

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE



جامعة مولود معمري تيزي وزو
ⵜⴰⵎⴰⵎⵔⴰⵏⵜ ⵏ ⵎⵓⵍⵓⵔ ⵎⴰⵎⵎⵉⵔⵉ ⵏ ⵜⴰⵣⵣⴰⵢⵜ ⵏ ⵓⵣⵣⵓ
UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET
DES SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES FINANCIERES ET
COMPTABILITE

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de master en Science des finances et
comptabilités
Spécialité : Finance et Banque

Thème

L'adoption du e-banking dans le secteur bancaire en
Algérie :

Cas de l'agence CNEP de Tizi-Ouzou, Agence 202

Réalisé par :

Kesraoui Aris-Ali.

Encadré Par :

Dr. Sidi Mammar Lydia

Jury composé de :

Président : Zemirli Radhia, Maître de conférences "A", UMMTO

Rapporteur : Sidi Mammar Lydia, Maître de conférences "B", UMMTO

Examineur : Hammache Souria, Maître de conférences "A", UMMTO

Promotion : 2022/2023

Remerciement

J'adresse tout particulièrement mes remerciements les plus vifs à ma chère promotrice, Mme SIDI MAMMAR LYDIA, pour avoir accepté de diriger ce travail, pour sa sympathie et sa disponibilité et je suis très reconnaissant pour ses précieux conseils.

Je présente également mes remerciements aux membres du jury qui ont accepté de lire et d'évaluer mon modeste travail.

Je tiens à exprimer également ma sincère gratitude à Mlle ADKHIS Kahina chargée de clientèle et Mme LABOU Directrice Adjointe au sein de l'agence 202 de la CNEP- Banque de Tizi-Ouzou, pour le temps précieux qu'elles m'ont consacré, ainsi que pour leurs conseils qui m'ont permis de mener à bien ce travail et qui ont eu la gentillesse de répondre à mes questions afin de m'éclairer sur leur pratique.

Enfin, je remercie toute personne qui a contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Merci

Dédicace

Je dédie ce travail :

Je dédie ce modeste travail :

- ❖ *A mes parents, en guise de reconnaissance et de gratitude pour les sacrifices qu'ils ont faits.*
- ❖ *A ma chère sœur Katia ainsi que son mari Arsem.*
- ❖ *A mes petites nièces adorées Eline et Sarra-Lina.*
- ❖ *A mon cher Grand-Père pour ses précieux conseils et son soutien.*
- ❖ *A ma chère tante maternelle Fazia pour sa présence et son aide.*
- ❖ *A mes amis Djamel Aouichiche et Hamid Faci pour leurs précieuses aides.*
- ❖ *A la mémoire de ma chère tante Farida décédée très tôt, j'aurais tant aimé que tu sois à nos côtés en ce jour.*
- ❖ *A tous ceux qui, de loin ou de près, ont contribué à la réalisation de ce travail.*

Aris-Ali

Que DIEU vous protège et vous bénisse.

Liste des abréviations

Liste des abréviations

APP : Application

ATM : Automated Teller Machine

BNA : Banque national d'Algérie

BEA : Banque d'extérieur d'Algérie

BADR : Banque d'agriculture et du développement rural

BDL : Banque du développement local

BRI : Banque des règlements internationaux

CCP : Compte chèque postal

CE : carte épargne

CNEP : Caisse national d'épargne et de prévoyance

CPA : Crédit populaire d'Algérie

CRM : Customer Relationship Management

DAB : Distributeur Automatique des Billets

DA : Dinar algérien

DMP : Direction des moyens de paiement

DGI : Direction générale des impôts

EDI : Echange de données informatisés

E-Banking : Banque électronique

E-Paiement : Paiement électronique

GIE : Groupement d'intérêts économiques monétiques

GSM : Global system for Mobil communications

GPRS : General packet radio service

IFIS : Interbank funds transfer system

LIFO : Last in / First out

NTIC : Nouvelles technologies d'information et de la communication

OCDE : organisation de cooperation et de developpement economiques

PME : Porte-monnaie électronique

PV : Procès verbale

QR code : Quick response code

QCM : Question à choix multiple

RTGS : Real time Gross settlement

RMI : Réseau monétique interbancaire algérien

RBTR : Système de règlement brut en temps réel

RIB : Relevé d'identité bancaire

SWIFT : Society for Worldwide: Interbank Financial Télécommunication

PC : Personnel computer

PIN : Personal Identification Number

RMI : Réseau monétique interbancaire

RIB : Relevé d'identité bancaire

SI : système d'information

SMS : short Message Service

SPA : Société par actions

SMI : système d'information marketing

SATIM : Société Autonome des Transactions Inter Bancaire et de Monétique

TIC : Technologie d'information et de communication

TCP : Transmission contrôle Protocol

TPE : Terminaux de paiement électronique

TPS : Télévision Par Satellite

WWW : World Wide Web

Sommaire

Sommaire

Introduction générale	02
Chapitre I : Les services bancaires face aux technologies d'information et de communication	05
Introduction	06
Section 01 :Cadre théorique et conceptuel de l'activité bancaire.....	06
Section 02 : Application et évolution des technologies de l'information et de la communication au sein des banques.....	12
Section 03 : Approche théorique sur le e-Banking.....	18
Conclusion.....	27
Chapitre II : Le e-banking en Algérie : application et état des lieux.....	28
Introduction	29
Section 01 :Apparition et développement du e-banking en Algérie.....	29
Section 02 :Modernisation des systèmes et moyens de paiement en Algérie.....	35
Section 03 :La Covid-19 et l'accélération de l'utilisation du e-banking.....	43
Conclusion	52
Chapitre III : Le E-Banking au sein de la CNEP-Banque : cas empirique	53
Introduction.....	54
Section 01 : Présentation de la CNEP-Banque	54
Section 02 : Modalités et fonctionnement des services E-Banking offert par la CNEP-Banque:.....	62
Section 03:Discussion des résultats de l'enquête.....	74
Conclusion	95
Conclusion Générale.....	96

Introduction Générale

Introduction Générale

Introduction Générale

Les nouvelles technologies ont eu un impact significatif sur le secteur bancaire, transformant la manière dont les banques fonctionnent et interagissent avec leurs clients.

La transition des banques traditionnelles vers le e-banking a été progressive et s'est produite au fil du temps grâce à l'évolution des technologies de l'information et de la communication. Au début, les banques utilisaient des systèmes informatiques pour gérer les comptes des clients, mais ces systèmes étaient principalement destinés à une utilisation interne mais au fur et à mesure que les technologies se sont développées, les banques ont commencé à offrir des services en ligne, avec l'arrivée d'Internet dans les années 1990, les banques ont commencé à offrir des services bancaires en ligne.

Actuellement les banques mettent en avant de plus en plus le e-banking, également connu sous le nom de banque en ligne ou banque électronique, et l'apparition d'une clientèle plus à l'aise et plus adaptée à ces nouvelles technologies à accélérer l'adoption de cette dernière. grâce à Internet, en utilisant un ordinateur, une tablette ou un Smartphone en un quelques clics on passe de la consultation d'un solde à la souscription d'un crédit, les virements instantané , Gérer des placement, demande de carte bancaire, le portefeuille numérique....etc., cette nouvelle vague d'innovations a complètement bouleversé la relation banque/client, ce dernier a l'accès 24h/24h et 7j / 7 aux services bancaires, la rapidité des transactions, la possibilité de réaliser des opérations bancaires à partir de n'importe quel endroit, et la réduction des frais bancaires. Pour les banques, le e-banking permet de réduire les coûts de fonctionnement, d'offrir de nouveaux services et d'examiner leur clientèle.

Cependant, le e-banking peut également présenter des risques pour les clients, tels que la fraude en ligne et la vulnérabilité aux attaques de cybercriminalité. Il est donc important que les clients utilisent des mesures de sécurité appropriées, telles que des mots de passe forts en évitant les connexions non sécurisées et en ne partageant pas ses informations bancaires avec des tiers non autorisés.

Face à cette évolution technologique la concurrence est devenue rude, les organisations sont confrontées à de nombreux défis. Car les clients recherchent des solutions bancaires en ligne plus pratiques, plus rapides et plus accessibles. Pour rester compétitifs dans ce marché, les acteurs du e-banking doivent proposer des fonctionnalités innovantes et des services adaptés aux besoins des clients.

Introduction Générale

Au cours des dernières années, le secteur bancaire en Algérie a mis en place des systèmes informatiques de base pour automatiser les opérations courantes. Mais, ces premiers efforts ont été limités par les infrastructures informatiques sous-développées, face à cette contrainte les banques ont investi massivement dans la modernisation de leurs infrastructures technologiques et dans la formation de leurs employés aux outils numériques pour répondre aux besoins de plus en plus diversifiés de la clientèle.

Le lancement du e-banking en Algérie est l'une des évolutions majeures qui a suscité beaucoup d'intérêt et de débat dans l'industrie bancaire. Cependant, le lancement du e-banking en Algérie n'a pas été facile, avec des défis importants tels que les contraintes réglementaires, les préoccupations en matière de sécurité et de confidentialité des données, ainsi que les problèmes liés à l'adoption des technologies numériques par la population. En réponse à ces préoccupations, les banques algériennes ont travaillé à renforcer la sécurité de leurs systèmes et à sensibiliser d'avantage leurs clients aux avantages et aux mesures de sécurité liées à l'utilisation des services de banque en ligne.

Problématique

Compte tenu de ce qui a été présenté précédemment, la problématique de ce présent mémoire d'étude se définit comme suit :

« Quelle est l'étendue de l'adoption du e-banking en Algérie et particulièrement au sein de la CNEP-Banque de Tizi-Ouzou ?

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

- 1-Quelles sont les performances enregistrées dans le domaine du e-banking en Algérie?
- 2- Quel est le niveau d'intégration du e-banking dans les services bancaires offerts par CNEP-Banque (agence 202)?
- 3- Quel est l'impact du l'e-banking sur la demande et l'usage des produits numériques par les clients de laCNEP-Banque ?

Hypothèses

- 1) Les performances enregistrées dans le domaine du e-banking enregistrent une amélioration notable depuis le covid-19 en Algérie.
- 2) L'agence CNEP-Banque a réalisé des avancées dans l'adoption du e-banking.
- 3) Les clients de la CNEP-Banque ont tendance à adopter de façon progressive les services bancaires numériques.

Introduction Générale

Objectifs de recherche

L'objectif de notre recherche est double. Sur le plan théorique, il s'agit de présenter des éléments théoriques relatifs à la problématique posée. Sur le plan pratique, il s'agit d'analyser le degré d'utilisation du e-banking en Algérie mais aussi d'identifier les raisons principales de sa sous-utilisation.

Choix et intérêt :

L'importance de ce sujet réside dans la tendance remarquée au cours des dix dernières années. De ce fait notre travail de recherche s'inscrit dans l'initiative prise pour l'étude du niveau d'adoption du e-banking par la clientèle de la CNEP-Banque.

Méthodologie de travail

Afin de fournir des réponses à notre problématique, nous avons entrepris des recherches théoriques qui reposent sur la consultation d'une gamme variée de ressources telles que des livres, des revues, des articles, des rapports, des sites internet, ainsi que des mémoires et des thèses.

Nous avons également tenté de mettre en relief une application sur le terrain à travers un cas empirique, en effectuant un stage au niveau de l'agence CNEP-Banque 202 de la wilaya de Tizi-Ouzou, nous avons ainsi eu recours à une enquête par questionnaire destiné à la clientèle et un entretien directif mené avec la chargée de clientèle de l'agence.

Structure de travail

Dans le but de porter des éléments de réponses aux questions mentionnées ci-dessus, nous avons établi un travail structuré autour de trois chapitres, le premier chapitre intitulé «les services bancaires face aux technologies d'informations et de communications» nous traiterons ici les notions générales sur l'activité bancaire, les technologies de l'information et de la communication et le e-banking.

Dans le deuxième chapitre intitulé «Etat des lieux du paiement électronique en Algérie», nous retracerons un aperçu sur l'apparition et développement du e-banking en Algérie, puis nous présenterons la modernisation des systèmes et moyens de paiement en Algérie, par la suite nous nous intéresserons à l'impact du Covid-19 et l'accélération de l'utilisation du e-banking dans le monde et en Algérie.

Le troisième chapitre intitulé «Etude pratique sur le e-Banking au sein de la CNEP-Banque agence n°202», ce dernier chapitre sera réservé au cas pratique ayant objet en premier lieu d'analyser et d'interpréter les résultats de l'entretien tenu avec la chargée de clientèle, ainsi que ceux du questionnaire destiné à la clientèle de l'agence CNEP-Banque 202.

Chapitre I

Les services bancaires face aux technologies d'information et de communication

Introduction

Les services bancaires sont un élément essentiel de la vie quotidienne, Ils regroupent des activités financières offertes par les banques à leurs clients. Que ce soit pour gérer leurs argents, investir dans des produits financiers, ou emprunter de l'argent, les banques offrent une gamme de services pour répondre à leurs besoins financiers. Ils ont connu une transformation majeure au cours des dernières années grâce à la technologie. Les banques ont adopté le commerce électronique pour offrir des services bancaires en ligne à leurs clients, ce qui a entraîné une augmentation significative de l'utilisation du e-banking.

Les services bancaires en ligne sont pratiques, rapides et accessibles, et offrent une multitude d'avantages par rapport aux services bancaires traditionnels.

Ce premier chapitre de notre travail sera consacré à trois types de descriptions la première est celle de l'activité bancaire et la seconde à la description des nouvelles technologies dont fait face aujourd'hui le secteur des services, et la dernière est l'approche théorique sur le e-banking.

Section 01 : Cadre théorique et conceptuel de l'activité bancaire

L'activité bancaire est un secteur crucial de l'économie mondiale, les banques jouent un rôle essentiel dans l'intermédiation financière en collectant des fonds auprès des déposants et en les prêtant aux emprunteurs, ce qui favorise l'investissement et la croissance économique. Les banques offrent également une gamme de services financiers tels que la gestion de patrimoine, les prêts immobiliers, les cartes de crédit et les services de paiement. Dans cette section, nous examinerons les différents types de banques et leurs rôles dans l'économie.

Nous allons entamer cette section en commençant par la définition générale de la banque, suivie du rôle et des types de banques.

1. Définition d'une banque :

Une banque est une entreprise particulière qui s'occupe des dépôts d'argent des moyens de paiement. Au sens juridique, c'est une institution financière qui dépend du Code monétaire et financier.

Une banque a pour fonction de proposer des services financiers : recevoir des dépôts d'argent, collecter l'épargne, gérer les moyens de paiement, accorder des prêts.

Une banque fonctionne généralement sous forme d'agences, constituant ainsi un réseau.¹

¹Le guide de la banque, comptes, carte bancaire, services, Edition : Fine Media, 2011 P.15

Chapitre I : les services bancaires face aux technologies d'information et de communication

Selon Caudmine.G Et Montier J, 1999 : « *Sont considérées comme banques les entreprises ou établissements qui font profession habituelle de recevoir du public sous forme de dépôts ou autrement un fond qu'il emploie pour leur compte en opération financière* ».

DUPOY C. 1981 ; Quand à lui dit que « les banques sont des entreprises et établissements qui font profession habituelle de recevoir du public, sous forme de dépôt et ou autrement des fonds qu'ils emploient pour leurs propres comptes en opérations d'escompte, en opérations de crédits ou en opération financières ».

Selon J.V Capul Et O. Garnier : « *la banque est une entreprise d'un type particulier qui reçoit les dépôts d'argent de ses clients (entreprises ou particuliers) gère leur moyens de paiements (cartes de crédits, chèques etc.) et leur accorde des prêts*».

À partir de ces définitions nous avons compris que la définition de la banque varie d'un auteur à un autre, il serait donc nécessaire de définir la banque économiquement et juridiquement.

Le cadre juridique commun définit les « *établissements de crédit comme l'ensemble des personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle des opérations de banque, ces opérations comprenant la réception de fonds du public, les opérations de crédit, ainsi que la mise à la disposition de la clientèle, ou la gestion de moyens de paiements.* »²

Dans leur définition de la banque, les économistes ont tendance à mettre l'accent sur la fonction économique de celle-ci. Dans ce sens, elle est définie comme suit : « la banque est l'intermédiaire entre offreurs et demandeurs de capitaux et ceci à partir de deux processus distincts :

- En intercalant son bilan entre offreurs et demandeurs de capitaux : c'est l'intermédiation bancaire.
- En mettant en relation directe offreurs et demandeurs de capitaux (marché, financier, monétaire...), c'est le phénomène de désintermédiation ».³

La meilleure définition que l'on puisse donner aujourd'hui d'un établissement de crédit est la suivante : "La banque moderne est un ensemble de processus industriels au service des clients. Dans la plupart des cas, ces processus impliquent des fonctions et des métiers différents."

Les banques sont ainsi au centre de l'activité économique, elle est à la fois un secteur, une entreprise et un métier.

² ILMANE Med chérif : « Dictionnaire d'économie et de science sociales », BERTI, Alger, 2009

³ GARSIAULT Philippe, PRIAMI Stéphane : « La banque : fonctionnement et stratégie », édition ECONOMICA, Paris, 1995, p.8

2. Le rôle de la banque :

En plus des définitions présentées, il convient de donner une autre définition qui précise le rôle de la banque.

Economiquement parlant, la banque est le financier de l'économie par ses deux modes d'intervention⁴:

- Elle se place comme intermédiaire entre offreurs et demandeurs de capitaux, c'est l'intermédiation bancaire.
- Les offreurs et les demandeurs de capitaux entrent directement en relation en se présentant sur un marché de capitaux (marché financier, marché monétaireetc.) c'est la désintermédiation.

L'activité principale des banques consiste à recevoir des fonds du public et les mettre à la disposition de la clientèle, ainsi que la gestion des moyens de paiement.

3. Les types de banques:

Il existe différents types de banques, chacune ayant son propre modèle d'activité et sa propre clientèle cible. Les principaux types de banques sont les suivants:

3.1. Les banques commerciales :

Les banques commerciales sont des banques où nous avons tous des comptes bancaires et des comptes d'épargne. Elles offrent une gamme de services financiers tels que les dépôts, les prêts, les cartes de crédit, les services de change de devises et elles jouent aussi un rôle important dans la gestion des fonds des entreprises et des particuliers.⁵

3.2. Les banques d'affaires:

Les banques d'affaires sont des institutions financières qui fournissent des services financiers spécialisés aux entreprises. Elles accompagnent les grandes entreprises en fournissant divers services bancaires tels que le conseil en stratégie d'entreprise, l'analyse financière, la structuration de financements, la négociation de contrats, l'émission de titres et l'assistance à la gestion de patrimoine. Ce type de banques accompagne également les entreprises dans des projets de fusions-acquisitions.

3.3. Les banques d'investissement :

Les banques d'investissement ont une activité basée sur les marchés financiers. Ces banques d'investissement achètent et vendent des actions, des obligations ou des produits dérivés sur les marchés financiers. Elles offrent une gamme de services financiers, tels que le trading, l'achat et la vente de titres, de devises et de matières premières, la gestion des risques, les opérations de fusion-acquisition.⁶

⁴ LE GOLVAN. Y, «Banque Assurance » », éd DUNOD, Bordas, Paris, 1988, P21.

⁵<https://ma-banque.ma/les-differents-types-de-banques>, consulté le 15/03/2023.

⁶<https://www.budgetbanque.fr/banque/differents-types-banques>, consulté le 15/03/2023.

3.4. Les banques centrales :

Les banques centrales sont des organisations qui ont une influence sur l'économie mondiale. Elles sont responsables de la création de monnaie et de la stabilité financière d'un pays. Elles sont aussi souvent appelées "banques des banques" Elles fixent aussi le taux directeur de l'économie. Le taux directeur étant le taux auquel les autres banques qui dépendent de cette banque centrale vont emprunter de l'argent. Elles jouent également le rôle de responsables de la supervision des banques commerciales et d'autres institutions financières pour s'assurer qu'elles respectent les règles et les réglementations.

4. Les différents services bancaires :

La banque met à la disposition de ses clients divers outils pour qu'ils puissent gérer leur argent, c'est ce qu'on appelle les services bancaires⁷. Elle est tenue de fournir à ses clients des services de base : L'ouverture, la tenue et la clôture d'un compte ;

- La délivrance de relevés d'identité bancaire (RIB)
- La domiciliation de virements bancaires ou postaux
- L'envoi du relevé de compte
- L'encaissement des chèques et des virements
- Les dépôts et les retraits d'espèces au guichet et au distributeur automatique (le 2eme cas est non disponible en Algérie)
- La consultation à distance du compte sur Internet
- Une carte (de paiement ou de retrait)
- Des chèques (dont le nombre peut être limité) ou un moyen de paiement équivalent.

4.1. Le RIB : Relevé d'Identité Bancaire :

On parle de relevé d'identité bancaire pour un compte tenu par une banque.

Il présente plusieurs informations importantes pour garantir une parfaite identification du compte bancaire dans le monde entier :⁸

- Les informations d'identification de la banque : nom et adresse de la banque ;
- Les informations d'identification du titulaire du compte : nom, prénom et adresse ;
- Le numéro RIB, comprend le code de la banque à 5 chiffres, le code du guichet à 5 chiffres, le numéro de compte, en général à 11 chiffres, la clé à 2 chiffres ;
- le numéro IBAN (« International Bank Account Number »), à 27 caractères, qui est l'identifiant international du compte bancaire ;
- le code BIC (« Bank Identifier Code »), à 11 caractères, qui est l'identifiant.

⁷ Le guide de la banque, comptes, carte bancaire, services, Edition: Fine Media, 2011, P.33

⁸ Idem, P.33

4.2. Le compte bancaire :

Un compte bancaire est parmi les services principaux proposés par les banques permettant à une personne ou une entreprise de déposer, retirer, payer ou transférer des fonds.

Il existe différentes sortes de comptes bancaires :⁹

- Le compte courant est un compte de dépôt qui sert aux relations courantes entre la banque et son client. Il peut également être appelé compte à vue, compte de dépôt ou compte chèques.
- Le compte joint est un compte courant ouvert entre deux personnes avec ou sans lien de parenté.
- Le compte épargne, lui, sert aux dépôts d'argent rapportant fréquemment un intérêt. Ce n'est pas un compte de paiement.
- Le compte de titres est un compte pour les particuliers, qui permet l'investissement de valeurs mobilières.
- Le compte épargne logement sert à financer un projet immobilier.

4.3. Le compte bancaire en ligne:

C'est un compte bancaire sur Internet se consulte à partir du site internet de la banque. Plus précisément, il se consulte dans l'espace client sécurisé du site de la banque. Pour atteindre son compte, il faut généralement un identifiant et un code confidentiel. Aucune banque ne demande jamais par mail ou par téléphone aucun identifiant ni aucune donnée confidentielle. Ne communiquez à personne, ni son identifiant, ni son code, même à son conseiller bancaire.

Les pages internet du compte bancaire sont sécurisées : leur adresse commence par « <https://> » ; une icône avec un verrou apparaît sur une barre du navigateur.

Le compte bancaire en ligne offre de nombreux services :

- La consultation de ses comptes ;
- Le virement ;
- L'échange avec son conseiller la commande d'un chéquier ;
- L'obtention d'un RIB ;
- L'opposition aux moyens de paiement ;
- Le passage d'un ordre de bourse

4.4. La bancassurance :

C'est un service annexe qui combine les services bancaires et les services d'assurance dans une seule entité. Il s'agit d'une stratégie de diversification des activités pour les banques, qui cherchent à offrir à leurs clients des produits d'assurance tels que des assurances-vie, des assurances habitation, des assurances auto, etc.

⁹ Le guide de la banque, comptes, carte bancaire, services, Edition :Fine Media, 2011 P.33

4.4.1. Typologie d'assurance :

- L'assurance automobile propose : une police d'assurance (vol, incendie, bris de glace, dégâts matériels au véhicule, catastrophes naturelles, protection juridique...) ; une couverture des dommages corporels du conducteur ; la responsabilité civile en cas d'accident par un tiers ; le prêt d'un véhicule de remplacement, le remorquage...
- L'assurance habitation est une protection juridique en cas d'incendie, de dégât des eaux, ou de catastrophe naturelle. Elle couvre également le vol, le vandalisme ou le bris de vitre. Elle inclut aussi une clause de responsabilité civile vis-à-vis des tiers.
- Assurance des personnes : L'assurance des personnes couvre les personnes physiques en cas de maladie, d'invalidité, de dommages corporels, ou de décès. Il en existe différents types.
- L'assurance décès invalidité accompagne presque toujours un crédit ; elle fait partie d'un contrat de prévoyance (capital décès, rente d'éducation).
- L'assurance complémentaire santé prend en charge les dépenses de santé et rembourse parfois les dépenses qui ne sont pas prises en charge par la Sécurité sociale.
- L'assurance accident domestique couvre les accidents de la vie quotidienne : chutes, brûlures, électrocutions, accidents de loisir et de sport.
- L'assurance scolaire couvre, comme son nom l'indique, les accidents qui se produisent à l'école, pendant les activités sportives ou les sorties ; mais aussi en dehors de l'école, comme les accidents survenus pendant les vacances. C'est aussi une couverture pour les frais de remplacement de lunettes, de transport en ambulance, etc.

4.5. Un coffre-fort en banque :

Il est possible de louer un coffre-fort dans une banque pour y placer des objets ou des documents précieux (titres de propriété, bulletins de salaire). Ce service est accessible à tous les clients de la banque, et parfois même à des personnes qui n'y ont pas de compte bancaire.

Section 02 : Application et évolution des technologies de l'information et de la communication au sein des banques.

Ces dernières années, parallèlement au développement de la technologie, Les entreprises financières et bancaires ont su tirer parti de cette avancée pour créer de la valeur tout en améliorant leurs services et produits pour répondre aux besoins de leurs clients. Les banques se tournent vers le numérique pour développer des stratégies plus ciblées. En conséquence, les banques sont désormais en mesure d'offrir à leurs clients davantage de services et de produits.

Nous allons débiter la section par une présentation générale des nouvelles technologies d'information et de communication et par une définition des mots clés.

1. Généralités sur les technologies de l'information et de la communication au sein des banques :

1.1. Définition des technologies de l'information et de la communication :

Par définition, les technologies de l'information et de communication (TIC) désignent tout ce qui relève des techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations, principalement l'informatique, l'internet et les télécommunications.

Les TIC représentent un ensemble d'outils et de ressources technologiques (appareils photos numériques, téléviseurs, téléphones portables, ordinateurs...etc.) qui permettent la transmission, l'enregistrement, la création, le partage ou l'échange d'informations. Il s'agit donc principalement de l'informatique, d'Internet, de la radio-télévision (en direct et en différé) et des télécommunications.

Selon **les Etats-Unis** «*L'industrie des technologies de l'information comprend les offreurs comprenant d'une part, les offreurs (grossistes et détaillants) d'ordinateurs et d'équipements informatique ainsi que d'instruments électroniques de mesure et, d'autre part, les logiciels et les industries de services incluant les industries qui fournissent des logiciels « prêts à l'usage » et des services associés aux ordinateurs ; les industries d'équipements de communication et des services recensant les offreurs qui fournissent des infrastructures matérielles et immatérielles permettant la connexion entre ordinateurs et serveurs*» .¹⁰

D'après **l'Union européenne et la France (1998)** «*Le secteur TIC apparaît sous forme d'une liste d'activités recouvrant trois filières l'informatique avec la fabrication des ordinateurs et des logiciels, les télécommunications qui comprennent les réseaux et donc Internet et enfin l'électronique*».¹¹

¹⁰Coutinet, Nathalie : « Définir les TIC pour mieux comprendre leur impact sur l'économie »,Hermès, la revue 2006, P 5.

¹¹Idem P 5.

Chapitre I : les services bancaires face aux technologies d'information et de communication

Selon **Hebert Simon**, les technologies aident à rendre : « *toutes informations accessibles aux hommes, sous formes verbales, symboliques, existe également sous forme lisible par ordinateur, les livres et les mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques....* »¹²

D'une manière générale, les TIC représentent tous les moyens de communication électronique, quelles que soient leur forme (écrite, imagée, parlée, etc.) et leur cible (clients, fournisseurs, entreprises...etc.).

1.2. Genèse des technologies de l'information et de communication (TIC) :

Les TIC sont un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger des informations, plus spécifiquement des données numérisées. La naissance des TIC est notamment due à la convergence de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel. Cela entraîne l'arrivée de nouveaux outils qui donnent la possibilité d'améliorer les pratiques actuelles et de développer de nouvelles solutions pour faire face aux défis d'aujourd'hui.

Après l'avènement de l'écriture puis l'avènement de l'imprimerie, le début d'une société de l'information est marqué par le télégraphe, puis le téléphone et le radiotéléphone, ainsi que la télévision, le Minitel et l'Internet et plus tard les télécommunications mobiles.

Dans les années 1970, les banques ont connu la première révolution informatique, une révolution de grands systèmes capables de traiter des millions de transactions qui étaient auparavant effectuées par de grands groupes d'employés. Dix ans plus tard, l'informatique distribuée a touché chaque agence et permet l'exécution, à partir de terminaux décentralisés,

Des opérations affectant les comptes clients détenus par des ordinateurs centraux. . Aujourd'hui, le développement massif des technologies de l'information et de l'ensemble des NTIC (messagerie électronique, téléphonie mobile...) bouleverse le fonctionnement de l'industrie bancaire.

Les NTIC ont provoqué deux changements dans les banques. Dans un premier temps, ils ont apporté un soutien logistique au traitement interne de l'information et aux relations professionnelles (développement des réseaux interbancaires). Deuxièmement, ils sont devenus le moyen le plus rapide d'accéder aux marchés des capitaux et ont permis la création de marchés électroniques mondiaux, ainsi que la modernisation des bourses.

Depuis les années 2000, l'utilisation des TIC n'a cessé d'augmenter. Cela se ressent surtout dans les pays riches. Les TIC sont utilisées dans tous les domaines tels que l'agriculture, la biodiversité, le commerce, la télémédecine, la gestion de l'information multi-bases de données, la robotique et à des fins militaires.

¹²Herbert. Simon (2008). « Administration et processus ». Edition d'organisation

1.3. Les composants du secteur des TIC :

Selon l'OCDE, le secteur des technologies de l'information et de la communication TIC est la somme de trois secteurs : le secteur informatique, le secteur électronique et le secteur des télécommunications. Nous distinguons donc les catégories suivantes liées au secteur des TIC :

- **Le secteur informatique :** dans lequel il y a des machines de bureau, ordinateur personnels, grands ordinateurs, serveurs, matériels de réseaux, périphériques, cartes etc.
- **Le secteur électronique :** dans lequel il y a des composants électroniques, semi-conducteurs, circuits imprimés, équipements de l'électronique grand public (téléviseurs, récepteurs radio, lecteurs de disques, magnétoscopes), instruments de mesure, instruments de navigation, productique etc.
- **Le secteur des télécommunications :** Dans lequel on trouve des équipements professionnels de transmission, relais, terminaux destinés aux usagers, câbles, fibres optiques etc.

1.4. Les caractéristiques des nouvelles technologies de l'information et de communication :

- **Plus :** Les TIC nous apportent de nouveaux moyens de communication, d'expression, de créativité, de travail, d'apprentissage ; et ce phénomène se maintient à un rythme qui semble toujours s'accélérer.
- **Plus rapide :** Ce que nous pouvions faire auparavant sans les TIC, nous pouvons maintenant le faire beaucoup plus rapidement avec les TIC, et même plus vite.
- **Plus petit :** la miniaturisation est une caractéristique importante des TIC ; Par exemple, cela se manifeste à la fois au niveau de l'appareil et du support d'informations.
- **plus abordable :** Les coûts d'acquisition et d'utilisation des TIC semblent continuellement décroissants pour un niveau d'utilisation donné, ce qui les rend accessibles à une partie de la population. Leur utilisation est également largement simple, ce qui facilite clairement leur expansion.
- **plus puissant :** les capacités des outils (équipements et logiciels) des TIC augmentent constamment, ce qui assure un maximum d'efficacité.

