



**Ministère de l'étude supérieure et de la
recherche scientifique
Université mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et
Des Sciences de Gestion**



**Département sciences économiques
Spécialité :Economie Monétaire et Financière**

Mémoire de Fin d'étude

Thème

**Modernisation des moyens de
paiement à l'ère du numérique en
Algerie: Étude de cas de la Banque
CPA, Agence 194 – Tizi Ouzou**

Réaliser par

Benali Thiziri

Bouanfel Celia

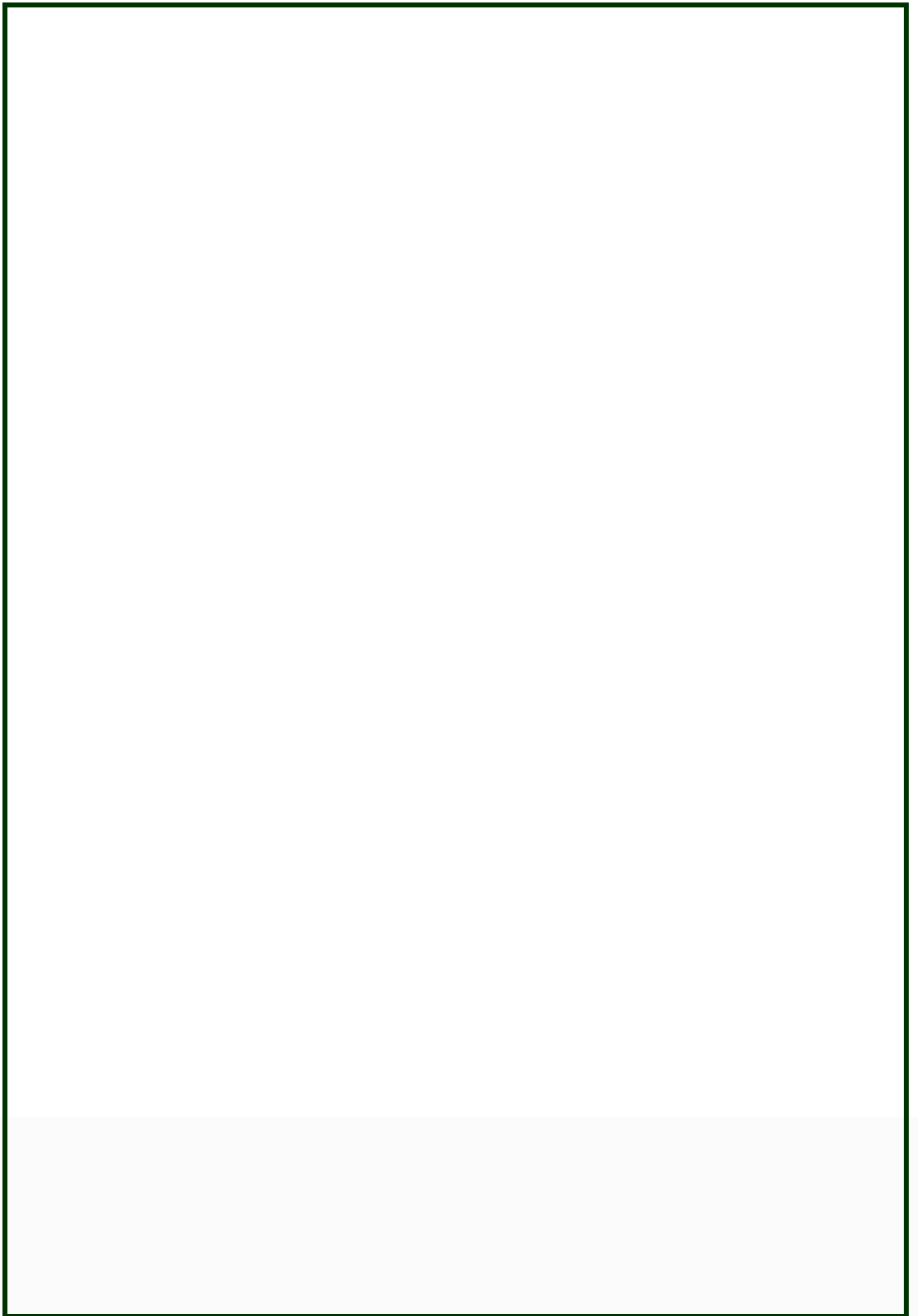
Diriger par

Mme Ramdini Samira

Devant le jury :

