s'agit d'un modèle de lettre commun à toutes les banques. Ceci dit, la procédure du droit au compte bancaire signifie que toute personne physique résidant ou non dans un pays d'origine qui ne parvient pas à ouvrir un Compte (par refus), peut demander à la Banque Centrale de lui désigner la banque qui va lui ouvrir un compte de dépôt.

- Instaurer un service bancaire de base : le service de base est généralement mis en place après la négociation entre les pouvoirs publics, les établissements bancaires et les associations de consommateurs pour permettre aux personnes les plus démunies, notamment les bénéficiaires des minima sociaux, qui éprouvent des difficultés à trouver un établissement bancaire, s'adresser directement à la Banque Centrale qui désigne un établissement tenu de leur fournir les prestations de base. Généralement, ces prestations contiennent les services suivants :
 - ✓ L'ouverture, la tenue et la clôture du compte ;
 - ✓ Un changement d'adresse par an ;
 - ✓ La délivrance à la demande de relevés d'identité bancaire ou postale ;
 - ✓ La domiciliation de virements bancaires ou postaux ;
 - ✓ L'envoi mensuel d'un relevé des opérations effectuées sur le compte ;
 - ✓ Les dépôts et retraits d'espèces au guichet de l'organisme teneur de compte ;
 - ✓ Les paiements par prélèvement, titre interbancaire de paiement ou virement postal ;
 - ✓ Des moyens de consultation à distance du solde du compte ;
 - ✓ Une carte de paiement à autorisation systématique, si l'établissement est en mesure de la délivrer, ou à défaut, une carte de retrait autorisant des retraits hebdomadaires sur les distributeurs de billets de l'établissement de crédit ;³²

³² Dans la pratique, si des incidents concernant un compte clos sont toujours en cours dans les fichiers de la Banque Centrale (chèque sans provision ou incident de remboursement de crédit par exemple), il peut être difficile d'ouvrir un compte avec un chéquier et une autorisation de découvert. Ce document comprend toutes les informations nécessaires pour pouvoir bénéficier de la procédure du droit au compte, c'est-à-dire la désignation d'office par la Banque Centrale d'une banque qui devra, dans les conditions prévues par la loi, ouvrir un compte de dépôt.

III. Les obstacles de l'inclusion financière

De nombreuses personnes, en particulier celles vivant dans des zones rurales ou éloignées, n'ont pas accès aux succursales bancaires physiques ou aux guichets automatiques, Les services financiers proposés en e-Banking peuvent aider les personnes pauvres du monde entier à prospérer. Avec un accès aux prêts, à l'épargne et à l'assurance, Ils sont mieux à même de gérer les risques, d'économiser de l'argent pour les urgences et d'investir dans l'éducation ou les opportunités commerciales néanmoins. Il existe certains obstacles pour différents cas.

1. L'inclusion financière des retraités

Les retraités représentent une catégorie de personne qui disposent toujours d'un ou de plusieurs comptes bancaires comme un compte épargne pour épargner leurs argents mais aussi d'un compte cheque pour la réception des pensions et beaucoup d'autres compte selon le besoin de la personne, nous pouvons donc dire qu'ils sont multi bancarisé. Toutefois il existe des services ou opérations qui ne sont de moins en moins demandés par les retraités ou personnes âgées ce sont les crédits, les personnes âgées sont généralement attachées à la monnaie fiduciaire et ont du mal à ce détaché ils ont tendance à régler leurs achats en espèce.

2. L'inclusion financière des personnes en chômage :

Nous sous-entendons par cette catégorie de personne les étudiants sans emploi, fraîchement diplômé les personnes licenciées, personne en plein formation, les femmes au foyer, autrement dit toute personne n'exerçant pas d'activité. L'inclusion financière de cette catégorie de personne est plus délicates contrairement aux autres, ces personnes se rapproche des banques pour octroyer des crédits pour entreprendre des projets ou la création d'un compte courant et ont généralement recours qu'à la monnaie fiduciaire (monnaie et billet).

3. L'inclusion financière de l'homme par rapport à la femme :

Cet écart est généralement dû au fait que l'homme a généralement tendance à se charger des décisions financières du foyer mais ceci n'exclus pas la femme. Les femmes non bancarisées dont l'accès au compte est absent, n'utilisent la monnaie fiduciaire (liquide) pour régler leurs achats quotidiens. D'après les entretiens effectués, 2/3 de femmes ne s'intéressent nullement aux autres « supports de paiement » autre que le liquide. Bien entendu, les femmes ayant un compte peuvent bénéficier de moyens de paiement (chèque, carte...), et malgré cela,

l'utilisation est réservée essentiellement au retrait d'argent : la culture de règlement par chèque n'est pas très développée tant au niveau régional qu'au niveau national.

La population féminine est la moins incluse financièrement, et en particulier les femmes inactives et inoccupées (femmes au foyer) ont un taux de bancarisation très faible. D'après notre enquête, 72% d'entre elles n'ont aucune relation avec la banque, 11% ont un compte en Poste (CCP) pour les besoins de retraite. En revanche, les femmes actives sont les plus bancarisées avec un taux supérieur à 43%, mais ce taux reste inférieur de 6 points à celui des hommes.³³

4. Le niveau des revenus

Les besoins en matière de services bancaires et financiers, notamment les services proposés en ligne grâce à l'e-Banking, ne sont pas demandés par les personnes qui ne sont pas en activité car ils ne ressentent pas de besoin. Néanmoins, ceci n'inclut pas toutes les personnes car il existe tout de même des demandes de services bancaires. Les personnes précaires peuvent être intéressées par les services micro-épargne, donc la capacité financière de l'individu impacte sur la demande des services en e-Banking bien qu'il existe tout type de service destiné à toute catégorie de personne.

5. L'emplacement géographique de la population

Il existe des populations qui demeurent dans les zones dépourvues du réseau bancaire et financier, ce qui nuit à l'accessibilité financière, cette population fait généralement face à des difficultés à cause du manque de réseau internet, ce qui représente un handicap du fait que l'e-Banking peut être plus bénéfique pour ce type de cas car il permet au client d'éviter les déplacements aux agences bancaires.

En temps normal, les zones urbaines et les zones assez peuplées présentent un meilleur niveau d'accès aux agences bancaires, les personnes habitant dans ces zones semblent plutôt avoir un meilleur accès aux guichets des banques ou guichet automatique qui semble plutôt lié à la mobilité des personnes grâce à une réelle proximité des agences, en outre ces mêmes personnes sont attirées par les services proposés en e-Banking car ceci empêche d'éventuels déplacements chose qui pourrait arranger la société. L'écart de l'inclusion bancaire peut être significatif entre la population urbaine et rurale. Cette dernière est moins bancarisée en termes de réseau

³³ SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

d'agences, l'insuffisance du réseau de proximité dans les milieux ruraux et isolés accentue l'illettrisme financier de la population.

En effet, 3/5 de la population isolée n'a pas de culture bancaire et financière du fait de l'absence de campagnes de communication et d'information sur les produits et services bancaires.

6. Le degré d'instruction et le d'éducation de la population :

Il est important de préciser qu'il existe un lien entre le niveau d'alphabétisation des personnes ou client et le niveau d'adhésion aux services bancaire classique en agence ou en e-Banking ceci est dû au manque de connaissance ou de maîtrise des concepts financiers donc une difficulté à remplir un contrat ou des documents complexe qui seront non compris ou les procédures faites en ligne pour tous types d'opérations. Ce qui les induit généralement à passer à coter de certaines offres très importante, des produits assez intéressants, ou faire de mauvais choix par rapport aux produits qui pourrait correspondre à leurs besoins ce qui risque d'entraîner le client à un risque de fraude ou vol.

IV. Comprendre les obstacles à l'inclusion financière :

Certaines des contraintes limitant l'accès et l'utilisation des services financiers sont Lié aux caractéristiques et au comportement financier des personnes pauvres et à faible revenu. Le Manque de connaissances est donc directement lié aux contraintes, La position des pauvres sur le marché continue d'exister et doit être prise en considération, les caractéristiques empêchant l'inclusion financière sont :

1. Absence de confiance dans les services financiers :

Certaines banques peuvent avoir tendance à présenter des services aux clients les plus aisés, ce qui intimides les personnes à faible revenu ou en précarité qui peuvent penser que ces services ne leurs sont pas destiné. Les clients peuvent développer une certaine méfiance, Les relations financières sont fondées sur la confiance. Si les clients ressentent l'énorme écart qui les sépare du fournisseur, il est difficile d'instaurer la confiance. Le manque de confiance est également l'un des facteurs limitant l'adoption et l'utilisation.

2. Facteurs culturels, sociaux et démographiques :

Certaines personnes de la population font face à des obstacles supplémentaires pour accéder aux services ou produits proposés en e-Banking qui sont basés sur leur religion, leur ethnicité, leur sexe, leur âge ou d'autres facteurs sociodémographiques. Ces contraintes peuvent être liées à des règles formelles comme exemple nous pouvons citer l'âge (un certain âge est nécessaire à une personne pour ouvrir un compte bancaire), ou des pratiques religieuses qui est courante en Algérie qui est liée aux intérêts percevoir des intérêts est mal vu dans certaines religions. Il existe également des personnes atteints de techno-phobie qui ont une certaine peur d'utiliser internet pour réaliser des opérations financières³⁴

3. Absence d'informations sur les produits et les services :

Divers clients potentiels ne peuvent pas obtenir d'informations pertinentes sur les services financiers sur la disponibilité, la forme ou la fiabilité des services. Les clients inexpérimentés ne comprennent pas les avantages et les risques des services financiers. Les canaux de communication numérique peuvent combler certaines lacunes d'information, mais ne s'appliquent pas à tout le monde.

4. Compétences financières limitées :

Il existe un manque de sensibilisation, d'alphabétisation et d'exposition à la technologie ce qui peut entraîner à l'exclusion financière chose qui limite l'adhésion des clients vers les services proposés en e-Banking (en particulier les femmes, analphabètes et les personnes en situation précaire et en zones rurales) qui sont généralement plus vulnérables.

V. La limite à l'inclusion financière

D'un côté, une précédente exposition à des services financiers institutionnels semble influencer positivement sur la demande de services supplémentaires. En outre, plus l'exposition à ces services augmente, plus les notions financières de l'individu s'enrichissent. Par-là, les clients expérimentés sont en mesure d'opter pour des services financiers en se fondant sur des critères tels que la qualité et le prix. D'un autre côté, une précédente exposition à des sources de financement formelles peut aussi influencer négativement sur la demande. Les raisons ne

³⁴ SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.

peuvent être expliquées qu'à travers le comportement des prestataires de services financiers et l'environnement économique dans lequel ils opèrent. Plusieurs personnes à faible revenu manquent de connaissances et de ressources pour accéder et utiliser les services financiers formels. Compte tenu que les personnes pauvres ont très peu confiance dans les institutions, ils ont plutôt tendance à compter sur des outils informels de crédit et d'épargne. L'amélioration de leurs compétences financières peut éliminer ces obstacles et faciliter leur accès aux services financiers.