1.5. Définition des nouvelles technologies de l'information et de communication :

Les TIC sont également désignées par les « nouvelles technologies de l'information et de la communication » (NTIC) qui est un terme utilisé dans les années 1990, pour différencier les technologies basés sur l'internet des moyens de télécommunication traditionnels. On parle de NTIC pour désigner les outils nés du rapprochement de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel, tels que les Smartphones, le micro-ordinateur, les tablettes...etc.

Selon SPERANDIO, J.-C:¹³« L'expression NTIC désigne des technologies récentes issues du mariage de l'informatique, le traitement, la conservation et le transport de textes, de sons... en plus des traditionnelles, données numériques... elles se caractérisent par une grande diversité d'objets numérisés..., une grande capacité de diffusion et de transport en réseau..., une forte interactivité avec les utilisateurs... ».

Selon Desroches et Delisle « les Technologies d'Information et de la Communication sont l'ensemble des technologies utilisées dans le fonctionnement, la transformation et le stockage sous forme d'électronique, elles englobent les technologies des ordinateurs, les communications et le réseau qui relie les appareils tel que le fax et d'autres matériaux ».

Le concept de "Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication" est compris comme synonyme d'Internet et de tout ce que cela implique : l'utilisation d'ordinateurs et de divers réseaux de télécommunications auxquels les utilisateurs peuvent être connectés.

1.6. L'adoption des nouvelles technologies de l'information et de communication au sein des banques :

Dans les années 1970, la banque a subi une première révolution informatique, celle des grands systèmes capables de traiter des millions d'opérations autrefois exécutées par des gros bataillons de collaborateurs. Dix ans plus tard, l'informatique répartie a touché chaque agence et a permis d'effectuer, à partir de terminaux décentralisés, des opérations affectant la comptabilité clients tenue par les ordinateurs centraux. Aujourd'hui, la généralisation de l'informatique et l'ensemble des NTIC (messagerie électronique, téléphones portables...), bouleversent l'activité du secteur bancaire.

Les NTIC ont déjà provoqué deux évolutions au sein des banques. Dans un premier temps, elles ont été le support logistique au traitement interne des informations et aux relations au sein de la profession (développement des réseaux interbancaires). Dans le deuxième temps, elles sont devenues le moyen le plus rapide pour accéder aux marchés de capitaux, et ont permis la création de marchés électroniques globaux, ainsi que la modernisation des bourses de valeurs.¹⁴

D'une façon spécifique, les TIC constituent la matière grise des organisations bancaires. Cette idée a été appuyée par **Nathalie Greenan en 1998** en confirmant que le secteur bancaire est le secteur leader dans l'utilisation des TIC, et sont qualifiés comme le système nerveux de l'activité bancaire et ne sont plus considérés comme de simples outils d'amélioration de la productivité administrative.

De nos jours, les banques utilisent la technologie pour renforcer les relations avec leurs clients, améliorer leurs gammes de produits et services qu'elles leur proposent et pour moderniser leurs systèmes informatiques et améliorer leurs activités.

¹³SPERANDIO, J.-C. (2000). Les NTIC. Impacts ergonomiques chez l'utilisateur. Implications pour l'ergonomie. Actes du XXXV congrès de la SLEF-Séances plénières 2000. Toulouse. P.17.

¹⁴ Jean-Michel SAHUT. L'impact des NTIC sur le secteur bancaire, publié dans le cahier du numérique, n°3, Hermès Sciences.2000, P 01

- **La banque à distance :** Elle désigne l'espace sécurisé auquel les clients de la banque peuvent accéder par internet.
L'internet est accessible à une vaste clientèle, avec un coût d'équipement très abordable, une facilité d'utilisation, une multiplication des possibilités d'accès (téléphone, câble, web phone), ainsi qu'une forte standardisation des technologies de l'internet offrent un cadre d'utilisation international.¹⁵
- **La monétique :** La monétique est un ensemble des moyens électroniques mis en œuvre pour automatiser les transactions bancaires (cartes de paiement, de retrait, etc.). La monétique appelée aussi monnaie électronique peut être définie comme l'ensemble de techniques informatiques magnétique, électronique et télématique. Elle permet l'échange de fonds sans support de papier.¹⁶
- **Les automates :** Il y a les guichets automatiques bancaires (GAB) et les distributeurs automatiques de billets(DAB).
- **Le terminal de paiement électronique (TPE) :** désigne tout appareil permettant de traiter un paiement par carte.

1.7. L'impact des nouvelles techniques de l'information et de communication sur l'activité bancaire :

Les vagues d'innovations qui se sont succédé durant les dernières décennies dans le domaine des technologies de l'information et de la communication ont profondément modifié la nature des services bancaires et financiers.

- **Au niveau de la production :** les banques utilisent les NTIC pour atteindre conjointement les trois objectifs suivants :
 - La diminution des coûts de production ;
 - L'industrialisation des processus ;
 - Le passage à une gestion de flux.
- **Au niveau de la distribution :** l'utilisation des NTIC permet
 - La réduction du coût des opérations ;
 - La gestion de la relation client ;
 - La vente de produits en ligne.

¹⁵ BERNARD Michel, « Banque et nouvelles technologies », Edition Horizons bancaire, numéro 316, février 2003, P 21.

¹⁶Plihon, D ; « la monnaie et ses mécanisme », Ed. La découverte, Paris 2000/2001, p. 17.

2. La digitalisation bancaire :

La révolution numérique et l'avènement des NTIC ont transformé le secteur bancaire. Au cours des deux dernières décennies, les banques traditionnelles ont dû repenser leurs services et leur mode de fonctionnement pour faire face à la nouvelle concurrence des banques en ligne et mobiles.

2.1. Définition de la digitalisation :

Pour **David Fayon (2018)** ; « les transformations liées au numérique sont en première approche de trois ordres, l'automatisation pour la reproduction mécanique d'une séquence d'actions à l'aide d'un programme, la dématérialisation pour le remplacement de supports matériels par des fichiers informatiques et la dématérialisation pour la suppression des intermédiaires rendue possible avec le numérique ».

2.2. Définition de la digitalisation bancaire :

La digitalisation de la banque, également connue sous le nom de digital banking, est un phénomène technologique qui répond à de multiples enjeux posés par de profondes mutations sociétales. Cette numérisation peut donc être définie comme un ensemble d'opérations plus rapides, plus faciles et plus engageantes que les méthodes traditionnelles, et comprend quatre aspects principaux :

- **L'accessibilité** : Grâce au digital, les banques proposent des services accessibles 24h/24.
- **La rapidité** : Les opérations bancaires s'effectuent de plus en plus rapidement.
- **La distance** : Les virements, encaissements, sont réalisables en ligne.
- **L'interaction** : Via les réseaux sociaux qui jouent un rôle important dans l'information et l'attraction de potentiels clients.

La transformation numérique des banques est une révolution des pratiques, automatisant et simplifiant les processus pour accélérer et optimiser les flux d'échanges en interne et entre la banque et ses clients ou partenaires.

Section 03 : Approche théorique sur le e-Banking

Le secteur bancaire se distingue comme l'un des plus impactés par le développement technologique. Les services bancaires en ligne ont radicalement transformé la manière dont les gens gèrent leurs finances.

Nous commencerons cette section en vous présentant les généralités du e-banking, ainsi que ses avantages, ses inconvénients ainsi que ses risques.

1. Définition du e-banking :

Plusieurs termes sont utilisés pour désigner des fois la même chose, quelque fois des aspects bien distincts, ou encore se rapprochent partiellement. "Le e-banking", "home banking", "banque à distance" ou encore "banque en ligne" ; 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 image 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 son Smartphone, pour effectuer les différentes tâches telles que la consultation de comptes, le virement d'argent, le paiement de factures, l'achat de produits financiers, la gestion des cartes bancaires et bien plus encore.

Les termes se multiplient et les définitions varient selon les auteurs.

STAMOULIS 1994, celui-ci définit l'e-Banking comme un canal de distribution et de livraison des services financiers par voie de communication multimédia, d'une façon globale et moins coûteuse.

COPULSKY ET WOLF en 2007, ont défini l'e-banking comme suit : « *Les opérations bancaires par Internet est un terme qui implique l'utilisation des ordinateurs, donc une livraison automatique par voie électronique comme "Internetbanking", et tient compte également d'autres dispositifs possibles comme le mobile " Mobile-banking ", les téléphones, les télévisions numériques "TV-banking" ... etc.* ».¹⁷

STAMOULIS en 1999 définit l'e-banking comme « *un canal de distribution et de livraison des services financiers par voie de communication multimédia, d'une façon globale et moins coûteuse* ».

DINIZ en 1997 qualifie l'e-banking de « *service fourni par plusieurs institutions financières, permettant aux clients de mener des transactions bancaires via Internet, et ce, en utilisant un moyen comme le PC, le téléphone, Minitel, ou autres* ».¹⁸

¹⁷Copulsky, J.R. et Wolf, M.J. 1997. « Relationship Marketing: Positioning for the future ». Journal of Business Strategy

¹⁸ DINIZ, E. (1998), « Web Banking in USA », Journal of Internet Banking and Commerce, vol.3, n°2

2. L'historique du e-banking :

C'est au milieu des années 80 que tout a commencé avec les banques britanniques qui ont été les premières à lancer des informations en ligne à travers le réseau téléphonique.

Depuis les premiers jours de la banque en ligne, les services bancaires en ligne ont considérablement évolué. En 1994, la banque en ligne Stanford Federal Credit Union a été la première institution financière à proposer des services bancaires en ligne. En cette même année en France, c'est la filiale Cortal de BNP Paribas, qui devient pionnier en matière de banque à distance. Sans agence, leurs clients entraient en contact avec l'établissement par courrier ou par téléphone et les opérations s'effectuaient par Minitel.

Il ne s'agissait pas vraiment d'une banque en ligne mais plutôt d'une société de courtage et d'épargne.¹⁹

Au cours des années suivantes, d'autres banques ont suivi le mouvement et ont commencé à offrir des services bancaires en ligne. L'année 1995 a vu le lancement de la première banque en ligne européenne, l'Online Bank, en Allemagne. La même année, la banque canadienne RBC a commencé à offrir des services bancaires en ligne.

À la fin des années 1990, une vague de fusions et d'acquisitions déferle sur le secteur financier, élargissant considérablement la clientèle des banques. Par la suite, les banques se tournent vers le web pour conserver leurs clients et les fidéliser. Un certain nombre de facteurs différents incitent les banquiers à se tourner davantage vers le monde virtuel.

En 2000, 80 % des banques américaines offrent des services bancaires en ligne. L'utilisation par les clients a augmenté lentement. La Bank of America met 10 ans pour acquérir 2 millions de clients e-banking. Cependant, un changement culturel important a lieu en 2001 avec la mise en ligne du web marchand (Amazon et eBay). La Bank of America devient alors la première banque à compter plus de 3 millions de clients en ligne, soit plus de 20 % de sa clientèle.²⁰

Selon une étude qu'a menée le CEFRIO (Centre francophone d'informatisation des organisations), il s'avère qu'au Québec, les opérations bancaires dominent les activités transactionnelles en ligne. En 2008, 43,0 % des adultes québécois ont réalisé des opérations bancaires en ligne. De plus, le niveau de confiance des adultes québécois envers les sites transactionnels des institutions financières se situe à 7,2 sur une échelle de 10.

Au fil des ans, les services bancaires en ligne se sont développés pour offrir une gamme de services, y compris l'ouverture de comptes bancaires, les prêts, les virements internationaux, la gestion de portefeuille et la planification financière. Les technologies de sécurité, telles que l'authentification à deux facteurs, la biométrie et le chiffrement, ont été développées pour protéger les transactions financières en ligne contre les fraudes.

¹⁹<https://www.comparobanque.com/actualites/3-histoire-de-la-banque-en-ligne>, consulté le 10/04/2023

²⁰<https://jeretiens.net/histoire-de-la-banque-en-ligne/>, consulté le 12/04/2023.

Avec l'essor des Smartphones, les banques ont également développé des applications mobiles pour permettre à leurs clients de gérer leurs comptes bancaires depuis leur téléphone portable.

De nos jours, les services bancaires en ligne sont devenus courants et largement acceptés, offrant une variété de services pratiques et accessibles à tout moment et depuis n'importe où dans le monde.

3. L'apport du e-banking pour l'institution financière :

Les institutions financières doivent se doter d'une plateforme adéquate qui garantit une sécurité et une confidentialité des renseignements lors de la transmission de la commande ou du stockage et permettant un fonctionnement sans pépins au niveau de la banque.

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

Les nouvelles technologies de l'information ont permis aux banques de gruger de nouvelles parts de marché, de rester aussi compétitives sur le plan local qu'international et d'accroître simultanément leurs productivités. Tout ceci ne peut se faire que par l'entremise d'un système d'information performant et accessible en tout temps et par tous les moyens. Sans oublier de mentionner que la dotation de ce genre de techniques rend l'organisation et l'environnement de la banque plus difficile à maîtriser. Voilà la raison pour laquelle l'institution devra se doter de nouvelles expertises et moyens pour y faire face.

Selon Diniz (1997), l'avènement de la banque électronique a permis de résoudre beaucoup de problèmes au sein des institutions financières, en leurs fournissant de nouvelles opportunités, notamment:

- Un nouveau véhicule d'information.
- Un autre moyen moins coûteux.
- Un outil efficace d'amélioration de la relation commerciale avec le client.

L'auteur ajoute que l'intégration de cette nouvelle technologie et la cohésion entre le e-banking et les clients ne font qu'améliorer les services et les activités offertes par les banques. Ces dernières doivent cependant proposer d'autres produits et services à valeur ajoutée en complément à leurs services financiers initiaux, et ce, en intégrant des technologies avancées de communication et de distribution dans leur organisation et leurs stratégies.

À cet effet, on remarque l'apparition de nouvelles prestations comme la personnalisation des menus financiers ou les services de support de l'e-banking, tels que le weblinking, l'authentification électronique, les modalités de paiements pour le commerce électronique, soit les activités sans fil d'opérations bancaires.

Tout ceci a amené à une concurrence accrue parmi les banques; elles essaient d'offrir de nouveaux produits et services à l'intention d'une clientèle devenue de plus en plus exigeante.

4. L'apport du e-banking pour le client :

La réputation de l'institution financière et la variété des services offerts sont des facteurs clés de la réussite du e-banking. Le client doit faire confiance à sa banque en ligne. Plusieurs études ont en effet démontré que la sécurité représente la principale préoccupation lors des opérations en ligne. Il est de ce fait permis d'affirmer que la présence d'une culture relationnelle dans les banques ne peut qu'entraîner une hausse de la fidélité des clients (**Berry et Thompson 1985**).

Afin de s'assurer un accès facile et une manipulation simple des opérations bancaires, le client doit, quant à lui, mettre dès que possible en pratique ses connaissances de base relatives à l'informatique et à Internet. En ce sens, **Massad (1996)** a remarqué que la propension à prendre des risques, chez les individus, est inversement proportionnelle à l'âge.

En adhérant aux services bancaires électroniques, le client est plus enclin à se sentir impliqué, plus actif et motivé à adopter cette innovation. **Durkin (2004)** a étudié cette motivation et a conclu que le client apprécie pouvoir procéder à des transactions, régler des achats et prendre les décisions relatives via Internet.

Aujourd'hui, le e-banking connaît un grand essor. Plusieurs éléments ont favorisé ce développement, plus particulièrement Internet et le guichet automatique. Avec Internet (grâce à des protocoles et des langages de programmation) les banques sont arrivées à instaurer un cadre transactionnel sécurisé qui a permis d'attirer nombre de clients. Quant aux guichets automatiques, connus sous l'abréviation GAB et que l'on retrouve, pour ainsi dire, à chaque coin de rue, ils permettent au client d'obtenir des liquidités et d'effectuer, lorsqu'il le désire, la plupart des autres opérations bancaires (paiement de factures, dépôt, mise à jour, etc.).

Le e-banking rend la vie plus facile au client d'une banque, puisqu'il n'a plus besoin de se déplacer pour, par exemple, vérifier un solde ou effectuer un paiement, l'opération étant déclenchée par le donneur d'ordres (le client) vers un exécutant (le serveur de la banque). Le client exécute ses propres opérations sans devoir avoir recours à un tiers.

Personne ne peut nier qu'avec l'avènement de la banque électronique, l'utilisateur s'est senti de plus en plus à l'aise avec sa banque.

De plus, on assiste, depuis, à des efforts fournis de la part des deux parties pour que cette innovation soit un succès et s'instaure plus facilement et plus rapidement.

5. Impact du e-banking sur la relation banque/client :

La majorité des institutions financières offrent, à quelques différences près, les mêmes produits et services à leurs clients. Ainsi, avec l'introduction des nouvelles technologies d'information et de communication, la relation institutions financières/client est devenue l'axe majeur de cette différenciation. Ceci a obligé les banques à proposer d'autres produits et services en complément aux services financiers initialement offerts, en proposant une gamme plus élargie et plus personnalisée de produits et services (**Cronin 1997**).

Pour renforcer la relation qui unit l'institution à ses clients, la banque essaie constamment, selon **Munos (1998)**, de mieux servir ses clients et de se démarquer de la concurrence en offrant un ensemble de produits et services plus globalisant, plus cohérent, plus riche et plus innovant, aussi bien pour le client que pour elle-même.

Selon **Lejeune, Préfontaine et Ricard (2001)**, l'adoption des nouvelles technologies nécessite, de la part du personnel bancaire, des compétences adaptées, pour que l'institution soit en mesure de mieux exploiter le nouveau système et savoir comment traiter avec les clients, et ce, afin de faciliter la mise en place d'une approche relationnelle.

En intégrant les nouvelles technologies dans leurs systèmes, les banques doivent tenir compte des besoins et des attentes de leurs clients alors qu'elles arrivent à maintenir une relation stable et durable basée sur la communication, l'échange et la satisfaction. La banque doit considérer ses clients comme des acteurs principaux du processus d'innovation (**Munos, 1999**). Selon cet auteur, la banque électronique rend l'institution financière et le client indissociables l'un de l'autre.

La banque et le client doivent tirer la meilleure partie de tout type de contact qu'ils peuvent avoir entre eux, la relation qui les unit devant aller au-delà de l'offre et de la consommation des produits et services; il faut donc que la banque soigne cette relation, afin qu'elle se garantisse une performance accrue et que le client soit satisfait (**Toufaily, Daghfous et Toffoli, 2009**).

Nous pouvons conclure que l'adoption de ces innovations a poussé le client à être de plus en plus autonome; il compte sur lui-même pour satisfaire ses besoins, alors qu'auparavant, c'était au banquier de procéder au paiement de factures ou au virement vers un autre compte, ce qui n'est plus le cas de nos jours. Ceci nous amène à constater une refonte et un développement de la relation banque/client.

6. Les services de e-banking :

L'e-banking propose de très nombreux services et des fonctionnalités adaptées pour tous les profils. Cela s'accompagne de droits, de responsabilités et de frais à ne pas négliger.²¹

- Consultation de compte : Les clients peuvent consulter leur solde de compte, leur historique de transactions et leurs relevés de compte en ligne ainsi que la commande de chèquiers et l'édition de RIB.^{»22}
- Virement électronique : Le e-banking offre la possibilité de transférer des fonds d'un compte à un autre d'une façon très simple et au temps réel ;
- Paiement de factures : Les clients peuvent payer leurs factures en ligne, y compris les factures de services publics, de télécommunications, etc.
- Demande de prêt en ligne : Le prêt en ligne permet d'économiser du temps et de faciliter l'ensemble de vos démarches. Il permet, comme tout crédit, d'emprunter de l'argent pour faire face à des imprévus ou financer divers besoins, tels que : Un achat de véhicule d'occasion ; Un besoin de trésorerie ; Les études de vos enfants ; Des travaux pour votre domicile.²³
- Alertes clients : Les clients peuvent recevoir des alertes en temps réel sur leur solde de compte, les transactions importantes, les changements de taux d'intérêt, etc.
- Services de sécurité : Les clients peuvent accéder à des services de sécurité en ligne, tels que la vérification en deux étapes, la protection contre la fraude, etc.
- Service clientèle : Les clients peuvent contacter le service clientèle de leur banque en ligne pour obtenir de l'aide ou poser des questions sur leurs comptes.

7. Comment utiliser une application de e-banking :

Avec l'App e-banking d'une banque, vous disposez sur votre Smartphone ou votre tablette de toutes les applications e-banking. Vous voulez contrôler rapidement votre solde de compte, passer un ordre de bourse ou numériser et payer une facture? Aucun problème! Avec l'App e-banking que vous pouvez télécharger sur Play store ou App store, c'est à la fois simple et rapide. Il vous suffit de lancer l'App et de vous connecter avec votre empreinte digitale ou grâce à la reconnaissance faciale pour voir votre solde actuel. Avec l'App e-banking, vous profitez de toutes les fonctions du e-banking, même quand vous êtes en déplacement.

²¹<https://trustpair.fr/blog/e-banking-une-revolution-pour-la-direction-financiere/?fbclid=IwAR1pOTBV6lm917XtyKHWJPTKcpay4jhcjx79zIn67CQq7OowKk5vatimyX4>

²²<https://www.bnpparibas.dz/banque-a-distance>

²³https://www.mes-allocs.fr/guides/credit-consommation/credit-en-ligne/prest-en-ligne/#Question_pret_en_ligne

8. Paiement d'une QR-facture :

Utiliser l'App Mobile Banking est le plus simple pour payer une QR-facture en ligne. Il suffit de scanner le code QR avec le Smartphone ou l'appareil photo de l'ordinateur portable et de déclencher le paiement.

9. Avantages et inconvénients du e-banking :

Nous explorerons les avantages et inconvénients du e-banking.

9.1. Avantages du e-banking :

Pour la banque : Les nouvelles technologies dans les services bancaires ont permis aux banques de mieux développer leurs services, et pour leurs clients de gérer leurs comptes à distance, d'effectuer des paiements, de transférer des fonds et de faire des transactions directement via Internet.

Diniz (1997), affirme que « l'avènement de l'e-banking a permis de résoudre beaucoup de problèmes au niveau des institutions financières, en leurs fournissant de nouvelles opportunités à savoir :

- Un nouveau véhicule d'informations ;
- Un autre moyen moins coûteux ;
- Un outil efficace d'amélioration de la relation commerciale avec le client ».

Pour la clientèle :

Durkin (2004), a affirmé que « le client apprécie de pouvoir procéder à des transactions, régler des achats et prendre les décisions y relatives via Internet ».

« Le e-banking est un service fourni par plusieurs banques. Il permet aux clients de mener des transactions bancaires à travers l'internet, en utilisant un PC, mobiles, minitel, etc. Le client pourra ainsi :

- Avoir accès aux comptes, tous les jours, même dans le weekend ;
- Voir les bilans directement et savoir la position de chèques, de cartes de crédits, des comptes de placement sur le marché monétaires ;
- Transférer des fonds entre les comptes ;
- Télécharger des informations directement à travers les relevés, les rapports et aussi par courrier électronique ou par un numéro d'appels gratuit ;
- Recevoir et payer des factures en ligne (sans chèques, enveloppes, timbres, ...)
- Avoir un accès à la base de données des banques ;
- Avoir des conseils boursiers, comparaison des services bancaires, et ;
- Visualiser l'image scannée des chèques encaissés » (Diniz, 1997).²⁴

²⁴Hosting by COPERNICUS & CITEFACTOR Revue CCA P 109

Selon Dixon et Nixon (2000) : l'apport de l'e-banking est considérable dans le quotidien du client. Il lui permet :

- d'avoir une vision globale sur les comptes avec les soldes respectifs, observer les nouvelles transactions (dépôts, retrait, etc.),
- procéder à un virement vers un autre compte de façon simple, par un simple clic et en temps réel,
- payer des factures en transférant des fonds dans les comptes des créditeurs,
- faire une demande de prêt, etc.

Le fait que le client aura l'impression d'être servi par sa banque en tout temps et à n'importe quelle heure ne fait que fortifier la relation qui les unit.

De ce qui précède on peut dire que l'avènement de la banque électronique a permis aux clients de :

- se sentir de plus en plus à l'aise avec sa banque ;
- Accéder à leurs comptes de n'importe où et à tout moment ;
- L'utilisation du compte en ligne est plus souple et rapide.

9.2. Inconvénients du e-banking :

Bien évidemment, la banque en ligne ne regorge pas seulement d'avantages mais elle présente aussi certains inconvénients.

- La perte du contact physique avec la banque ;
- L'impossibilité de faire un dépôt d'argent ;
- Le risque d'insécurité du site web de la banque ;
- Un autre inconvénient des services bancaires en ligne est qu'ils ne sont pas destinés à toutes les catégories d'âge, on trouve des personnes âgées par exemples qui n'utilisent pas les appareils électroniques ;
- Il peut être difficile pour les clients de se familiariser avec le site et le canal e-banking de la banque.

10. Les risques du e-banking :

Les risques liés à l'utilisation d'internet

10.1. Les virus et autres logiciels malveillants :

Conçus pour se reproduire et infecter votre ordinateur, les virus et autres logiciels malveillants peuvent avoir une action néfaste ou détruire toutes les données de votre ordinateur. Ils peuvent aussi permettre à une personne malveillante de prendre le contrôle de votre ordinateur (cas particulier du cheval de Troie).

Afin de réduire le risque d'infection, il est recommandé d'installer un antivirus qui les détecte et les élimine en grande partie. Les versions gratuites à télécharger remplissent bien leur rôle.

10.2. Le phishing (ou hameçonnage) :

C'est la technique de la pêche aux mots de passe : le client reçoit un courriel semblant, par exemple, provenir de sa banque (adresse, logo, signature, etc.) qui l'informe qu'il doit cliquer sur le lien proposé afin de confirmer certaines informations personnelles. Il est redirigé sur un faux site ressemblant à s'y méprendre à celui de sa banque. Il lui est demandé d'entrer ses données personnelles et confidentielles, comme le numéro d'utilisateur, le mot de passe ou un code d'accès. Pour s'en protéger, ne répondez jamais à ce type de courriels et ne cliquez pas sur les liens proposés. Passez toujours par le site de votre banque pour vous connecter. Ne communiquez à personne votre mot de passe ou vos codes d'accès. La banque ne prend d'ailleurs jamais contact avec ses clients par e-mail ou par téléphone pour demander des informations en lien avec les mots de passe ou les numéros de compte.

Lorsque vous vous connectez au site de votre banque, il y a généralement plusieurs contrôles de sécurité pour vous protéger au mieux, par exemple, il y a un numéro d'utilisateur, un mot de passe et, en plus, un facteur d'authentification qui se matérialise par SMS, smartID (votre smartphone devient une clé unique et personnalisée qui autorise votre connexion sur ordinateur en scannant un code QR) ou calculette. Lorsque vous effectuez des paiements avec un nouveau bénéficiaire, le système vous demandera, en outre, de valider une fois de plus qu'il s'agit du bon bénéficiaire.

10.3. Le détournement de session :

Lorsque vous vous êtes correctement authentifié dans votre système d'e-banking, votre ordinateur est reconnu par le système au moyen de certaines informations techniques. Le détournement de session consiste à essayer de les intercepter pour se connecter à son tour au système d'e-banking, afin d'effectuer des opérations à votre nom. Ce type d'attaques peut provoquer des situations inhabituelles sur l'ordinateur: messages d'erreur, temps d'attente étrangement long, dérangements lors de la session ou ouverture d'une fenêtre vide à la fermeture de la session.

Pour s'en protéger, il faut éviter de vous connecter sur votre site bancaire depuis un lieu public ou un réseau sans fil que vous ne connaissez pas; si votre application a un comportement inhabituel, n'hésitez pas à prendre contact avec votre banque.

10.4. Arnaques et escroquerie :

Les escroqueries sont variées, mais présentent un dénominateur commun: le criminel cherche à gagner la confiance de sa cible afin de lui soutirer un maximum d'argent. Les aînés sont plus souvent victimes d'arnaques de type faux neveu, faux héritage ou gain à la

loterie. Généralement, la victime doit payer à l'avance un «impôt anticipé» ou des «frais de dossier». Dernièrement sont apparues des variantes plus sophistiquées, sous forme de chantage émotionnel: l'escroc prétend détenir des informations sensibles ou des photos compromettantes et exige de l'argent pour ne pas les divulguer. Il s'agit alors de garder la tête froide et d'évaluer la plausibilité des dires avant toute action.²⁵

Conclusion :

En conclusion, l'évolution des technologies de l'information et de la communication a joué un rôle fondamental dans la transformation du domaine bancaire. Au fil des années, nous avons assisté à une progression constante des technologies qui ont profondément modifié la manière dont les institutions financières interagissent avec leurs clients. Cette évolution technologique continue de façonner le paysage bancaire en encourageant l'innovation et en offrant de nouvelles opportunités pour les clients et les banques. Il est essentiel que les institutions financières continuent à investir dans le développement de solutions e-banking avancées pour répondre aux attentes croissantes des clients et rester compétitives sur le marché en constante évolution.

²⁵<https://www.bcv.ch/pointsforts/votre-argent/2019/les-risques-de-l-e-banking.html>, consulté le 21/04/2023

ChapitreII:

Le e-banking en Algérie : application et état des lieux

Introduction

Au cours des dernières années, l'Algérie a réalisé des progrès significatifs dans le domaine de la connectivité et de la technologie, avec une augmentation du nombre d'utilisateurs d'Internet et de smartphones. Cela a créé un environnement propice au développement du e-banking. Les institutions financières algériennes ont commencé à proposer des services en ligne pour répondre à la demande croissante de solutions bancaires plus agiles et flexibles.

Dans ce chapitre, nous allons exposer l'état des lieux du e-banking en Algérie dans la première section nous parlerons de l'apparition et développement du e-banking en Algérie. Et dans la deuxième section nous nous intéresserons à la modernisation des systèmes et moyens de paiement en Algérie, pour terminer nous allons exposer l'impact du Covid 19 et l'accélération de l'utilisation du e-banking dans la troisième section.

Section 1 : Apparition et développement du e-banking 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, d'Europe...). A ce titre, les banques algériennes doivent aujourd'hui refondre leur système d'information afin d'accélérer leur développement.

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 leur 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).

Nous débuterons cette section en vous proposant une vue d'ensemble sur le projet du e-banking initié ainsi qu'en définissant la SATIM et le GIE monétique ainsi que leurs rôles dans ce développement.

1. Les projets du e-banking initiés :

La volonté politique de développer le e-banking s'est affichée dès les débuts des années 90 par la création de la « Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétiques » (SATIM) en 1995. 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. La réussite de ce processus de modernisation repose, notent plusieurs banquiers, sur l'efficacité du réseau de télécommunication qui représente le principal support technique du nouveau réseau monétique.

Le réseau de télécommunication contribue, en effet, à faciliter le fonctionnement des échanges et à traiter de bout en bout les opérations de paiement et les échanges de données inter et intra bancaires.²⁶

2. La SATIM :

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

SATIM a connu ces dernières années une évolution conséquente et une croissance soutenue sur ses services. À ce jour, plus de 1351 automates bancaires et 40000 terminaux de paiement électronique déployés sont connectés à ses serveurs, ajoutés à cela + 274 sites web marchands opérationnels sur sa plateforme. Cette croissance est essentiellement due à l'impact de la carte CIB sur les habitudes d'achat des citoyens algériens.²⁷

2.1. Missions 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 leur propre système d'autorisation.

²⁶www.satim-dz.comconsulté le 13/05/2023

²⁷<https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html>consulté le 13/05/2023

Plusieurs banques participent au Réseau Monétique Interbancaire de retrait d'espèces dont sept banques actionnaires de SATIM (Al Baraka, BNA, BDL, CPA, BADR, BEA, CNEP-Banque) ainsi que la CNMA et d'autres institutions, on citera notamment (Algérie-Poste, Société Générale Algérie, BNP Paribas El Djazair, Housingbank, Algéria Gulf Bank, Natixis, Fransabank, Hong Kong & Shanghai Banking Corporation « HSBC », ArabBanking Corporation « ABC », ARAB Bank et Al Salam Bank).