- **Président** : Mme AKNINE Rosa, Professeur à l'UMMTO
- **Examineur** : GUELMINE Mohamed Hichem, MCA à l'UMMTO ,
- **Rapporteur** : Mme RAMDINI Samira, MCA à l'UMMTO

Année universitaire :2024_2025



Remerciements

Nous remercions avant tout Dieu, le Tout-Puissant, de nous avoir donné la force, la patience et le courage nécessaires pour mener à bien ce travail.

Nos plus profonds remerciements vont à nos chers parents, pour leur soutien inconditionnel, leur amour et leurs encouragements constants tout au long de notre parcours.

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude à Monsieur Sam, responsable de la formation, pour sa bienveillance, sa disponibilité et son accompagnement précieux.

Nous exprimons notre sincère gratitude à Madame Ramdini, notre encadrante, pour son accompagnement, sa disponibilité et la qualité de ses conseils, qui ont grandement contribué à la réalisation de ce mémoire.

Nous remercions également les membres du jury d'avoir accepté d'évaluer notre travail et de nous honorer par leur présence.

Nos remerciements s'adressent aussi à tout le personnel de la banque CPA, agence 194 de Tizi Ouzou, pour leur accueil chaleureux, leur encadrement et leur appui précieux durant notre stage.

Enfin, nous remercions toutes les personnes, de près ou de loin, qui nous ont soutenus ou apporté leur aide à quelque moment que ce soit au cours de cette expérience.

Que Dieu nous guide sur le droit chemin.



Dédicace

Je dédie ce mémoire avec toute la profondeur de ma gratitude à ceux dont la présence, le soutien et l'amour ont façonné mon parcours.

À ma mère, dont l'amour inépuisable, la douceur et la force silencieuse ont été le cœur battant de mon chemin.

À mon père, dont la constance, le dévouement et la présence rassurante m'ont offert des repères solides.

À mon frère, pour sa place unique, sa discrétion sincère, et cette forme de soutien qui n'a jamais eu besoin de mots.

À ma petite sœur, lumière douce de ma vie, dont la tendresse et la joie ont su alléger mes silences.

À ma tante, présence maternelle et bienveillante, dont l'amour inconditionnel a su m'entourer et me porter.

À ma meilleure amie, toujours là, dans les silences comme dans les tempêtes, avec une fidélité et une force qui ont été une ancre précieuse.

À mon amie précieuse, qui fut aussi ma binôme de travail, pour son écoute, sa présence sincère et notre belle collaboration qui a donné du sens et de la force à cette aventure.

Et à toutes les âmes chères, visibles ou invisibles, dont la bienveillance, l'attention ou même le simple souvenir ont tissé l'arrière-plan silencieux de cette aventure

Célia

.

Dédicace

Je dédie ce mémoire, avec tout l'amour et la reconnaissance de mon cœur, à ceux qui ont été la source de ma force et de mon courage.

À mon père, pour son amour, sa droiture, sa patience et sa confiance silencieuse, qui m'ont donné l'exemple et la stabilité.

À ma mère, pour son amour immense, son soutien indéfectible et sa présence tendre, sans lesquels je n'aurais jamais pu avancer.

À mes frères, pour leur affection sincère, leur protection discrète et leur présence rassurante à chaque étape de mon chemin.