IV. Pour une meilleure inclusion financière

Il existe actuellement un nombre croissant de preuves qui démontrent les avantages économiques de l'augmentation des services financiers notamment les services proposés en e-Banking. Cependant, il est important pour les banques de réaliser des actions publicitaires qui pourraient séduire les clients par rapport aux opportunités de leurs souscriptions, les actions mise en place par les banques vont devoir travailler sur la façon de servir et d'attirer les clients. Les frais bancaires réduits et la disponibilité des services en e-Banking sont des atouts majeurs à l'inclusion financière pour la clientèle. Il est important de rappeler les quatre critères déterminent l'inclusion financière :

- Accès aux produits et services financiers ;
- L'utilisation de ces produits et services financiers de toutes les qualités ;
- Des produits et services proposés par toutes les institutions ;
- Les impacts positifs que ces produits et services financiers ont sur la population à faibles niveaux de revenu.³⁵

³⁵ SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

Section 02 : Le rôle de l'e-Banking dans l'inclusion financière

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

1. Amélioration de la gamme de service proposé :

L'e-Banking permet aux clients de réaliser des opérations bancaires en ligne, ce qui rend les interactions plus rapides et plus fluides. Les utilisateurs trouvent que l'e-Banking est facile à utiliser, même pour les non-experts en technologie. Cela permet de traiter des transactions à une vitesse inégalée et de gérer plusieurs comptes bancaires sur un seul site, et permet de collecter des données électroniques sur les clients, ce qui renforce et personnalise la relation avec eux. Cela contribue à la satisfaction client et permet de gérer facilement le compte client, de l'informer, et de connaître son solde.³⁶

2. L'accessibilité des services proposés par e-Banking :

Il propose aux clients des services bancaires personnels et professionnels dématérialisés qui sont accessibles via les téléphones portables, les tablettes et les ordinateurs et comme nous l'avons bien cité l'e-Banking reste accessible 24H/24 7Jours/7 l'avantage d'être accessible, pratique permet au client d'économiser en temps et en argent tout en bénéficiant des services adaptés aux différents besoins des clients. Aussi, le client bénéficie de la possibilité de minimiser les risques de fraude grâce à des procédures électroniques hautement sécurisées.

3. Les systèmes de sécurité mis en place par les banques en ligne :

Le piratage des données peut aussi bien avoir lieu sur un compte de paiement en ligne que sur un compte pro micro -entreprise domicilié chez une banque traditionnelle, En effet, les risques liés à la sécurité des banques en lignes sont les mêmes pour les banques traditionnelles qui fournissent désormais un accès internet à leur client pour la gestion de leur compte pour consulter leur relevé de compte ou pour demander une preuve de virement.³⁷

A partir du moment où l'essentiel de vos opérations se font sur internet ; vous êtes plus exposé et devez redoubler de vigilance.

³⁶ <http://www.laboutiqueafricavivre.com/livres-specialises> 19/05/2024

³⁷ <https://propulsebyca.fr> consulté le 19/05/2024 à 14 :22

Les banques en ligne utilisent des solutions pour assurer la sécurité :

- Le cryptage des données par système SSL qui va protéger la circulation des données entre les serveurs de la banque et le mobile ou pc du client ;

Les authentifications du client pour accéder a son compte bancaire il s'agit généralement de la saisie d'identifiants personnels et de la validation par un code reçu via SMS ;

4. Certaine habitude de sécurité à garder pour se protéger :

L'e-Banking permet aux clients d'accéder à ses services via les applications ou le site officiel de la banque pour éviter toute sorte de fraude, il existe d'autres moyens de se prémunir contre ces risques parmi eux :

- Consulter régulièrement les consignes de sécurité de votre banque ;
- Choisissez avec soin votre mot de passe personnel, il vous permet d'être le seul à pouvoir accéder à votre service de banque à distance, changer votre mot de passe provisoire dès réceptions, réservez un mot de passe à la seule banque à distance (ne l'utilisez pas à d'autres applications ou sites internet.) Et éviter les mots de passe trop facile et modifier le régulièrement.
- Vous gardez secrets vos codes d'accès. Si vous communiquer a quelqu'un votre identifiant et votre mot de passe de banque a distance ce serait lui permettre d'avoir
- Accès à votre compte bancaire et ainsi lui permettre d'effectuer éventuellement des opérations frauduleuses ;
- Faire attention aux tentatives d'arnaque par téléphone ou par e-mail' ;
- Toujours s'assurer de la déconnexion de l'espace personnel sur lequel le client s'est connecté après chaque utilisation ;
- Consultez régulièrement vos comptes ;³⁸

5. Développer son autonomie et une disponibilité au bon moment :

L'adoption de l'e -Banking est devenue une nécessité pour la banque car elle porte des opportunités majeures en termes d'avantages concurrentiels, elle permet à la banque d'une part d'améliorer l'efficience et l'efficacité opérationnelle au sein de l'entreprise et d'autre part de développer une relation commerciale plus forte et plus satisfaisantes avec la clientèle.

³⁸<https://www.lesclesdelabanque.com> consulté le 19/05/2024 à 15 :06

Jamais l'e-Banking n'a été aussi simple aussi aisée, la possibilité d'effectuer toutes les transactions bancaires sans aucune contrainte d'heure ni de lieu, soit à la maison, au bureau ou en déplacement. Le e-Banking est ouvert 24h/24h ,7 jours sur 7 jours et avec des conseiller joignables en tout temps.³⁹

6. La fiabilité des banques en ligne concernant la satisfaction client

La fiabilité des banques en ligne est la même que celle des banques traditionnelles, dont elles sont généralement des filiales. En revanche, une fiabilité informatique a 100 % n'existe pas davantage pour une e-banque que pour une banque en dur.

Lorsque vous vous intéressez à l'idée d'ouvrir un compte dans une banque en ligne, vous faites forcément la comparaison avec la satisfaction client que vous connaissez avec votre banque actuelle bien que les milliers Davis clients déposer sur notre site témoignage que la relation entre un conseiller bancaire peut parfois être très décevante, elle est tout de même concrète : conseiller physique, une agence, un directeur envers qui se plaindre, bref de l'humain.

La dématérialisation induite par le fonctionnement de la banque en ligne donnerait l'impression d'être un peu trop autonome dans la gestion dans son compte. En effet que vaut par exemple le service client d'une banque en ligne si j'ai un besoin précis ? il faut dire que beaucoup de démarches peuvent se réaliser sans l'aide d'un conseiller et même plus vite avec une banque en ligne. Par exemple, l'opposition sur sa carte en cas de vol le changement de code PIN ou l'augmentation des plafonds, mais l'application mobil ne fait pas tout. Il faut savoir que même si vous n'avez pas de conseiller dédié, les banques en ligne ont bien conscience qu'il s'agit d'un défaut et tâchent pour cela de vous proposer au mieux de pallier ce manque :

- Une disponibilité plus grande des conseillers : des horaires élargis, pour certaines jusqu'à 21h en semaine, et le samedi jusqu'à 20h pour d'autres.
- Des modes de communications plus importants : chat bot disponible 24h/24h, chat avec un conseiller, visioconférence, email, téléphone et même pour certains réseaux sociaux.

³⁹ <http://www.usj.edu.lb>banking1.ppt> consulté le 19/05/2024 à 16 :16

- Ne séparation stricte entre le commercial et l'informationnel : Alors que votre conseiller actuel fait les deux, le service commercial est bien distinct du service client. Aussi quand vous appelez, les chargés de clientèle n'essayeront pas de vous vendre quelque chose.
- Des pôles spécialisés dans les produits d'épargne : assurance vie, bourse ...des conseillers formés aux placements vous informent et conseillent.⁴⁰

7. La satisfaction et la fidélisation du client pour la banque :

La banque comme toutes les autres entreprises, cherche à fidéliser ses clients par leurs satisfactions, Il existe plusieurs types des variables qui pèsent sur la satisfaction et la fidélisation de la clientèle bancaire :

- L'accueil** : d'après 'YONCOURT' est l'élément principale pour rendre le client plus satisfait, c'est la surface de la banque, car dès que le client décide de choisir une banque, il s'intéresse premièrement à l'accueil, pour cela le banquier doit avoir : des connaissances de généraliste, une capacité d'écoute, une large ouverture d'esprit de la rigueur, mais aussi un fort dynamisme commercial.
- Conseil** : la banque doit offrir à ces clients tous les conseils nécessaires, et dans tous les domaines, pour cela le banquier doit :
 - Aider son client à définir ses objectifs et ses besoins.
 - Lui proposer le cadre juridique et fiscale le plus adapté à l'atteint de ceux ci.
 - L'orienter vers les placements les plus judicieuses (allocation d'actifs).
 - Aider les clients qui l'ont mandaté dans la réalisation d'opération d'achat de vente ou de restructuration d'entrepris.
 - Appui auprès de clients dans des projets complexes ou des restructurations : gestion de patrimoine, ingénierie financière : évaluation cession, transmission de sociétés...
- La qualité des produits offerts** : Est un facteur qui influence la décision d'achat des clients, plus que la qualité des produits est meilleure plus que le client est satisfait et si la qualité est mauvaise n'y a pas satisfaction.

⁴⁰<https://banque.pagesjaunes.fr> 05/05/2024

- d. La célérité des services :** La rapidité des services est parmi les premiers besoins exprimés par le client, c'est pour cela que la banque doit l'appliquer dans chaque service rendu pour avoir une clientèle satisfaite et fidèle.
- e. La distribution du crédit :** Parmi les opérations qui se répètent chaque jour dans la banque est la distribution des crédits qui se caractérise par 3 variables :
- Son objet : Les banques font crédit aux clients pour leur permettre de mener à bien une opération déterminée ou tout simplement de surmonter des difficultés passagères de trésorerie.
 - Sa durée : peut-être à court, moyen ou long terme.
 - Sa forme : La banque peut faire crédit à un client en versant effectivement une certaine somme d'argent ou en permettant de la verser si le besoin s'en fait sentir, il s'agit en 1^{er} cas d'un crédit au sens propre du terme.

Les crédits au sens propre peuvent être eux même réalisés par trois voies différentes : L'escompte de papier commercial, l'escompte de papier financier de crédit par caisse.⁴¹

La fidélisation est une stratégie qui identifie les meilleurs clients, les maintiens grâce à une relation interactive à valeur ajoutée. Cette relation est difficile à atteindre, car elle se base sur la satisfaction des clients la chose la plus difficile, puisque la satisfaction du client reste au-dessus d'un certain seuil tout au long d'utilisation du service et produit par ce dernier, sous peine d'une perte immédiate du client, ainsi elle ne dépend pas seulement des attentes mais surtout d'une perception de la réalité. Pour fidéliser les clients, la banque doit mesurer les risques de fuite de ces derniers vers la concurrence, et les éliminer. Pour qu'elle puisse faire ça, elle doit les satisfaire, dans ce cas les clients continueraient de choisir la même banque, même si les concurrents présentent une plus grande valeur. En revanche, que la fidélisation est liée à la satisfaction, on ne peut pas trouver une clientèle fidèle sans qu'elle soit satisfaite et on ne peut pas parler de la fidélisation sans parler de la satisfaction.

⁴¹<http://wikimemoires.net/2012/02/satisfaction-et-fidelisation-des-clients-bancaires> consulté le 19/05/2024 à 19:55

Section 03 : l'inclusion financière en Algérie

L'inclusion financière en Algérie est un défi important qui nécessite une approche globale est intégrée pour améliorer l'accès des populations aux services financiers formels. Les initiatives et mesures prises par les pouvoirs publics et institutions financières sont essentielles pour promouvoir ce développement.