Aujourd'hui les porteurs de différentes institutions financières peuvent effectuer des retraits d'espèces à travers 1380 Distributeurs Automatiques de Billets installés sur le territoire national.

En plus de retrait, le client titulaire d'une carte domestique Interbancaire CIB peut régler ses achats de biens et de services, avec sa carte auprès des commerçants affiliés au Réseau Monétique Interbancaire et dotés d'un TPE.

La monétique, comme instrument d'inclusion financière, demeure au stade embryonnaire car les innovations à venir devraient offrir plus d'opportunités au secteur bancaire. On peut imaginer une jonction entre le Mobile Banking et la Carte Bancaire pour servir de catalyseurs pour une offre de produits encore plus large, pour un plus grand nombre et sûrement, une certaine rentabilité pour les banques.²⁸

2.2 Les services de la SATIM :

Les services proposés par la SATIM sont comme suit :

2.2.1. Services nationaux²⁹:

- Routage transactions
- Hébergement services monétiques
- Acquisition transactions
- Retrait sur DAB/GAB
- Paiement sur TPE
- Paiement sur Internet (E-Commerce)
- Monitoring activité monétique
- Lutte contre la fraude et gestion des litiges
- Laboratoire certification des moyens de paiement interbancaires
- Personnalisation cartes CIB et Impression des codes confidentiels (code PIN et mot de passe e-paiement)
- Personnalisation des chèques : Prestation fournie depuis 1996, la personnalisation des chèques est la première activité de SATIM offrant à l'ensemble des institutions bancaires des chéquiers normalisés et sécurisés de divers types destinés à la clientèle des agences bancaires privées et étatiques pour les particuliers et entreprises à travers le territoire national.

²⁸<https://www.satim.dz/fr/la-satim/nos-missions.html> consulté le 13/05/2023

²⁹<https://www.satim.dz/fr/la-satim/nos-services/services-domestiques.html> consulté le 14/05/2023

2.2.2 Services internationaux³⁰ :

- Routage Transactions vers les réseaux internationaux
- Traitement du flux
- Emission Cartes MasterCard
- Personnalisation Cartes MasterCard
- Acquisition Transactions
 - Retrait sur DAB/GAB
 - Paiement sur TPE
- Lutte contre la fraude et chargeback

2.3 Opérations de paiement en ligne³¹ :

Le développement de l'E-paiement en Algérie est un des principaux objectifs de SATIM, étant le précurseur de ce service et responsable de la certification technique des sites Web marchands destinés à exercer dans le E-commerce, elle met tous les moyens en œuvre pour l'accompagnement technique des entreprises dans leur projet.

Autorisé depuis la signature de la Loi E-commerce en novembre 2018, le paiement en ligne ouvert dans un premier temps aux grands facturiers est aujourd'hui accessible pour tous les entrepreneurs désireux d'intégrer le service à leurs entreprises à condition d'avoir une autorisation émise par le GIE Monétique.

L'obtention de cette autorisation permettant l'intégration du module de e-paiement n'est possible qu'après une procédure entamée par la banque acquéreur ayant signé le contrat de vente par Internet avec le Web marchand. Après accord de principe avec les autorités concernées, le commerçant sollicitera en dernier lieu la certification technique auprès de SATIM qui lui sera accordée si le site Web marchand de ce dernier respecte toutes les exigences techniques nécessaires à son bon fonctionnement.

Avec le contexte de digitalisation et de développement des technologies de communication, la généralisation du paiement en ligne en Algérie est plus qu'imminente, ce qui explique sa croissance affichée depuis le lancement de la plateforme e-paiement par SATIM en 2016.

SATIM fournit la solution de paiement en ligne qui est un moyen sûr et simple de réaliser et de recevoir des paiements en toute sécurité. Le service de paiement en ligne assuré par SATIM est à votre service pour mettre en place le paiement par carte CIB sur Internet, et ainsi permettre à vos clients de dépenser sans soucis. Les transactions se font sans complications et en toute sécurité.

³⁰<https://www.satim.dz/fr/la-satim/nos-services/services-internationaux.html> consulté le 13/05/2023

³¹<https://www.satim.dz/fr/services-cib/operations-de-paiement-en-ligne.html> consulté le 14/05/2023

Parmi ses avantages :

- Une garantie de paiement pour le commerçant.
- Permettre à une entreprise ou un particulier d'atteindre le marché mondial.
- Une fluidité en caisse
- Augmentation des ventes
- Faciliter la gestion commerciale et la comptabilité de l'entreprise/magasin.
- Eviter les faux billets.
- Eviter de devoir circuler avec des espèces sur soi.
- La sécurité, si vous perdez ou si on vous vole votre carte, elle sera inutilisable sans le code PIN.

3. La création du Groupement d'Intérêts Economiques Monétique :

La création du GIE monétique en Juin 2014 vient appuyer la démarche stratégique qu'a entrepris l'Algérie pour mettre en place un système de paiement électronique efficient qui contribuera à la modernisation du système bancaire.

Le GIE Monétique est un groupement autonome, constitué sans capital et à but non lucratif, il est composé de 19 membres adhérents dont 18 banques et Algérie Poste. La Banque d'Algérie y participe en tant que membre non adhérent pour s'assurer de la sécurité des systèmes et des moyens de paiement ainsi que de la production et de la pertinence des normes applicables en la matière, conformément à la réglementation en vigueur.³²

Le GIE monétique permet la mise en place d'une monétique nationale complètement interbancaire en associant Algérie Poste tout en assurant l'ouverture sur le monde à travers VISA et MasterCard.

Il a pour objectif de promouvoir la monétique par la généralisation de l'usage de la carte de paiement à travers toutes ses extensions.

3.1. Les fonctions du groupement d'intérêts économiques monétique :

Le GIE Monétique pilote le système monétique par le biais des fonctions essentielles suivantes :³³

- La gestion des standards, spécifications et normes dans le secteur de la monétique ;
- La définition des produits monétiques bancaires et des règles de leur mise en œuvre opérationnelle ;
- La gestion de la plate-forme technique de routage ;
- L'homologation ; • La gestion de la sécurité.

Il concrétise ainsi une transparence dans la définition des normes et des règles de l'activité monétique de façon à libérer les initiatives d'investissement dans l'industrie de la monétique. L'objectif étant de promouvoir la monétique par la généralisation de l'usage des moyens de paiement électronique.

³²<https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/gie-monetique> consulté le 22/08/2023

³³www.satim-dz.com consulté le 13/05/2023

4 . L'évolution du e-banking en Algérie :

Les actions entreprises par la SATIM pour le e-banking ne se sont ressenties qu'à partir de 2002 ; soit 07 ans après sa création.

Entre 2002 et 2005, différentes actions ont été entamées pour la mise en place d'un système de paiement interbancaire à savoir :

- Le développement d'un réseau monétaire interbancaire (RMI) assurant la sécurité et l'interopérabilité du système de retrait et de paiement sur DAB et TPE ;
- L'adoption, entre 2003 et 2004, d'un système de paiement par carte conforme aux normes EMV, et la création d'un comité monétique interbancaire (COMI) en 2005

Concernant la deuxième phase ; entre 2006 et 2008, des efforts considérables ont été déployés pour :

- Le développement du système de paiement interbancaire (CIB) qui a connu le lancement du pilote du système en 2006 ;
- La généralisation en 2007 ;
- Des efforts d'extension en 2008.

Durant cette période, le système de la SATIM offrait deux principaux services qui sont : le retrait d'argent à partir des DAB et le règlement des transactions à partir des terminaux de paiement électronique (TPE) acquis par les commerçants.

Les institutions du secteur monétaire offraient à la clientèle deux types particuliers de cartes électroniques :

- Les cartes de retrait dont les fonctionnalités se limitaient au retrait d'argent à partir des DAB et à la consultation de compte ;
- Les cartes de paiement dont les fonctionnalités s'étendaient au paiement des factures d'achats sur TPE, et aux services bancaires par internet et par téléphone.

Pendant la troisième période ; à partir de 2008, les actions entreprises par la SATIM visaient le développement progressif de services proposés par les banques sur leurs sites internet (consultation des soldes, demande de chèquiers, demande de relevés d'identité bancaire, virements,...etc.), via les téléphones portables, ainsi que l'introduction des systèmes de paiement sur le net.

Il faut souligner aussi que les efforts déployés par Algérie Poste sont considérables et qui se sont traduits par différents projets dans ce domaine portant sur :

- La généralisation des cartes de retrait électronique à l'ensemble des clients de l'entreprise ;
- La mise à disposition de cartes de paiement CIB ;
- L'élargissement du réseau de DAB ;
- Le développement progressif de services présentés à la clientèle via internet et téléphone mobile.

Section 02 : le système de paiement électronique en Algérie

Les banques algériennes ont procédé à l'adoption des nouvelles technologies de transmission de données et d'évolution de l'informatique, pour mettre en place des nouveaux systèmes de paiement et ce en 2003 pour assurer la rapidité et la sécurité de règlement des comptes entre banques, qui a pour conséquence de contribuer au processus de bancarisation et de modernisation du système bancaire algérien.

Dans cette deuxième section du chapitre II, nous allons explorer les Notions fondamentales sur le système de paiement électronique, ainsi que l'organisation et infrastructure du système de paiement algérien.

1. Notions fondamentales sur le système de paiement électronique :

Les systèmes de paiement électroniques sont basés sur la technologie informatique. Ils utilisent des ordinateurs, des réseaux de communication et des logiciels pour traiter les transactions. Les systèmes de paiement électroniques sont généralement gérés par des banques ou d'autres institutions financières.

1.1. Définition du paiement :

Payer est l'un des actes les plus ordinaires et les plus simples de la vie quotidienne de tout un chacun (particulier, commerçant, entreprise...) ³⁴, c'est le transfert d'une créance monétaire du payeur sur un tiers (comme une banque) acceptable par le bénéficiaire ³⁵. Donc l'opération de paiement consiste à retirer des fonds déposés sur un compte bancaire ou de demander le transfert au profit de soi-même ou d'une autre personne.

Le paiement est un transfert par le débiteur d'une créance monétaire sur un tiers recevable par le créancier. Une telle créance prend généralement la forme de billets de banque ou de dépôt auprès d'un établissement financier ou de la banque centrale. ³⁶

1.2. Définition d'un système de paiement :

Un système de paiement est la composante la plus importante dans un système monétaire ou financier d'un pays, le bon fonctionnement de celui-ci assure le bon fonctionnement du système économique du pays.

Un système de paiement est le mécanisme qui permet de transférer les fonds. Le système de paiement assure la compensation et le règlement des ordres de paiement ³⁷

La définition la plus utilisée pour définir le système de paiement est celle attribuée par le comité sur le système de paiement et de règlements (CSPR) de la banque des Règlements

³⁴RegisBouyala , « le monde des paiements », Ed revue banque édition, Paris, 2005, P13.

³⁵Dominique rambour :*les systèmes de paiement*, édition ECONOMICA, Paris, 2005, P.12

³⁶CSPR, Glossaire des termes utilisés pour les systèmes de paiement et de règlement, BRI, mars 2003, P 37

³⁷ Dominique rambour :*les systèmes de paiement*, édition ECONOMICA, Paris, 2005, P.12

Internationaux (BRI) : « un système de paiement est constitué d'un ensemble d'instrument, de procédures bancaire et particulièrement de systèmes de transferts de fonds interbancaires qui assurent la circulation de la monnaie »

Alors, les principales composantes d'un système de paiement national sont les suivantes³⁸ :

- Instrument de paiement servant à orienter et inciter le transfert de fonds entre les comptes des bénéficiaires et des payeurs auprès des établissements financiers ;
- Réseaux nécessaires pour le traitement et la diffusion des informations sur les paiements, l'exécution et la compensation des instruments aussi que pour le transfert des fonds entre les établissements des payeurs et des receveurs ;
- Etablissement qui propose des produits financiers et des services de paiement aux particuliers, entreprises et aux organismes qui gèrent des réseaux de services pour l'exécution, la compensation et le règlement des opérations de paiement pour ces établissements financiers ;
- Convention, contacts et réglementation de : la production, la tarification, la fourniture et l'acquisition de divers services et instruments de paiement ;
- Lois, normes, procédures et réglementation établies par les tribunaux et les législations pour encadrer le processus de transfert des paiements et le fonctionnement des marchés des services de paiement.

1.3. Définition d'un paiement électronique :

Paiement électronique ou transaction électronique, est une transaction (désignent généralement une transaction commerciale électronique ou une transaction bancaire électronique) sécurisée qui est effectuée, lors d'un achat, d'une vente ou d'un paiement en ligne, par l'intermédiaire du réseau Internet.

1.4. Définition d'un système de paiement électronique :

C'est un système de paiement informatisé qui permet d'opérer un transfert de fonds instantané d'un compte bancaire vers un autre.³⁹

2. La modernisation des systèmes de paiement en Algérie :

Ce projet consiste en deux volets : premièrement le système de règlements bruts en temps réel de gros montants et paiements urgents dénommé Alegria real time settlements (ARTGS), deuxièmement le système de paiements de masse dénommé Alegria Télé Compensation Interbancaire (ATCI).

³⁸CSPR, Orientations générales pour le développement d'un système de paiement national, BRI, janvier 2006,P 02.

³⁹www.larousse.fr, consulté le 29/05/2023

2.1. Le passage de la compensation manuelle à la télé-compensation :

Afin de garantir une meilleure sécurité et rapidité dans les transactions bancaires, l'Algérie a modernisé son système de paiement passant de la compensation manuelle vers la télé-compensation, pour garantir plus de sécurité et de rapidité des opérations bancaires.

2.1.1. Définition de la compensation manuelle :

« Dans le cadre de la compensation manuelle, les représentants des banques se réunissent chaque jour à une heure fixe dans la chambre de compensation où ils apportent les chèques, effets, ordres de virement...etc., à échanger. Ces instruments de paiement sont transportés par voiture, train, camion...etc., un nombre limité de banques envoie leur représentant, tandis que les autres s'en remettent aux banques participantes pour les représenter. »⁴⁰ C'est-à-dire que la compensation manuelle est un ensemble de procédures par laquelle certaines institutions financières communiquent, échangent des informations ou des documents relatifs à des transferts de fonds avec d'autres institutions financières dans un seul et même lieu (chambre de compensation).

2.1.2. Les contraintes et rigidité de la compensation manuelle :

Le contexte prévaut au moment de la prise en charge du projet par le Ministère des Finances était caractérisé par les contraintes et rigidités suivantes⁴¹

- Une compensation manuelle est de longs délais de recouvrement ;
- Domination du chèque de retrait dans l'usage des moyens scripturaux ;
- Une absence de normes et pratiques concernant les caractéristiques Interbancaires des moyens de paiement, en termes de sécurité ;
- Les logiciels de paiements dans quelques banques ne sont pas tellement sécurisés ;
- Faible utilisation des virements et prélèvements et utilisation marginale des effets de commerce
- Usage limité de la carte, circonscrite à la carte de retrait à piste magnétique ;
- La réglementation bancaire permet l'achat des chèques de banque même si la relation n'est pas domiciliée dans cette banque, d'où une fraude fiscale pour les comptes courants
- Utilisation des fax et téléphones : constitue des charges inutiles ;
- Utilisation abusive d'imprimés.

⁴⁰ MOSTAPHA, Hashem SHERIF. « Paiements électroniques sécurisés », Edition presses polytechniques et universitaires ramandes, 2007, p 347

⁴¹ MOHAMED, Ben Bouziane. La bonne gouvernance : un préalable à la modernisation et au développement du système bancaire, séminaire, université de Tlemcen, p09.

2.1.3. Les objectifs de la modernisation :

Les objectifs assignés à la modernisation des systèmes de paiement visent l'amélioration des services bancaires de base au profit de la clientèle, la traçabilité de bout en bout des opérations de paiement et l'amélioration des canaux de transmission de la politique monétaire.

Ces objectifs se déclinent sur les actions suivantes :⁴²

- Adapter les systèmes de paiement, de compensation et de règlement interbancaires aux besoins des administrations, des entreprises et des particuliers et tenir compte des exigences d'une économie moderne, plus particulièrement en promouvant le développement des nouveaux instruments électroniques ;
- Réduire les délais de règlement, notamment, pour les échanges hors place ; · rationaliser et améliorer les procédures et mécanismes de recouvrement des instruments de paiement support papier tels que chèques et lettres de change ;
- Favoriser le développement des instruments de paiement électroniques, notamment, la carte, le virement et le prélèvement automatique ;
- Réduire le coût global de gestion des paiements ainsi que le coût des liquidités immobilisées dans les comptes de règlement des banques ;
- Introduire les normes internationales en matière de gestion des risques de liquidité, de crédit et de protection contre les risques systémiques surtout dans le système de règlements bruts en temps réel de gros montants ;
- Renforcer l'efficacité et la sécurité des échanges et de la politique monétaire.

2.2. Les nouveaux systèmes de paiement :

La modernisation du système de paiement en Algérie s'articule essentiellement sur les systèmes de paiement de masse et le système de paiement de gros montants.

2.2.1. Le système de télé-compensation de paiement de masse :

Le système de télé-compensation des paiements de masse (ATCI) mis en place dès 2006 dans le cadre du processus de réforme bancaire est un procédé qui permet « l'échange de tous les moyens de paiement de masse (chèques, effets, virements, prélèvements automatiques, opération sur carte) ».

Il consiste, ainsi, en la mise en place des circuits d'échanges interbancaires dématérialisés et sécurisés et totalement automatisés afin de réduire les délais des transactions avec une meilleure qualité de service.⁴³

⁴²Rapport de la Banque d'Algérie, « Chapitre VI : Modernisation de l'infrastructure des systèmes de paiement », 2006, page 105.

⁴³Rapport de la Banque d'Algérie, « Chapitre VI : Modernisation de l'infrastructure des systèmes de paiement », 2006, page 110.

C'est un système informatique installé dans les locaux de la Banque d'Algérie qui est considéré comme opérateur de ce système en assurant son bon fonctionnement une fois il est mis en place.

Ce dernier est composé d'un site nominal, Un site de back up à chaud et enfin Un site back up à froid distant.

2.2.1.1. Fonctionnement du système de télé-compensation des paiements de masse :

Le fonctionnement du système ATCI en deux phases essentielles :

- Une phase d'échange en continu des ordres de paiement entre les participants, suivant le profil de la journée d'échange ;
- Une phase de calcul des positions nettes multilatérales par participant avant la clôture de la journée d'échange ;

Le règlement des soldes n'est effectif que si l'ensemble des positions nettes débitrices sont couvertes par la provision existant dans les comptes de règlement respectifs.

2.2.1.2. Objectifs du système de télé-compensation des paiements de masse :

Le système ATCI semble avoir plusieurs buts :

- La réduction des délais de recouvrement interbancaires et des échanges interbancaires ;
- Développement des moyens de paiements moderne (opération par carte... etc.) ;
- La sécurité des transactions bancaires ;
- L'amélioration de la qualité et la fiabilité des informations restituées.

2.2.2. Le système de règlement brut en temps réel de gros montants et de paiement urgent :

Le système à règlement brut en temps réel est qualifié de RBTR en français, et de RTGS en anglais (Real Time Gross Settlements), est un système⁴⁴ de paiement interbancaire automatisé où s'effectuent des paiements uniquement par ordres de virement un par un et en temps réel, c'est-à-dire, sans compensation. Il a été réalisé selon les standards internationaux, notamment en matière de fiabilité et sécurité des échanges.

Ce dernier est appelé aussi Algeria Real Time Settlement, il est entré en vigueur le 13 Octobre 2005 conformément aux dispositions du règlement N°05-04 et mis en production le 8 Février 2006.

⁴⁴NAZERI.B, Coulibaly. « La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) », Centre Africain d'Etude supérieures en Gestion (CESAG), mémoire de fin d'étude, promotion 2002, p14

RTGS est composé d'une plate-forme de production reliée à des plates-formes dites "participant" installées au niveau des banques. En outre, le système RTGS dispose d'une plate-forme de secours à chaud qui réplique les paiements en cas de problèmes rencontrés sur la plate-forme de production et prend en charge automatiquement la suite des opérations. Enfin il est géré par la direction générale des réseaux et les systèmes de paiements de la banque d'Algérie.

2.2.2.1. Fonctionnement du système de règlement brut en temps réel de gros montants :

Le système RTGS est représenté par quatre piliers :

- Il doit permettre un traitement des opérations sur une base unitaire. Les opérations sont traitées une par une après vérification de l'existence de la provision dans les comptes de l'établissement donneur d'ordre ;
- Il doit traiter les opérations en temps réel c'est-à-dire dès réception. L'imputation des opérations en comptabilité et le transfert de la provision du compte de l'émetteur de l'ordre au compte du bénéficiaire se font simultanément ;
- Le système fonctionne en monnaie centrale ce qui assure la finalité du règlement;
- Les règlements se font par débit des comptes du donneur d'ordre et crédit des comptes du bénéficiaire. De ce fait, les soldes débiteurs ne sont pas autorisés ce qui peut créer des files d'attente.

2.2.2.2 Les objectifs du système de règlement brut en temps réel de gros montants :

Les objectifs sont les suivants :⁴⁵

- L'amélioration considérable des délais de recouvrement des créances des entreprises qui optent pour les paiements urgents. Ce qui améliore de facto la gestion de la trésorerie de ces entreprises ;
- L'optimisation de la gestion de trésorerie de chaque banque participante ;
- Une meilleure efficacité dans la conduite de la politique monétaire par la Banque d'Algérie conduisant à une utilisation efficiente des ressources dans l'économie.

3. Organisation et infrastructure du système de paiement algérien :

3.1. La Banque d'Algérie :

La Banque Centrale d'Algérie fut créée par la loi numéro 62-144 notée par l'assemblée constituante le 13 décembre 1962, portant et fixant les statuts de la Banque Centrale. La Banque d'Algérie a pour rôle de maintenir dans le domaine de la monnaie, du crédit et des échanges, les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie.

⁴⁵Rapport de la Banque d'Algérie, « Chapitre VI : Modernisation de l'infrastructure du système bancaire », 2006, page 119

Ainsi et relativement au système de paiement, elle veille au bon fonctionnement et à la sécurité du système de paiement, du système de compensation, de règlement et de livraison des instruments financiers. La Banque d'Algérie établit les conditions générales dans lesquelles les banques et les établissements financiers algériens et étrangers peuvent être autorisés à se constituer en Algérie et à y opérer. En outre, elle établit les conditions dans lesquelles cette autorisation peut être modifiée ou retirée.⁴⁶

3.2. Les banques commerciales :

Les banques commerciales sont les banques agréées par la Banque d'Algérie qui effectuent les opérations de banque tels que l'octroi de crédit, la collecte des fonds, l'initiation et la promotion des instruments de paiement ainsi que l'activité de conseil.

Aussi, dans les banques commerciales on peut distinguer, les banques privées comme Banque AL BARAKA d'Algérie ; City Bank N.A Algeria SB ; ArabBanking Corporation-Algeria (ABC) ; Natixis Algérie ; Société générale Algérie ; Arab Bank PLC-Algeria SB ; BNP Paribas Al-Djazair ; Trust Bank-Algérie ; The Housing Bank for Trade and Finance Algeria ; Gulf Bank Algeria et Fransabank Al-Djazair. Ces dernières jouent un rôle très important pour le développement de l'activité monétaire en Algérie par leurs participations au système de paiement par la transmission des ordres au système RTGS.

Et les banques publiques dont Banque extérieur d'Algérie (BEA) ; Banque Nationale d'Algérie (BNA) ; Crédit Populaire d'Algérie (CPA) ; Banque de développement local (BDL) ; Banque de l'agriculture et de développement rural (BADR) et Caisse Nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP Banque).

3.3. Les autres acteurs :

Les autres acteurs se présentent comme suit :

3.3.1. Algérie Clearing :

Algérie Clearing est l'organisme gérant le système de règlement livraison espèces contre titres résultant des transactions réalisées au niveau de la bourse d'Alger. Son capital social est ouvert à la SGBV, aux IOB agréées, aux sociétés émettrices, au Trésor Public et à la Banque d'Algérie⁴⁷.

Alegria Clearing a été créé par les six banques publiques (BNA, CPA, BADR, BEA, CNEP Banque et BDL) et les trois sociétés émettrices (EGH, El AURASSI, ERIAD Sétif, Groupe SAIDAL).

⁴⁶<http://www.bank-of-algeria.dz/html/present.htm>, consulté le 05/06/2023

⁴⁷ <http://www.cosob.org/algerie-clering/> consulté le 06/05/2023

Il assure les principales missions ci-dessous, sous la supervision de la COSOB:

- Le dénouement des transactions réalisées au niveau de la bourse et de gré à gré ;
- L'assurance d'une convention des titres ;
- L'assurance des mouvements de titres d'un compte à un autre ;
- L'administration des titres pour permettre aux intervenants agés d'exercer leurs droits y afférents (paiement des intérêts et des dividendes) ;
- La prise en charge de la codification légale des titres ;
- La publication des informations relatives au marché ;
- La dématérialisation des titres des sociétés cotées.

3.3.2. Le Centre de Pré-Compensation Interbancaire :

- Le CPI est une société par action filiale de la Banque d'Algérie qui est responsable de la gestion du système ATCI.
- Il assure comme fonction La gestion des échanges, de la Télé compensation, des mouvements nets de règlement et l'archivage des données, La supervision du fonctionnement du système, L'élaboration des statistiques et l'agrément des plates-formes, La gestion des flux d'échanges et le calcul des soldes multilatéraux des participants à déverser au RTGS.

3.3.3. L'Association des Banquiers et des établissements Financiers :

L'ABEF a été créé en Octobre 1994 par les neuf (09) membres fondateurs suivants : BEA, BNA, CPA, BADR, CNEP Banque, Al BARAKA, BAMIC, BDL, BAD. Actuellement, elle compte vingt-neuf membres dont vingt banques, cinq sociétés de leasing et quatre établissements financiers⁴⁸.

3.3.4. Algérie Poste :

Algérie Poste est un établissement public Algérien à caractère industriel et commercial. Elle effectue plusieurs opérations comme : La gestion des moyens de paiement, La collecte de fonds public, La gestion de certains comptes courants tel que Les comptes chèques postaux des salariés.

3.3.5. Le Trésor Public :

Le Trésor Public est un exécuter du budget de l'état, des services financiers des établissements publics ainsi que ceux des collectivités locales.

⁴⁸<https://www.abef-dz.org/abef/?q=presentation.html> , consulté le 10/06/2023

Section 03 : Le Covid-19 et l'accélération de l'utilisation du e-banking

La pandémie de la COVID-19 est à l'origine de bouleversements d'une ampleur inédite dans notre vie quotidienne et au sein de l'économie.

Elle a provoqué un choc économique sans précédent et cela dans plusieurs secteurs économiques. Malgré cette situation un élément majeur a permis la continuation de plusieurs activités, il s'agit de la de la digitalisation.

Dans ce contexte, la digitalisation et la transformation par la technologie des services financiers vont s'accélérer pour s'adapter à ces nouveaux besoins qui s'annoncent comme nos futurs modes de vie et de consommation.

Dans cette section du chapitre, nous explorerons en détail le contexte de la COVID19 et son historique, ainsi que l'impact de la pandémie sur l'utilisation des moyens de paiement électronique dans le monde et en Algérie.

1. COVID-19 contexte et historique :

La **pandémie de Covid-19** est une pandémie d'une maladie infectieuse émergente, appelée la maladie à coronavirus 2019 ou Covid-19, provoquée par le coronavirus SARS-CoV-2. Elle apparaît le 16 novembre 2019 à Wuhan, dans la province du Hubei (en Chine centrale), avant de se propager dans le monde.

L'Organisation mondiale de la santé (OMS) alerte dans un premier temps la république populaire de Chine et ses autres États membres, puis prononce l'état d'urgence de santé publique de portée internationale le 30 janvier 2020.

Le 11 mars 2020, l'épidémie de Covid-19 est déclarée pandémie, par l'OMS qui demande des mesures de protection essentielles pour prévenir la saturation des services de soins intensifs et pour renforcer l'hygiène préventive (suppression des contacts physiques, bises et poignées de mains, fin des attroupements ainsi que des déplacements et voyages non indispensables, promotion du lavage des mains, mise en application de quarantaine, etc.).⁴⁹

L'épidémie de la COVID-19 a créé une crisesanitaire et économique sans précédent, affectantd'innombrables personnes, familles et communautés.

Pour indiquer la propagation du virus, de nombreux pays ont adopté des mesures de confinement et de contrôle des déplacements, limité les activités commerciales et sociales, et consacré d'énormes ressources budgétaires à des interventions de santé publique.

⁴⁹https://fr.wikipedia.org/wiki/Pand%C3%A9mie_de_Covid-19 consulté le12/06/2023

Les répercussions économiques et sociales de ces mesures restent d'actualité pour des millions de personnes et d'entreprises dans le monde entier. Comme dans la plupart des situations de crise, les effets s'avèrent plus graves pour les populations pauvres et les groupes déjà défavorisés et vulnérables.

L'Organisation mondiale de la santé déclare la fin de l'urgence sanitaire internationale le 5 mai 2023.



l'Organisation Internationale du Travail (OIT) a observé que les pertes d'emploi survenues en 2020 ont concerné davantage les femmes que les hommes, et davantage les jeunes travailleurs que les travailleurs plus âgés¹.



En termes d'infections et de décès, la pandémie a également affecté de manière disproportionnée les personnes à faible revenu, tant dans les pays qu'entre les pays².

> 120
MILLIONS DE
PERSONNES

De fait, la pauvreté mondiale devrait augmenter considérablement pour la première fois depuis 20 ans, puisque de 119 à 124 millions de personnes auraient basculé dans la pauvreté en raison de la COVID-19³.



De même, par comparaison avec les grandes entreprises, les effets de la crise ont été particulièrement graves pour les petites et moyennes entreprises (PME), en particulier celles du secteur informel et celles dirigées par les femmes, qui présentent des niveaux plus élevés de vulnérabilité et une moindre résilience⁴.

2. Le COVID-19 a favorisé l'essor mondial des paiements numériques :

La pandémie de COVID-19 a accéléré l'inclusion financière, avec une forte croissance des paiements numériques dans un contexte d'expansion mondiale des services financiers formels. Selon la base de données Global Findex 2021, cette expansion a permis de créer de nouvelles opportunités économiques, en réduisant l'écart entre les sexes dans les taux de possession d'un compte courant et en renforçant la capacité des ménages à mieux résister aux chocs financiers.

En 2021, 76 % des adultes dans le monde disposent d'un compte dans une banque, une autre institution financière ou auprès d'un prestataire de services d'argent mobile, contre 68 % en 2017 et 51 % en 2011. Il est important de noter que cette progression est répartie de manière homogène dans un plus grand nombre de pays. Alors que, au cours de la dernière décennie, une grande partie de la croissance se concentrait en Inde et en Chine, la dernière enquête Findex révèle que, depuis 2017, 34 pays ont enregistré une croissance à deux chiffres des taux de détention d'un compte courant.

Deux tiers des adultes dans le monde effectuent ou reçoivent désormais des paiements numériques, et, dans les économies en développement, la proportion est passée de 35 % en 2014 à 57 % en 2021. Dans ces pays, 71 % des habitants ont un compte dans une banque, une autre institution financière ou auprès d'un prestataire de services d'argent mobile, contre 63 % en 2017 et 42 % en 2011.