À mon amie et binôme, avec qui j'ai partagé cette aventure avec confiance, bienveillance et complicité, et dont la présence m'a profondément portée.

C'est à vous que je dois la force d'avoir mené ce parcours jusqu'au bout

Thiziri

Les abréviations :

ABEF : Association des Banques et des Établissements Financiers

APP : Application

BA : Banque d'Algérie

BAN : Bank Account Number ; Numéro de compte bancaire

BEA : Banque Extérieure d'Algérie

BDL : Banque de Développement Local

BNA : Banque Nationale d'Algérie

BTPH : Bâtiment, Travaux Publics et Hydrauliques

CBDC : Central Bank Digital Currency ; Monnaie Numérique de Banque Centrale

CCP : Compte Chèque Postal

CIB : Carte Interbancaire

CPA : Crédit Populaire d'Algérie

CVV : Card Verification Value ; Code de vérification de la carte

DAB : Distributeur Automatique de Billets

EDI : Échange de Données Informatisées

EMV : Europay Mastercard Visa

FCA : Financial Conduct Authority ; Autorité de conduite financière

FMI : Fonds Monétaire International

GAB : Guichet Automatique Bancaire

GIE : Groupement d'Intérêt Économique Monétique

IOS : iPhone Operating System ; Système d'exploitation de l'iPhone

JPQR : Japan QR

NFC : Near Field Communication ; Paiement sans contact

NFT : Non-Fungible Token ; Jeton non fongible

OSMP : Observatoire de la Sécurité des Moyens de Paiement

OTP : One-Time Password ; Mot de passe à usage unique

PCI-DSS : Payment Card Industry – Data Security Standard ; Norme de sécurité des données de l'industrie des cartes de paiement

PIN : Personal Identification Number ; Numéro d'identification personnel

PNB : Produit Net Bancaire

P2P : Peer-to-Peer ; Paiement entre particuliers

QR : Quick Response ; Code à réponse rapide

RIB : Relevé d'Identité Bancaire

ROE : Return On Equity ; Rentabilité des capitaux propres

SCA : Strong Customer Authentication ; Authentification forte du client

SEPA : Single Euro Payments Area ; Zone unique de paiement en euros

SATIM : Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique

SIT : Système Interbancaire de Télécompensation

SNMG : Salaire National Minimum Garanti

SPSS : Statistical Package for the Social Sciences ; Programme statistique pour les sciences sociales

SSL : Secure Sockets Layer ; Couche de sockets sécurisée

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication

TPE : Terminal de Paiement Électronique

UPI : Unified Payments Interface ; Interface de Paiements Unifiée

URL : Uniform Resource Locator ; Localisateur Uniforme de Ressources

VTC : Véhicule de Transport avec Chauffeur

Liste des figures

Figure 1: Paiement en monnaie fiduciaire.....	8
Figure 2: Circuit simplifié des opérations scripturales.....	9
Figure 3: Circuit simplifié du chèque.....	10
Figure 4: Circuit simplifié de virements.....	15
Figure 5: Circuit simplifié du prélèvement.....	16
Figure 6: Diagramme comparatif des moyens de paiement utilisés dans différents pays (2023).....	24
Figure 7: Le Réseau Monétique Interbancaire : évolution des opérations en Algérie	45
Figure 8: L'organigramme du CPA.....	60
Figure 9 : L'organigramme du groupe d'exploitation.....	62
Figure 10: Organigramme du CPA ,Agence 194 de Tizi-Ouzou.....	64