1. Les mesures de développement d'inclusion financière en Algérie :

L'Algérie s'engage à développer une stratégie nationale d'inclusion financière suivant les meilleures pratiques internationales. Cela passe par plusieurs mesures comme

- Étendre et diversifier les services bancaires, notamment en ouvrant des guichets islamiques ;
- Développer la digitalisation et l'économie de la connaissance ;
- Asseoir la finance islamique et encourager la finance verte ;
- Renforcer la gouvernance du système bancaire et financier ;⁴²

Les objectifs recherchés sont d'améliorer l'accès aux services bancaires de contribuer à la stabilité financière et à la croissance économique. Pour cela il faut promouvoir des paramètres clés comme :⁴³

- Le développement de la bancarisation ;
- L'innovation financière ;
- L'efficacité du système bancaire financier ;
- La confiance et la protection financière des consommateurs ;
- La diversité des produits et les services financiers ;

⁴² Revus de press du 07 mai 2023 inclusion financière et le changement climatique

⁴³ Inclusion financière {enjeux et objectifs} asjp.cerist.com .Inclusion financière en Algérie. FinDeV Gateway

2. Les déterminants et les contraintes de l'inclusion financières en Algérie :

L'inclusion financière en Algérie est influencée par divers déterminants et contraintes :

2.1 Déterminants de l'inclusion financière en Algérie :

En Algérie, l'exclusion financière touche principalement certains groupes de la population, notamment les femmes, les jeunes, les individus à faible revenu et ceux ayant un niveau d'éducation limité. Cette exclusion financière peut résulter de divers facteurs socio-économiques et culturels qui entravent l'accès à des services financiers essentiels.

Les Femmes

Les femmes en Algérie font face à des obstacles tels que des normes sociales restrictives, des inégalités salariales et un accès limité à l'éducation et à la propriété, ce qui les rend vulnérables à l'exclusion financière. Les institutions financières peuvent également manquer de produits adaptés aux besoins spécifiques des femmes, les privant ainsi des outils financiers nécessaires pour améliorer leur situation économique.

Les Jeunes

Les jeunes en Algérie sont confrontés à un marché du travail compétitif, à un manque d'expérience professionnelle et à des opportunités limitées pour accéder à des services financiers. Ils peuvent également être exclus en raison de leur manque de garanties financières ou de leur accès restreint aux informations sur les produits financiers disponibles.

Les Pauvres

Les individus à faible revenu en Algérie peuvent être exclus du système financier en raison de leur incapacité à répondre aux exigences de solvabilité des institutions financières. Ils peuvent également être confrontés à des barrières géographiques, telles que le manque d'infrastructures financières dans les zones rurales, les empêchant d'accéder aux services bancaires de base.⁴⁴

Les Moins Instruits

Les personnes moins instruites en Algérie peuvent rencontrer des difficultés à comprendre les produits financiers, à remplir les formulaires nécessaires et à naviguer dans un

⁴⁴ <http://www.asjp.cerist.dz/en/article/197305>

système financier souvent complexe. Le manque de connaissances financières peut les rendre vulnérables à l'exploitation et les empêcher de prendre des décisions éclairées en matière d'argent.

Différences selon le sexe

Épargne:

- Les femmes épargnent généralement plus que les hommes, en particulier pour des objectifs à long terme comme la retraite. Elles sont plus averses au risque.
- Les hommes ont tendance à prendre plus de risques et à investir dans des actifs plus volatils comme les actions. Ils sont plus confiants dans leurs capacités financières.

Emprunt:

- Les hommes ont plus tendance à emprunter pour des biens de consommation comme les voitures ou les loisirs. Ils sont plus enclins au surendettement.
- Les femmes empruntent davantage pour des investissements comme l'immobilier. Elles sont plus prudentes dans leur gestion de l'endettement.

Différences selon l'âge:

L'âge est aussi un facteur important qui influence les comportements financiers :

Épargne : Les jeunes épargnent moins car leurs revenus sont plus faibles et ils ont d'autres priorités (logement, études, etc.), et les personnes d'âge moyen épargnent plus pour préparer leur retraite et financer des projets familiaux. On a les seniors épargnent moins car ils décaissent une partie de leur épargne pour vivre.

Emprunt : Les jeunes empruntent beaucoup pour financer leurs études et leur premier logement. Ils ont plus de facilité à emprunter, et les personnes d'âge moyen empruntent pour l'immobilier et les gros achats. Leur capacité d'emprunt est plus élevée, aussi les seniors empruntent peu car ils remboursent leurs crédits et n'ont plus besoin d'emprunter.

L'augmentation de la proportion d'individus et d'entreprises utilisant des services financiers formels et un objectifs clé pour promouvoir l'inclusion financière.

1- Inclusion financière accrue : En encourageant l'utilisation des services financiers formels, on favorise l'inclusion financière en permettant à un plus grand nombre de personnes d'accéder à des services bancaires de base tels que les comptes d'épargne,

les prêts et les assurances. Cela contribue à réduire la pauvreté en offrant des outils financiers essentiels pour la gestion des revenus et des risques.

- 2- Stimulation de la croissance économique :** L'utilisation des services financiers formels par les entreprises favorise l'investissement, la croissance et la création d'emplois. Les prêts et les services bancaires aident les entreprises à développer leurs activités, à investir dans de nouveaux projets et à accéder à des ressources financières nécessaires à leur expansion.
- 3- Réduction de l'exclusion sociale :** En facilitant l'accès aux services financiers formels, on réduit l'exclusion sociale en permettant aux individus et aux entreprises de participer pleinement à l'économie formelle. Cela favorise l'intégration économique et sociale des populations marginalisées ou défavorisées.
- 4- Renforcement de la stabilité financière :** Une utilisation accrue des services financiers formels contribue à renforcer la stabilité financière en réduisant la dépendance à l'égard des prêteurs informels et en favorisant une gestion financière plus responsable. Cela peut également aider à prévenir les crises financières en promouvant des pratiques financières saines et durables.
L'éducation financière et le niveau d'éducation jouent un rôle important dans l'inclusion financière des individus.
- 5- L'éducation financière :** L'éducation financière englobe les connaissances, compétences et comportements nécessaires pour comprendre les concepts financiers de base, gérer son argent, épargner, investir et éviter les pièges financiers. Une bonne éducation financière permet aux individus de prendre des décisions éclairées concernant leur argent, de planifier leur avenir financier et de se protéger contre les risques financiers. En étant bien informés, les individus sont plus enclins à utiliser les services financiers de manière responsable et à optimiser leur utilisation.
- 6- Le niveau d'éducation :** Le niveau d'éducation d'une personne influence directement sa capacité à comprendre les concepts financiers, à analyser les informations financières et à naviguer dans un environnement financier complexe. Les individus ayant un niveau d'éducation plus élevé ont tendance à être plus à l'aise avec les notions financières, à être plus critiques dans leurs choix financiers et à être plus ouverts aux innovations financières. De plus, une éducation plus poussée peut

également ouvrir des opportunités professionnelles qui favorisent l'accès à des revenus plus élevés et à des services financiers plus diversifiés.⁴⁵

2.2 Contraintes de l'inclusion financière en Algérie :

- Les barrières à l'inclusion financière sont volontaires pour les femmes et involontaires pour les jeunes, les pauvres et les moins instruits.
- Les femmes sont moins enclines à épargner dans des institutions financières formelles, ce qui souligne une disparité dans l'accès aux services bancaires.
- Les politiques et mesures prises par les autorités algériennes visent à étendre et diversifier les services bancaires, à développer la digitalisation et l'économie de la connaissance, et à renforcer la gouvernance du système bancaire pour favoriser l'inclusion financière.⁴⁶

3. Les enjeux de l'inclusion financière en Algérie :

Les enjeux de l'inclusion financière en Algérie sont multiples et cruciaux pour le développement économique et social du pays :

3.1 Accès aux services bancaires : l'un des enjeux majeurs et d'améliorer l'accès aux services bancaires pour l'ensemble de la population, en particulier pour les groupes les plus vulnérables tels que les femmes, les jeunes, les pauvres et les moins instruits.

3.2 Stabilité financière et croissance économiques : l'inclusion financière est essentielle pour contribuer à la stabilité financière et à la croissance économique du pays.

3.3 Développement de la bancarisation : promouvoir le développement de la bancarisation est un enjeu clé pour étendre l'accès aux services financiers à un plus grand nombre de citoyens.

3.4 Innovation financière : encourager l'innovation financière pour diversifier les produits et les services financiers disponibles sur le marché et répondre aux besoins changeants des consommateurs.

⁴⁵ hellofuture.orange.com/fr/competence-financiere-unm--model-pour-mesurer-leducation-financier

⁴⁶ Asjp cerist revus d'économie et de développement humain numéro 2 page 190 -240,

3.5 Efficience du système bancaire et financier : assurer l'efficience du système bancaire et financier pour garantir des services de qualité et une gestion financière transparente.

3.6 Confiance et protection des consommateurs : renforcer la confiance des consommateurs dans le système financier et mettre on place des mécanismes de protection financière pour assurer des transactions sûres et équitables.⁴⁷

4. La digitalisation peut améliorer l'inclusion financière en Algérie :

4.1 Développement des services bancaires numériques :

- La digitalisation permet de développer des prestations financières innovantes et des produits de qualités accessibles au citoyen.
- Le passage au numérique facilite l'accès aux financements et la diversification des modes de financement pour les opérateurs économiques.
- Les banques doivent s'orienter vers la technologie les plus innovantes pour digitaliser leurs prestations et produits bancaires.

4.2 Réduction des coûts et facilitation des transactions :

- La transformation digitale permettra de baisser le coût des transactions bancaires.
- La digitalisation de la relation client-banque rend les transactions plus efficaces et décharges les banques de tâche administratives.

4.3 Développement de la culture de paiement électronique :

- Actuellement, 80% des transactions électroniques en Algérie sont des retraits d'argent, le taux d'utilisation des cartes bancaires pour le paiement n'excédant pas 6%.
- Des projets novateurs comme le paiement mobile et l'intégration de nouvelles technologies de paiement permettront de faciliter les transactions financières et de réduire la part des paiements en espèces.

4.4 Amélioration de l'accessibilité géographique :

La densification et l'élargissement du réseau d'agences bancaires numériques et de proximité permettront d'améliorer l'accessibilité géographique des services financiers.⁴⁸

⁴⁷ Inclusion financière {enjeux et objectifs} asjp.cerist.com .Inclusion financière en Algérie. FinDeV Gateway

Conclusion :

En conclusion, ce chapitre sur l'inclusion financière met en évidence l'importance de garantir l'accès équitable aux services financiers pour tous les individus. L'inclusion financière joue un rôle crucial dans la réduction des inégalités économiques et sociales en offrant des opportunités d'épargne, de crédit et d'assurance à ceux qui en ont le plus besoin. Elle permet également de promouvoir l'autonomie économique et la stabilité financière des individus et des communautés. Pour atteindre une véritable inclusion financière, il est nécessaire de mettre en place des politiques et des initiatives visant à éliminer les barrières géographiques, économiques et culturelles qui empêchent certaines personnes d'accéder aux services financiers. En travaillant ensemble, nous pouvons créer un système financier plus inclusif et équitable pour tous.

Chapitre 3

**Analyse de l'impact des services d'e-Banking sur
l'inclusion financière : cas de l'agence CPA n° 120 de
Tizi-Ouzou**

Introduction :

Au cours de ce dernier chapitre nous allons présenter la démarche et les principaux résultats de notre questionnaire qui a pour objectif de démontrer les différentes raisons qui poussent les clients à utiliser les services e-Banking et les différentes actions des banques qui poussent les clients vers son utilisation.

Ce chapitre est composé de trois section, la première section est de présenter l'organisme d'accueil CPA et de démontrer la méthodologie utilisée pour analyser les différentes données dont nous disposons, la deuxième et troisième section sont dédiées à présenter les principaux résultats de notre questionnaire et à leurs analyses.

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil CPA

Les banques publiques algériennes évoluent dans un environnement marqué par l'ouverture du champ bancaire aux investisseurs étrangères, par une concurrence de plus importante émanant des autres banques notamment du secteur privé et du marché financier.

Les banques publiques sont essentielles pour faciliter l'accès aux services financiers, en particulier pour les petites et moyennes entreprises et les populations non bancarisées, elles offrent divers produits de financement, y compris des crédits d'exploitations et des crédits d'investissements, adaptés aux besoins des entreprises.

Ainsi, dans cette section nous allons présenter l'historique de la banque crédit populaire d'Algérie.