Dans les économies en développement, environ 36 % des adultes reçoivent aujourd'hui un salaire, un versement de l'État, un paiement pour la vente de produits agricoles ou un transfert de fonds national sur un compte courant. D'après les données, le versement d'une somme d'argent sur un compte plutôt qu'en espèces peut inciter les individus à recourir au système financier formel : 83 % des individus qui reçoivent des paiements numériques en effectuent également. Près de deux tiers des personnes interrogées se sont servies de leur compte pour réaliser des opérations d'encaissement ou de décaissement, et environ 40 % pour épargner, contribuant ainsi au développement de l'écosystème financier.

3.1 Les faits marquants par région

➤ **Asie de l'Est et Pacifique**

En **Asie de l'Est et Pacifique**, la situation de l'inclusion financière est très contrastée selon qu'il s'agit de la Chine ou des autres économies de la région. En Chine, 89 % des adultes ont un compte, et 82 % des adultes l'ont utilisé pour effectuer des paiements numériques chez des commerçants. Dans le reste de la région, 59 % des adultes sont titulaires d'un compte et 23 % des adultes ont effectué des paiements numériques auprès de commerçants, dont 54 % pour la première fois après le début de la pandémie de COVID-19. Au Cambodge, au Myanmar, aux Philippines et en Thaïlande, les taux de possession d'un compte ont enregistré une progression à deux chiffres.

➤ **Europe et Asie centrale**

En **Europe et Asie centrale**, la possession d'un compte a augmenté de 13 points de pourcentage depuis 2017 pour atteindre 78 % des adultes. Le recours aux services numériques est robuste : environ trois quarts des adultes ont utilisé un compte pour effectuer ou recevoir un paiement numérique. En outre, 10 % d'entre eux ont effectué un paiement numérique chez un commerçant pour la première fois lors de la pandémie de COVID-19. La technologie numérique pourrait encore accroître cette tendance pour les 80 millions d'adultes qui possèdent un compte mais qui ont continué à régler leurs achats uniquement en espèces, dont 20 millions en Russie et 19 millions en Türkiye, les deux plus grandes économies de la région.

➤ **Amérique latine et Caraïbes**

Dans la région **Amérique latine et Caraïbes**, les taux de détention d'un compte courant ont progressé de 18 points de pourcentage depuis 2017, pour atteindre 73 % des adultes. Il s'agit de la plus forte hausse de toutes les régions du monde en développement. Les paiements numériques jouent un rôle clé : 40 % des adultes ont effectué un paiement

numérique auprès d'un commerçant, dont 14 % pour la première fois pendant la pandémie. Cette dernière a en outre favorisé l'adoption du numérique pour les 15 % d'adultes qui ont réglé pour la première fois une facture directement à partir de leur compte, soit plus du double de la moyenne des pays en développement. Le recours aux paiements numériques présente encore une belle marge de progression : 150 millions d'adultes disposant d'un compte bancaire effectuent encore leurs paiements uniquement en espèces, dont plus de 50 millions au Brésil et 16 millions en Colombie.

➤ **Moyen-Orient et Afrique du Nord**

Au **Moyen-Orient et Afrique du Nord**, l'écart entre les sexes s'est réduit, passant de 17 points de pourcentage en 2017 à 13 points: 42 % des femmes possèdent désormais un compte courant, contre 54 % des hommes. La hausse des taux de possession d'un compte dans la région passe largement par la numérisation des paiements actuellement effectués en espèces, notamment pour la vente de produits agricoles et le versement des salaires du secteur privé (environ 20 millions d'adultes sans compte bancaire ont reçu leur salaire en espèces, dont 10 millions en République arabe d'Égypte). Le passage à des modes d'épargne formels recèle aussi un important potentiel: actuellement, environ 14 millions d'adultes sans compte bancaire, dont 7 millions de femmes, épargnent au moyen de méthodes semi-formelles.

➤ **Asie du Sud**

En **Asie du Sud**, 68 % des adultes sont titulaires d'un compte, un pourcentage qui n'a pas évolué depuis 2017, même s'il existe de fortes variations au sein de la région. En Inde et à Sri Lanka, par exemple, respectivement 78 % et 89 % des adultes ont un compte. Cependant, les services numériques ont permis d'accroître l'utilisation de ces comptes, puisque 34 % des adultes s'en sont servis pour effectuer ou encaisser un paiement, contre 28 % en 2017. Les paiements numériques pourraient augmenter à la fois la possession et l'utilisation des comptes, étant donné la prédominance persistante du recours aux espèces pour effectuer des paiements chez les commerçants, même parmi les titulaires de comptes.

➤ **Afrique subsaharienne**

En **Afrique subsaharienne**, l'adoption de l'argent mobile a continué de progresser. Quelque 33 % des adultes possèdent désormais un compte d'argent mobile, soit trois fois plus que la moyenne mondiale (10 %). Même si les services d'argent mobile ont à l'origine été conçus pour permettre aux utilisateurs d'envoyer des fonds à des amis et à des membres de la famille vivant dans une autre partie du pays, leur adoption et leurs usages se sont développés : en 2021, trois détenteurs d'un compte d'argent mobile sur quatre ont effectué ou reçu au moins un paiement qui n'était pas une transaction entre particuliers et 15 % des adultes ont utilisé leur compte pour épargner. Pour accroître les taux de possession d'un compte courant dans la région, il est particulièrement stratégique de soutenir la numérisation des paiements pour les 65 millions d'adultes non bancarisés qui reçoivent encore des paiements en espèces pour la vente de produits agricoles, et d'élargir le nombre de détenteurs de téléphones mobiles, étant donné que la non possession d'un téléphone est citée comme un obstacle à l'adoption d'un

compte d'argent mobile. En Afrique subsaharienne, les difficultés liées à l'acquittement des frais de scolarité sont plus prégnantes qu'ailleurs dans le monde. Il serait par conséquent opportun de mettre en place des politiques ou des produits financiers qui favorisent une épargne axée sur l'éducation.⁵⁰

3. L'incidence de la pandémie du Coronavirus sur l'utilisation des moyens de paiement électronique en Algérie:

Le paiement électronique est d'une manière générale un moyen permettant d'effectuer des transactions commerciales pour l'achat de biens ou de services sur Internet.

Depuis le mois d'octobre 2016, le paiement sur Internet qui s'articule principalement sur l'utilisation de carte interbancaire CIB est officiellement opérationnel en Algérie.

Dans un premier temps, le service e-paiement a été ouvert pour les grands facturiers (les sociétés de distribution d'eau, d'énergie (gaz et électricité), de téléphonie fixe et mobile, les compagnies d'assurances et de transport aérien et quelques administrations). Mais aujourd'hui, une centaine de Web marchands sont adhérents au système de paiement sur internet par carte interbancaire.

➤ Nombre de cartes CIB en circulation

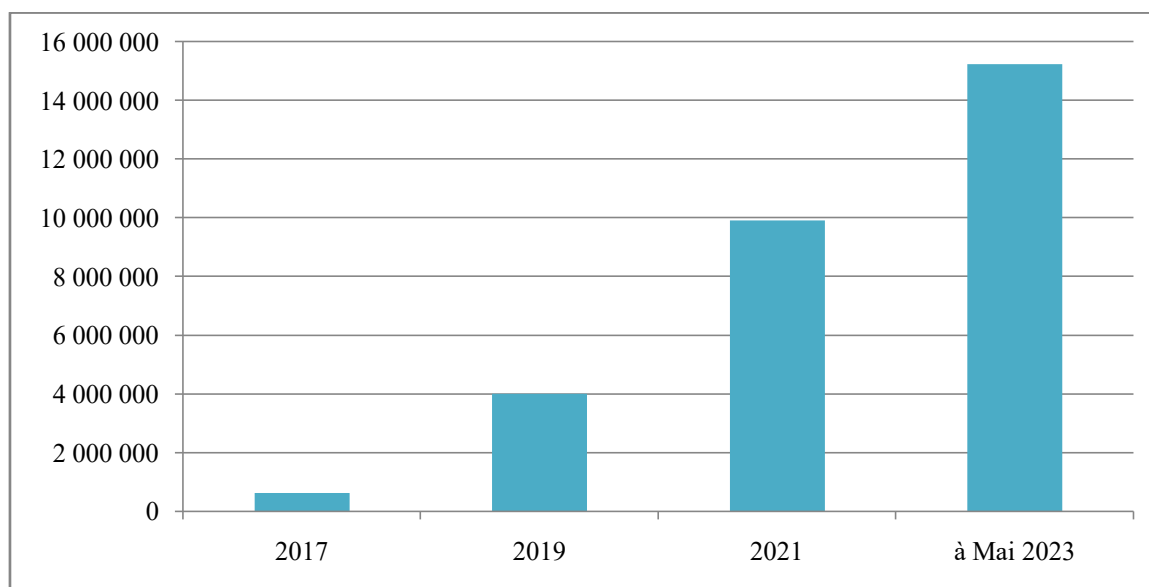
La carte interbancaire de retrait et de paiement est à la fois à piste magnétique et à puce qui gère et sécurise les transactions de paiement. Elle est associée à un compte bancaire, elle permet à son détenteur d'effectuer, sur tout le territoire national, le paiement des achats de biens et services auprès des commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire acceptant les cartes (tels que les hôtels, les supermarchés, les restaurants, les magasins, les pharmacies...), elle permet aussi de régler ses factures auprès des grands facturiers.

Tableau n° 01 : Nombre des cartes CIB en circulation en Algérie

Année	Nombre des cartes CIB en circulation en Algérie
2017	619 935
2019	4 000 000
2021	9 909 794
à Mai 2023	15 231 662

Réalisé par nos soins à partir des données e la SATIM

Graphique n° 01 : Evolution du nombre des cartes CIB en Algérie



Source : Réalisé par nos soins depuis les données du tableau précédent.

Nous constatons que le nombre des cartes interbancaires ne cesse d'augmenter au fur des années, puisqu'il passe de **619 935** cartes en 2016 pour atteindre les **4 000 000** cartes fin 2019, ce dernier a flambé depuis la fin de l'année 2019 pour atteindre **9 909 794** cartes en 2021 et **15 231 662** cartes au mois de mai 2023, dont **3 477 659** cartes cib particulier, **166 674** cartes cib affaire et **11 587329** cartes Edahabia.

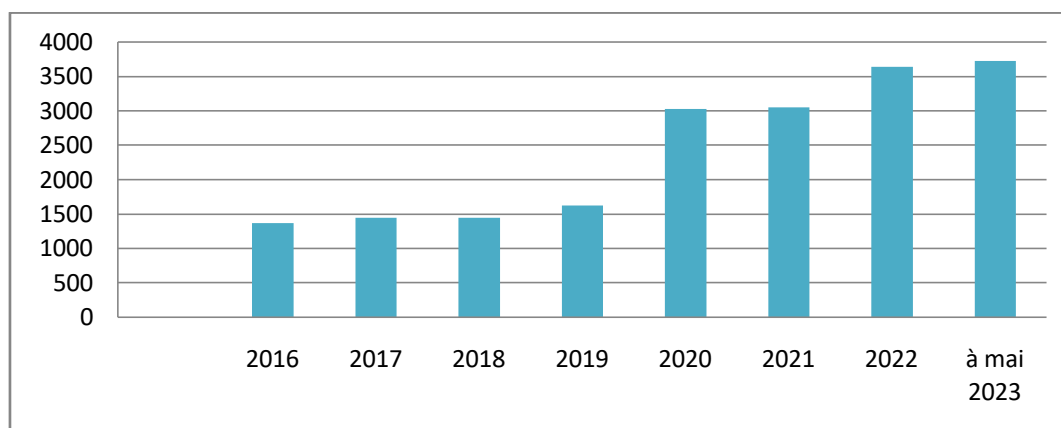
➤ **Activité de retrait sur ATM**

Tableau n°02 : Nombre global des ATM en exploitation en Algérie

Année	Nombre Global des automates interbancaires en exploitation
2016	1 370
2017	1 443
2018	1 441
2019	1 621
2020	3 030
2021	3 053
2022	3 640
à Mai 2023	3 728

Source : GIE monétique, 2023.

Graphique n°02 : Nombre global des ATM en exploitation en Algérie



Source : réalisé par nos soins à partir des données de la GIE monétique

Le graphique n°02 représente l'évolution annuelle du nombre de DAB et GAB autrement dit ATM installé sur le territoire nationale depuis 2016 jusqu'au mois de mai 2023. Nous déduisons alors que le nombre des ATM implantés connaît une évolution timide de 2016 à 2019 puisqu'il passe de 1370 à 1621, puis se nombre a explosé en 2020 pour atteindre les 3030 ATM. Cette progression montre que la SATIM a déployée des efforts pour couvrir tout le territoire algérien de DAB, afin d'accélérer le développement du système monétique interbancaire.

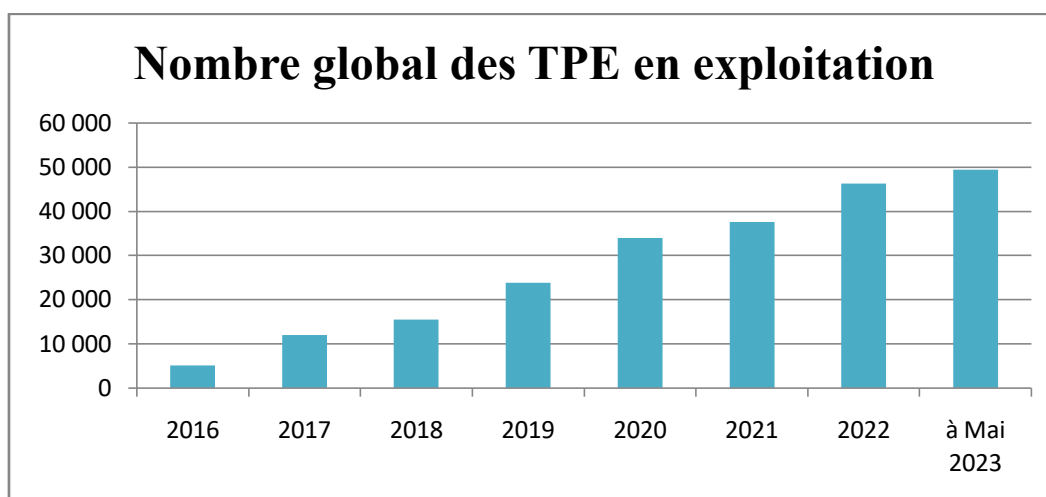
➤ **Activité de paiement par TPE**

Tableau n°03 : Nombre global des TPE en exploitation en Algérie

Année	Nombre global des TPE
2016	5 049
2017	11 985
2018	15 397
2019	23 762
2020	33 945
2021	37 561
2022	46 263
à Mai 2023	49 375

Source : GIE monétique, 2023.

Graphique n°03 : Nombre global des TPE en exploitation en Algérie



Réalisé par nos soins à partir des données du tableau précédent

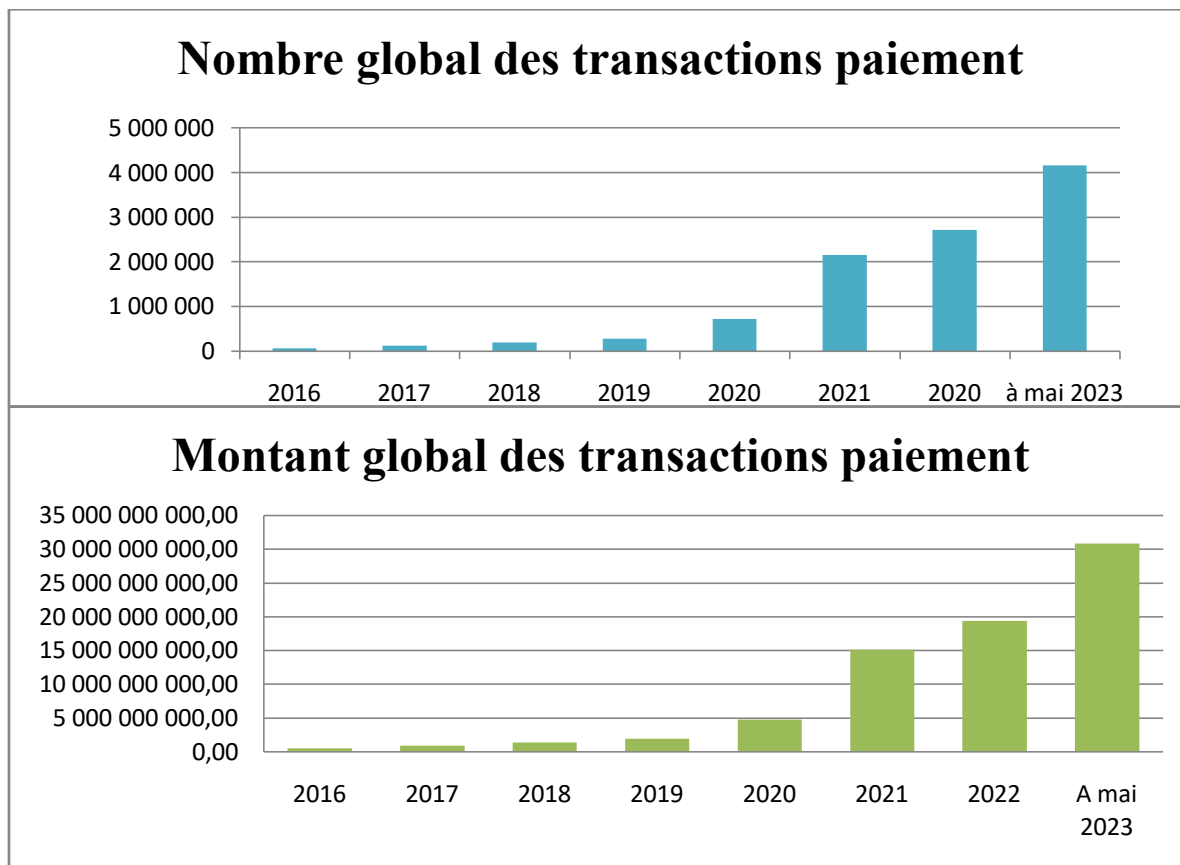
Le graphique n°03, nous montre les derniers chiffres communiqués par le GIE monétique qui indiquent que le nombre des TPE installés dans les différents commerces augmente progressivement en passant de **5049** en 2016 à **23 762** en 2019. Puis une forte augmentation dès le début de 2020 qui atteint les **33 945** TPE puis **49 375** fin mai 2023.

Tableau n°04 : Évolution du nombre et des montants des transactions effectuées sur TPE en Algérie

Année	Nombre global des transactions paiement	Montant global des transactions paiement
2016	65 501	444 508 902,40
2017	122 694	861 775 368,90
2018	190 898	1 335 334 130,76
2019	274 624	1 916 994 721,11
2020 (*)	711 777	4 733 820 043,01
2021	2 150 529	15 113 249 499,92
2022	2 712 848	19 343 056 538,17
A mai 2023	4 158 860	30 843 299 394,1

Source : GIE monétique

Graphique n°04 : Évolution du nombre et des montants des transactions effectuées sur TPE en Algérie



Réalisé par nos soins depuis les données du tableau précédent

Plus de quatre millions de transactions ont été effectués par les Terminaux de Paiement Electronique plus exactement le nombre global des transactions de paiement atteint **4 158 860** fin mai 2023 pour un montant global de **30 843 299 394,1 DZD**, contre, **65 501** transactions en 2016 pour un montant de **444 508 902,40 DZD**.

Nous pouvons constater d'après les tableaux et graphiques présentés que l'utilisation des services digitaux bancaires a été démocratisée depuis l'avènement de la pandémie du covid-19, soit depuis l'année 2020. Le nombre carte CIB distribuées à la clientèle, les TPE et les ATM installé sur le territoire national ainsi que le nombre de transactions électroniques n'a pas cessé de croître.

Conclusion

En conclusion, l'état des lieux de l'e-banking en Algérie reflète une évolution progressive mais encore limitée de l'adoption de ce mode de banque électronique dans le pays. Bien que l'Algérie ait connu ces dernières années une croissance significative dans le secteur des technologies de l'information et de la communication, l'e-banking demeure relativement sous-développé par rapport à d'autres pays. Mais les efforts continus pour surmonter les obstacles existants et promouvoir l'adoption du e-banking. Cette démarche est essentielle pour accompagner l'évolution numérique de l'Algérie et répondre aux besoins changeants des consommateurs.

Chapitre III:
Le e-Banking au sein de la CNEP-
Banque : cas empirique.

Introduction :

La Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance-banque (CNEP-Banque) Algérie occupe une place prépondérante dans le paysage bancaire algérien. La CNEP-Banque Algérie est une institution financière de premier plan qui joue un rôle crucial dans le développement économique du pays. Avec ses nombreuses filiales et agences à travers le territoire national, elle offre une gamme diversifiée de services bancaires et contribue à la promotion de l'épargne et de l'investissement en Algérie.

L'avènement de la technologie a révolutionné de nombreux aspects de notre vie quotidienne, et le secteur bancaire ne fait pas exception à cette transformation. Dans ce chapitre, nous nous pencherons sur l'essor du e-banking (banque électronique) chez la Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance-banque (CNEP-Banque) Algérie. Nous explorerons comment la CNEP-Banque Algérie a adopté et développé les services bancaires en ligne pour répondre aux besoins de ses clients et s'adapter à l'évolution des attentes et des tendances du marché.

Ce troisième chapitre intitulé «Etude pratique du e-Banking au sein de la CNEP-Banque», sera réservé au cas empirique effectué au sein de l'agence CNEP-Banque 202, en premier lieu nous allons faire une présentation générale de la CNEP-Banque, par la suite dans la deuxième section nous allons aborder les modalités de fonctionnement des services e-banking de la CNEP-Banque, enfin la troisième section sera réservée à l'analyse et l'interprétation des résultats de l'entretien tenu avec la chargé de clientèle, ainsi que ceux du questionnaire destiné à la clientèle de l'agence CNEP-Banque 202.

Section 1 : Présentation de la CNEP-banque

Nous avons effectué notre stage pratique au niveau de l'agence n°202 chez la Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance-banque (CNEP-Banque) Algérie. Nous allons consacrer cette section à la présentation de la CNEP-Banque et un bref historique de son évolution, et de son organisme d'accueil.

1. Présentation :

La caisse nationale d'épargne et de prévoyance a été créée le 10 Aout 1964 sur la base du réseau de la CSDCA pour mission la mobilisation de la collecte de l'épargne. Cette dernière est spécialisée, depuis sa création en 1964 dans la collecte de l'épargne, les crédits immobiliers aux particuliers et le financement des promotions publiques et privées.

La première agence de la CNEP a officiellement ouvert ses portes le 1^{er} Mars 1969 à Tlemcen.⁵¹

La CNEP a connu depuis sa création plusieurs étapes dans son évolution, on distingue différentes périodes en fonction des conjonctures économique, politique et sociales :

⁵¹<https://www.cnepbanque.dz/presentation.php> , consulté le 20/06/2023

1.1. Première période (1964- 1974) :

Durant la période 1964-1970 l'activité de la CNEP se limitait à la collecte de l'épargne sur livret elle se faisait principalement au niveau des bureaux de poste qui étaient au nombre de 575 points de collecte implantés dans le réseau PTT, contre seulement 2 agences CNEP ouvertes (celle d'Alger et celle de Tizi-Ouzou) au public en 1967.

1.2. Deuxième période (1971- 1979) :

Cette période, était surtout consacrée à l'encouragement du financement de l'habitat, activités principale durant cette période se résument comme suit :

- Mise en place du système d'épargne logement (arrêté ministériel du 19/02/1971)
- Le financement de l'habitat (instruction CNEP du 08/04/1971)
- Mise en œuvre d'un nouveau produit d'épargne qui est le compte d'épargne devise (instruction CNEP N° 08 du mois de mai 1971)

Ces activités ont données un essor considérable en matière d'épargne, le développement de la CNEP par l'amélioration de son réseau en 1979 le nombre d'agences et bureaux de collecte est passé à 46.⁵²

1.3. Troisième période (1980-1989) :

Cette période est caractérisée par l'instauration d'une dynamique nouvelle à la CNEP lui assignant d'autres missions, il s'agit des crédits aux particuliers pour la construction de logement de l'habitat promotionnel au profit exclusif des épargnants.

L'encouragement de l'initiative individuelle dans le domaine du logement à travers de multiples crédits (crédits à la construction, achat, extension ou aménagement d'un logement) La mise en place des promotions publiques de logement dont la réalisation sera financée par les fonds de l'épargne au profit exclusif des épargnants (comme l'EPLF, GENI , SIDER, COSIDER et les ouvres sociaux) l'institution d'autre formules d'épargne jeunes et épargne voitures cette motivation a permit la multiplication du réseau de collecte de fonds à la CNEP.

Le réseau CNEP s'agrandit, passant ainsi à 120 agences (47 agences wilaya et 73 agences secondaire).

1.4. Quatrième période (1990 à nos jours) :

La mise en œuvre des réformes économiques, cette initiative s'est concrétisée avec la promulgation de la loi n°90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit.

a).La loi 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit : La réforme économique a pour objet principal explicite de limiter le champ de planification centralisée et impérative aux plans physiques et financiers, et de promouvoir des mécanismes de régulation

⁵²https://www.memoireonline.com/07/09/2323/m_Etude-analytique-dun-financement-bancaire-Credit-dinvestissment-cas-CNEPBANQUE-10.html, consulté le 20/06/2023

procédant de l'économie de marché. Parmi ces mécanismes, la gestion de la monnaie constitue un levier important dont le réformateur algérien s'est souvent soucié depuis 1968. Mais ce n'est que récemment avec la loi 90-10 relative au crédit et à la monnaie que des perspectives réelles de bouleversement du système bancaire s'ouvrent⁵³. Pour bien saisir les implications et impacts de cette nouvelle législation, résumons d'abord l'apport de cette loi par rapport à la CNEP.

b). Avril 1997 la CNEP devient la CNEP-banque :

La phase transitoire qui traverse le pays impose à la CNEP le défi d'augmenter la collecte de l'épargne dans une situation d'information et dans un environnement bancaire non adapté. Il est à noter enfin, que la CNEP, à partir du 27 juillet 1997, a changé de statut en devenant une banque. Suite à la décision du ministre des finances du 27 juillet 1997 (n°115), la CNEP est érigée en société par actions sous la dénomination sociale de la CNEP banque. Cette dernière est régie par la loi 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, l'ordonnance 95- 25 du 25 septembre 1995 relative à la gestion des capitaux marchands de l'Etat, la décision d'agrément n° 01/97 est délivrée par la banque d'Algérie. Sa durée est de 99 ans à partir de la date de son immatriculation au registre de commerce. Les apports effectués à la constitution de cette société sont formés de numéraires et de tous les actifs d'exploitation et d'immobiliers, formant le patrimoine de la CNEP.

c). 31 mai 2005 : financement des investissements dans l'immobilier

L'assemblée générale extraordinaire a décidé le 31 mai 2005 de donner la possibilité à la CNEP-banque de s'impliquer davantage dans le financement des infrastructures et activités liées à la construction notamment pour la réalisation de bien immobilier à usage professionnel, administratif et industriel ainsi que les infrastructures hôtelières, de santé, sportives, éducatives et culturelles.

d). 7 Février 2007 :

Repositionnement stratégique de la CNEP-banque L'assemblée générale ordinaire du 28 février 2007 a décidé au titre des crédits aux particuliers : -Les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires en vigueur au sein de la banque. -Les crédits à la consommation. -Il a été également décidé d'accorder des crédits à titre prioritaire et principal aux épargnants, et à titre accessoire, aux non épargnants. Concernant le financement de la promotion immobilière, sont autorisés l'acquisition de terrains destinés à la construction de logements et la réalisation de programmes d'habitat. Les programmes éligibles aux financements sont ceux destinés exclusivement aux épargnants ;

e). 8 Juillet 2008 :

Repositionnement stratégique de la CNEP-banque L'assemblée générale ordinaire du 17 juillet 2008 relative au repositionnement stratégique de la banque décide que sont autorisés au titre des crédits aux particuliers :

53 Revu CNEP, idem, P30

-Les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires en vigueur au sein de la banque à l'exclusion des prêts pour l'achat, la construction et l'aménagement des locaux à usage commercial ou professionnel.

2. Missions et opérations de la CNEP-banque :

La CNEP-Banque assure dans son activité un ensemble de missions et d'opérations, ces missions portent essentiellement sur :

- La collecte de l'épargne ;
- Le financement de l'habitat ;
- La promotion de l'immobilier.

2.1. La collecte de l'épargne :

La collecte de l'épargne des ménages s'effectue par l'intermédiaire de deux Réseaux :

- Le Réseau propre à la CNEP banque réparti à travers tout le territoire national ;
- Le Réseau postal composé de 3204 points de collectes répartis sur les 48 Wilayas.

Outre les livrets d'épargne (livret d'épargne Logement et livret d'épargne populaire)

La CNEP-Banque offre d'autres produits d'épargne à ses clients :

- Les dépôts à terme logements pour les personnes Morales ;
- Les Bons de caisse ;
- Les dépôts à terme banque pour les personnes physiques ;
- Les comptes chèques aux particuliers ;
- Les comptes courants ou commerciaux pour les commerçants.

2.2 Le financement de l'habitat :

Les prêts accordés par la CNEP-banque servent principalement à :

- La construction, l'extension, la surélévation ou l'aménagement d'un bien immobilier(épargnant ou non épargnant) ;
- La construction par des tiers (promotion immobilière privée ou publique) ; -
- L'achat, l'aménagement ou la construction de locaux à usage commercial ;
- L'acquisition de logements neufs auprès des promoteurs publics ou privés ;
- La cession de biens entre particuliers ;
- La location habitation ;
- L'acquisition de terrains destinés à la construction.

2.3. La promotion immobilière :

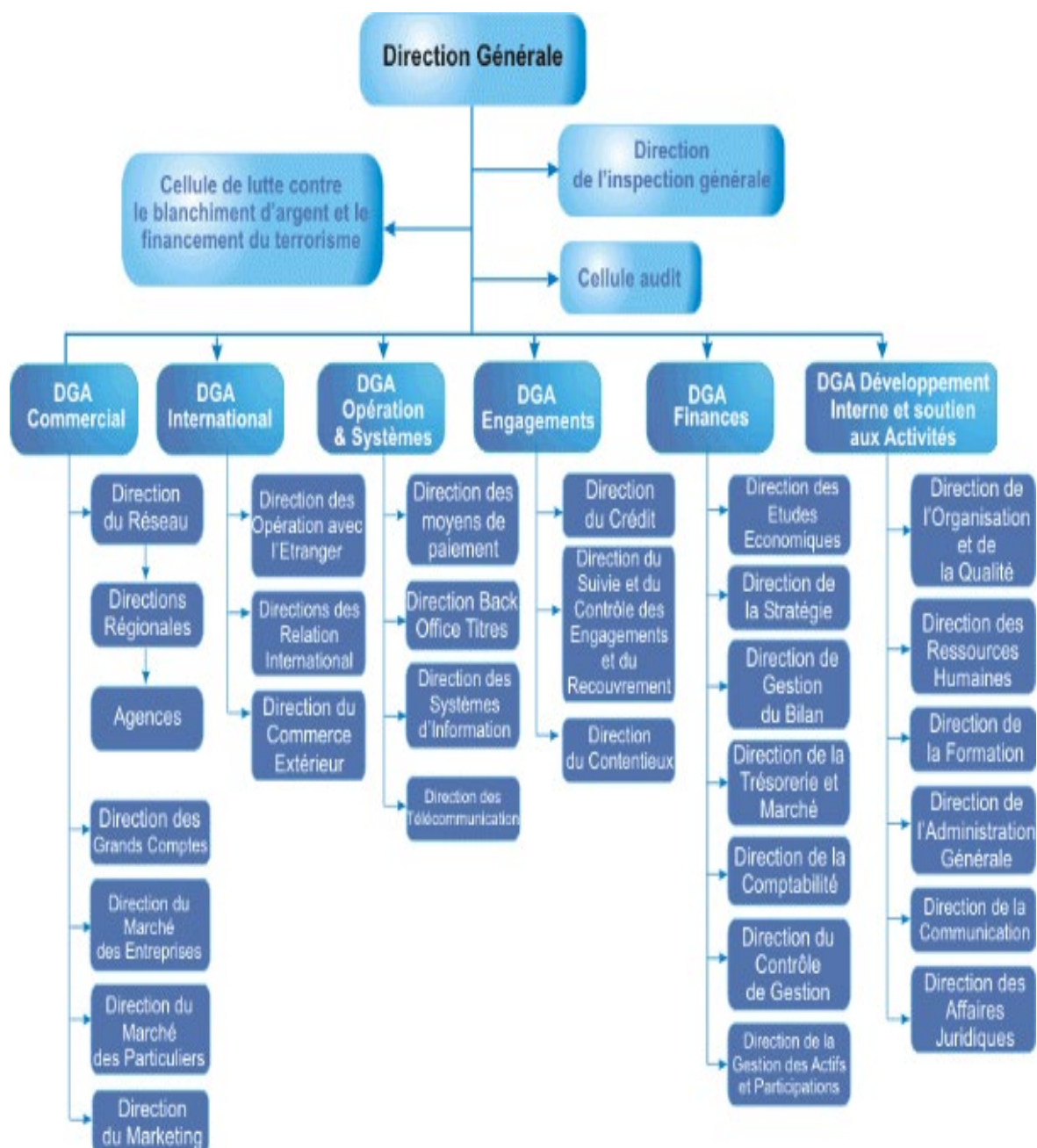
Outre le financement des particuliers, la CNEP-banque intervient aussi en amont dans le cadre du financement des promoteurs immobiliers publics et privés ayant des projets et destinés à la vente ou à la location. Elle intervient aussi dans le financement de l'acquisition des terrains destinés à la promotion immobilière.