Liste des tableaux

Tableau 1: Répartition de l'utilisation des moyens de paiements (%), année 2023.....	23
Tableau 2: Principales réglementations.....	29
Tableau 3: Présentation des agences de la banque CPA.....	61
Tableau 4: Limites hebdomadaires d'utilisation de la carte CIB classique.....	66
Tableau 5: Limites hebdomadaires d'utilisation de la carte CIB Gold.....	67
Tableau 6: Plafonds d'utilisation de la carte Corporate.....	69
Tableau 7: Commissions applicables aux paiements et retraits – Carte Corporate.....	69
Tableau 8: Plafond journaliers d'utilisation de la carte VISA Classique.....	73
Tableau 9: Plafond journaliers d'utilisation de la carte CPA VISA /GOLD.....	74
Tableau 10: Commission sur les retraits en euros.....	76
Tableau 11: Limites d'utilisation de la carte MasterCard PLTINNUM.....	77
Tableau 12: Commission appliquée en fonction du montant de la transaction.....	77
Tableau 13: Frais relatifs au traitement des réclamations.....	77
Tableau 14: Tranche salariale et plafond mensuel autorisé.....	87
Tableau 15: Commissions mensuelles par tranche de plafond autorisé.....	88
Tableau 16: Répartition des clients du CPA selon les tranches d'âge : une lecture générationnelle des usagers bancaires.....	94
Tableau 17: Taux d'adoption des services de paiement numériques par les clients du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.....	97
Tableau 18: Corrélation entre les tranches d'âge des clients du CPA et l'usage des services de paiement numériques.....	98
Tableau 19: Répartition des clients du CPA selon leur catégorie socioprofessionnelle.....	101
Tableau 20: Croisement entre la profession des clients du CPA et leur usage des services de paiement numériques.....	103
Tableau 21: Utilisation de l'application mobile du CPA selon la profession des clients.....	104
Tableau 22: Niveau de satisfaction des clients du CPA concernant la facilité d'utilisation des cartes bancaires selon leur profession.....	107
Tableau 23: Niveau de connaissance des nouveaux services numériques du CPA (Cpay+ et Wimpay) selon la profession des clients.....	111
Tableau 24: Utilisation des services Cpay+ et Wimpay du CPA selon la profession des clients.....	114
Tableau 25: Répartition de l'utilisation des services CPay+ et Mobile Wimpay selon la profession.....	116
Tableau 26: Disposition des clients à formuler des suggestions pour améliorer les services numériques du CPA.....	120

Liste des graphes

Graphe 1 : Répartition en pourcentage des clients du CPA selon les tranches d'âge.....	95
Graphe 2 : Utilisation des services de paiement numériques par les clients du CPA (en %)	97
Graphe 3 : Répartition en pourcentage des clients du CPA selon leur profession.....	101
Graphe 4 Satisfaction liée à l'utilisation des cartes du CPA en fonction de la profession..	108
Graphe 5 : : Difficultés rencontrées lors de l'utilisation des services numériques...	111
Graphe 6 : Adoption des services CPAYe+ et Wimpay selon la catégorie professionnelle.	115
Graphe 7 : Part des clients disposés à suggérer des améliorations pour les services numériques du CPA.....	120

Sommaire

Introduction générale

Chapitre 01 : Cadre théorique et conceptuel des moyens de paiements

Introduction

Section 01 : Définition et typologie des moyens de paiements

Section 02 : Comparaison des comportements de paiements à l'échelle internationale

Section 03 : Les facteurs de la modernisation des moyens de paiement

Conclusion

Chapitre 02 : Evolution de la monétique en Algérie

Introduction

Section1 : Le cadre historique et règlementaire.

Section2 : les moyens de paiements électroniques

Section 3 : les indicateurs de développement de la monétique

Section 4 : les freins et défis du développement monétique

Conclusion

Chapitre 03 : Les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Introduction

Section 1 : Présentation de la banque de crédit populaire algérienne « CPA » et ses différents produits numériques

Section 2 : L'expérience du CPA dans la digitalisation des moyens de paiement

Section 3 : Étude empirique du comportement des clients bancaires envers les services numériques de CPA