I. Historique et organisation du Crédit Populaire d'Algérie (CPA)

Le CPA, crée en 1966, est aujourd'hui l'une des principales banques commerciales en Algérie avec un rôle majeur dans le financement de l'économie locale grâce a son large réseau d'Agence et son offre diversifiée.

1. L'histoire de CPA

Le Crédit Populaire d'Algérie est né le lendemain de l'indépendance, dans un contexte marqué par une volonté de nationaliser tous les organismes bancaires étrangers qui gravitaient autour de la toute récente Banque Centrale d'Algérie. Dans cette phase de genèse et

Chapitre3 : Analyse de l'impact des services d'e-Banking sur l'inclusion financière : cas de l'agence CPA de Tizi-Ouzou

d'affirmation progressive du système bancaire national, le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) a été la seconde banque à être créée, après la naissance de la Banque National d'Algérie.

Le CPA a été créée par l'ordonnance N°66-366 du 29 Décembre 1966 à partir des réseaux hérités des quatre banques populaires (la Banque Populaire Commerciale et Industrielle à Alger, Oran, Annaba et Constantine), et de la société marseillaise de Crédit. Ses statuts ont été ensuite définis par l'ordonnance N°67-78 du 11 juillet 1967 en lui donnant pour principale mission la promotion des secteurs du BTPH , de santé et du médicament, du commerce et de la distribution, l'hôtellerie et le tourisme, les médias, la PME/PMI et l'artisanat. Son patrimoine a été ensuite augmenté par l'intégration des patrimoines de la banque Algérie-Misr et de la compagnie française du crédit et de la banque.

Avec l'ordonnance des textes intérieurs relatifs à la gestion socialiste des entreprises, et la promulgation de la loi 90-10 du 14 Avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, le CPA, devenue entreprise publique économique a opéré une déspecialisation, par la diversification de son portefeuille client.

Après avoir satisfait aux conditions d'éligibilité prouvées par la disposition de la banque d'Algérie, le CPA a obtenu son agrément du conseil de la monnaie et du crédit le 07 Avril 1997, devenant ainsi la deuxième banque en Algérie à être agréée.

Aujourd'hui, le capital social du CPA s'élève à 48.000.000,00 DA et l'Etat demeure le seul propriétaire malgré les intentions de rachat formulées par des groupes étrangers.

2. L'organisation de CPA

A l'instar des autres banques, le CPA est composé d'un réseau implanté sur la quasi-totalité du territoire nationale. Ce réseau est constitué d'une direction générale qui trace la politique globale de la banque, d'une liste de quinze 15 groupes d'exploitation qui ont pour attribution l'animation et le contrôle des différentes activités effectuées par les agences qui leurs sont rattachées et dont le nombre atteint cent-quarante-neuf 149. Ces dernières ont pour mission de mettre en exécution la stratégie tracée. Parmi ces structures de base, existe l'agence CPA 120 située à Tizi-Ouzou ; le lieu de déroulement de notre stage pratique.

Chapitre3 : Analyse de l'impact des services d'e-Banking sur l'inclusion financière : cas de l'agence CPA de Tizi-Ouzou

3. Les objectifs de l'agence CPA

Les objectifs fondamentaux de la banque CPA sont :

- Attirer la clientèle et la fidéliser pour accroître sa part de marché.
- Offrir de nouveaux produits et assurer une meilleure qualité de services.
- Renforcer l'octroi de crédit aux entreprises.
- Assurer une rentabilité optimale pour ces actionnaires.
- Conforter et promouvoir le personnel de la banque pour la fidéliser.

4. Présentation du groupe d'exploitation

Le groupe d'exploitation de Tizi-Ouzou a onze agences qui sont :

Tableau 01 : la répartition des agences de TIZI-OUZOU

Agence	Code	Agence	Code
TIZI-OUZOU	120	DELLYS	163
LARBAA NATH IRATHEN	149	BOURJ MANAIEL	193
DRAA BEN KHEDDA	189	DRAA EL MIZAN	187
TIZI-OUZOU	194	BOUMERDES	141
BOUIRA	111	LAKHDARIA	196
SOUR EL GHOUZLANE	191		

Source : document interne de l'agence CPA

1. Missions et organisation du groupe d'exploitation

Voici un aperçu de leurs missions et de leur organisation :

a. Missions du groupe

A pour principale mission de veiller à l'exécution de la politique générale de la banque et de conduire le développement de son activité de crédit, de l'action commerciale, de commerce extérieur, d'administration et des moyens et de contrôle.

b. Organisation du groupe

Le groupe est doté de 3 trois fonctions :

- L'exploitation
- Administration et ressources humaines
- Contrôle

II. Présentation de l'enquête

Afin de répondre à notre problématique nous avons orienté notre recherche vers l'identification et le recueil d'informations et des données auprès de l'agence CPA de Tizi-Ouzou. Dans cette enquête, on se concentre sur le choix des questions posées auprès de notre échantillon, qui va nous permettre de recueillir des données et leur traitement, afin de répondre à notre problématique.

1. Le questionnaire

Au cours de notre étude sur l'E-banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population, nous avons choisi le questionnaire car c'est l'outil le plus adapté à notre sujet de recherche pour mener des enquêtes de terrain.

2. La formulation des questions

Nous avons choisi diverses formes de questions pour l'élaboration du questionnaire :

- ❖ Des questions fermées à réponse unique : qui impliquent le choix entre deux possibilités de réponses.
- ❖ Des questions à choix multiples à réponse unique : qui suggère un choix parmi une multitude de suggestions.
- ❖ Des questions à choix multiples à réponses multiple : qui suggère de sélectionner plusieurs réponses parmi les choix proposés.

2. Description de notre échantillon

Dans cette perspective ; nous avons défini en premier lieu un échantillon d'employés d'une banque au quelle nous avons administré un questionnaire.

La distribution du questionnaire s'est faite en main à main sur support papier auprès du personnel de l'agence CPA de Tizi-Ouzou. Nous avons jugé que cette méthode est la plus adaptée et même la plus efficace pour notre travail de recherches.

Par conséquent, notre échantillon se compose de seize (16) employés sur lesquels on a distribué un questionnaire chacun, sur la totalité de notre échantillon, onze (11) banquiers ont répondu et cinq (5) autres n'ont pas répondu.

3. Méthode d'analyse des données

Pour atteindre les objectifs fixés dès le début de cette étude et répondre à notre problématique Nous avons clairement organisé et hiérarchisé les données collectées à l'aide du logiciel Excel pour que les résultats apparaissent de manière claires, lisibles et organisés afin de pouvoir effectuer des tableaux et graphes en pourcentage pour chaque réponse des banquiers questionnés, ce qui nous a permis d'interpréter et d'analyser les résultats obtenus.

Section 2 : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

Dans cette section nous allons présenter les différents résultats du questionnaire sous formes de tableau et graphe pour les analyser et les interpréter afin de répondre à notre problématique.

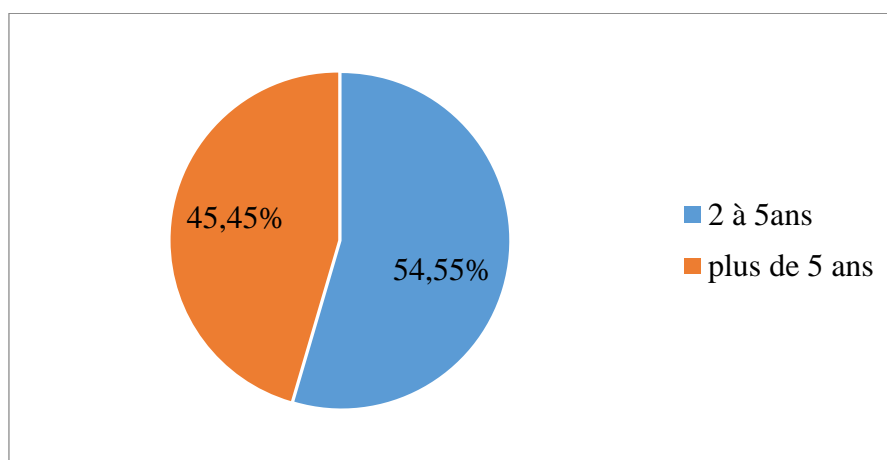
I. L'E-banking :

Dans cette partie nous allons analyser et interpréter les résultats liés à l'adoption et l'utilisation de l'e-Banking au sein de l'agences CPA.

1. Analyse et interprétation la durée de l'adoption de l'e-Banking

Figure 1 : La durée de l'adoption de l'E-Banking par les différentes agences bancaires

Le graphe ci-dessous démontre le nombre de réponse recueillies par la banque CPA correspondons à la question portant sur la durée de l'adoption de l'e-Banking par les différentes agences bancaire.



Source : Etabli par nous même à travers notre questionnaire.

Chapitre3 : Analyse de l'impact des services d'e-Banking sur l'inclusion financière : cas de l'agence CPA de Tizi-Ouzou

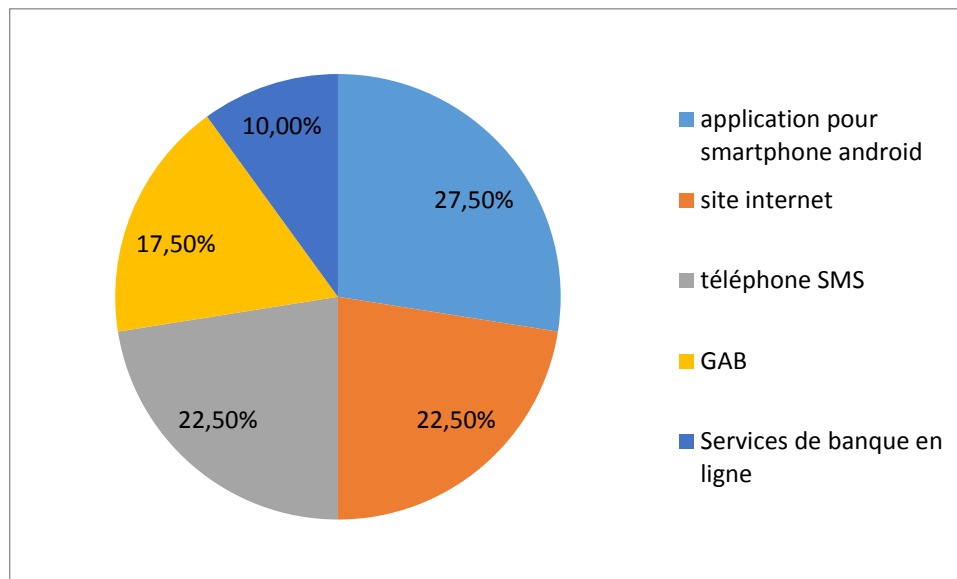
Le graphe ci-dessus représente la durée de l'adoption de l'E-Banking auprès de l'agence CPA.

54.55% ont adopté l'E-Banking depuis 2 à 5 ans et 45.45% l'ont adopté depuis plus de 5ans. A partir de ce résultat nous constatons que la banque CPA offrent des services bancaires en ligne depuis de 5ans ce qui traduit le degré d'évolution du système bancaire algérien en lien avec l'intégration des nouvelles technologies d'information et de communication. Il est évident que beaucoup de chemin reste à parcourir pour les banques en Algérie, non seulement en termes de généralisation de ces outils mais aussi en termes de maîtrise de ces derniers par les banques et les faires adoptés par les clients

2. Analyse et interprétation les différents outils de l'e-banking

Figure 2 : les différents outils d'e-Banking mis en place par l'agence CPA

Le graphe ci-dessous illustre le nombre de réponse recueillies par la banque CPA correspondons à la question portant sur les différents outils d'e-Banking mis en place par la banque.