3. Organisation de la CNEP-banque :

La CNEP-banque est dirigée par un président directeur général (PDG) qui est assisté par sept (7) directeurs généraux adjoints. Une direction du réseau est implantée dans chaque région (est, ouest, centre, sud) afin de soutenir les agences qui se trouvent sur son territoire, les agences sont implantées aux chefs-lieux de wilayas ou de daïras, Seules les agences A sont habilitées à accorder des crédits.

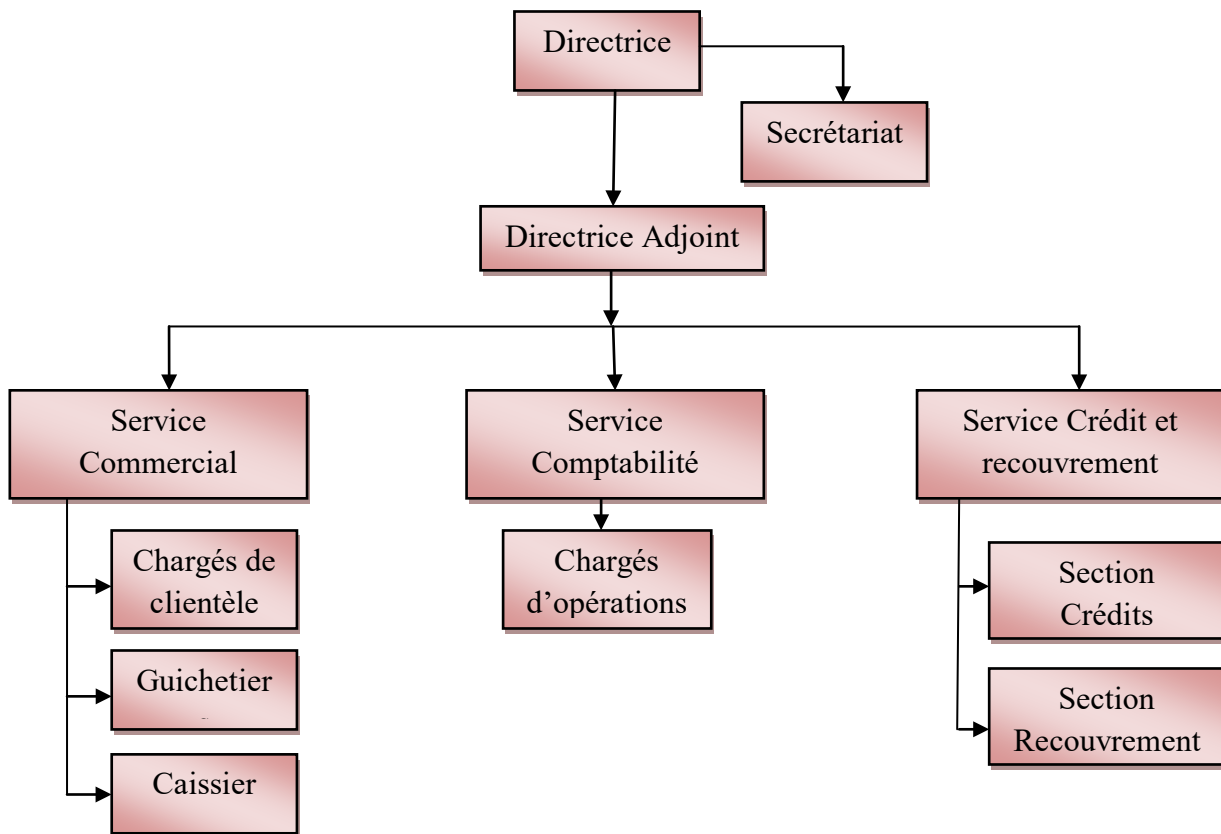
Les schémas suivants permettent de prendre connaissance de son organigramme général.

Figure N°01 : Organigramme de la CNEP-Banque



Source : Document interne de la CNEP-Banque

Figure n°02 : Organigramme de l'agence CNEP-Banque de Tizi-ouzou agence 202



Source : Document interne de la CNEP-Banque de Tizi-ouzou l'agence 202

4. La carte Interbancaire CIB cas CNEP-Banque :

Rattachée directement au compte du client, la carte CIB est une carte interbancaire qui permet au client d'effectuer en toute sécurité des retraits, des paiements de proximité et à distance, des virements et des encaissements.

La CNEP-Banque la remet au client gratuitement à l'ouverture d'un compte chèque. Deux cartes disponibles :

- Carte CIB Gold ;
- Carte CIB Classique.

4.1. Les fonctionnalités de la carte CIB de la CNEP-Banque :

- Utilisable 24h/24 et 7jours/7.
- Elle permet d'effectuer :
- Des paiements sur TPE ;
- Des paiements en ligne ;
- Des retraits sur DAB/GAB ;
- La consultation de votre solde sur DAB/GAB ;
- Possibilité de suivi des opérations par internet.

4.2. Les avantages de la carte CIB de la CNEP-Banque :

- Effectuez des paiements et des retraits en toute sécurité ;
- Payez vos achats directement à partir de votre compte avec une disponibilité fiable et en temps réel ;
- Accédez à votre compte au niveau de l'ensemble du réseau **CNEP-Banque** ;
- Suivez vos transactions via l'E-Banking.

4.3. Les points d'acceptation de la carte :

Le porteur reconnaît un point d'acceptation de la carte par le biais de la vitrophanie (autocollant), symbolisant l'interbancaire. La vitrophanie est placardée sur la vitrine du commerçant.⁵⁴

5. La carte épargne CE :

La Carte Epargne « CE » est une carte dotée d'une puce aux normes internationales. Adossée à un compte épargne, elle permet de faire des opérations de retrait et de versement en tous lieux et à tout moment. Elle est délivrée au titulaire du compte épargne par son agence domiciliaire.

5.1. Les avantages de la Carte Epargne :

- Pratique, facile à utiliser
- Gain du temps
- Sécurisée et confidentielle
- Des Versements et des retraits sur les lecteurs de cartes installés aux guichets de nos agences
- Des Retraits 7 jours /7 et 24h/24 sur les DAB
- Consultation du solde et édition d'un relevé de compte des 10 dernières opérations (DAB CNEP-Banque)

5.2. La durée de validité d'une carte épargne :

- La carte épargne a une validité de 5 ans renouvelable automatiquement à échéance
- Le code secret est strictement confidentiel.

Conseils d'utilisation :

- Éviter le contact avec l'eau ou un champ magnétique (téléviseur, portique d'entrée, scanner, etc...)
- Ne pas la plastifier, la rayer ou la plier.
- Éviter de la placer à côté d'une source de chaleur élevée ou avec des objets métalliques (clés, pièces de monnaie).

⁵⁴<https://www.cnepbanque.dz/> consulté le 20/06/2023

5.3. Présentation de la carte épargne CNEP-Banque :



Source : site web de la CNEP-Banque

Figure n°03 : La carte épargne CNEP-Banque

Section2 : les modalités et fonctionnement des services E-Banking offert par la CNEP-Banque

Dans cette section nous allons présenter un aperçu général sur le e-banking de la CNEP-Banque et nous allons présenter le guide CNEP Connect.

1. Les services E-Banking :

La présente note de procédure a pour objet de définir les modalités de traitement, de gestion et d'abonnement des clients de la CNEP-banque aux services e-Banking

1.1. E-Banking :

Le e-Banking est un service mis par la CNEP-Banque, via un portail web sur internet, à la disposition de sa clientèle individuellement. Il leur permet d'accéder à distance à leurs comptes ainsi qu'à d'autres fonctionnalités en toute sécurité, 24h/24 et 7j/7

1.2. Abonné :

Le client de la banque adhérent au service e-Banking, est dénommé (abonné).

1.3. Interlocuteur :

La personne autorisée par l'abonné à consulter ses comptes et/ou les mouvements, est dénommé (interlocuteur)

1.4. Comptes autorisés :

Les comptes autorisés, sont les comptes de l'abonné désignés par celui-ci en vue d'être consultés et/ou mouvementés via le service e-Banking

1.5. Login :

Le login est l'identifiant de l'abonné ou de l'interlocuteur qui leur permet l'accès au service e-banking

1.6. Mot de passe :

Le mot de passe est le code secret qui permet à l'abonné et/ou l'interlocuteur d'accéder à l'espace client au niveau du service e-Banking

2. Bénéficiaires des services e-banking :

Les bénéficiaires du service e-banking sont exclusivement les clients de la banque à savoir :

- Les personnes physiques : clients particuliers
- Les personnes physiques commerçantes : entreprises individuelles, professions libérales et autres
- Les personnes morales : entreprises, sociétés, compagnies, établissements, associations et administrations.

3. Services offerts (via e-banking) :

L'abonnement aux services e-banking permet à l'abonné de bénéficier des services suivants :

3.1. Consultation des soldes et de l'historique des soldes :

La page des soldes permet à l'abonné de visualiser dans une table les soldes de ses comptes avec les informations suivantes:

- Le libellé et numéro de compte.
- Le titulaire du compte.
- La date du solde.

- La devise du compte.
- Le solde du compte.

A partir de cette page, l'utilisateur peut accéder au relevé de compte en cliquant sur le lien du (libellé du compte) voir relevés de comptes ou d'opération. Les historiques de solde permettent au client d'avoir un aperçu sur l'évolution de ses soldes sur une période donnée.

Ce service concerne à la fois :

- Le solde comptable
- Le solde en valeur

La période de consultation est configurée en nombre de jours. Ceci permet à l'utilisateur de visualiser l'évolution de son solde sur cette période à partir de la date de consultation de son solde.

3.2. Consultation des derniers mouvements :

Ce service permet à l'abonné de visualiser le détail des opérations de chacun de ses comptes. A partir de la page des soldes, le client peut accéder à la page des relevés d'opérations qui lui présente les informations sur le compte consulté ainsi que le détail de l'opération disponible dans l'historique de ce compte. Pour chaque opération, les informations mises à la disposition du client, sont :

- Le code de l'opération
- La date de l'opération
- Le libellé de l'opération
- La banque
- Le montant de l'opération : ce montant apparaît dans la partie (crédit) s'il s'agit d'une opération créditant le compte et dans la partie (débit) s'il s'agit d'une opération débitant le compte.
- Les libellés de ces colonnes contiennent des liens hypertextes permettant de trier le tableau en ordre croissant ou décroissant selon la colonne choisie. Ainsi, si l'utilisateur clique sur le libellé de la colonne (date d'opération) une première fois, le tableau est trié par ordre croissant selon la date, s'il clique une seconde fois, le tableau est trié par ordre décroissant selon la date.

3.3. Téléchargement des relevés de compte :

Ce service permet au client de télécharger ses relevés d'opérations. Les formes disponibles dans la plateforme sont les formats (PDF) et (EXCEL). Le format (PDF) permet de servir le client qui souhaite un format visualisable et imprimable, et le format (EXCEL) permet de servir le client qui souhaite disposer d'un format qu'il peut importer dans des outils de traitement pour des fins de rapprochement et autres.

3.4. Edition des relevés de compte :

Lors du téléchargement ou de la visualisation de son relevé de compte au format (PDF), le client peut, sur un simple clic, imprimer son relevé.

3.5. Edition des relevés d'identité bancaire (RIB) :

Ce service permet à l'utilisateur d'éditer et d'imprimer son relevé d'identité bancaire via le canal e-banking sans avoir à se déplacer à son agence. Il peut imprimer un RIB pour chacune de ses comptes donnant droits. La page de ce service affiche un formulaire dans lequel l'utilisateur doit remplir l'information suivante :

- Le compte pour lequel le client désire un RIB

- Le nombre d'impressions souhaitées Après la validation du formulaire, le RIB demandé est affiché sur l'écran de l'utilisateur et peut être imprimé par simple clic sur le bouton approprié.

3.6. Commandes de chéquier :

Ce service permet à l'utilisateur de commander des chèques via internet. Lors de la commande, l'utilisateur remplit un formulaire qui fournira à la banque les informations suivantes :

- Compte objet de la commande : choisi dans une liste de compte.
- Nombre de chèquiers : ce nombre est contrôlé après la saisie en fonction du nombre de chèquiers maximum configuré par la banque.
- Type de chéquier.

L'utilisateur confirme sa commande en saisissant son mot de passe (confirmation authentifiée) Le suivi des commandes de chèquiers se fait à travers la fonction historique des commandes qui offre au client un aperçu sur les demandes de chèquiers effectuées grâce au service (commande de chéquier).

Le client peut trier l'historique de ses commandes selon le critère de son choix en cliquant sur le libellé correspondant.

L'historique affiche, pour chaque commande, les informations suivantes :

- Identification du compte.
- Date de la commande.
- Type de chéquier commandé.
- Quantité commandée.
- Référence de la demande attribuée automatiquement par le système après la commande.

3.7. Consultation des cartes bancaires :

Ce service permet de lister les cartes appartenant à l'abonné, ainsi que les détails de chaque carte. En sélectionnant une de ses cartes, l'utilisateur accède aux données suivantes :

- Titulaire du compte
- Numéro de compte
- Type de carte : débit, crédit, prépayé
- Statut de la carte
- Détail des plafonds pour les retraits et les paiements

3.8. Opposition sur carte bancaire :

Ce service permet à l'abonné de faire opposition sur une carte bancaire perdue ou volée via internet l'utilisateur remplit un formulaire qui fournit à la banque les informations suivantes :

- Motif de l'opposition : vol ou perte
- Date et heure de la perte ou du vol : informations facultatives Un récapitulatif des informations saisies permet à l'utilisateur de vérifier le contenu de sa demande avant de la valider. Elle permet également à l'utilisateur de modifier ou d'annuler sa demande tant que l'opération n'a pas encore été confirmée. L'utilisateur confirme sa demande en saisissant son mot de passe

3.9. Consultation et Edition des opérations sur carte :

En cliquant sur un bouton, l'utilisateur accède aux opérations relatives à sa carte bancaire. Ces dernières, qui sont éditables, sont triées par date d'opération et par ordre décroissant.

3.10. Consultation des crédits :

Ce service permet à l'abonné de consulter les situations de ses crédits à savoir, la date et le montant de la prochaine échéance, échéances impayées et le capital restant.

3.11. Virement unitaire :

Ce service permet aux clients de la banque d'effectuer des virements unitaires. Nous distinguons deux types de virements unitaires :

- Virement de compte à compte : compte du même client
- Virement vers un compte bénéficiaire : compte détenu par un client tiers qu'il soit intra ou inter bancaire.

Afin d'effectuer des virements, les clients abonnés doivent remplir un formulaire sur lequel figurent les informations suivantes :

- Le compte à débiter
- Le compte à créditer
- La date d'exécution du virement : date du jour où différée
- Le motif du virement
- Le montant du virement
- La devise du virement

L'interface saisie est la même dans les deux cas : virement de compte à compte et virement vers un compte bénéficiaire.

L'utilisateur confirme son ordre de virement en saisissant son mot de passe. Si l'utilisateur est signataire, la plateforme lui propose d'apposer sa signature électronique dans le même temps, ou de le faire plus tard.

3.12. Notification par « SMS » :

Ce service permet à l'abonné de recevoir des notifications émises par la banque, pour des transactions effectuées sur son compte par carte, sur les situations de son compte, de son crédit, ainsi que d'autres informations.

3.13. Coordonnées des agences de la banque :

Le service e-banking permet à l'abonné, au niveau de la page d'accueil, de consulter les coordonnées de l'ensemble des agences de la banque, notamment :

- Le nom de l'agence
- Le code agence
- Les adresses et les numéros de téléphone des agences

3.14. Gestion des bénéficiaires :

Dans le cadre du virement vers un compte bénéficiaire, la plateforme met à la disposition de l'utilisateur un écran de « gestion des bénéficiaires » permettant de lister et gérer les bénéficiaires du client abonné, notamment, leur ajout, modification et/ou suppression.

3.15. Modification du mot de passe :

La solution de l'e-banking permet de modifier le mot de passe d'accès de l'utilisateur en suivant le processus de modification du mot de passe repris ci-dessous :

- Saisie du mot de passe à modifier
- Saisie du nouveau mot de passe
- Confirmation de la saisie du nouveau mot de passe

Il est à noter que les saisies énumérées se font à travers un clavier virtuel alphanumérique

Le mot de passe doit être composé au minimum de huit (8) caractères comprenant des lettres majuscules et minuscules, des chiffres, et au moins, un caractère spécial.

Dans le cas de perte et/ou d'oubli du mot de passe, l'abonné peut obtenir un nouveau mot de passe en adressant une demande écrite à son agence.

La demande est traitée par le chargé de la clientèle qui la saisira sur le système d'information de l'agence. Un nouveau mot de passe qui sera remis selon les mêmes formes initiales à l'abonné est généré par le système d'information en agence.

3.16. Autres informations :

Le service e-banking permet à l'abonné d'accéder aux autres informations transmises par la banque à l'exemple des publicités sur les nouveaux produits.

L'e-banking permet à l'abonné de rentrer en relation avec son chargé de la clientèle ou le call center de la banque.

4. Accès au service e-banking

Dès l'autorisation de l'abonnement, l'abonné ou l'interlocuteur peut accéder à la solution e-banking en suivant les étapes suivantes :

- Accéder à la solution e-banking via un navigateur en saisissant l'adresse prévue à cette fin : <https://ebanking.cnepbanque.dz>
- Saisir le « login » de l'abonné qui est l'identifiant client « ID » pour les particuliers et le « login » généré aléatoirement pour les interlocuteurs des « entreprises ».
- Saisir le mot de passe fourni par l'agence sous format papier ou par SMS, le mot de passe fourni par l'agence n'est valable que pour la première utilisation. Il est modifié et personnalisé par l'abonné lui-même juste après la première utilisation

Après avoir franchi ces étapes, l'abonné disposera de l'ensemble des services proposés dans son pack.

5. Les obligations du client et de la banque :

5.1. Obligation mutuelle :

En cas de constatation d'un défaut quelconque de fonctionnement technique ou autre. La partie concernée doit relever les éléments, rechercher les causes et en aviser l'autre partie par tout moyen et dans les meilleurs délais

Les deux parties collaboreront le plus étroitement possible à l'effet d'y remédier et conviendront des procédures de substitution auxquelles elles recourront jusqu'à la liquidation dudit défaut.

5.2. Obligations du client :

- Le client convient de disposer d'un accès « internet » à même de lui permettre de communiquer avec la banque.

- Le client déclare faire son affaire personnelle de l'acquisition, de l'installation et de la maintenance de son système informatique, de son raccordement au réseau « internet » et de sa protection aux moyens d'un pare-feu « firewall » ainsi que d'un antivirus à jour, et de la conformité et de la mise à jour aux normes de la banque d'Algérie, de la version dudit logiciel

- Le client aura à communiquer à la banque les identités du ou des mandataires, leurs signatures électroniques, la nature ainsi que l'étendue de leurs pouvoirs respectifs ou conjoints qui leur sont applicables qui ne contreviennent à aucune disposition législative ou réglementaire

▪ Le client est dans l'obligation de communiquer à la banque un numéro de téléphonemobile et une adresse internet si elle existe ainsi que toute modification de ces derniers. Leclient autorise la banque de s'adresser à lui via le téléphone et le mail communiqués au sujetde l'ensemble des domaines de la banque, tels que la situation des comptes, la monétique, lescrédits, les remboursements des crédits et la publicité.En cas de révocation de l'un de tous ses mandataires, le client informera la banque demanière raisonnable, avant toute modification des paramètres techniques, immédiatement parécrit, pour lui permettre de procéder à l'annulation des prestations objet de la conversation envisagée.

▪ Le client signale à la banque toute perte ou usage abusif des identifiants et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais, par tout moyen, et s'oblige à confirmer la perte ou l'usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception

▪ Le client s'oblige, sous peine d'irrecevabilité, à adresser à la banque toutes réclamations concernant la transmission, d'un fichier ou la communication d'information à partir de du serveur dans un délai d'un mois à compter de la date d'envoi du dit fichier ou de la communication des dites informations.

Afin de sécuriser son espace et ses comptes, le client doit :

- ❖ Choisir un mot de passe complexe et unique et le modifier régulièrement
- ❖ Ne divulguer à personne, c'est-à-dire ni à la banque, ni à la police, ni même à sa famille ses codes secret
- ❖ Le mot de passe ne doit pas être enregistré sur un terminal
- ❖ Éviter de se connecter à partir d'un lien trouvé dans un email, ou SMS, les liens en question sont sûrement du « phishing »
- ❖ En cas de doute, contacter sa banque
- ❖ Consulter régulièrement son compte pour vérifier qu'il n'y a pas eu d'opérations irrégulières
- ❖ Consulter régulièrement les consignes de sécurité de la banque

5.3. Obligations de la banque :

La banque accusera réception au client de tout fichier qui lui aura été transmis en son nom et pour son compte en précisant sa bonne ou mauvaise réception et le contrôle ainsi que la conformité des signatures électroniques du dit fichier

En cas de suspension des prestations et ce, quelle qu'en soit la raison ou le motif, la banque informera le client dès que possible par tout moyen écrit : fax, lettre simple avec accusé de réception, mail ou tout autre moyen de communication.

La banque s'oblige à maintenir, en bon état de fonctionnement, l'ensemble de ses moyens informatiques, humains et techniques nécessaires pour assurer la continuité du service et pour ce faire, à assurer toute la maintenance appropriée.

6. Responsabilités

6.1. Responsabilités du client :

Le client déclare avoir autorisé sous sa pleine et entière responsabilité la banque à exécuter toutes les instructions transmises via le canal e-banking et accepte à cet effet, d'assumer toutes les conséquences qui pourraient en découler.

L'accès aux services e-banking par l'identifiant et le mot de passe permet au titulaire du compte ou à ses interlocuteurs/mandataires de bénéficier des services e-banking toutes les opérations financières et les autres opérations passées sous cette forme, sont juridiquement reconnues comme étant effectués par le titulaire du compte ou ses interlocuteurs/mandataires en fonction de l'identifiant.

De plus, le client décharge entièrement et totalement la banque de toute responsabilité quant à l'exécution de ces instructions ordonnées et transmises par lui ou ses interlocuteurs/mandataires, validées par la ressaisie du mot de passe, et réalisées selon ses procédures internes et dans le respect des dispositions légales et réglementaires en matière de preuve électronique.

Le client se déclare responsable des informations fournies à la banque, notamment ses coordonnées personnelles, de leur exactitude et leur conformité à sa situation réelle. En cas de changement, le client est tenu d'en informer sa banque afin d'en garantir la mise à jour.

6.2. Responsabilité de la banque :

La banque s'oblige à maintenir en bon état de fonctionnement l'ensemble de ses moyennes informatiques, humaines et techniques nécessaires et assurée toutes maintenances appropriées. Dans le cas où la banque aurait recours à un ou plusieurs sous-traitants pour exécuter tout ou partie de prestations au titre du contrat, elle demeure responsable de leur bonne exécution vis-à-vis du client. La banque déclare qu'elle entreprendra ses meilleurs efforts pour exécuter les opérations de maintenance ou période où elle entraînera le moins de perturbations pour le client.

7. Comptabilisation :

Les frais d'abonnement et les différentes commissions sont générés et comptabilisés par le système d'information de la banque automatiquement en tant que produit par le débit du compte client.

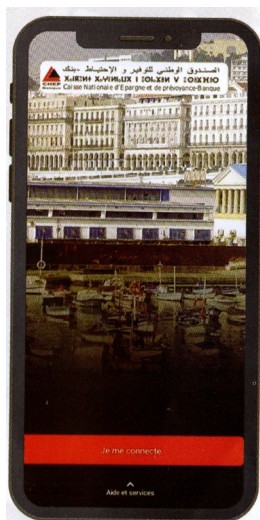
Guide d'utilisation de l'application CNEP-CONNECT

Dans cette partie nous allons présenter le guide du e-banking de la CNEP-Banque

a). Identification de l'application CNEP-CONNECT :

CNEP Connect est un ensemble de canaux qui offrent aux clients la possibilité de gérer leurs comptes sans se rendre en agence. CNEP Connect permet à ses abonnés d'accéder à un ensemble de services bancaires par voie électronique et donc essentiellement par Internet et Mobile.

Ce service permet également à ses abonnés d'assurer la gestion d'un compte bancaire avec des possibilités d'ouverture, d'obtention de crédit, de consultation de comptes, de virements et d'exécutions de diverses opérations financières.



b). Les canaux de CNEP CONNECT

CNEP Connect offre ses services via différents canaux, dont:

- Le e-Banking;
- Le Mobile Banking;
- Le SMS Banking;



c). Bénéficiaires et conditions d'accès

Les bénéficiaires des services de CNEP-Connect sont exclusivement les clients de la Banque, à savoir :

- Les personnes physiques : clients particuliers.
- Les personnes physiques commerçantes Entreprises Individuelles, Professions libérales.
- Les personnes morales : Entreprises, Sociétés, Compagnies, Etablissements, Associations, Administrations,

Les conditions d'accès aux services de CNEP-Connect

Peuvent bénéficier des services de CNEP-Connect, tous les clients remplissant les conditions suivantes :

- Etre titulaire d'un ou plusieurs comptes ouverts auprès de la Banque;
- Souscrire un Contrat d'abonnement relatif aux prestations du service CNEP Connect selon les modalités mises en place par la Banque.

L'abonnement aux services de CNEP Connect est établi pour une durée d'une année renouvelable par tacite reconduction. Toutefois, et à tout moment, chacune des deux parties peut la dénoncer à l'autre partie par le biais d'un préavis d'un mois, par lettre recommandée avec accusé de réception.

d). Le mobile banking

Le Mobile Banking est un service mis par la CNEP - Banque via téléphone mobile à la disposition de ses clients individuellement appelés « abonné », ayant pour objet de leur permettre d'accéder d'une manière à distance à leurs comptes ainsi qu'à d'autres fonctionnalités en toute sécurité 24h/24 et 7J/7. Le client est un porteur de smartphone qui prend en charge les systèmes d'exploitation fonctionnels sur mobile tel que:

- Android
- IOS



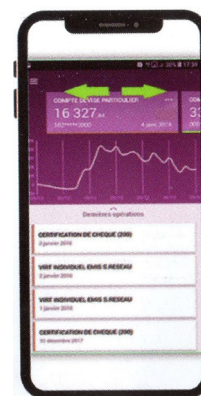
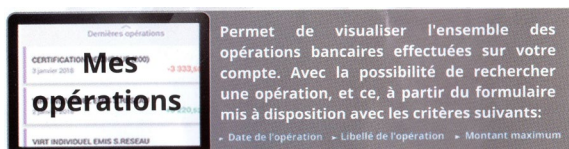
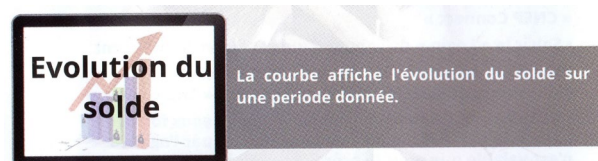
e). Accès aux services de mobile banking

Dès l'accomplissement de la souscription de l'abonnement au niveau du système d'information en agence, l'abonnement est soumis à une autorisation par la personne habilitée à autoriser les opérations du chargé de clientèle et ce, après la vérification des documents y affèrent.

Dès l'autorisation de l'abonnement, l'abonné ou l'interlocuteur peuvent accéder à la solution M-Banking en suivant les étapes suivantes:

- Télécharger sur Google Play / Apple Store, l'application « CNEP Connect »
- Saisir le « Login » de l'abonné qui est l'identifiant client «ID» pour les particuliers et le « Login » généré aléatoirement pour les interlocuteurs des « Entreprises »
- Saisir le mot de passe fourni par l'agence sous format papier ou par SMS. Le mot de passe fourni par l'agence n'est valable que pour la première utilisation. Il est modifié et personnalisé par l'abonné lui-même juste après la première utilisation.

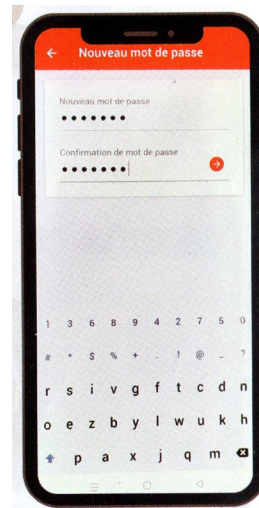
Après authentification, on peut voir apparaître la situation des comptes comme ci-dessous: L'écran de "mes comptes" est réparti en trois (3) volets



f). Changement du mot de passe :

L'application mobile CNEP-Connect permet de modifier le mot de passe comme suit :

- Saisir l'ancien mot de passe
- Saisir le nouveau mot de passe;
- Confirmer le nouveau mot de passe;
- Cliquer sur la flèche comme indiqué ci-dessous:



g).Consultation les détails et relevés :

En cliquant sur le sous-menu « mes cartes », toutes les cartes rattachées au compte bancaire apparaîtront.

Nous avons donc la possibilité en cliquant sur chacune des cartes de consulter les détails des dernières opérations effectuées par vos soins.

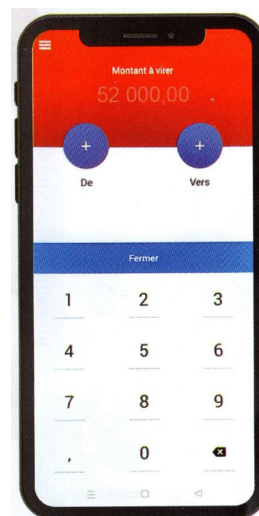


h). Effectuer des virements :

Pour effectuer un virement de type compte à compte ou de type virement vers bénéficiaires, rien de plus simple, il suffit simplement de sélectionner dans le menu de gauche le service « Effectuer un virement » et l'écran de virement vous sera affiché.