Conclusion

Conclusion générale

Table de matiere

Remerciements	I
Dédicace.....	II
Les abréviations :.....	III
Liste des figures	IV
Liste des tableaux	V
Liste des graphes	VI
Introduction générale.....	VII
Sommaire	VIII
Chapitre 01 : Cadre théorique et conceptuel des moyens de paiement	
Introduction :.....	7
Section 01 : Définition et typologie des moyens de paiements.....	7
1. Définition des moyens de paiements :.....	7
2. Typologie des moyens de paiement :.....	8
2.1 La monnaie fiduciaire :	8
2.2 La monnaie scripturale :.....	9
2.2.1. Les moyens de circulation de la monnaie scripturale	10
2.3. Les moyens de paiements électroniques :.....	18
2.3.1. Définition du moyen de paiement électronique :.....	18
Section 2 : Comparaison des comportements de paiements à l'échelle internationale	22
1. Présentation de tableau des données.....	22
2. Représentation de graphique des données.....	24
2.1 l'analyse des comportements de paiement :.....	24
Section 3 : Les facteurs de la modernisation des moyens de paiement.....	26
1. Les avancées technologiques :.....	26
2. Émergence des Fintech et des (Big Techs) :.....	27
3. Règlementations et initiatives publiques à l'échelle mondiale.....	28
3.1 La sécurisation et l'harmonisation des transactions	29
3.2 Soutien à l'innovation et inclusion financière.....	30
3.3 Sécurité et lutte contre la fraude :.....	31
4. Mondialisation et standardisation	32
Conclusion :.....	33

Chapitre 2 : Evolution de la monétique en Algérie

Introduction	36
Section 1 : Le cadre juridique et institutionnel	36
1. Historique de la monétique en Algérie.....	36
2. Le cadre institutionnel de la monétique en Algérie.....	38
2.1 La Banque d'Algérie.....	38
2.2 Le GIE Monétique.....	38
2.3 La SATIM (Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique).....	38
2.4 Algérie Poste.....	39
2.5 Les établissements bancaires.....	39
3. Cadre réglementaire et législatif de la monétique en Algérie.....	39
3.1 Loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.....	39
3.2 Circulaires de la Banque d'Algérie.....	40
3.3 Loi n° 15-04 du 1er février 2015 relative à la signature et à la certification électroniques.....	40
3.4 Le rôle de la Commission de surveillance.....	40
3.5 Normes techniques et interopérabilité.....	40
Section 2 : L'évolution technologique de la monétique en Algérie.....	41
1. Les cartes bancaires	41
1.1 La carte interbancaire (CIB)	41
1.2 La carte Edahabia	42
1.3 Usages et adoption	42
2. Les canaux de paiement électronique en Algérie.....	43
2.1 Terminaux de paiement électronique (TPE).....	43
2.2 Paiement mobile	43
2.3 Transferts P2P via mobile	43
2.4 Technologie SoftPOS	44
2.5 Cartes sans contact (NFC)	44
3. Les nouveaux moyens émergents.....	45
3.1 Paiement mobile par QR code	45
3.2 Cartes de paiement virtuelles	45
3.3 Retrait d'argent sans carte (Cardless)	46
3.4 Interopérabilité des paiements mobiles (Switch Mobile).....	46