Source : établie par nous même à travers les données de notre questionnaire.

Le graphe ci-dessus représente les différents outils de l'E-Banking que l'agence CPA offre à leurs clients.

27,50% des agences offrent une application téléphonique.

22 ,50% des agences offrent des services par SMS et des sites internet.

17.50% offrent des services par guichets automatique de banque.

Chapitre3 : Analyse de l'impact des services d'e-Banking sur l'inclusion financière : cas de l'agence CPA de Tizi-Ouzou

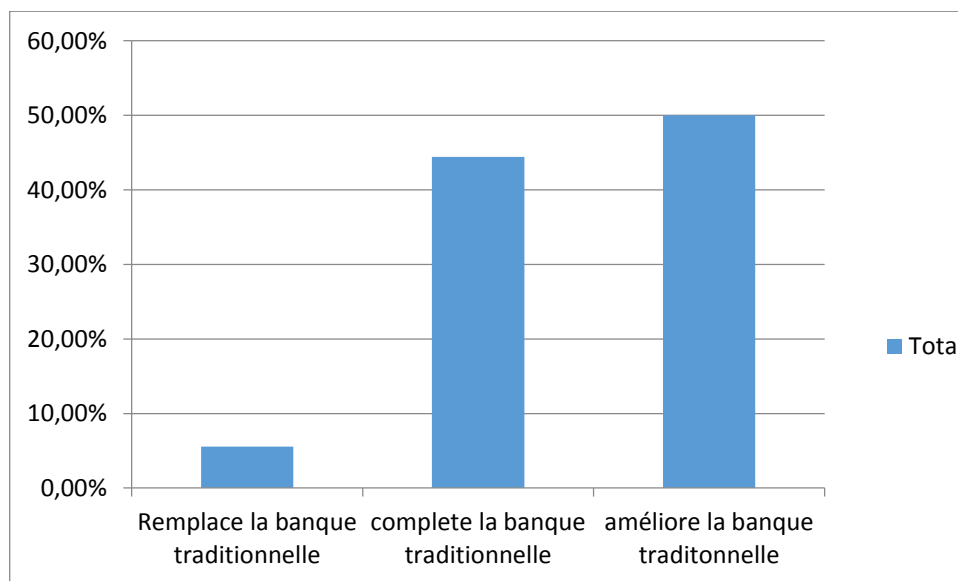
10% offrent des services de banque en ligne.

La banque CPA offre une large gamme de service en lien avec l'E-Banking, ces dernières assurent une large diffusion des outils les plus importants, tels que les applications et les services de banque en ligne.

3. Analyse et interprétation l'impact de l'e-banking sur la banque traditionnelle

Figure 3 : l'e-Banking et la banque traditionnelle.

Le graphe ci-dessous démontre le nombre de réponse recueillies par la banque CPA correspondons à la question portant sur l'impact de l'e-Banking sur la banque traditionnelle.



Source : établie par nous même à travers les données de notre questionnaire.

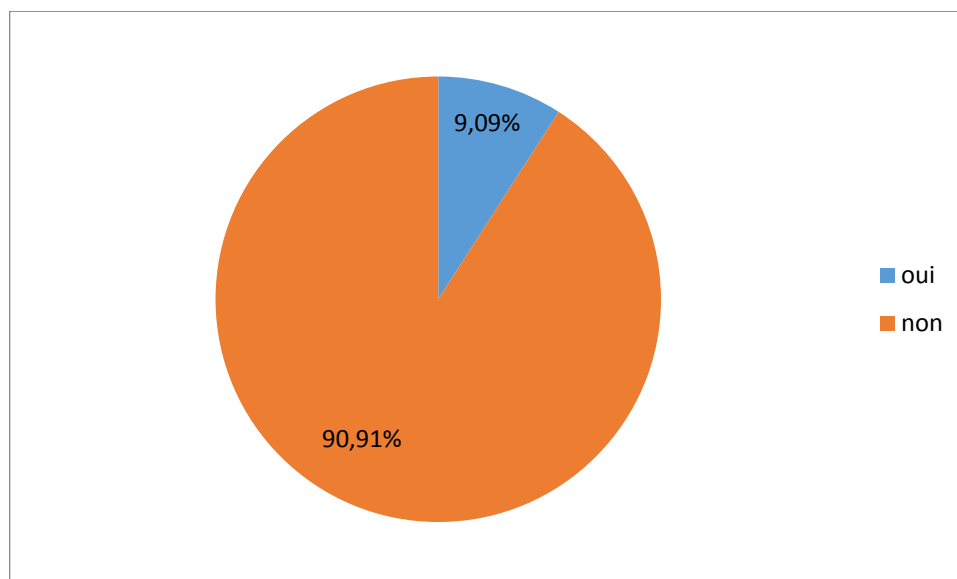
Le graphe ci-dessus représente l'influence de l'E-Banking sur la banque traditionnelle.

50% d'employées estiment que l'E-Banking améliore la banque traditionnelle et 44,44% d'employées estiment que l'E-Banking complète la banque traditionnelle et 5,56% que l'E-banking remplace la banque traditionnelle. Nous comprenons alors que l'E-Banking a une influence positive sur la banque. Nous constatons alors que, les deux canaux sont complémentaires.

4. Analyse et interprétation des conditions d'accès à l'E-Banking en termes de connaissances

Figure 4 : le besoin en connaissance pratique pour l'utilisation de l'e-Banking

Le graphe ci-dessous illustre le nombre de réponses recueillies par la banque CPA correspondons à la question portant sur le besoin en connaissance pratique pour l'utilisation de l'e-Banking.



Source : établie par nous même à travers les données de notre questionnaire.

Le graphe ci-dessus représente les réponses sur l'importance de l'utilisation de l'E-Banking exige-t-il des connaissances pour les clients.

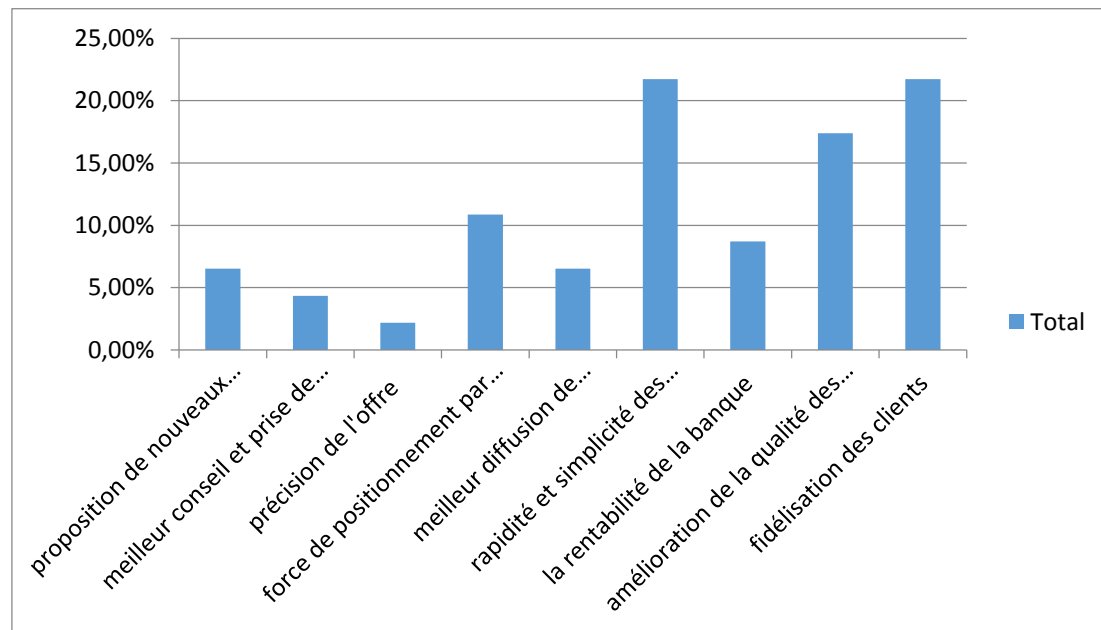
Nous constatons que, 90.91% des employés estiment que NON, l'utilisation de l'E-Banking n'exige pas beaucoup de connaissance pratique pour les clients et 9,09% ont répondu que OUI, l'utilisation de l'E-Banking exige beaucoup de connaissances pour les clients.

Selon ces résultats nous constatons que les personnes n'ayant pas l'habitude d'utiliser les outils informatiques ou ayant une méconnaissance dans l'utilisation des nouvelles technologies ne saurons pas, ou auront des difficultés à utiliser le E-Banking et ne pourront pas réussir à gérer leurs comptes à distance mais vont se diriger vers leur agence bancaire physique traditionnelle.

5. Analyse et interprétation des avantages du l'e-Banking

Figure 5 : les avantages de l'adoption de l'E-banking

Le graphe ci-dessous illustre le nombre de réponses recueillies par la banque CPA correspondent à la question portant sur les avantages de l'adoption d'e-Banking.



Source : établi par nous même à travers notre questionnaire.

Le graphe ci-dessus représente les avantages de l'adoption de l'E-Banking auprès de l'agence CPA.

Nous constatons que l'avantage de la fidélisation des clients, ainsi que la rapidité et simplicité des opérations bancaires revient dans les 21,74% des banquiers. Et 17,39% estiment une amélioration de la qualité des prestations. Mais aussi avoir une force de positionnement par rapport aux concurrents 10,87% peut permettre à la banque de maximiser sa rentabilité de 8,70%.

6,52% Proposition de nouveaux produits bancaires et Meilleur diffusion de l'information sur les produits.

4,35% Meilleur conseil et prise de contact avec les clients.

2,17% Précision de l'offre.

II. L'inclusion financière

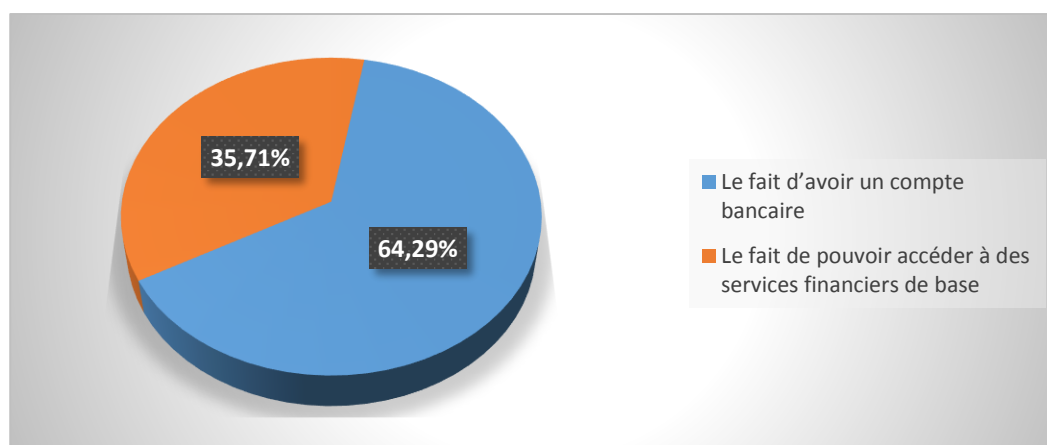
Chapitre3 : Analyse de l'impact des services d'e-Banking sur l'inclusion financière : cas de l'agence CPA de Tizi-Ouzou

Dans cette partie nous allons analyser et interpréter les résultats obtenus lors de la collecte des données nous verrons que l'inclusion financière permet de mettre en lumière les défis et les opportunités pour améliorer l'accès aux services financiers.

1. Analyses et interprétations du concept de l'inclusion financières :

Figure 6: La définition de l'inclusion financière

Le graphe ci-dessous démontre le nombre de réponse recueillies par la banque CPA correspondons à la question portant sur la définition de l'inclusion financière.