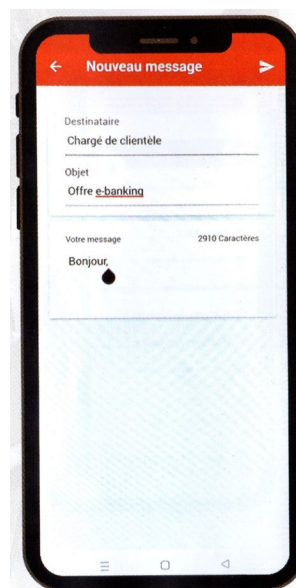
Il faudra renseigner les informations nécessaires:

- Le montant;
- Le compte débiteur;
- Le compte créditeur;
- La date d'envoi;
- Le libellé du virement souhaité.



i). Rester en contact avec l'agence CNEP-Banque

La CNEP -Banque peut désormais laisser des messages sur un compte. Ils peuvent se présenter sous formes de messages obligatoires qui s'afficheront au moment de la connexion au service mobile CNEP Connect, et des messages facultatifs qui s'afficheront dans le volet « Contact » du menu de gauche.

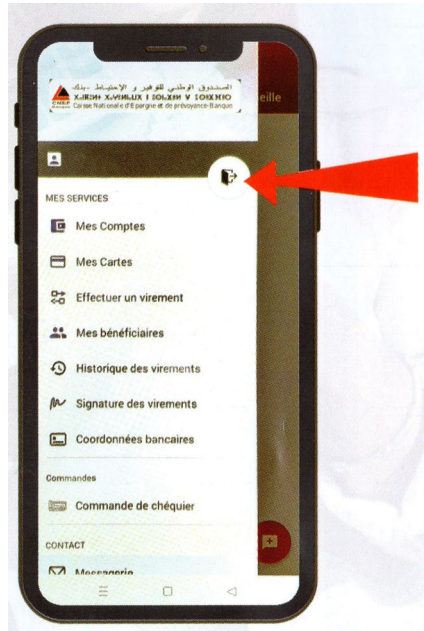


Il est également possible de contacter le chargé de clientèle directement par messagerie, en cliquant sur « rédiger » au bas de la page messagerie, à droite.

Il ya également la possibilité d'inclure une pièce jointe au message.

j). Se déconnecter de l'application CNEP Connect

Une fois la navigation terminée, pour se déconnecter il faut cliquer sur « LOG-OUT » se trouvant en haut du menu de gauche.



Section 03 : Discussion des résultats de l'enquête

Cette section a pour objectif de mettre en relief les résultats de notre étude empirique effectuée auprès de la chargée de la clientèle et des clients de la CNEP-Banque à travers une enquête par questionnaire adressé à 86 particuliers.

1. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête par entretien avec la chargée de clientèle de l'agence CNEP-Banque 202 :

Après avoir effectué un entretien avec la chargée monétique de l'agence nous allons procéder à la présentation de la méthodologie de l'enquête et par la suite au traitement des résultats de cet entretien.

1.1 Présentation de la méthodologie de l'enquête :

Notre méthodologie de recherche repose sur une approche rigoureuse, se basant sur une collecte de données empiriques, afin de permettre une analyse approfondie et une compréhension éclairée des problématiques étudiées.

1.1.1. Objet de l'entretien :

Ce volet d'étude qualitative consiste à présenter notre étude qui porte sur le e-banking au sein de l'agence d'une part ainsi que les moyens mis à la disposition de la clientèle de l'agence CNEP-Banque de Tizi-Ouzou pour cela nous avons opté pour interroger la chargée de clientèle.

1.1.2. La méthode d'enquête utilisée :

Nous avons favorisé la méthode d'entretien directif sous forme de question ouverte afin de permettre à l'interviewée de nous répondre librement et apporter plus d'informations à notre recherche.

1.1.3. Les questions de l'entretien :

Notre guide d'entretien se compose de douze (12) questions ouvertes qui sont classées selon la méthode d'entonnoir du plus général au plus précis dans le but d'apporter des éléments de réponses à notre problématique de recherche.

1.2. Interprétation des résultats de l'entretien :

Cette partie consiste à traiter et interpréter les réponses obtenues de l'entretien avec la chargée de clientèle de l'agence CNEP-Banque 202.

1.2.1. Les nouvelles technologies d'information et de communication introduite par la CNEP-Banque :

D'après la réponse de la responsable de la clientèle au sein de l'agence n°202, la CNEP-Banque a introduit des nouvelles technologies d'information et de la communication par la mise en place de moyens de paiement électronique tel que la carte interbancaire de retrait/paiement opérationnelle depuis l'année 2018, ainsi que les services de la banque en ligne (le e-banking).

1.2.2. L'effet de l'introduction des nouvelles technologies sur le mode interne de travail des agents bancaires :

L'avènement des NTIC contribue positivement à l'amélioration et des prestations bancaires et du mode interne de travail des agents. Selon la chargée de clientèle, les NTIC contribuent à :

- L'amélioration des services de la banque offerts aux clients;
- Fidéliser les clients de la banque et en attirer d'autres;
- La rapidité et la fiabilité des opérations.

1.2.3. L'impact de l'adoption de ces nouvelles technologies sur la relation de la banque avec la clientèle :

La chargée de la clientèle de la CNEP-Banque précise que les NTIC ont contribué à améliorer la relation Banque/client à travers :

- Gain de temps ;
- Réduction de la présence physique des clients ;
- Fidélisation de la clientèle.

1.2.4. Les actions d'informations mis en place à destination des clients pour mieux les informer et initiés à l'utilisation des nouvelles technologies offertes par la CNEP-Banque :

La CNEP-Banque a mis en place différents types d'actions d'information :

- La promotion de la part du banquier
- La distribution de flyers
- La promotion sur les réseaux sociaux

1.2.5. La procédure de souscription à un contrat d'abonnement-banking :

D'après la réponse de la responsable de la clientèle au sein de l'agence n°202, pour bénéficier des services e-banking tous les clients doivent remplir les conditions suivantes :

- Être titulaire d'un ou plusieurs comptes ouverts auprès de la banque
- Souscrire un contrat d'abonnement relatif aux prestations du service « e-banking » selon les modalités mises en place par la banque

1.2.6. Les documents nécessaires pour ouvrir un compte bancaire chez la CNEP-Banque :

La banque exige pour l'ouverture du compte les pièces suivantes :

- Un extrait de naissance
- Justificatif de résidence
- Une pièce d'identité

1.2.7. les différents services de e-Banking mis en place par la CNEP-Banque Agence202

Le « pack » est un ensemble de service et/ou de fonctionnalités faisant partie du « packglobal » des services e-banking.

Proposé à un segment de la clientèle de la banque Vu de la diversité du portefeuille client dela banque. La CNEP-Banque propose à ses clients sept (7) packs des services e-banking

Le choix du pack est fait par le client lors du renseignement de la demande d'abonnementaux services e-banking. Ce choix est enregistré au niveau du système d'information en agenceau moment de la saisie de l'abonnement.

a). Pack particulier :

Ce pack permet à ses abonnés, soit les clients « particuliers » d'accéder à l'ensemble desservices e-banking a l'exception des transactions financière et de la réception des SMS.

b). Pack particulier + :

Ce pack permet à ses abonnés qui sont également les clients « particulier» d'accéder àensemble des services e-banking y compris les transactions financières et la réception desSMS.

c).Pack entreprise :

Ce pack permet aux abonnés figurant dans cette catégorie, soit les clients « entreprise »d'accéder à l'ensemble des services e-banking a l'exception des transactions financières et dela réception des SMS

d).Pack entreprise + :

Ce pack permet aux abonnés figurant dans cette catégorie, soit les clients « entreprise »d'accéder à l'ensemble des services e-banking y compris la transaction financière et de laréception des SMS.

e).Packs professionnels :

Ce pack permet aux abonnés qui sont les clients « commerçants particuliers » et «profession libérales » d'accéder à l'ensemble des services e-banking a l'exception destransactions financières et de la réception des SMS.

f).Packs professionnels + :

Ce pack permet aux abonnés qui sont les clients « commerçants particuliers » et «profession libérales » d'accéder à l'ensemble des services e-banking y compris la transactionfinancière et de la réception des SMS.

g).Pack personnel CNEP :

Les abonnés à ce pack sont les « personnels CNEP-banque ». Ce pack permet à sesbénéficiaires d'accéder à l'ensemble des services e-banking y compris la transactionfinancière et la réception des SMS.

1.2.8. Les frais d'abonnements e-banking proposés par la CNEP-Banque :

D'après la réponse de la responsable de la clientèle il s'avère que les frais d'abonnement et les différentes commissions des services e-banking sont fixés par les conditions de banque en vigueur.

A titre d'exemple l'abonnement Particulier est Gratuit à vie quant à l'abonnement Particulier +des frais de 200 da mensuel sont appliqués.

1.2.9 La durée de l'abonnement et résiliation :

L'abonnement au service e-banking est établi pour une durée d'une année renouvelable partacite reconduction. Toutefois et à tout moment, chacune des deux parties peut la dénoncer à l'autre partie par le biais d'un préavis d'un mois, par lettre recommandée avec accusé deréception.

Après cette dénonciation la résiliation de l'abonnement est saisie par le chargé de clientèle auniveau du système d'information en agence.

1.2.10. La date de mise en œuvre de la carte interbancaire (CIB) au niveau de la CNEP-Banque :

D'après la réponse de la responsable de la clientèle, la date de mise en œuvre de la carte interbancaire (CIB) au niveau de la CNEP-Banque s'est effectuée en 2018.

1.2.11. Le nombre de cartes interbancaires attribuées à vos clients titulaires d'une carte interbancaire de paiement :

D'après la réponse de la responsable de la clientèle au sein de l'agence n°202, la CNEP-Banque, met à disposition du client une carte bancaire pour chaque compte (compte chèque /compte épargne)

1.2.12. Les avantages présentés par la CNEP-Banque pour encourager l'utilisation de la carte interbancaire paiement :

Les avantages offerts par la CNEP-Banque afin de promouvoir et d'encourager l'utilisation de la carte interbancaire paiement.

- Les comptes et les informations sont protégés.
- Les échanges d'information entre les clients et le site sont sécurisés (Votre identifiant et votre mot de passe vous permettent de vous connecter de manière sécurisée).
- Votre identifiant vous est transmis dans votre boîte mail.
- En cas de perte ou oubli du mot de passe, l'accès est automatiquement désactivé.

2. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête par questionnaire destiné à la clientèle de l'agence :

Cette partie mettra en relief la méthodologie et les résultats de l'enquête présentée aux clients par un questionnaire.

2.1. Présentation de la méthodologie de l'enquête par questionnaire :

Nous allons commencer par la présentation de la méthodologie de l'enquête et du questionnaire.

2.1.1. Elaboration du questionnaire :

Afin d'aller plus loin dans le cadre de notre recherche, nous avons mené une étude quantitative, qui correspond à une méthode de recueil d'informations en utilisant le sondage, par le biais d'un outil précis qu'est le questionnaire. La pertinence scientifique de ce dernier n'est plus à démontrer, puisque cet instrument est mobilisé massivement dans les études socio-économiques.

2.1.2. Choix de la méthode de travail :

Dans notre étude, nous avons opté pour un questionnaire adressé aux clients porteurs ou non de la carte bancaire, choisis d'une manière aléatoire, au niveau de la CNEP-Banque de Tizi-Ouzou.

Pour traiter les résultats obtenus, nous nous sommes servis du site internet (**Google Forms**) qui nous a fourni les résultats statistiques du questionnaire.

2.1.3. Présentation du questionnaire

Notre questionnaire compte au total (17) questions de type :

- Questions fermés (répondre par oui ou non)
- QCM (question à choix multiples)

2.1.4. Les objectifs du questionnaire :

Les principaux objectifs recherchés par ce questionnaire sont :

- Le degré de connaissance et de maîtrise du e-banking par les clients;
- Le degré de connaissance et de possession des cartes CIB par les clients;
- Connaître les différents types de cartes détenues par les clients et la fréquence d'utilisation de celle-ci pour effectuer des opérations de paiement électronique;
- Prendre connaissance des freins au développement et à la généralisation de l'utilisation de la carte bancaire en Algérie.
- Connaître le degré de l'impact de la pandémie du COVID 19 sur la fréquence d'utilisation des services de e-banking.

2.2. Interprétation des résultats de l'enquête par questionnaire

Après récupération des questionnaires adressés aux 86 clients, l'étape qui suit consiste à traiter et interpréter les réponses obtenues.

2.2.1. Répartition de l'échantillon par sexe

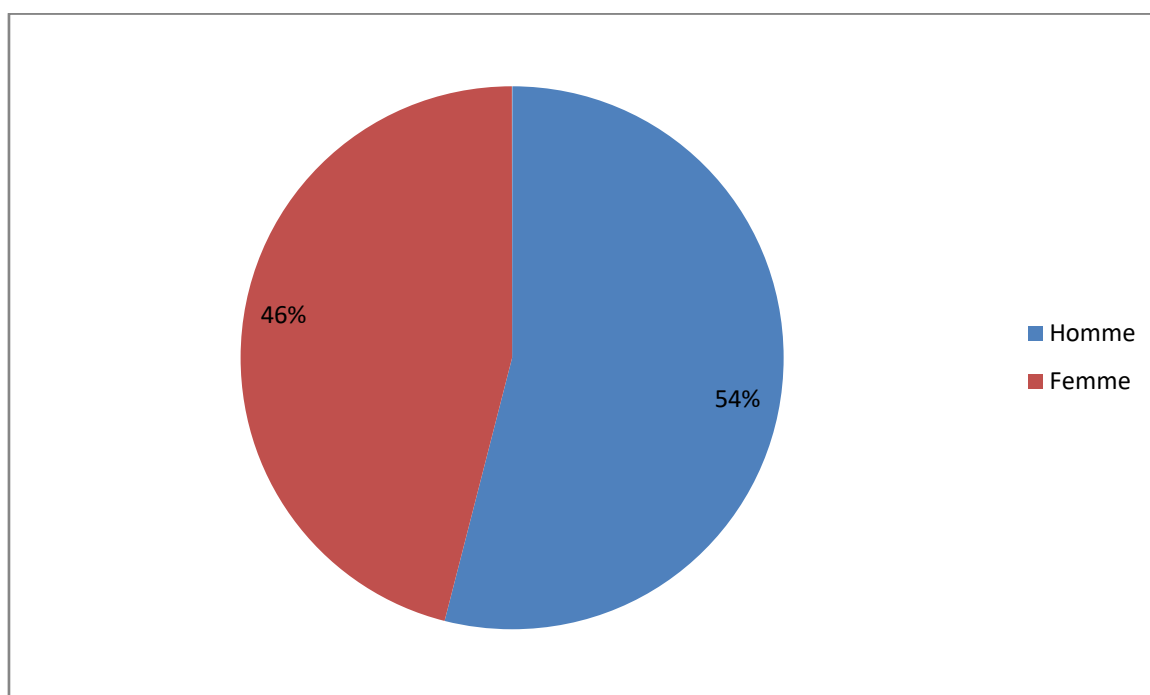
L'objectif de cette question c'est de voir est ce que les deux sexes sont attirés par les services de l'agence CNEP-Banque.

Tableau n°05 : Répartition de l'échantillon par sexe :

Réponses	Nombre	%
Homme	47	54
Femme	39	46
Total	86	100

Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

Graphique n°05 : Répartition de l'échantillon par sexe



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

D'après le tableau ci-dessus, nous remarquons que **54%** des personnes interrogées sont des hommes et **46%** sont des femmes.

Ces statistiques nous permettent de dire que, quantitativement, la population masculine est plus susceptible de recourir aux services bancaires (crédit, épargne, moyens de paiement...).

2.2.2. Répartition de l'échantillon par tranche d'âge

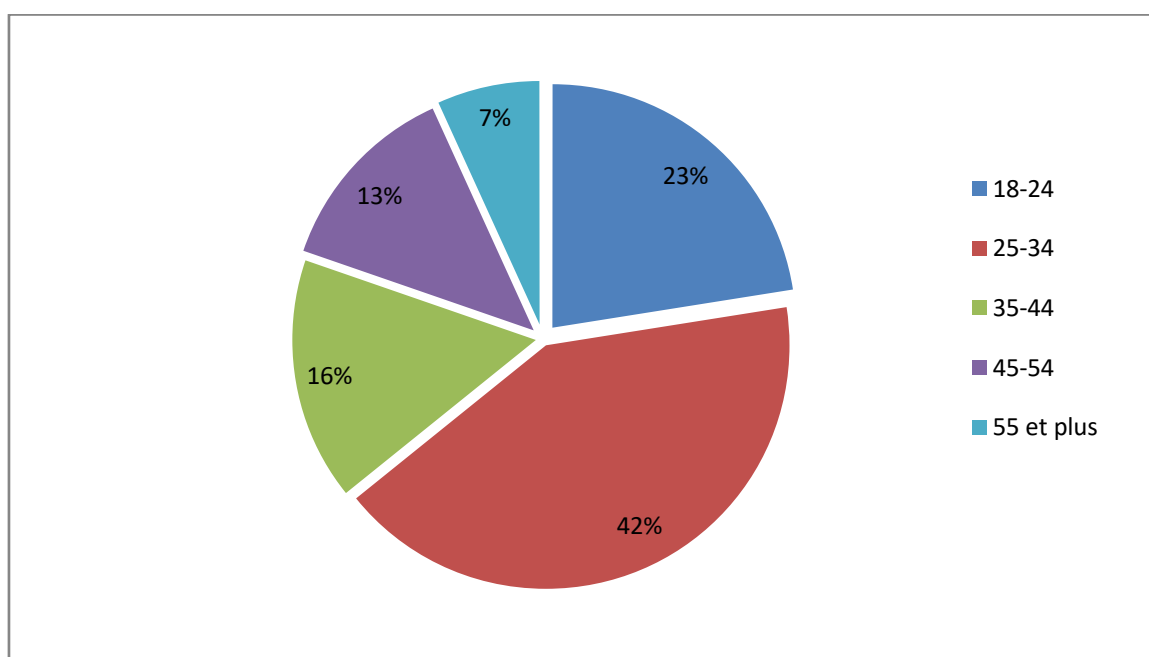
Le tableau ci-dessous représente la répartition des personnes interrogées selon leur âge.

Tableau n°06 : Répartition de l'échantillon par tranche d'âge

Réponses	Nombre	%
18-24	19	22,5
25-34	36	41,7
35-44	14	16,1
45-54	11	12,9
55 et plus	6	6,8
Total	86	100

Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

Graphique n°06 : Répartition de l'échantillon par tranche d'âge



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

A partir du tableau précédent, nous constatons que 41,7% des personnes interrogées ont un âge compris entre 25 et 34 ans, suivi des 22,5% des personnes âgées entre 18 et 24 ans, 16,1% de personnes appartenant à la tranche d'âge allant de 35 et 44 et 12,9% ayant un âge entre 45 à 54 ans, enfin une minorité de 6,8% de personnes âgées de 55 ans et plus.

Cependant, ces données nous indiquent que la majorité de la clientèle de la banque est constituée de jeunes plus susceptibles de recourir aux produits et services monétiques proposés par la banque.

2.2.3. Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle

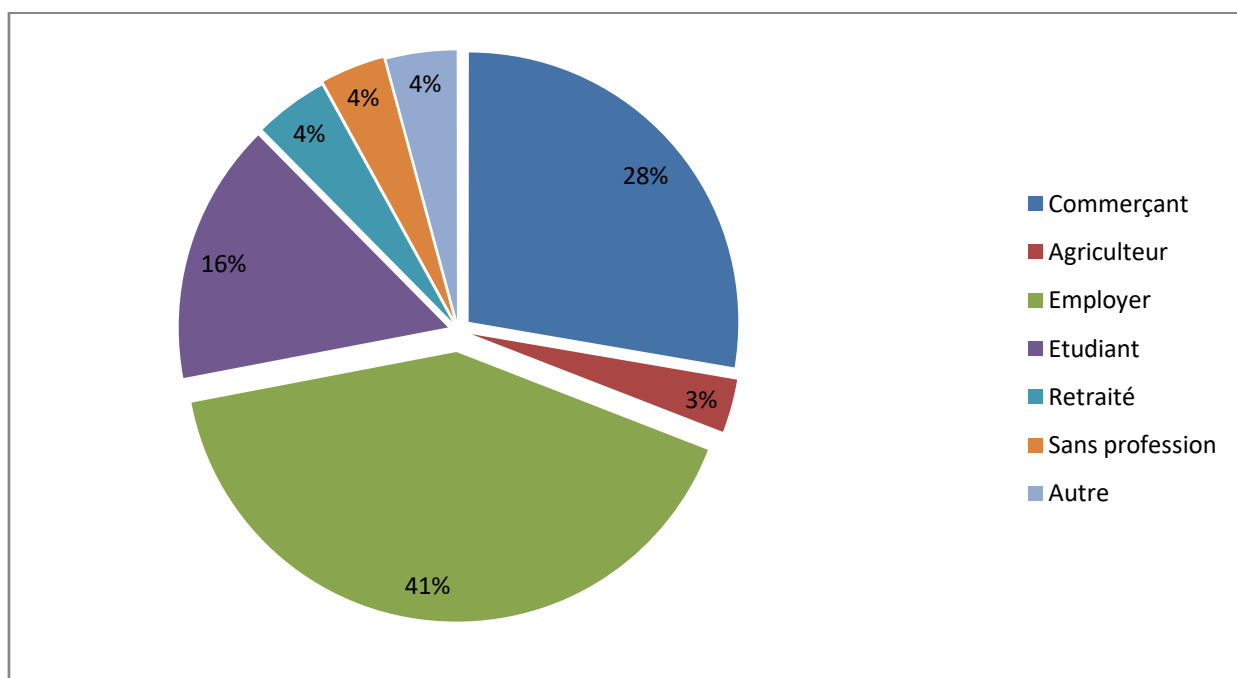
L'objectif de cette question est relatif à l'identification des clients et savoir quel type de client.

Tableau n°07 : Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle

Réponses	Nombre	%
Commerçant	24	27,7
Agriculteur	3	3,2
Employer	35	41,1
Etudiant	13	15,6
Retraité	4	4,4
Sans profession	3	3,8
Autre	4	4,2
Total	86	100

Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

Graphique n°07 : Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°)

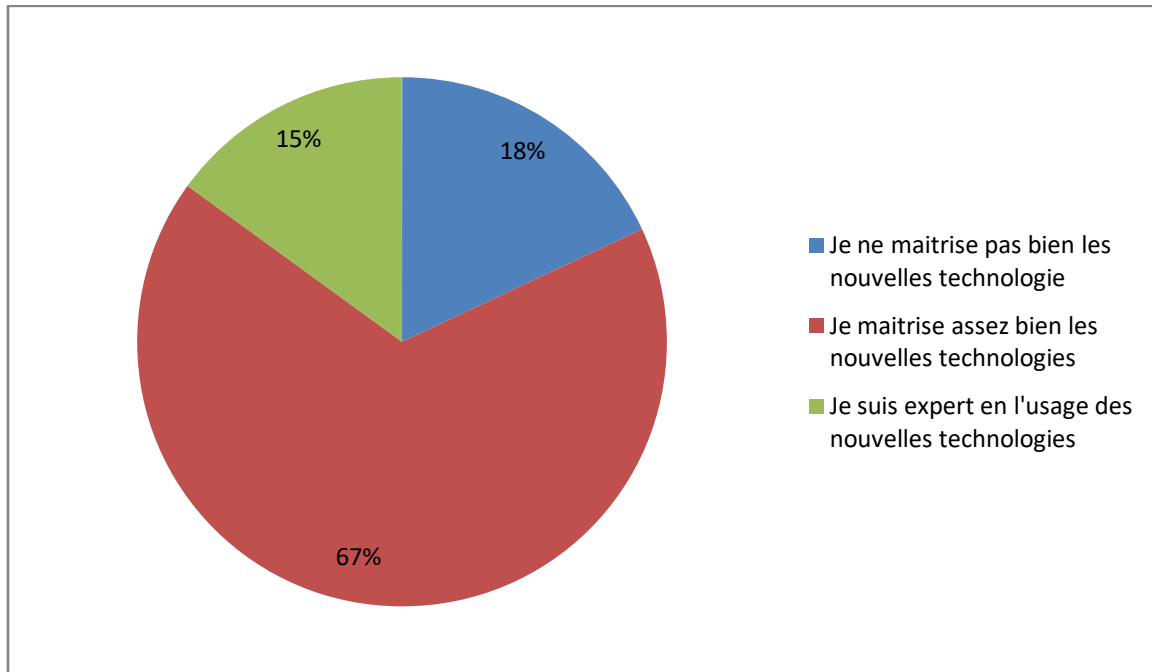
Le tableau n°10 concerne la répartition de l'échantillon par catégories socio professionnelles nous montre que la majorité ayant répondu au questionnaire avec un pourcentage de 41,1% appartiennent à la catégorie des employés et 27,7% de commerçants, les étudiants arrivent en troisième position avec un pourcentage de 15,6 % suivis des agriculteurs, retraités et les sans profession en dernière position.

On constate que c'est la catégorie des employés et celle des commerçants qui ont le plus recours aux services bancaires.

2.2.4. Le degré de maîtrise des nouvelles technologies par les clients :

Le graphique ci-dessous indique le degré de maîtrise des nouvelles technologies.

Graphique n°08 : Répartition de l'échantillon selon le degré de maîtrise des nouvelles technologies (surfer sur le net, utiliser une carte bancaire...)



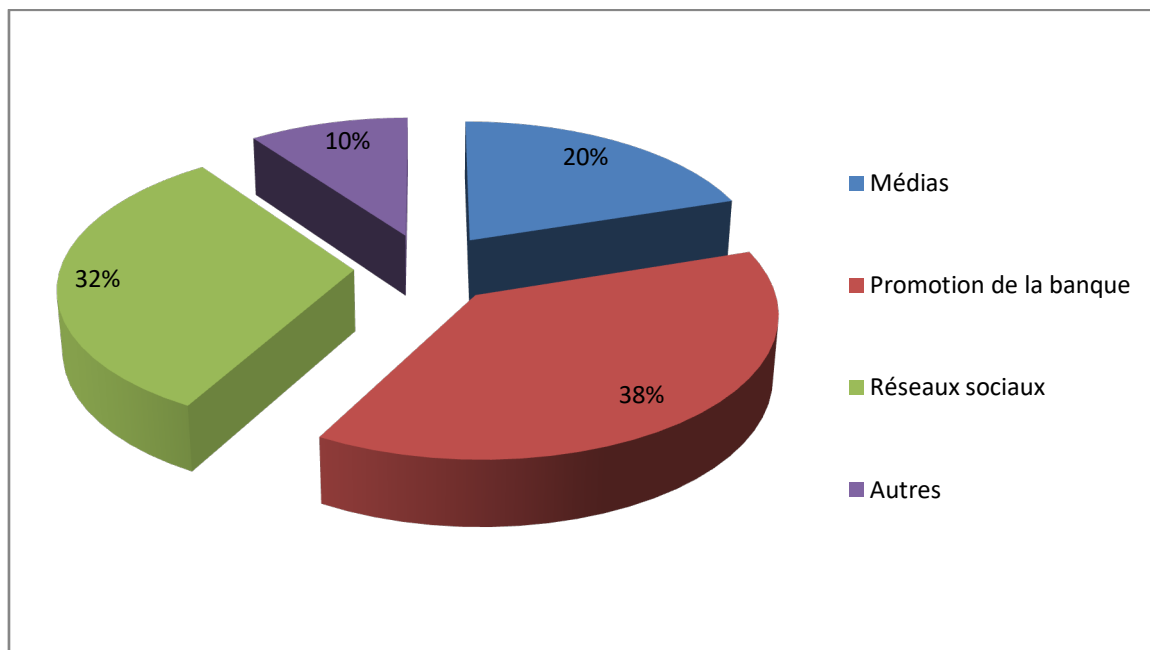
Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°)

Le graphique ci-dessus nous indique que la minorité de la population interrogé soit 18% ne maîtrisent pas bien les nouvelles technologies (surfer sur le net, utiliser une carte bancaire...) tandis que la majorité soit 67% les maîtrisent assez bien et uniquement 15% sont experts en la matière.

2.2.5. Le canal d'information du lancement du e-banking au sein de la CNEP-Banque

L'objectif de cette question c'est de savoir par quel canal les clients de l'agence CNEP-Banque ont été informés du lancement du e-banking.

Graphique n°09 : Le canal d'information du lancement du e-banking au sein de la CNEP-Banque



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

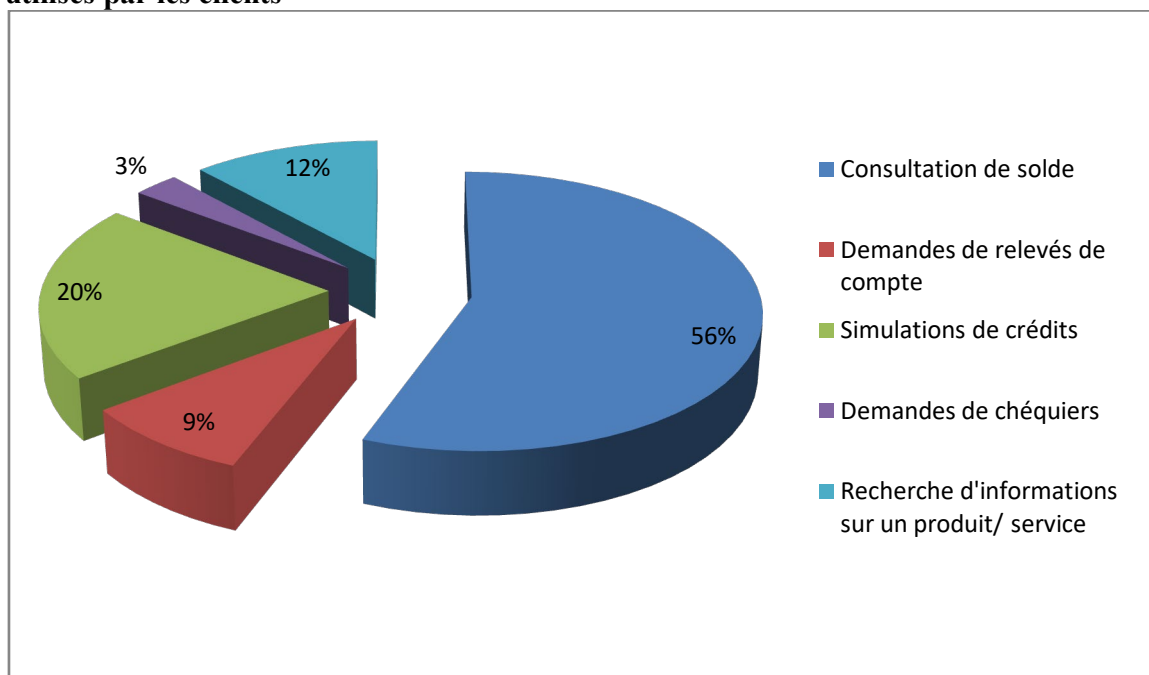
D'après le graphe ci-dessus, concernant le canal d'information du lancement du e-banking, il ressort que 38% des enquêtés ont répondu que c'est un produit proposé par la banque, suivi des Réseaux sociaux avec un taux de 32% et des médias d'un taux de 20% et 10% grâce à d'autres canaux de communication.

Ces résultats nous affirment que la banque fournit des efforts remarquables pour mettre en avant ses produits afin de conquérir de nouveaux clients et, surtout de fidéliser sa clientèle, en lui offrant de plus en plus de produits et services plus avantageux.

2.2.6. Les types d'opérations de e-Banking utilisés par les clients. :

Graphique ci-dessous indique la Répartition de l'échantillon selon les types d'opérations de e- banking utilisés par les clients.