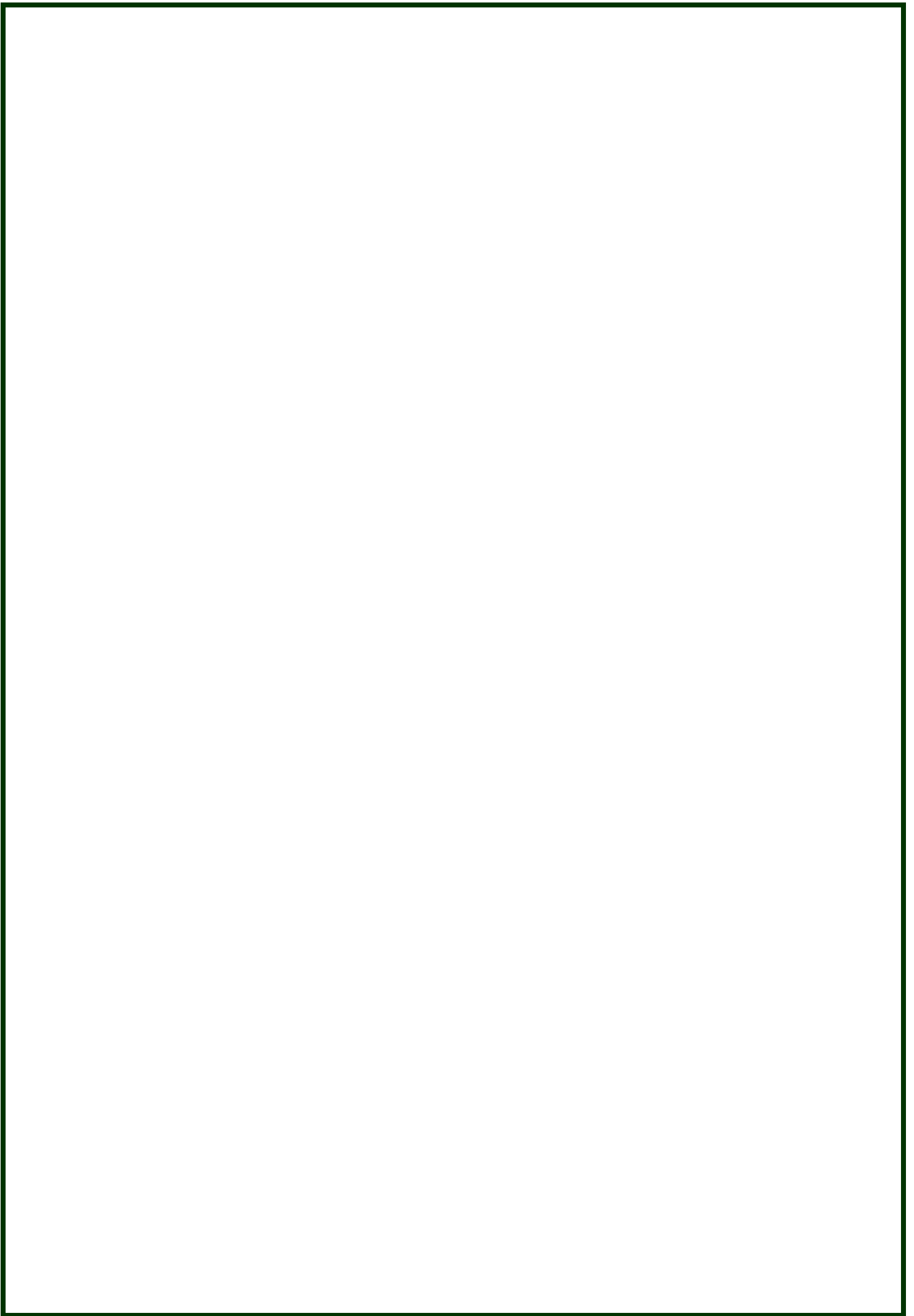
3.5 Solutions biométriques à l'étude.....	46
Section 3 : Les indicateurs de développement de la monétique.....	46
1. Données quantitatives.....	47
1.1 Volume global des transactions électroniques.....	47
1.2 Paiement mobile	47
1.3 Transferts P2P (mobile à mobile).....	47
1.4 Paiements en ligne	47
1.5 Infrastructure de paiement	47
2. Répartition géographique et sectorielle.....	48
2.1 Répartition géographique.....	48
2.2 Répartition sectorielle.....	48
3. Tendance d'évolution.....	49
3.1 Croissance soutenue des paiements électroniques.....	49
3.2 Expansion du paiement mobile	49
3.3 Hausse des transferts P2P (mobile à mobile).....	49
3.4 Développement des paiements en ligne.....	50
3.5 Renforcement de l'infrastructure	50
Section 4 : Les freins et défis du développement monétique.....	50
1. Contraintes techniques et infrastructurelles	50
1.1 Couverture inégale des infrastructures de paiement.....	50
1.2 Connectivité Internet limitée.....	50
1.3 Maintenance technique défectueuse.....	51
1.4 Interopérabilité limitée.....	51
1.5 Instabilité énergétique.....	51
2. Facteurs socioculturels	51
2.1 Préférence pour les espèces.....	51
2.2 Méfiance vis-à-vis des systèmes numériques.....	52
2.3 Faible inclusion financière.....	52
2.4 Manque de sensibilisation	52
2.5 Résistance au changement.....	52
3. Problèmes liés à la sécurité et à la réglementation.....	53
3.1 Préoccupations sur la sécurité des transactions.....	53
3.2 Évolution du cadre réglementaire.....	53
3.3 Faible sensibilisation à la cybersécurité.....	53