Source : établie par nous même à travers les données de notre questionnaire.

Le graphe ci-dessus indique la définition de l'inclusion financière c'est le fait d'avoir un compte bancaire.

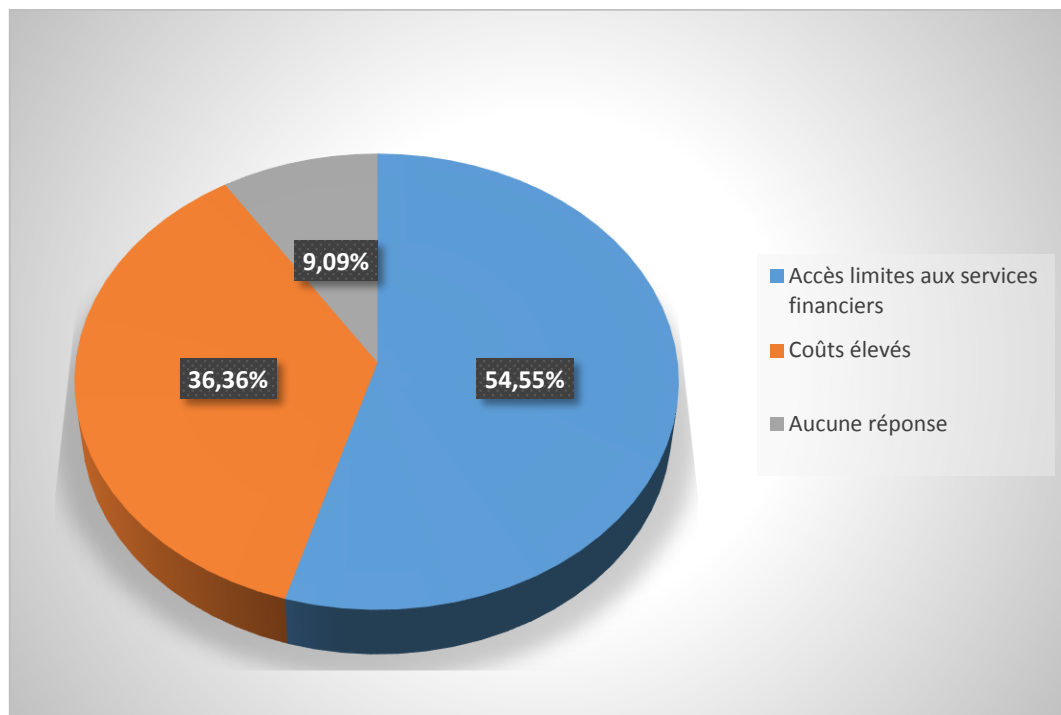
64,29% des employés de notre échantillon estiment que la définition de l'inclusion financière c'est le fait d'avoir un compte bancaire 35,71 % estiment que la définition de l'inclusion financière c'est le fait de pouvoir accéder à des services financiers de base.

Nous constatons que la définition de l'inclusion financière est le fait d'avoir un compte bancaire car cela ouvre la voie a d'autre services financiers tels que le crédit, l'assurance .et l'épargne. L'accès à un compte courant est considéré comme la première étape vers une inclusion financière entière, en permettant le dépôt d'argent, les paiements et la réception de paiements. Cela facilite le quotidien et aide les ménages et les entreprises à anticiper et gérer les risques financiers.

2. Analyses et interprétations des obstacles d'inclusions financière

Figure 7: les principaux obstacles de l'inclusion financiers des potentiels clients

Le graphe ci-dessous démontre le nombre de réponse recueillies par la banque CPA correspondons à la question portant sur les principaux obstacles de l'inclusion financière.



Source : établie par nous même à travers les données de notre questionnaire.

Le graphe ci-dessus représente les principaux obstacles de l'inclusion financiers des potentiels clients.

55% estiment que les principaux obstacles de l'inclusion financiers des potentiels clients c'est l'accès limités aux services financiers.

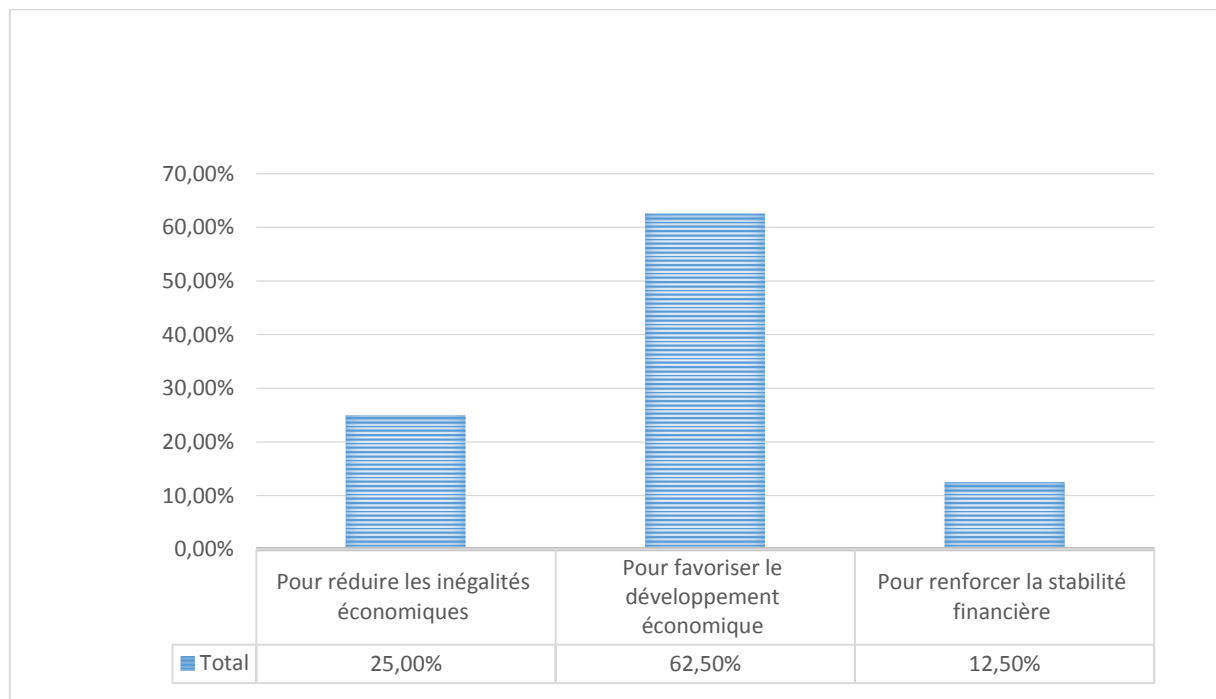
36% estiment que c'est les coûts élevés, et 9% n'ont pas répondu à la question.

Nous constatons que les principaux obstacles de l'inclusion financiers des potentiels clients c'est l'accès limités aux services financiers. Ces obstacles rendent difficile pour les personnes de s'inscrire dans le système financier et d'accéder aux services financiers, ce qui peut limiter leur capacité à économiser, à investir et à accéder à des facilités de crédit.

3. Analyses est interprétations de l'importance de promouvoir l'inclusion financière

Figure 8 : L'importance de promouvoir l'inclusion financière.

Le graphe ci-dessous illustre le nombre de réponses recueillies par la banque CPA à savoir l'importance de promouvoir l'inclusion financière.



Source : établie par nous même à travers les données de notre questionnaire.

Le graphe ci-dessus indique qu'il est important de promouvoir l'inclusion financière.

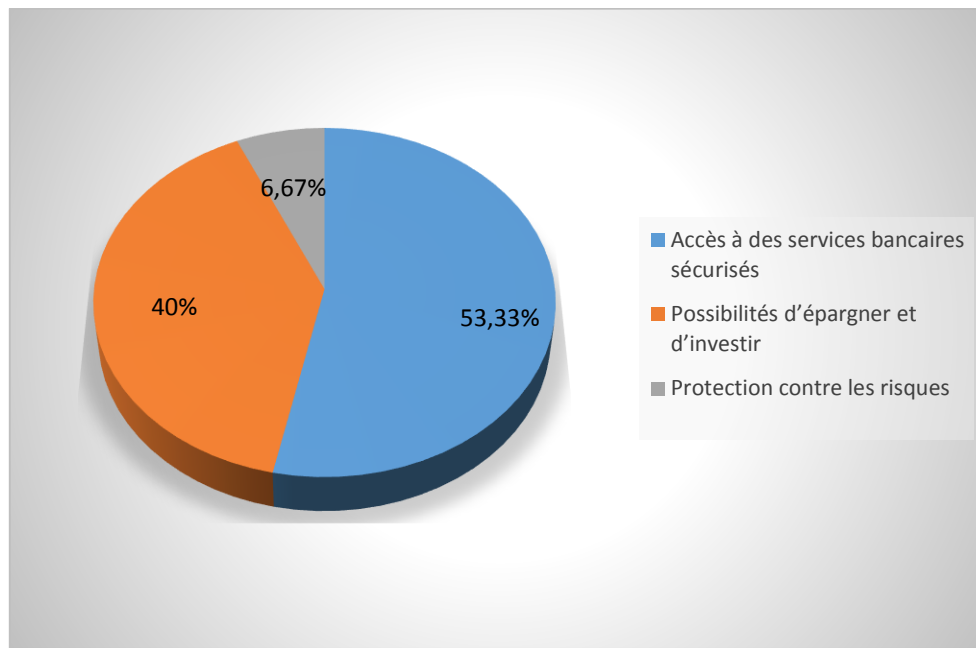
62,50 % estiment qu'il est important de promouvoir l'inclusion financière pour favoriser le développement économique, 25 % pour réduire les inégalités économiques et 12,50% pour renforcer la stabilité financière .

Nous constatons que les employés de la banque estiment que l'inclusion financière est importante pour favoriser le développement économique car elle permet aux individus et aux entreprises d'accéder à des financiers abordables, utiles et adaptés à leurs besoins. Cela facilite le quotidien et aide les ménages et les entreprises à anticiper et gérer les risques financiers, ce qui améliore globalement leur niveau de vie.

4. Analyses et interprétations des avantages de l'inclusion financières

Figure 9: les avantages de l'inclusion financière pour les individus

Le graphe ci-dessous illustre le nombre de réponse recueillies par la banque CPA correspond les avantages de l'inclusion financière pour les individus.



Source : établie par nous même à travers les données de notre questionnaire.

Le graphe ci-dessus représente les avantages de l'inclusion financière pour les individus.

53% représentent l'accès a des services bancaires sécurisés et 40 % représentent la possibilité d'épargner et d'investir, 7 % représentent la protection contre les risques.