Graphique n°10 :Répartition de l'échantillon selon les types d'opérations de e-Banking utilisés par les clients



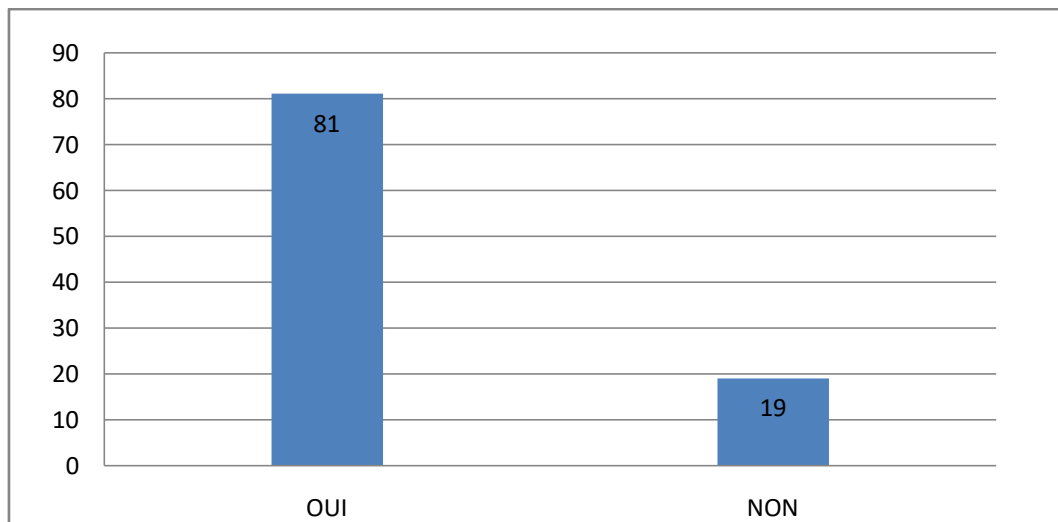
Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

Le graphique n°16 concerne la répartition de l'échantillon selon les types d'opérations de e-Banking utilisés par les clients, il nous montre que la majorité ayant répondu au questionnaire avec un pourcentage de 56% utilisent les services du e-banking pour la consultation de solde suivie des simulation de crédits avec un pourcentage de 20% en troisième position la recherche d'informations sur un produit/ service avec un pourcentage de 12% suivis des demandes de relevés de comptes 9%, et les demandes de chèquiers en dernière position.

2.2.7. Pourcentage de clients détenteurs de carte bancaire

Le graphique ci-dessous présente le pourcentage des clients détenteurs de carte bancaire.

Graphique n°11 : Pourcentage de clients détenteurs de carte bancaire

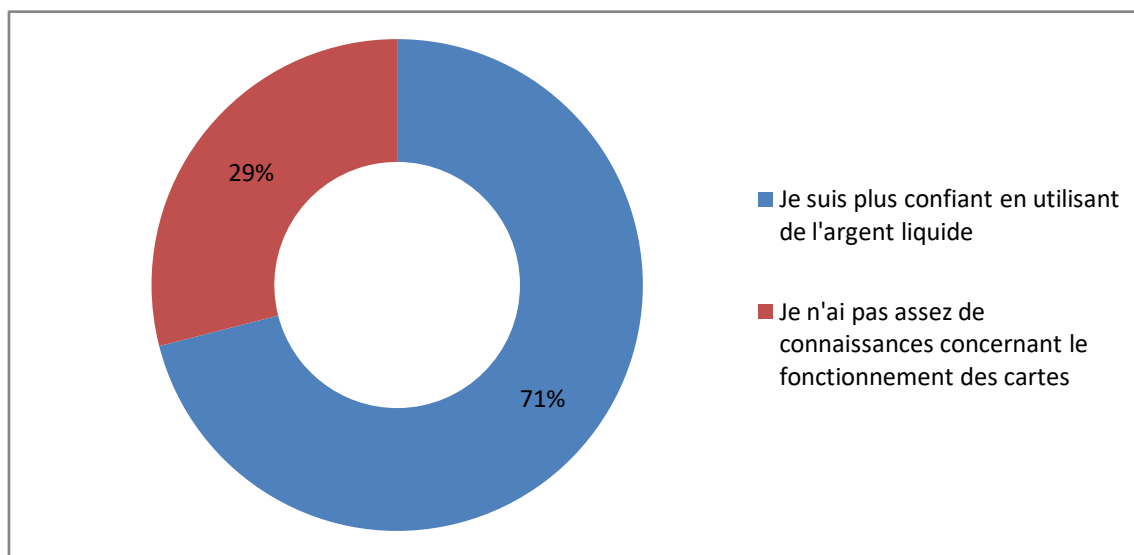


Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

Sur la totalité de personnes enquêtées, 81% sont titulaires d'une carte bancaire tandis qu'une minorité soit 19% n'en possède pas.

Les 19% des personnes interrogés ont répondu par non, dans ce contexte nous nous sommes intéressés à savoir les raisons du refus de la carte bancaire par ces personnes, les résultats obtenus sont illustrés dans le graphique ci-dessous :

Graphique n°12 : Représentation des raisons de la proportion ne possédant pas de carte



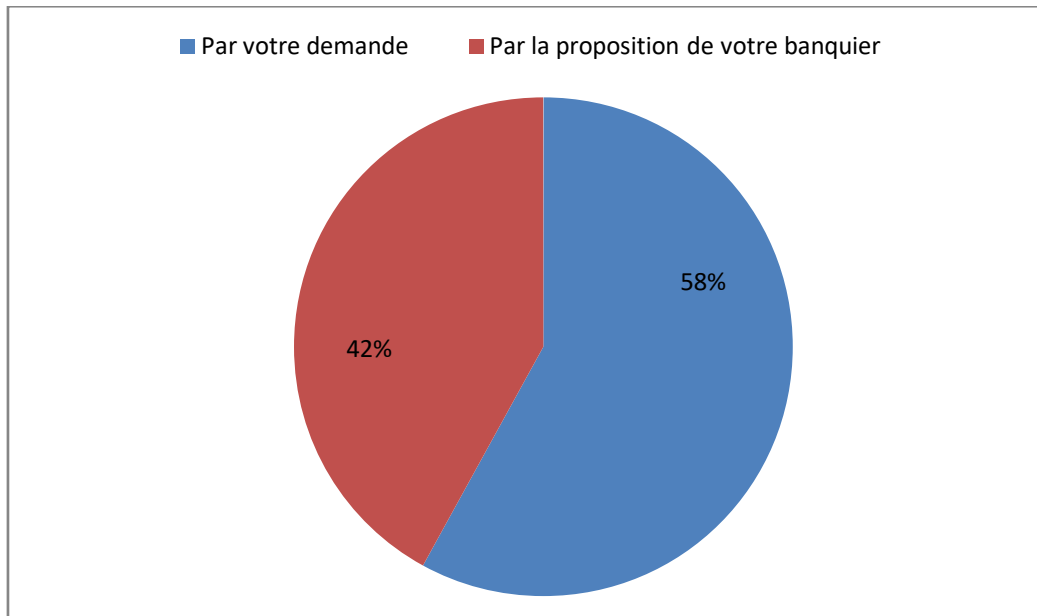
Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°)

Le graphe ci-dessus démontre clairement que le manque de confiance envers les cartes bancaires et la préférence de l'utilisation de l'argent liquide dans les transactions est élevé avec un taux majoritaire de 71% des 29% ayant répondu par non, suivi d'un taux de 29% se justifiant par le manque de connaissances concernant le fonctionnement des cartes.

2.2.8. Mode d'obtention de la carte bancaire

Le graphique ci-dessous indique le mode d'obtention de la carte bancaire.

Graphique n°13 : Mode d'obtention de la carte bancaire



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

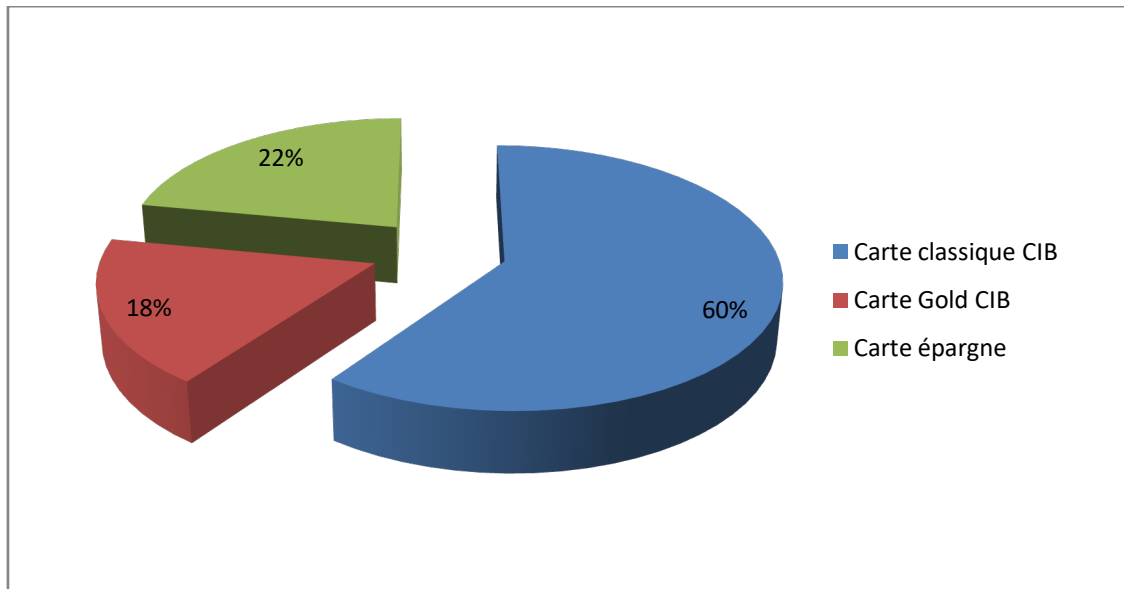
Pour nous informer du mode d'obtention de la carte bancaire par la population sondée, les statistiques recueillies indiquent que 58% l'ont obtenu par leur demande et 42% par la proposition du banquier.

De ces résultats, on conclut que la clientèle bancaire s'intéresse davantage à la carte bancaire comme moyen de retrait et de paiement.

2.2.9. Le type de carte possédé :

Le graphique ci-dessous indique les types de cartes que possèdent les clients interrogés.

Graphique n°14 : Répartition de l'échantillon selon le type de carte possédé



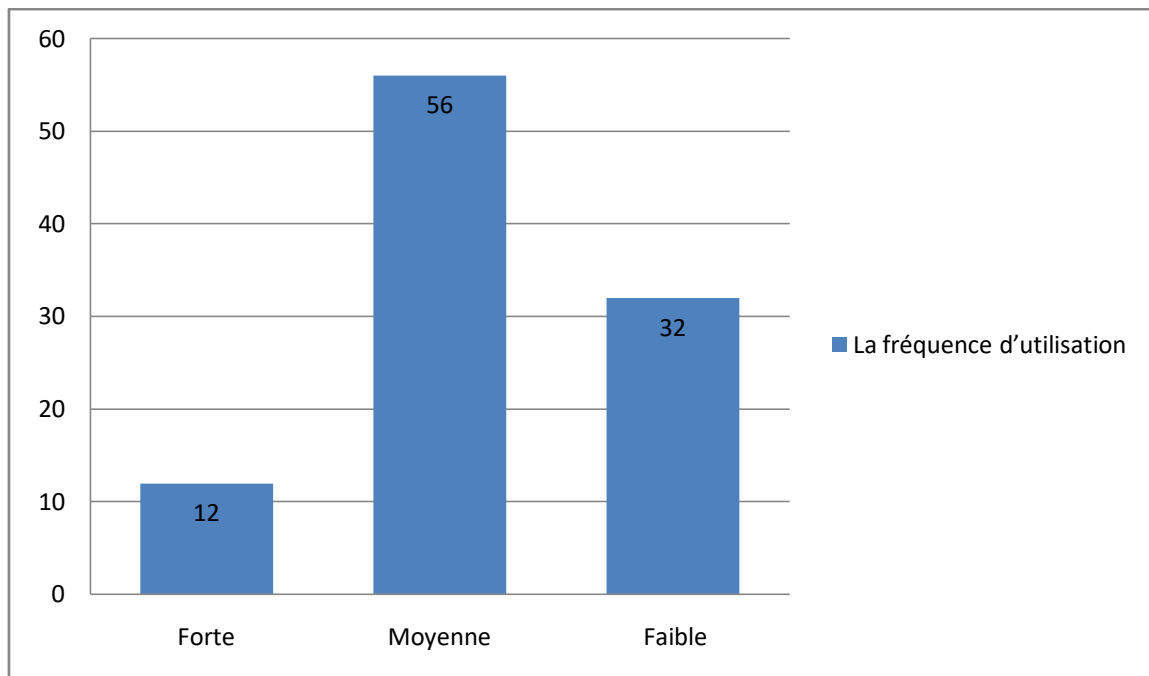
Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

Le graphique n°20 nous fait savoir que la majorité des porteurs de cartes sont des particuliers détenteurs de cartes CIB classiques et de cartes épargne avec les taux respectifs de 60% et 22%, suivi des porteurs de cartes CIB Gold avec un taux de 18%.

2.2.10. La fréquence d'utilisation de la carte bancaire pour le paiement électronique

Le graphique ci-dessous indique la fréquence d'utilisation de la carte bancaire pour le paiement électronique.

Graphique n°15 : La fréquence d'utilisation de la carte bancaire pour le paiement électronique



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

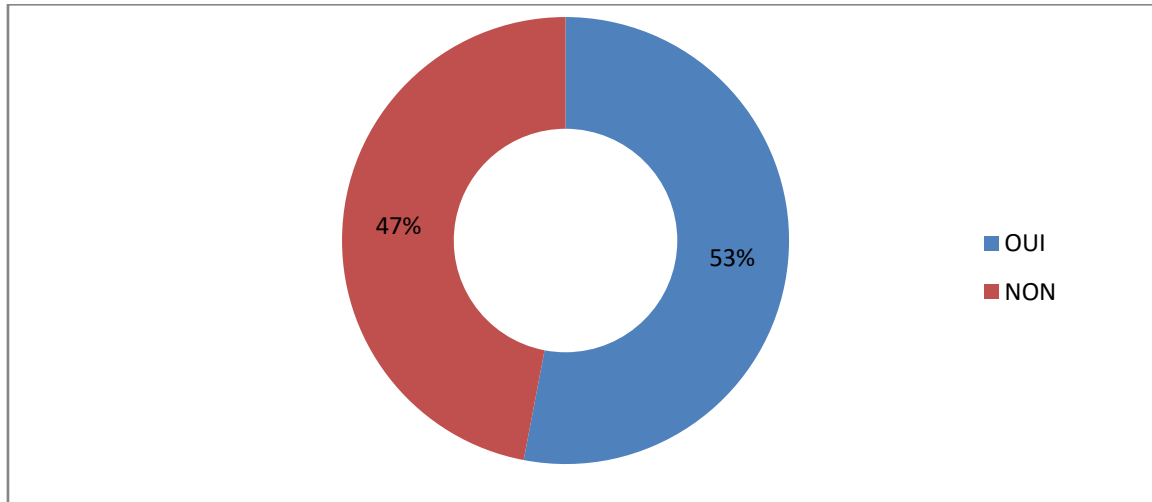
On observe dans ce graphique n°21 que 32% des personnes qui ont répondu effectuent rarement des paiements électroniques, 56% utilisent leur carte avec une fréquence moyenne dans les transactions électroniques, tandis que 12% des interrogés utilisent fréquemment le paiement électronique soit par TPE soit par sites internet.

Malgré le nombre important des détenteurs de la carte interbancaire, leur utilisation de celle-ci reste assez faible en matière de paiement électronique.

2.2.11. Le degré d'usage de la carte bancaire pour des transactions électroniques

Le graphique ci-dessous indique le degré d'utilisation de la carte bancaire pour effectuer des transactions électroniques.

Graphique n°16 : Répartition de l'échantillon selon le degré d'utilisation de la carte bancaire pour des transactions électroniques



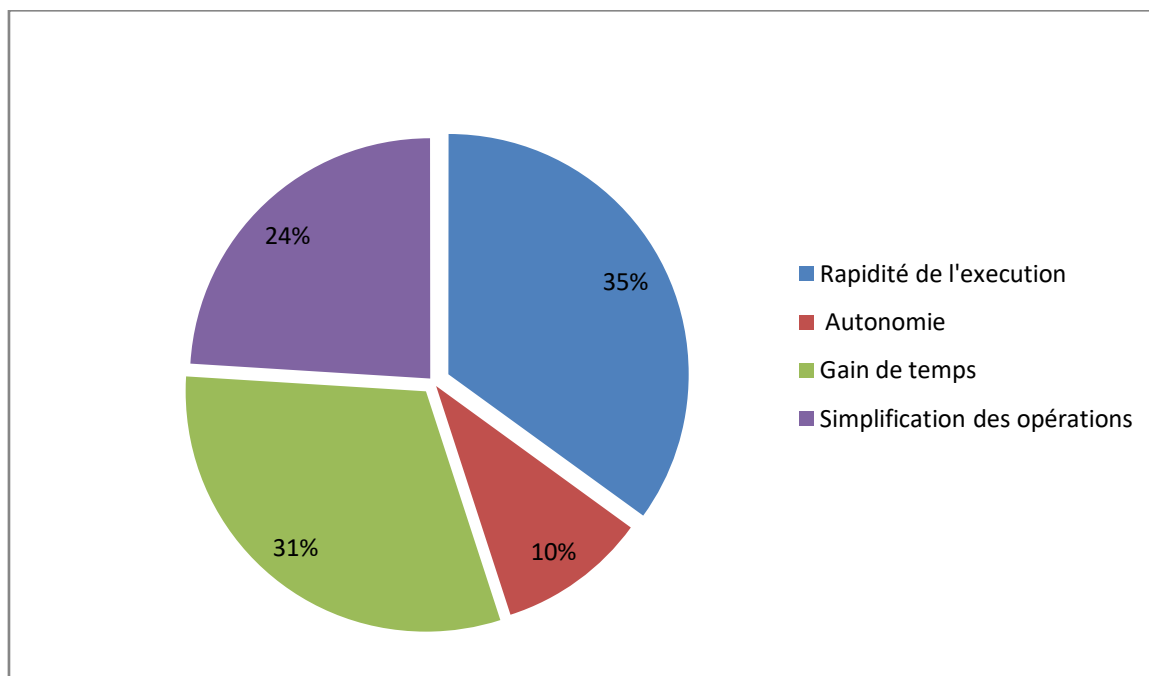
Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

Le résultat du graphique ci-dessus nous indique que le taux d'utilisation de la carte bancaire pour effectuer des transactions électroniques auprès des personnes sondés a atteint le taux de 53% tandis que les 47% restants l'utilisent comme moyen de retrait auprès des automates.

2.2.12. L'avantage procuré de l'utilisation du service e-banking la clientèle interrogée

Le graphique ci-dessous indique les meilleurs avantages de l'utilisation du service e-banking selon la clientèle interrogée.

Graphique n°17 : Le meilleur avantage de l'utilisation du service e-banking selon la clientèle interrogée



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

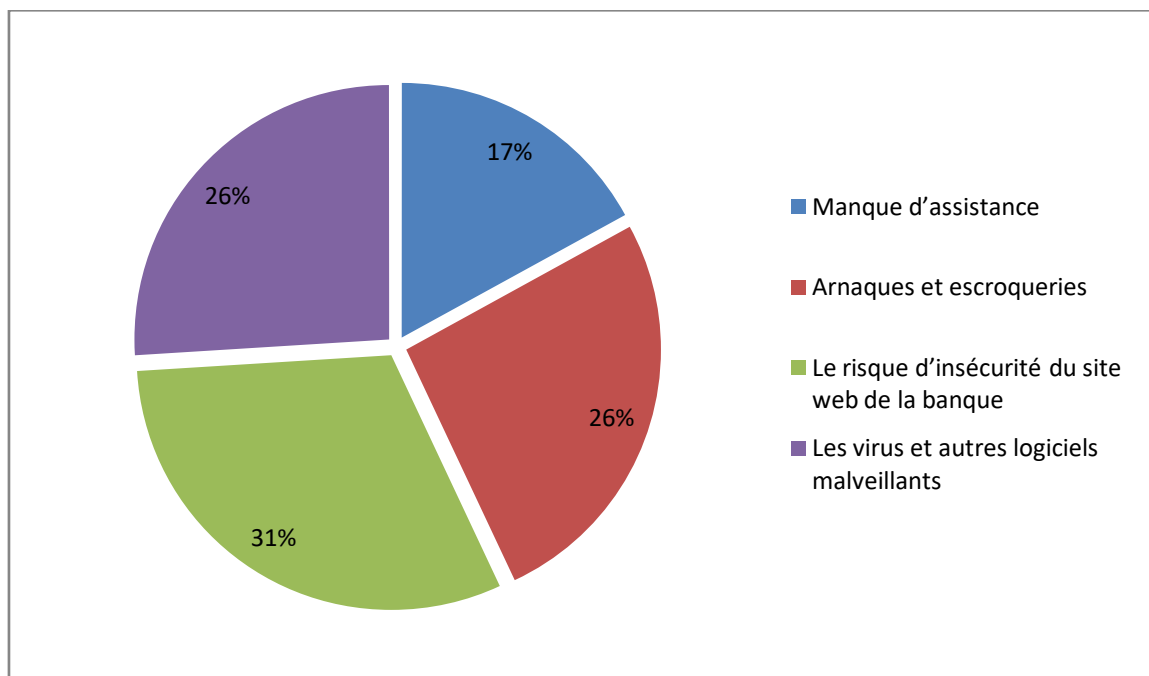
D'après ce graphique, nous remarquons que 35% estiment que le meilleur avantage de l'utilisation du e-banking reste sa rapidité d'exécution, suivi de 31% qui pensent que c'est gain de temps et 24% qui trouvent qu'elle permet de la simplification des opérations et une petite partie constituée de 10% pense que lee-banking permet d'être autonome.

L'avantage majeur de l'utilisation du e-banking est bien la rapidité de l'exécution et le gain de temps.

2.2.13. Les inconvénients des services du e-banking selon la clientèle interrogée

Le graphique ci-dessous indique les inconvénients de l'utilisation du service E-banking selon la clientèle interrogée.

Graphique n°18 : Les inconvénients des services du e-banking selon la clientèle interrogée



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

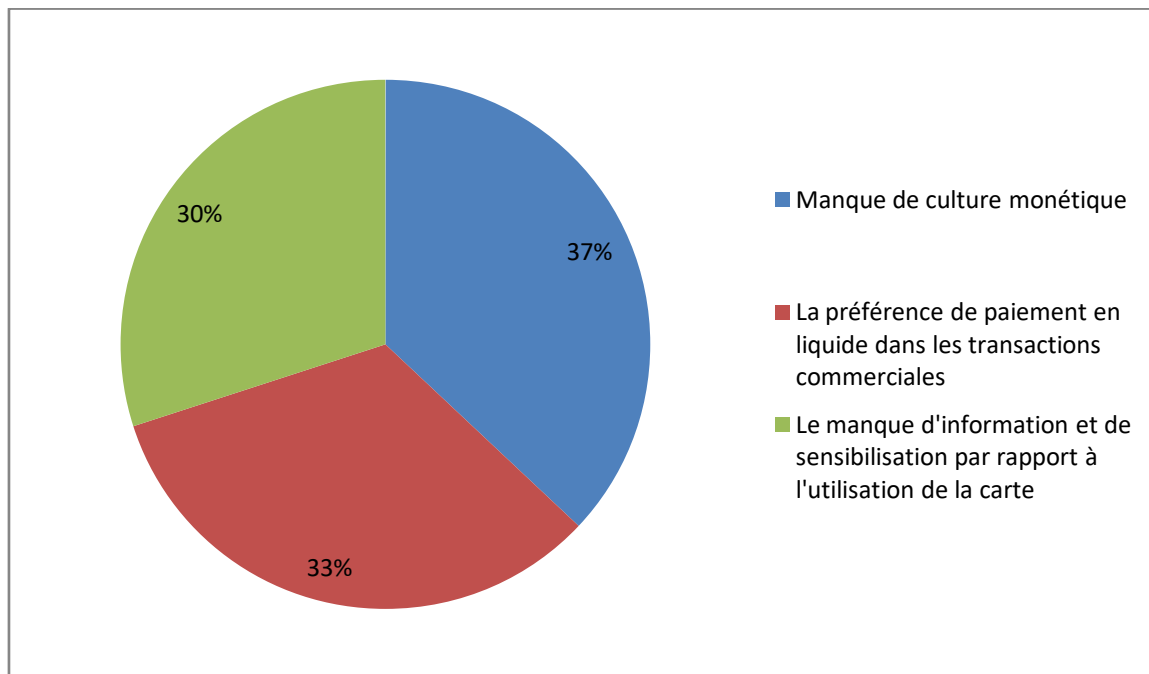
D'après ce graphique, nous remarquons que 31% estiment que le risque de l'utilisation du e-banking reste l'insécurité du site web de la banque, suivi à égalité de 26% qui pensent que se sont les arnaques et escroqueries et de 26% qui trouvent que les risques sont les virus et autres logiciels malveillants et 17% font référence au manque d'assistance.

Le risque majeur de l'utilisation du e-banking selon les clients interrogés est le risque d'insécurité du site web de la banque et les virus et les arnaques.

2.2.14. Les freins au développement de l'utilisation de la carte bancaire en Algérie

Le graphique ci-dessous indique les freins au développement de l'utilisation de la carte bancaire en Algérie d'après la population sondée.

Graphique n°19 : Les freins au développement de l'utilisation de la carte bancaire en Algérie d'après la population sondée



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

A ce niveau on s'est intéressé aux freins qui empêchent la majorité des personnes à utiliser la carte bancaire pour le paiement électronique, il en existe beaucoup et en plusieurs formes, mais on a sélectionné que trois propositions qui nous ont semblé les plus importantes.

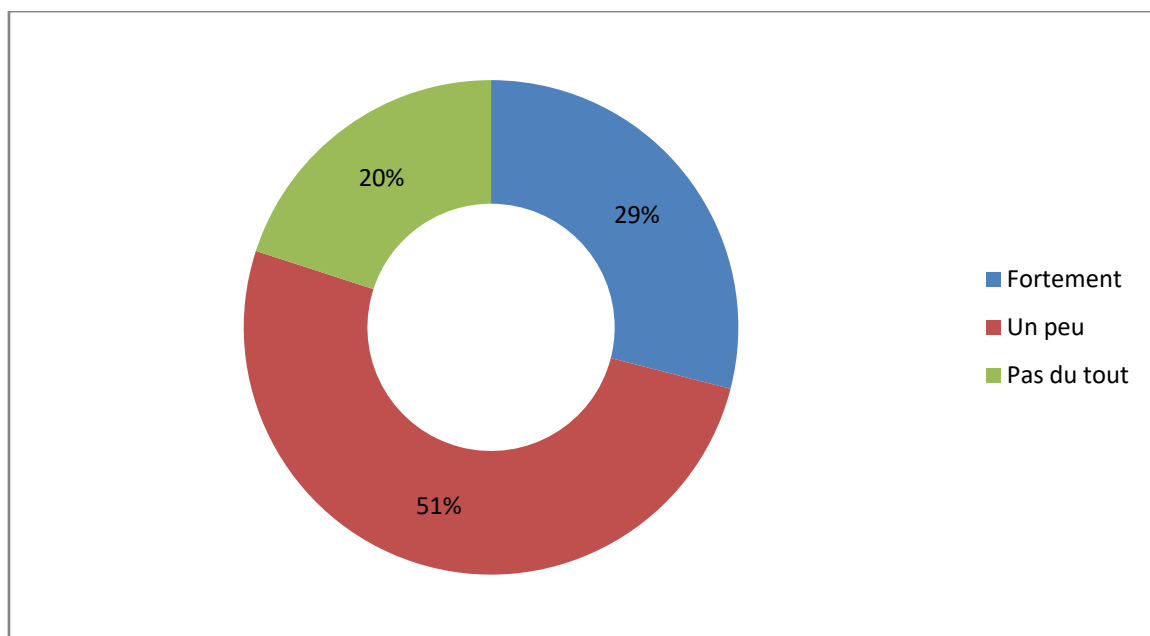
Les résultats de ce graphique n°25 nous informent que le majeur frein qui envahi la population Algérienne est le manque de culture monétique à 37%, ensuite la préférence de paiement en liquide dans les transactions commerciales à 33%, enfin le manque d'informations, de publicité et de la sensibilisation par rapport à l'utilisation de la carte bancaire qui est de 30%.

Donc ici on souhaite le changement, les banques devraient instaurer une véritable culture monétique qui devrait inculquer à nos citoyens son avantage à travers des campagnes de sensibilisation et ne pas se tenir qu'aux affiches à l'intérieure des banque

2.2.15. L'impact de la pandémie du COVID 19 sur la fréquence d'utilisation des services de e-banking :

Le graphique ci-dessous indique l'impact de la pandémie du COVID 19 sur la fréquence d'utilisation des services de e-banking d'après la population sondée.

Graphique n°20 : L'impact de la pandémie du COVID 19 sur la fréquence d'utilisation des services de e-banking selon la population sondée.



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

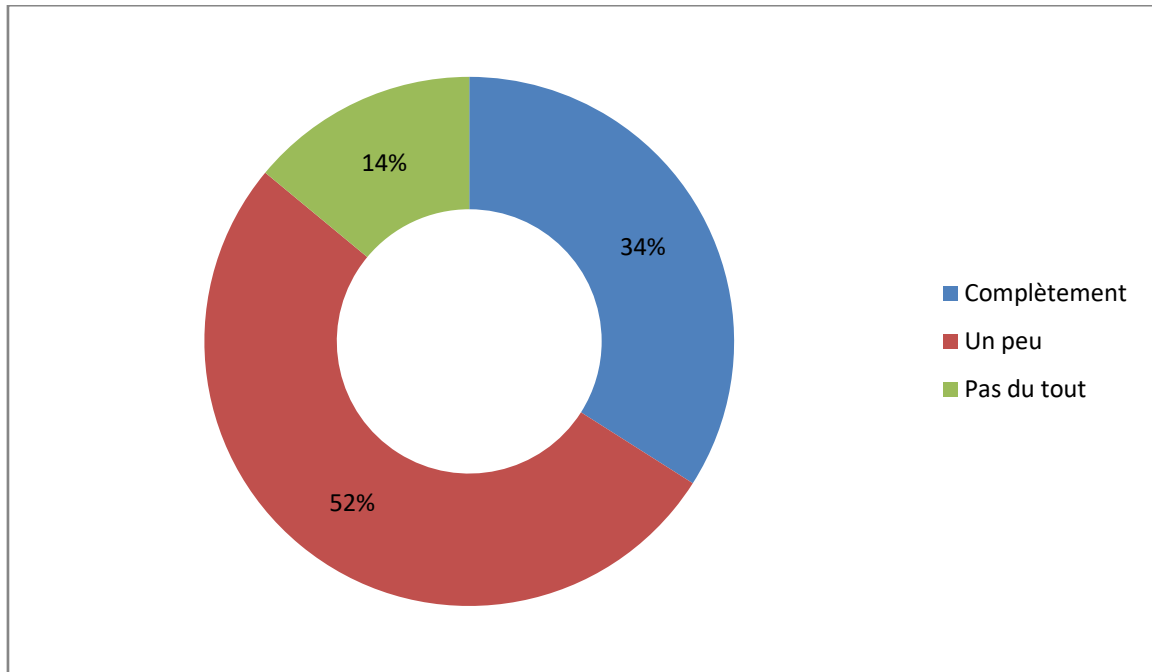
On observe dans ce graphique n°26 que 51% des personnes pensent que la pandémie du COVID 19 a un peu impacté la fréquence d'utilisation des services de e-banking , 29% pensent que la pandémie a fortement affecté la fréquence d'utilisation des services de e-banking, tandis que 20% des personnes interrogées pensent que la pandémie du COVID 19 n'a pas du tout influencé leurs fréquence d'utilisation des services de e-banking.

En résumé, le contexte de la pandémie a imposé des mesures de distanciation sociale et des restrictions de déplacement, incitant ainsi les individus à rechercher des alternatives aux transactions en personne. Les services d'e-banking offrent une solution pratique pour gérer ses finances sans avoir à se rendre physiquement dans une agence bancaire, ce qui les a rendus plus attrayants pour de nombreux utilisateurs. Cependant, il convient de noter que certaines personnes ont maintenu leurs habitudes bancaires malgré le contexte pandémique.

2.2.16. Préférence entre le e-banking et le contact humain

Le graphique ci-dessous indique le taux de préférence entre pour le e-banking et le contact humain

Graphique n°21 :taux de préférence entre le e-banking et le contact humain



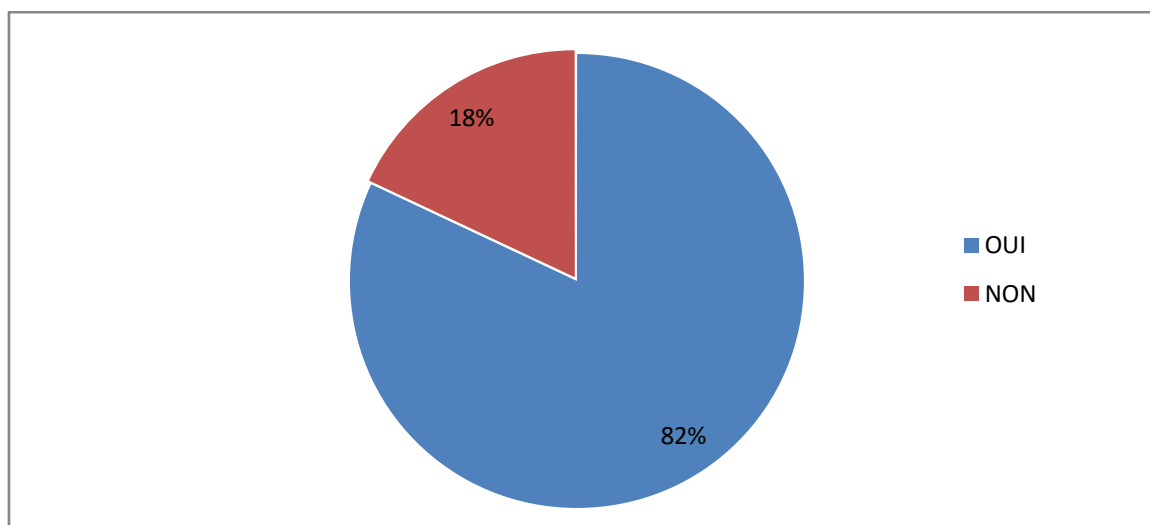
Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

On constate dans ce graphique n°27 que 52% des personnes interrogés pensent que l'e-banking est un peu plus avantageux que le contact humain, 34% pensent que le e-banking est plus avantageux que le contact humain, tandis que 14% des personnes interrogés pensent que le contact humain est plus avantageux que l'e-banking.

2.2.1.7. Taux de satisfaction de la clientèle par les services de la banque

Le graphique ci-dessous indique le taux de satisfaction de la clientèle par les services de la banque.

Graphique n°22 : Taux de satisfaction de la clientèle par les services de la banque



Source : Réalisé par nos soins à partir des résultats du questionnaire (voir annexe n°02)

D'après ce graphique, 82% des personnes sont satisfaites des services proposés par la banque, les 18% qui ne sont pas satisfait nous ont fait part de leurs propositions personnelles pour l'amélioration des prestations de la banque.

Conclusion :

Notre étude empirique de l'adoption du 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.

Et après l'entretien qu'on a fait avec la chargée de clientèle au sein de la CNEP-Banque, nous pouvons dire que parmi les différentes raisons pour lesquelles la CNEP-Banque a adopté le e-banking nous pouvons citer : améliorer le service clientèle, développer l'image concurrentielle de la banque, répondre aux exigences de sa clientèle en termes de sécurité de service, de satisfaction des clients et de faire diminuer la charge aux guichets.

Sur la base des résultats obtenus, nous pouvons conclure que le e-banking est en plein essor en Algérie et est de plus en plus utilisé, notamment par les jeunes et les personnes actives et ce pour sa rapidité d'exécution des opérations, le gain de temps et la simplification des démarches. Cependant, il existe encore des freins à son utilisation, notamment le manque de culture monétaire et la préférence de paiement en liquide.

Pour favoriser l'adoption du e-banking, il est important de sensibiliser la population aux avantages de ce mode de paiement et de renforcer la sécurité des transactions.

Conclusion Générale

Conclusion générale

Au terme de ce travail, il apparaît nécessaire de faire le point sur les contributions proposées dans les différents chapitres composant la présent mémoire, de les restituer par rapport à l'objectif initial, pour ensuite résumer les principaux résultats obtenus et recenser les limites de ce travail afin de tracer des pistes de recherches futures.

Notre étude a eu pour principal objectif d'analyser les avancées réalisées dans l'offre et la demandes des services liés au e-banking en Algérie. Ainsi, après avoir posé le curseur sur les principaux concepts théoriques ayant trait à notre thématique de recherche, nous avons effectué une étude macroéconomique sur l'évolution de la monétique et des paiements électroniques en Algérie. Enfin, nous avons opté pour un stage pratique au niveau de la Caisse nationale d'épargne et de Prévoyance-banque, agence n°202 sise à la wilaya de Tizi-Ouzou appuyé par un entretien avec la chargée de clientèle. De plus, pour évaluer l'adoption et l'usage des différents services électroniques par les particuliers, nous avons effectué une enquête par questionnaire destiné à la clientèle de cette même agence.

Dans le premier chapitre, nous avons posé le curseur sur les approches théoriques et le cadre conceptuel relatif aux services bancaires et du e-banking. Nous avons conclu que les nouvelles technologies qui se sont développées ces dernières années elles ont modifié ainsi la nature des services financiers et bancaires. Elles deviennent progressivement des moyens incontournables au développement de l'activité bancaire. Aujourd'hui, le e-banking est un instrument indispensable dans le projet de modernisation et de développement du système bancaire qui se fait par l'introduction de nouveaux systèmes et moyens d.

L'étude macroéconomique relative à l'évolution des services liés à la monétique et paiement numérique en Algérie, reflète une nette évolution ces trois dernières années. La crise sanitaire du covid-19 a boosté l'utilisation des différents moyens de paiement électroniques en Algérie. Ces évolutions se reflètent à travers l'augmentation progressive et importante du nombre de cartes de paiement octroyée, des transactions et des montants de paiement électronique. Ce résultat permet de confirmer la première hypothèse de travail selon laquelle le e-banking enregistre une amélioration notable depuis le covid-19 en Algérie. Cependant, ces réalisations demeurent insuffisantes relativement aux objectifs aspirés par les pouvoirs publics et des résultats réalisés par des pays frontaliers.

Quant aux résultats de l'étude empirique, nous avons constaté d'abord que la CNEP-Banque a mis en place une stratégie commerciale pour fidéliser ses clients et gagner d'autres parts de marché. Certaines mesures ont été prises visant l'amélioration des services rendus à la clientèle par le biais du e-banking en introduisant les nouveaux moyens de paiements électroniques tels que : le virement par EDI, le e-Banking, SMS Banking, livret d'épargne électronique. De plus, nous avons observé que le taux de délivrance des cartes CIB s'est nettement amélioré ces dernières années. Cela nous permet de confirmer la deuxième hypothèse de travail qui postule que CNEP-Banque a réalisé des avancées importantes dans l'adoption du e-banking.

Conclusion Générale

Par ailleurs, les résultats de notre enquête auprès des clients de la CNEP- Banque démontrent que ces derniers adoptent de plus en plus les services de banque en ligne, notamment par les jeunes et les personnes actives. Il ya lieu de noter que les principales raisons de l'utilisation du e-banking englobent la rapidité d'exécution des opérations, le gain de temps et la simplification des démarches. Cependant, certains utilisateurs sont encore réticents à utiliser ce mode de paiement en raison du manque de culture monétique et la préférence du paiement liquide mais également à cause des risques d'insécurité, d'arnaques.

De plus, les dits résultats nous indiquent que la pandémie du COVID-19 a également joué un rôle important dans l'augmentation de l'utilisation de ces services, car elle a motivé les clients de la banque vers l'utilisation des moyens de paiement électroniques tels que la carte bancaire, pour diminuer la propagation du virus pendant la période de confinement. Ainsi, les citoyens ayant commencé à utiliser à ce mode de paiement pendant la pandémie vont éventuellement les adoptés de manière régulière à l'avenir. Ces conclusions permettent de confirmer la troisième hypothèse selon laquelle les clients de la CNEP-Banque ont tendance adopté de façon progressive les services bancaires numériques.

Au total, nous pouvons dire que le développement des services bancaires numériques en Algérie et plus particulièrement la Banque en ligne connaît une évolution favorable qui s'est accéléré dans le contexte de distanciation sociale imposée par la pandémie du Covid-19. Cependant, sa progression se heurte à plusieurs entraves dont le taux de bancarisation demeure très faible, la méfiance envers les établissements bancaires persiste qui entrave l'adoption de solutions de paiement électronique. Un manque de connaissances en matière de nouvelles technologies complique encore davantage la transition vers ces méthodes de paiement. De plus, les plafonds imposés par les banques pour les transactions électroniques sont souvent jugés insuffisants par les utilisateurs. Par ailleurs, le manque d'équipement en terminaux de paiement électronique (TPE) chez les commerçants est attribuable aux taxes dissuasives et à la réticence de ces derniers à investir dans cette technologie. La prédominance de la culture du cash dans la société algérienne rend également la transition vers les paiements électroniques difficile. Toutes ces contraintes soulignent la nécessité d'efforts concertés pour promouvoir l'usage des paiements électroniques en Algérie et surmonter ces défis significatifs.

Toutefois, ce travail comprend certainement des limites qui pourraient être exploités pour ouvrir des pistes sur de nouveaux axes de recherches. Dans ce cadre, il convient d'élargir l'échantillon sur l'ensemble des banques publiques présentes dans la commune de Tizi-Ouzou. De plus, il serait intéressant d'étudier l'impact du e-banking sur le développement de la relation Banque-client à travers aussi un questionnaire plus représentatif.

Bibliographie

Ouvrage :

1. BERNARD Michel, « Banque et nouvelles technologies », Edition Horizons bancaire, numéro 316, février 2003, page 21.
2. Dominique rambour : *les systèmes de paiement*, édition ECONOMICA, Paris, 2005, P.12
3. GARSIAULT Philippe, PRIAMI Stéphane : « la banque : fonctionnement et stratégie », édition ECONOMICA, Paris, 1995, p.8
4. Herbert. Simon (2008). « Administration et processus ». Edition d'organisation
5. Hosting by COPERNICUS & CITEFACTOR Revue CCA Page 109
6. LE GOLVAN. Y, «Banque Assurance » », éd DUNOD, Bordas, Paris, 1988, P21.
7. Le guide de la banque, comptes, carte bancaire, services, Edition : Fine Media P.15/P33.
8. Plihon, D ; « la monnaie et ses mécanisme », Ed. La découverte, Paris 2000/2001, p. 17.
9. RegisBouyala , « le monde des paiements », Ed revue banque édition, Paris, 2005, P13.

Autres documents :

1. Copulsky, J.R. et Wolf, M.J. 1997. « Relationship Marketing: Positioning for the future». Journal of Business Strategy
2. Coutinet, Nathalie : « Définir les TIC pour mieux comprendre leur impact sur l'économie », P 5.
3. DINIZ, E. (1998), « Web Banking in USA », Journal of Internet Banking and Commerce, vol.3, n°2
4. ILMANE Med chérif : « Dictionnaire d'économie et de science sociales », BERTI, Alger, 2009.
5. Jean-Michel SAHUT. L'impact des NTIC sur le secteur bancaire, publié dans le cahier du numérique, n°3, Hermès Sciences la revue 2006, P 5.
6. Rapport de la Banque d'Algérie, « Chapitre VI : Modernisation de l'infrastructure des systèmes de paiement », 2006, page 105.

Sites internet :

1. www.ma-banque.ma/les-differents-types-de-banques
2. www.budgetbanque.fr/banque/differents-types-banques
3. www.comparobanque.com/actualites/3-histoire-de-la-banque-en-ligne
4. www.bnpparibas.dz/banque-a-distance
5. www.satim-dz.com
6. www.bna.dz
7. www.bdl.dz
8. www.cpa-bank.dz
9. www.larousse.fr
10. www.bank-of-algeria.dz
11. www.fr.wikipedia.org <https://fr.wikipedia.org>
12. www.cnepbanque.dz

Mémoires et thèses:

1. MOHAMED, Ben Bouziane. La bonne gouvernance : un préalable à la modernisation et au développement du système bancaire, séminaire, université de Tlemcen, p09.
2. MOSTAPHA, Hashem SHERIF. « Paiements électroniques sécurisés », Edition presses polytechniques et universitaires ramandes, 2007, p 347
3. NAZERI.B, Coulibaly. « La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) », Centre Africain d'Etude supérieures en Gestion (CESAG), mémoire de fin d'étude, promotion 2002, p14

Liste des Tableaux

Liste des Tableaux :

Tableau n°	Intitulé	Page
01	Nombre des cartes CIB en circulation en Algérie	47
02	Nombre global des ATM en exploitation en Algérie	48
03	Nombre global des TPE en exploitation en Algérie	49
04	Évolution du nombre et des montants des transactions effectuées sur TPE en Algérie	50
05	Répartition de l'échantillon par sexe	79
06	Répartition de l'échantillon par tranche d'âge	80
07	Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle	81

Liste des Graphiques et des figures

Liste des Graphiques :

Graphe n°	Intitulé	Page
01	Evolution du nombre des cartes cib en Algérie	48
02	Nombre global des ATM en exploitation en Algérie	49
03	Nombre global des TPE en exploitation en Algérie	50
04	Évolution du nombre et des montants des transactions effectuées sur TPE en Algérie	51
05	Répartition de l'échantillon par sexe	79
06	Répartition de l'échantillon par tranche d'âge	80
07	Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle	81
08	Répartition de l'échantillon selon le degré de maîtrise des nouvelles technologies (surfer sur le net, utiliser une carte bancaire...)	82
09	Le canal d'information du lancement du e-banking au sein de la CNEP	83
10	Répartition de l'échantillon selon les types d'opérations de e-Banking utilisés par les clients	84
11	Pourcentage de clients détenteurs de carte bancaire	85
12	Représentation des raisons de la proportion ne possédant pas de carte	85
13	Mode d'obtention de la carte bancaire	86
14	Répartition de l'échantillon selon le type de carte possédé	87
15	La fréquence d'utilisation de la carte bancaire pour le paiement électronique	88
16	Répartition de l'échantillon selon le degré d'utilisation de la carte bancaire pour des transactions électroniques	89
17	Le meilleur avantage de l'utilisation du service e-banking selon la clientèle interrogée	90
18	les inconvénients des services de e-banking selon la clientèle interrogée	91
19	Les freins au développement de l'utilisation de la carte bancaire en Algérie d'après la population sondé	92
20	L'impact de la pandémie du COVID 19 sur La fréquence d'utilisation des services de e-banking selon la population sondé	93
21	Pensez-vous que le e-banking est plus avantageux que le contact humain ?	94
22	taux de satisfaction de la clientèle par les services de la banque	95

Liste des Figures :

Graphe n°	Intitulé	Page
01	Organigramme de la CNEP-Banque	58
02	Organigramme de l'agence CNEP-banque de Tizi-ouzou agence 202	59
03	Présentation de la carte épargne CNEP-Banque	61

Annexes

ANNEXE 01 : Entretien avec la chargée de clientèle de l'agence CNEP-Banque 202

1. Votre banque a-t-elle introduit de nouvelles technologies d'information et de la communication? Si oui, lesquelles ? Depuis quand ?
2. Quel est l'effet de l'introduction de ces nouvelles technologies sur votre mode interne de travail ?
3. Quel est l'impact de l'adoption de ces nouvelles technologies sur votre relation avec la clientèle ?
4. Avez-vous mis en place des actions d'information à destination des clients pour mieux les informer et initier à l'utilisation des nouvelles technologies offertes par votre banque ?
5. Quelle est La procédure d'établissement d'un contrat d'abonnement e-Banking ?
6. Quels sont les documents nécessaires pour ouvrir un compte bancaire chez la CNEP-Banque ?
7. Quels sont les différents services d'E-Banking mis en place par votre agence ?
8. Vos services E-Banking sont-ils payants ?
9. Quel est la durée de l'abonnement et le mode de résiliation ?
10. Quelle est la date de mise en œuvre de la carte interbancaire (CIB) au niveau de votre banque ?
11. Quel est le nombre de cartes interbancaires attribuées à vos clients titulaires d'une carte interbancaire?
12. Quels sont les avantages présentés par votre agence pour encourager l'utilisation de la carte interbancaire paiement ?

ANNEXE 02 : Questionnaire destiné à la clientèle de l'agence

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master portant sur «L'adoption du e-banking dans le secteur bancaire en Algérie Cas de l'agence CNEP-Banque de Tizi-Ouzou», et en vue de l'obtention d'un diplôme de master en sciences financières et comptabilité option : finance et banque, nous avons dressé ce questionnaire pour sonder les différentes opinions des clients de la banque. Nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire anonyme s'inscrivant dans un cadre scientifique.

1. Le genre :

- Homme
- Femme

2. Quel est votre tranche d'âge ?

- 18-25 25-35
- 35-45 45-55
- 55 et plus

3. Quelle est votre profession ?

- Commerçant Agriculteur
- Employé Retraité
- Etudiant Sans profession
- Autre

4. Quel est le degré de votre maîtrise des nouvelles technologies ? (surfer sur le net, utiliser une carte bancaire...)

- Je ne maîtrise pas bien les nouvelles technologies
- Je maîtrise assez bien les nouvelles technologies
- Je suis expert en l'usage des nouvelles technologies

5. comment avez-vous été informé du lancement du E-banking dans votre banque ?

- Médias Promotion de la banque
- Réseaux sociaux Autres

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

- Consultation de solde Simulations de crédits
- Demandes de relevés de compte Demandes de chèquiers
- Recherche d'informations sur un produit/ service

7. Possédez-vous une carte bancaire ?

- Oui
- Non

Si non, Pourquoi vous ne possédez pas de carte bancaire ?

- Je suis plus confiant en utilisant de l'argent liquide
- Je n'ai pas assez de connaissances concernant le fonctionnement des cartes

8. comment êtes-vous devenu titulaire d'une carte bancaire ?

- Par votre demande
- Par la proposition de votre banquier

9. Quel type de carte possédez-vous ?

- Carte classique (CIB) Carte épargne
- Carte Gold CIB

10. Quelle est la fréquence d'utilisation de votre carte bancaire pour le paiement électronique

- Faible
- Moyenne
- Forte

11. Effectuez-vous des opérations d'E-paiement en utilisant votre carte bancaire (achats et Paiements en ligne) ?

- Oui
- Non

12. Quels sont les avantages des services E-banking selon vous ?

- Rapidité de l'exécution Autonomie
- Gain de temps Simplification des opérations

13. Quels sont les inconvénients des services E-banking selon vous ?

- Risques juridiques Arnaques et escroquerie
- Le risque d'insécurité du site web de la banque Manque d'assistance

14. Selon vous, parmi les freins au développement de l'utilisation de la carte bancaire en Algérie :

- Manque de culture monétique
- La préférence de paiement en liquide dans les transactions commerciales
- Le manque d'information et de sensibilisation par rapport à l'utilisation de la carte

15. La pandémie du covid-19 a-t-elle impacté votre fréquence d'utilisation du e-banking.

Fortement Un peu Pas du tout

16. Pensez-vous que le e-banking est plus avantageux que le contact humain ?

Complètement Un peu Pas du tout

17. Etes-vous satisfait des services proposé par votre banque ?

Oui Non

Nous vous remercions pour votre contribution.

Table des matières

Table des matières

Remerciements.

Dédicaces.

Sommaire

Liste des abréviations

Introduction générale 01

Chapitre I : Les services bancaires face aux technologies d'information et de communication05

Introduction 06

Section 01 : Cadre théorique et conceptuel de l'activité bancaire 06

1. Définition d'une banque..... 06

2. Le rôle de la banque 08

3. Les types de banques..... 08

3.1. Les banques commerciales.....08

3.2 Les banques d'affaires.....08

3.3 Les banques d'investissement08

3.4. Les banques centrales :09

4. Les différents services bancaires :..... 09

4.1. Le RIB : Relevé d'Identité Bancaire09

4.2. Le compte bancaire10

4.3. Le compte bancaire en ligne:.....10

4.4. La bancassurance10

4.4.1. Typologie d'assurance.....11

4.5. Un coffre-fort en banque.....11

Section 02 : Application et évolution des technologies de l'information et de la communication au sein des banques..... 12

1. Généralités sur les technologies de l'information et de la communication au sein des banques 12

1.1. Définition des technologies de l'information et de la communication12

1.2. Genèse des technologies de l'information et de communication (TIC).....13

1.3. Les composants du secteur des TIC14

1.4. Les caractéristiques des nouvelles technologies de l'information et de communication.....14

1.5. Définition des nouvelles technologies de l'information et de communication14

1.6. L'adoption des nouvelles technologies de l'information et de communication au sein des banques15

1.7. L'impact des nouvelles techniques de l'information et de communication sur l'activité bancaire16

2. La digitalisation bancaire17

2.1. Définition de la digitalisation17

2.2. Définition de la digitalisation bancaire17

Section 03 : Approche théorique sur le e-Banking.....	18
1. Définition du e-banking	18
2. L'historique du e-banking	19
3. L'apport du e-banking pour l'institution financière	20
4. L'apport du e-banking pour le client	21
5. Impact du e-banking sur la relation banque/client	22
6. Les services de e-banking.....	23
7. Comment utiliser une application de e-banking	23
8. Paiement d'une QR-facture	24
9. Avantages et inconvénients du e-banking	24
9.1. Avantages du e-banking	24
9.2. Inconvénients du e-banking	25
10. Les risques du e-banking	25
10.1. Les virus et autres logiciels malveillants	25
10.2. Le phishing (ou hameçonnage)	26
10.3. Le détournement de session	26
10.4. Arnaques et escroquerie	26
Conclusion.....	27

Chapitre II: Le e-banking en Algérie : application et état des lieu.....28

Introduction	29
--------------------	----

Section 01 : Apparition et développement du e-banking en Algérie 29

1. Les projets du e-banking initiés.....	29
2. La SATIM.....	30
2.1. Missions de la SATIM	30
2.2. Les services de la SATIM.....	31
2.2.1. Services nationaux.....	31
2.2.2. Services internationaux.....	32
2.3. Opérations de paiement en ligne.....	32
3. La création du Groupement d'Intérêts Economiques Monétique.....	33
3.1. Les fonctions du groupement d'intérêts économiques monétique.....	33
4. L'évolution du e-banking en Algérie	34

Section 02 : le système de paiement électronique en Algérie..... 35

1. Notions fondamentales sur le système de paiement électronique	35
1.1. Définition du paiement.....	35
1.2. Définition d'un système de paiement	35
1.3. Définition d'un paiement électronique.....	36
1.4. Définition d'un système de paiement électronique	36

2. La modernisation des systèmes de paiement en Algérie.....	36
2.1. Le passage de la compensation manuelle à la télé-compensation	37
2.1.1. Définition de la compensation manuelle	37
2.1.2. Les contraintes et rigidité de la compensation manuelle	37
2.1.3. Les objectifs de la modernisation	38
2.2. Les nouveaux systèmes de paiement	38
2.2.1. Le système de télé-compensation de paiement de masse	38
2.2.1.1. Fonctionnement du système de télé-compensation des paiements de masse...	39
2.2.1.2. Objectifs du système de télé-compensation des paiements de masse	39
2.2.2. Le système de règlement brut en temps réel de gros montants et de paiement	
urgent	39
2.2.2.1. Fonctionnement du système de règlement brut en temps réel de gros	
montants	40
2.2.2.2 Les objectifs du système de règlement brut en temps réel de gros	
montants.....	40
3. Organisation et infrastructure du système de paiement algérien	40
3.1. La Banque d'Algérie	40
3.2. Les banques commerciales.....	41
3.3. Les autres acteurs	41
3.3.1. Algérie Clearing	41
3.3.2. Le Centre de Pré-Compensation Interbancaire	42
3.3.3. L'Association des Banquiers et des établissements Financiers.....	42
3.3.4. Algérie Poste	42
3.3.5. Le Trésor Public	42
Section 03 : Le Covid-19 et l'accélération de l'utilisation du e-banking.....	43
1. COVID-19 contexte et historique	43
2. Le COVID-19 a favorisé l'essor mondial des paiements numériques	44
2.1 Les faits marquants par région	45
3. L'incidence de la pandémie du Coronavirus sur l'utilisation des moyens de paiement	
électronique en Algérie.....	47
Conclusion	52
Chapitre III : Le e-Banking au sein de la CNEP-Banque : cas empirique.....	53
Introduction	54
Section 01 : présentation de la CNEP-banque.....	54
1. Présentation.....	54
1.1. Première période (1964- 1974).....	55
1.2. Deuxième période (1971- 1979)	55
1.3. Troisième période (1980-1989)	55
1.4. Quatrième période (1990 à nos jours)	55

2. Missions et opérations de la CNEP-banque	57
2.1. La collecte de l'épargne	57
2.2. Le financement de l'habitat	57
2.3. La promotion immobilière	57
3. Organisation de la CNEP-banque	58
4. La carte Interbancaire CIB cas CNEP-Banque.....	59
4.1. Les fonctionnalités de la carte CIB de la CNEP-Banque	59
4.2. Les avantages de la carte CIB de la CNEP-Banque	60
4.3. Les points d'acceptation de la carte	60
5. La carte épargne CE.....	60
5.1. Les avantages de la Carte Epargne	60
5.2. La durée de validité d'une carte épargne	60
5.3. Présentation de la carte épargne CNEP-Banque	61

Section 02 : les modalités et fonctionnement des services E-Banking offert par la CNEP-Banque:.....62

1. Les services E-Banking	62
2.1. E-Banking	62
2.2. Abonné.....	62
2.3. Interlocuteur	62
2.4. Comptes autorisés	62
2.5. Login.....	62
2.6. Mot de passe	62
3. Bénéficiaires des services e-banking	62
4. Services offres (via e-banking).....	62
3.1. Consultation des soldes et de l'historique des soldes	62
3.2. Consultation des derniers mouvements.....	63
3.3. Téléchargement des relevés de compte.....	63
3.4. Edition des relevés de compte.....	63
3.5. Edition des relevés d'identité bancaire (RIB).....	63
3.6. Commandes de chéquier.....	64
3.7. Consultation des cartes bancaires.....	64
3.8. Opposition sur carte bancaire.....	64
3.9. Consultation et Edition des opérations sur carte.....	64
3.10. Consultation des crédits.....	65
3.11. Virement unitaire.....	65
3.12. Notification par « SMS ».....	65
3.13. Coordonnées des agences de la banque.....	65
3.14. Gestion des bénéficiaires.....	65
3.15. Modification du mot de passe.....	65
3.16. Autres informations	66
4. Accès au service e-banking.....	66
5. Les obligations du client et de la banque	66
5.1. Obligation mutuelle	66
5.2. Obligations du client.....	66
5.3. Obligations de la banque.....	67

6. Responsabilités.....	67
6.1. Responsabilités du client.....	67
6.2. Responsabilité de la banque.....	68
7. Comptabilisation	68

Section 03 : Discussion des résultats de l'enquête..... 74

1. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête par entretien avec la chargée de clientèle de l'agence CNEP-Banque 202	74
1.1. Présentation de la méthodologie de l'enquête.	74
1.1.1. Objet de l'entretien	74
1.1.2. La méthode d'enquête utilisée.....	74
1.1.3. Les questions de l'entretien	74
1.2. Interprétation des résultats de l'entretien	74
1.2.1. Les nouvelles technologies d'information et de communication introduite par la CNEP-Banque.....	74
1.2.2. L'effet de l'introduction des nouvelles technologies sur le mode interne de travail des agents bancaires	75
1.2.3. L'impact de l'adoption de ces nouvelles technologies sur la relation de la banque avec la clientèle.....	75
1.2.4. Les actions d'informations mis en place à destination des clients pour mieux les informer et initiés à l'utilisation des nouvelles technologies offertes par la CNEP-Banque.....	75
1.2.5. La procédure de souscription à un contrat d'abonnement-banking.....	75
1.2.6. Les documents nécessaires pour ouvrir un compte bancaire chez la CNEP-Banque	75
1.2.7. Les différents services de e-Banking mis en place par la CNEP-Banque Agence 202	76
1.2.8. Les frais d'abonnements e-banking proposés par la CNEP-Banque.....	77
1.2.9. La durée de l'abonnement et résiliation.....	77
1.2.10. La date de mise en œuvre de la carte interbancaire (CIB) au niveau de la CNEP-Banque.....	77
1.2.11. Le nombre de cartes interbancaires attribuées à vos clients titulaires d'une carte interbancaire de paiement.....	77
1.2.12. Les avantages présentés par la CNEP-Banque pour encourager l'utilisation de la carte interbancaire paiement.....	77
2. Présentation et interprétation des résultats de l'enquête par questionnaire destiné à la clientèle de l'agence.....	77
2.1. Présentation de la méthodologie de l'enquête par questionnaire	78
2.1.1. Elaboration du questionnaire	78
2.1.2. Choix de la méthode de travail	78
2.1.3. Présentation du questionnaire	78
2.1.4. Les objectifs du questionnaire	78

2.2. Interprétation des résultats de l'enquête par questionnaire	78
2.2.1. Répartition de l'échantillon par sexe	79
2.2.2. Répartition de l'échantillon par tranche d'âge	80
2.2.3. Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle	81
2.2.4. Le degré de maîtrise des nouvelles technologies par les clients	82
2.2.5. Le canal d'information du lancement du e-banking au sein de la CNEP-Banque...	83
2.2.6. Les types d'opérations de e-Banking utilisés par les clients.....	84
2.2.7. Pourcentage de clients détenteurs de carte bancaire	85
2.2.8. Mode d'obtention de la carte bancaire.....	86
2.2.9. Le type de carte possédé.....	87
2.2.10. La fréquence d'utilisation de la carte bancaire pour le paiement électronique....	88
2.2.11. Le degré d'usage de la carte bancaire pour des transactions électroniques	89
2.2.12. L'avantage procuré de l'utilisation du service e-banking la clientèle interrogée .	90
2.2.13. Les inconvénients des services du e-banking selon la clientèle interrogée.....	91
2.2.14. Les freins au développement de l'utilisation de la carte bancaire en Algérie.....	92
2.2.15 L'impact de la pandémie du COVID 19 sur la fréquence d'utilisation des services de e-banking.....	93
2.2.16. Préférence entre le e-banking et le contact humain.....	94
2.2.17. Taux de satisfaction de la clientèle par les services de la banque.....	95
Conclusion	95

Conclusion générale 96

Bibliographie

Liste des tableaux

Liste des graphiques et des figures

Annexes

Tables des matières

Résumé

L'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication ont contribué à la modernisation et au développement de nouveaux systèmes et moyens de paiement électroniques tels que la carte bancaire.

En Algérie, malgré les efforts déployés par les autorités monétaires et la SATIM, afin de promouvoir l'utilisation de la carte bancaire restent insuffisants. A ce jour ses détenteurs utilisent toujours le chèque comme moyen de retrait et le cash demeure le moyens de paiement favoris des citoyens au détriment de la carte bancaire du a plusieurs enjeux.

Abstract

The advent of new information and communication technologies has contributed to the modernization and development of new electronic payment systems and means such as bank cards.

In Algeria, despite the efforts made by the monetary authorities and SATIM to promote the use of the bank card, remain insufficient. To this day, the bank card holder still uses the check as a means of withdrawal and the cache remains the preferred means of payment for citizens to the detriment of the bank card due to several Angers.

Mots clés

Banque, moyens de paiements, systèmes de paiements, paiement électronique, carte interbancaire.