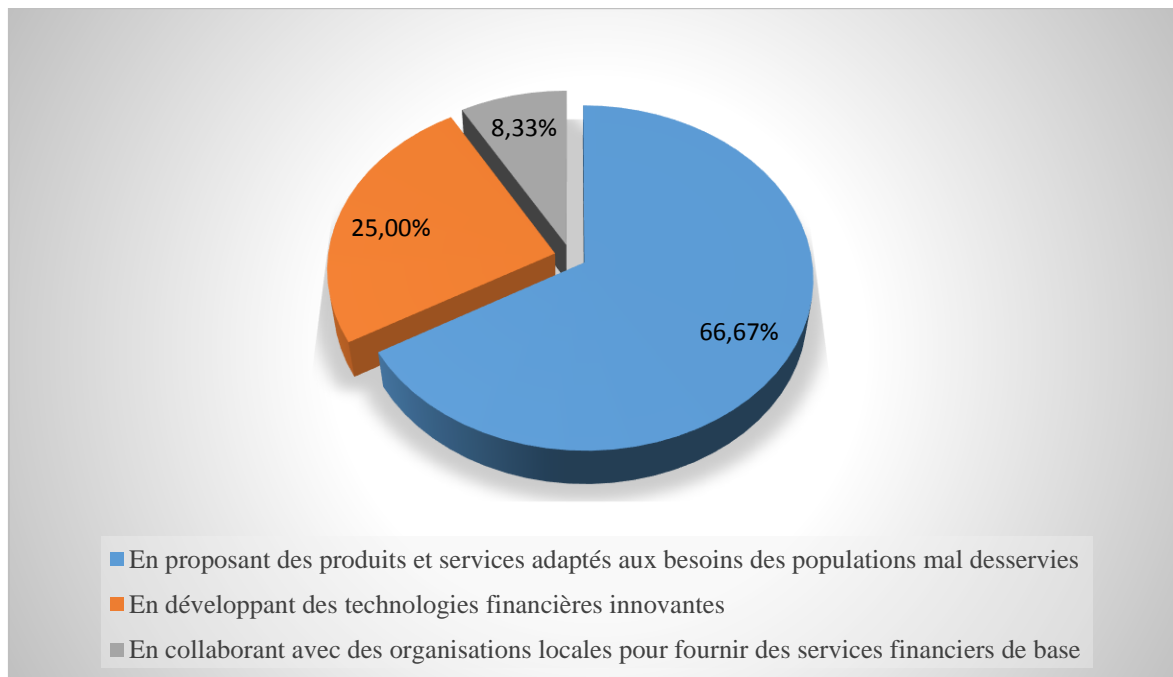
Nous constatons que les avantages d'inclusions financiers pour les individus sont principalement liés à l'accès à des services bancaires sécurisés.

Tels que la collecte des dépôts, le traitement des paiements, le micro financement, les prêts hypothécaires et les produits d'assurance. Cela permet aux individus de lisser leur consommation, d'investir dans leur avenir, et de créer des emplois, ce qui contribue à une croissance économique plus inclusive.

5. Analyses et interprétations les banques peuvent promouvoir l'inclusion financière.

Figure 10 : les banques peuvent promouvoir l'inclusion financière.

Le graphe ci-dessous illustre le nombre de réponse recueillies par la banque CPA correspondons à la question portant sur les banques peuvent promouvoir l'inclusion financière.



Source : établie par nous même à travers les données de notre questionnaire.

Le graphe ci-dessus représente que les banques peuvent promouvoir l'inclusion financière.

67% estiment que les banques peuvent promouvoir l'inclusion financières en proposant des produits adaptés aux besoins des populations mal desservies, et 25 % estiment qu'en développant des technologies financières innovantes, 8% estiment qu'en collaborant avec des organisations locales pour fournir des services financiers de base.

Nous constatons que les banques peuvent promouvoir l'inclusion financières en proposant des produits adaptés aux besoins des populations mal desservies. Suggèrent que les banques ont un rôle important à jouer dans la promotion de l'inclusion financière à travers des produits et services aux populations vulnérables (comme les personnes à personnes faible revenu, les femmes et les réfugiés).

Conclusion

Notre étude empirique de l'adoption de l'e-Banking a révélé que l'apparition de ce nouveau canal a favorisé et a permis aux différentes banques d'améliorer la relation commerciale avec les clients car il permet de Répondre au mieux aux attentes des clients et Améliorer l'image de la banque auprès de sa clientèle les banques utilisent certains moyens pour inciter les clients à l'utilisation des services e-banking et le moyen le plus répondu est de véhiculer la qualité du e-Banking qui permet d'assurer aux clients un confort lors de son utilisation et ceci en mettant en place des actions d'information notamment à travers les sites internet de la banque, publicité sur internet, ou par intermédiaire du chargé clientèle. Néanmoins il existe un manque des outils nécessaire à la bonne pratique de l'e-Banking notamment la qualité du débit internet qui cause problème.

Et après le questionnaire qu'on a distribuer aux agents de la banque CPA, on peut dire que parmi les différentes raisons pour lesquelles l'agence CPA a adopté l'e-banking on trouve l'amélioration de l'image concurrentielle de la banque, l'amélioration du service clientèle, répondre aux exigences de sa clientèle en termes de sécurité de service et de satisfaction des clients et de faire diminuer la charge des clients aux guichets.

Conclusion Générale

Conclusion Générale :

L'inclusion financière est un enjeu majeur pour l'Algérie, qui cherche à démocratiser l'accès aux services bancaires et financiers afin de lutter contre l'exclusion financière et sociale.

L'e-Banking permet d'améliorer l'accessibilité géographique aux services bancaires, notamment pour les populations reculées et marginalisées ; le développement des canaux de paiement électronique (e-paiements) et de l'e-Banking contribue à diversifier la gamme de produits bancaires et financiers abordables pour les populations exclues du système bancaire traditionnel.

Cependant, des efforts supplémentaires sont nécessaires en matière d'éducation financière et de protection des consommateurs pour favoriser l'adoption de la banque électronique par les populations non bancarisées.

Dans l'ensemble, l'e-Banking s'avère être un levier important pour favoriser une inclusion financière durable en Algérie, à condition d'être accompagné d'autres mesures complémentaires.

Le but principal de cette recherche était de déterminer les raisons qui poussent les banques algériennes à adopter l'e-Banking ainsi que le rôle de la banque dans l'inclusion financière à la population en Algérie, nous avons donc établi une étude à travers un questionnaire pour répondre à notre problématique et à travers les résultats obtenus nous avons constaté que les méthodes traditionnelles appliquées dans les banques ont cédé leurs places à l'e-Banking avec l'utilisation de nouvelles technologies telles que les téléphones mobiles, les distributeurs automatiques, les logiciels Internet et les ordinateurs qui ont permis aux banques d'obtenir une meilleure interaction avec leurs clients, le fait que la banque reste en contact avec les clients à tout moment, les services bancaires en ligne, les frais de transaction moins coûteux, sont tous autant de caractéristiques qui jouent positivement sur la performance de la banque.

L'e-Banking a permis aux banques l'exécution rapide des opérations bancaires pour les clients en évitant les regroupements massifs et le surpeuplement aux agences bancaires, ce qui a permis davantage à la banque d'attirer de nouveaux clients et de fidéliser les clients déjà existants de la banque tout en gardant une bonne gestion de l'organisation et l'environnement de la banque sous contrôle.

Conclusion Générale

Au sein de notre pays l'e-Banking commence à s'étendre de manière assez lente contrairement aux autres pays développés qui ont gagné du terrain il y'a maintenant plusieurs années.

Nous allons finir par conclure que les banques ont bien aperçus les avantages qu'a apporté l'e-Banking grâce à l'arrivée d'internet mais il reste évident que internet à lui seul ne peut pas répondre à tous les besoins des clients qui pourront permettre une bonne gestion relation client, il reste encore aux banques et aux clients certaines habitudes qu'ils doivent adopter pour que l'e-Banking ne cesse de progresser néanmoins il est clair que l'e-Banking prendre de plus en plus de place dans nos vies quotidiennes.

Bibliographie

Bibliographie :

Ouvrage :

- ALAOUI, « NTIC : outils et applications », livre, SUPMANAGEMENT.2004-2005.
- ANGERS M « Initiation pratique à la méthodologie des recherches » Casbah université, Alger, 1997.
- BERNARD Michel, « Banque et nouvelles technologies », Edition Horizons bancaire, numéro 316, février 2003.
- CHENNTOUF, T. « L'Algérie face à la mondialisation » Alger : Editions CODESRIA, 2008.
- CRONIN N.J « banking and finance on internet » New York: Van Nostrand Reinhold. 1997.
- DINIZ, E « Web Banking in USA », Journal of Internet Banking and Commerce, vol.3, n°2, 1997.
- Firmin Evrard DOUANLA TOUOP. « M-Banking : Analyse, conception et implémentation d'une solution de SMS-Banking » mémoire, Institut d'ingénierie informatique de Limoges, 2009.
- M. Zollinger, « Monétique et marketing », Edition Librairie Vuibert, février 1989.
- Rozen Mohamed KONE « Accélérer l'inclusion financière dans les pays africains » Editions EMS, 2019.
- STAMOULIS, D.S. (1994), « How banks fit in an internet Commerce Business activities Model ». dstamoulis@yahoo.com .

Articles et revues :

- Abdelaziz BERDI « La relation entre la banque traditionnelle et l'e-banking : Une tentative d'analyse à partir du cas marocain », Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit, n°7, Décembre 2018.
- Barnes S.J, and Corbitt, B “Mobile banking: concept and potential, International Journal of Mobile Communication”, (2003).
- Belbergui Chaimaa. « E-banking Overview: concepts, challenges and solutions »2020.
- BOUZAR. C & AMMOUR.B « La bancarisation dans le contexte de libéralisation financière en Algérie», 2011.

- Brochure Sur L'inclusion Financière « banque d'Algérie ».
- Marc-Eric BOBILLIER-CHAUMON, «E-BANKING : NOUVEAUX SERVICES, NOUVEAUX USAGES, NOUVELLES COMPETENCES ».
- RAKESH MOHAN, « perspectives sur l'inclusion financière ».
- Zeti Akhtar Aziz, « Inclusion financière et système bancaire parallèle : deux mondes diamétralement opposés ou convergents ? » 2013.

Thèses et mémoires :

- BOUCHELIT Rym, thèse : « les perspectives d'E-Banking dans la stratégie E-Algérie » (2013).
- Cédric DENOEL, « L'e-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? » mémoire de master, sciences de gestion : université de liège, 2007-2008.
- Dahdoubi Djelloul « l'e-Banking et son impact sur l'environnement de la banque cas : banque nationale d'Algérie (BNA) » Mémoire, université Abdelhamid ben badis-Mostaganem 2018-2019.
- Hamel Hocine, BARKA Mohammed, «Conception et réalisation d'une solution multi-communications pour la gestion de CCP », mémoire master, université Abou BekrBelkaid, juin 2016.
- Oumarou Ibrahim.C. « Rôle de la micro finance dans l'inclusion financière des
- OUSSAMA CHENCHEH « Les déterminants de l'adoption du e-Banking par les institutions financières et la clientèle organisationnelle et son impact sur l'approche relationnelle : cas de l'internet-Banking en Tunisie » Mémoire, Université du QUEBEC à MONTREAL, 2011.
- pays de l'UEMOA: application au cas du Niger ». Economies et finances. Université de Rouen Normandie, 2019.
- SAM Hocine, « Pour une meilleure inclusion financière et l'accessibilité aux services bancaires et financiers : cas de l'Algérie ».
- SAM Hocine. « Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou. » Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de magister en Sciences Economiques, Option: Monnaie-Finance-Banque., 2010.

Sites internet :

- Algérie-Eco CARE banque finance / revue de presse dimanches
30/07/2023/www.lesoiralgerie.com
- Asjp.cerist revus d'économie et de développent humain n° 2 page 190 -240.
- [https://www.choisir.com/guide/pourquoi choisir une banque en ligne](https://www.choisir.com/guide/pourquoi-choisir-une-banque-en-ligne) 03/032024
- <http://www.google.com/banqueàdistance>
- <http://www.asjp.cerist.dz/en/article/197305>
- <http://www.laboutiqueafricavivre.com/livres-specialises>
- <http://www.usj.edu.lb/banking1.ppt> consulté le 19/05/2024 a 16 :16
- <https://banque.meilleurtaux.com> 19/04/2024
- <https://www.google.com/banqueàdistance> 20/042024
- <https://banque.pagesjaunes.fr>
- <https://propulsebyca.fr> consulté le 19/05/2024 a 14 :22
- <https://www.poste> 19/05/2024.
- <https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html> 19/05/2024.
- <https://www.lesclesdelabanque.com> consulté le 19/05/2024 a 15 :06
- www.blank.app/compte-professionnel/tpe-banque 01/06/2024
- www.banquemondial.org site consulté le 16/04/2024

Annexes

1. Est-ce que vous utilisez l'E-Banking ?

- a) OUI
- b) NON

2. Depuis combien de temps votre banque a-t-elle adopté l'E-Banking ?

- a) Moins de deux ans
- b) 2 à 5 ans
- c) Plus de 5 ans

3. Quels sont les différents outils de E -Banking mis en place par votre agence (plusieurs réponses possibles) ?

- a) Application pour Smartphone Android
- b) Site internet
- c) Téléphone SMS
- d) GAB (guichet automatique bancaire)
- e) Services de banque en ligne

4. Quels sont les services spécifiques offerts par l'E -Banking ?

- a) Virements bancaires
- b) Paiement de factures
- c) Gestion des cartes

5. L'utilisation du l'e-Banking exige-t-il beaucoup de connaissances pour les clients ?

- a) OUI
- b) NON

SI OUI, quelle catégorie d'âge est la plus représentative ? (plusieurs réponses positives).

- a) 19 à 24ans
- b) 25 à 35 ans

- c) 36 à 45 ans
- d) 46 à 55 ans
- e) Plus de 56 ans

6. *L'âge est-il un facteur déterminant pour l'utilisation du l'e-Banking ?*

- a) OUI
- b) NON

7. *Vos clients utilisent-ils souvent les services en ligne ?*

- a) OUI
- b) NON

8. *Quel est le principal avantage que vous procure l'e-Banking ?*

- a) Gain de temps
- b) Facilité d'utilisation
- c) Sécurité

9. *Quel est la contrainte que vous appréhendez le plus avec l'usage de l'e-Banking ?*

- a) Risque
- b) Mauvaise connexion
- c) Le coût

10. *Vos services E-Banking sont-ils payants ?*

- a) OUI
- b) NON

SI OUI, vos tarifs sont-ils :

- a) Très abordables
- b) Abordables
- c) Pas abordables

11. *Selon vous L'E-Banking :*

- a) Remplace la banque traditionnelle
- b) Complete la banque traditionnelle
- c) Améliore la banque traditionnelle
- d) Affaiblit la banque traditionnelle

12. Quel sont les avantages de l'e-Banking par rapport aux services bancaires traditionnelles ?

- a) Il offre une commodité sans pareille
- b) Vous pouvez gérer tes finances à tout moment et de n'importe où
- c) Est le plus rapide et plus efficace
- d) L'E-Banking généralement plus sécurisé
- e) Offre une grande transparence

13. Quel sont les niveaux de sécurité utilisés par les banques en ligne ?

- a) Cryptages des données
- b) Authentification à plusieurs facteurs
- c) Surveillance des transactions
- d) Protection contre les logiciels malveillants

14. Quels sont les avantages de l'adoption de l'E-Banking ? (Plusieurs réponses possibles)

- a) Proposition de nouveaux produits bancaires
- b) Meilleur conseil et prise de contact avec les clients
- c) Précision de l'offre
- d) Force de positionnement par rapport aux concurrents
- e) Meilleure diffusion de l'information sur les produits
- f) Rapidité et simplicité des opérations bancaires
- g) La rentabilité de la banque
- h) Amélioration de la qualité des prestations
- i) Fidélisation des clients

15. Selon vous l'E-Banking pourrait-il conduire à la fermeture des agences traditionnelle ?

- a) Oui
- b) Non

L'inclusion financière :

16. Qu'est-ce que l'inclusion financière ?

- a) Le fait d'avoir un compte bancaire
- b) Le fait de pouvoir accéder à des services financiers de base
- c) Le fait de gagner beaucoup d'argent

17. Quels sont les principaux obstacles de l'inclusion financiers des potentiels clients?

- a) Accès limites aux services financiers
- b) Coûts élevés
- c) Toutes les réponses ci-dessus

18. Pourquoi est-il important de promouvoir l'inclusion financière ?

- a) Pour réduire les inégalités économiques
- b) Pour favoriser le développement économique
- c) Pour renforcer la stabilité financière

19. Quels sont les avantages de l'inclusion financiers pour les individus ?

- a) Accès a des services bancaires sécurisés
- b) Possibilités d'épargner et d'investir
- c) Protection contre les risques financiers

20. Comment les banques peuvent-elles promouvoir l'inclusion ?

- a) En proposant des produits et services adaptés aux besoins des populations mal desservies
- b) En développant des technologies financières innovantes
- c) En collaborant avec des organisations locales pour fournir des services financiers de base

21. Que proposez-vous pour améliorer les services de la banque ?

.....
.....
.....

Tables des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des tableaux et graphes

Sommaire

Introduction Générale.....	11
Chapitre01 : Généralités sur l'E-banking.....	14
Introduction	15
Section 1 : Notions sur l'E-banking	15
I. Définitions	16
II. Les services de l'e-banking	17
1. L'internet banking	18
2. Guichet automatique bancaire (CIB).....	19
3. Le Mobile banking	19
4. SMS banking	19
Section 2 : les conditions et les avantages de l'E-banking.....	20
I. Conditions de l'E-Banking	20
II. Les avantages et inconvénients de l'E-banking	20
1. Avantages	20
1.1. Commodité.....	21
1.2. Facilité d'utilisation et convivialité	21
1.3. Faible coût.....	21
1.4. Facteur temps	21
1.5. Livraison rapide.....	22
1.6. Paiement de facture en ligne	22
2. Les inconvénients	22
2.1. Problèmes d'accessibilité.....	22
2.2. Difficulté à utiliser	23
2.3. Coût de démarrage élevé	23
2.4. Temps de processus d'authentification.....	23
2.5. Problèmes de disponibilité	23
2.6. Problèmes de sécurité.....	23
Section 3 : L'E-Banking dans le secteur bancaire en Algérie	24
I. Les services de l'E-banking en Algérie	24
1. La carte interbancaire (CIB).....	24
1.1 Carte classique.....	25
1.2 Carte gold	25
2. Internet banking en Algérie	26
3. SMS Banking en Algérie.....	26
II. Les projets de l'E-banking initiés en Algérie	27
I. SATIM.....	27
• Le rôle de la SATIM.....	27
II. L'initiative d'Algérie-poste.....	28
2.1 Les cartes délivrées par Algérie-poste	28

III. Les TPE	29
Conclusion.....	31
Chapitre 02 : L'inclusion financière	32
Introduction	33
Section 01 : Approche théorique sur l'inclusion financière	34
I. La définition de la bancarisation	34
II. La bancarisation et indicateurs de mesures	34
III. Le concept de l'inclusion financière	35
I. L'importance de l'inclusion financière et ses objectifs.....	36
II. L'accès au compte et d'autres services financiers	37
III. Les obstacles de l'inclusion financière	38
1. L'inclusion financière des retraités	38
2. L'inclusion financière des personnes en chômage.....	38
3. L'inclusion financière de l'homme par rapport à la femme.....	39
4. Le niveau des revenus	39
5. L'emplacement géographique de la population.....	40
6. Le degré d'instruction et le d'éducation de la population.....	40
IV. Comprendre les obstacles à l'inclusion financière.....	41
1. Absence de confiance dans les services financiers	41
2. Facteurs culturels, sociaux et démographiques	41
3. Absence d'informations sur les produits et les services.....	42
4. Compétences financières limitées	42
V. La limite à l'inclusion financière	42
VI. Pour une meilleure inclusion financière.....	43
Section 02 : Le rôle de l'e-Banking dans l'inclusion financière	44
1. Amélioration de la gamme de service proposé	44
2. L'accessibilité des services proposés par e-Banking	44
3. Les systèmes de sécurité mis en place par les banques en ligne	44
4. Certaine habitude de sécurité à garder pour se protéger	45
5. Développer son autonomie et une disponibilité au bon moment	46
6. La fiabilité des banques en ligne concernant la satisfaction client	46
7. La satisfaction et la fidélisation du client pour la banque	47
a. L'accueil.....	48
b. La qualité des produits offerts.....	48
c. La célérité des services.....	48
d. La distribution du crédit	48
Section 03 : l'inclusion financière en Algérie.....	49
1. Les mesures de développement d'inclusion financière en Algérie	49
2. Les déterminants et les contraintes de l'inclusion financières en Algérie	50
2.1 Déterminants de l'inclusion financière en Algérie.....	50
2.2 Contraintes de l'inclusion financière en Algérie.....	54
3. Les enjeux de l'inclusion financière en Algérie.....	54
4. La digitalisation peut améliorer l'inclusion financière en Algérie.....	55
4.1 Développement des services bancaires numériques	55
4.2 Réduction des coûts et facilitation des transactions.....	56
4.3 Développement de la culture de paiement électronique.....	56
4.4 Amélioration de l'accessibilité géographique	56
Conclusion	57

Chapitre3 : Analyse de l'impact des services l'e-Banking sur l'inclusion financière : cas de l'agence CPA de Tizi-Ouzou	58
Introduction	59
Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil CPA.....	59
I.Historique et organisation du Crédit Populaire d'Algérie (CPA).....	59
1. L'histoire de CPA.....	59
2. L'organisation de CPA	60
3. Les objectifs de l'agence CPA	60
4. Présentation du groupe d'exploitation.....	61
1. Missions et organisation du groupe d'exploitation	61
a. Missions du groupe.....	61
b. Organisation du groupe	61
II.Présentation de l'enquête	62
1. Le questionnaire	62
2. La formulation des questions.....	62
3. Description de notre échantillon.....	62
4. Méthode d'analyse des données	63
Section 2 : Analyse et interprétation des questions	62
I. L'E-banking.....	63
II. L'inclusion financière.....	69
Conclusion.....	76
Conclusion générale	77
Bibliographique	
Annexes	
Table de matière	
Résumé	

Résumé

L'objectif de cette recherche est analysé, à travers une étude empirique auprès des agences bancaires. Nous proposons à travers ce mémoire de déterminer l'e-Banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population. L'e-Banking a permis aux clients d'avoir la capacité d'accéder et utiliser les services financiers adaptées et proposées par les prestations de services financiers le développement de l'e-Banking en Algérie a joué un rôle important dans l'inclusion financiers de la population en leur donnant un meilleur accès aux services bancaires et financiers. Cependant, des défis persistent en termes de taux de bancarisation encore insuffisant et de nécessaire modernisation du système bancaire.

Mots-clés : l'e-Banking – l'inclusion financière – bancarisation – population.

Abstract

The objective of this research is analyzed through an empirical study of bank branches. Through this dissertation, we propose to determine e-Banking in Algeria and its role in the financial inclusion of the population. E-Banking has enabled customers to have the ability to access and use the appropriate financial services adapted and offered by the provision of financial services, the development of e-Banking in Algeria has played an important role in the financial inclusion of the population by giving them better access to banking and financial services. However, challenges persist in terms of a still insufficient rate of banking and the need to modernize the banking system.

Keywords: e-Banking – financial inclusion – banking – population

ملخص

ويتم تحليل الهدف من هذا البحث من خلال دراسة تجريبية لفروع البنوك. من خلال هذه الأطروحة، نقترح تحديد الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر ودورها في الإدماج المالي للسكان. أتاحت الخدمات المصرفية الإلكترونية للعملاء من الوصول إلى الخدمات المالية المناسبة التي يقدمها تقديم الخدمات المالية واستخدامها، وقد لعب تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر دورا مهما في الإدماج المالي للسكان من خلال منحهم وصولا أفضل إلى الخدمات المصرفية والمالية. ومع ذلك لا تزال هناك تحديات من حيث معدل الأعمال المصرفية الذي لا يزال غير كاف والحاجة إلى تحديث النظام المصرفي.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الإلكترونية – الشمول المالي – الخدمات المصرفية – السكان