3.4 Manque d'harmonisation entre les institutions	53
4. Enjeux de sensibilisation et d'inclusion financière.....	53
4.1 Campagnes de sensibilisation	54
4.2 Rôle central d'Algérie Poste.....	54
4.3 Éducation financière comme levier.....	54
4.4 Difficultés persistantes.....	55
Conclusion	55

Chapitre 03 : La modernisation des services de paiement : étude de cas du CPA-194

Introduction	57
Section 01 : Présentation de la banque de crédit populaire algérienne, « CPA » et ses différents produits monétique.....	57
1. Création et organisme du Crédit Populaire d'Algérie « CPA » :.....	57
1.1 Création du CPA :.....	57
1.2. Organigramme du CPA	60
1.3. Présentation du groupe d'exploitation	60
1.4. Présentation de l'agence-194 de Tizi Ouzou :	63
2. Les produits monétiques du CPA :.....	65
2.1. Les carte interbancaires (CIB) :.....	65
2.2. Les terminaux de paiement électronique (TPE) :.....	79
2.3. Le service de e-banking « e-CP@ » :.....	80
2.4 les services de virements par Echange de Données Informatisées (EDI) :.	82
Section 2 : L'expérience du CPA dans la digitalisation des moyens de paiement.	84
1. Les Initiatives et Actions mise en place par le CPA	84
1.1 Déploiement des cartes interbancaires (CIB).....	84
1.2 Développement des terminaux de paiement électronique (TPE).....	85
1.3 Développement des services bancaires numériques (E-Banking)	85
2. Les nouveaux dispositifs numériques du CPA pour la digitalisation des paiements	85
2.1 La carte CPA/ CIB CPay+ :.....	85
2.1.La carte CPA/ CIB CPay+ :.....	85
2.2Caractéristiques de la carte CPay+ :.....	86
2.3Conditions d'octrois :.....	86
2.4Liste de contrôle pour la demande de de la carte CPay+.....	87

2.5	Fonctionnement de plafond :	87
2.6	Tarification applicable	88
2.7	Les services adossés à la carte CPay+ :	88
2.8	Avantage de la Carte CPay+ :	89
3.	Nouvelle application mobile : « CPA WIMPAY »	89
3.1	Caractéristiques de CPA WIMPAY	90
3.2	Fonctionnalités de CPA WIMPAY	90
3.3	Conditions d'adhésion du service WIMPAY CPA	91
3.4	Avantage de CPA WIMPAY :	91
Section 3 : Étude empirique du comportement des clients bancaires envers les services numériques de CPA		
1.	Méthodologie de l'enquête	92
2.	Élaboration du questionnaire	92
3.	Méthode de collecte	92
4.	Traitement et analyse des données	93
4.2	La variable « âge » est intégrée afin d'évaluer l'impact de la génération sur les habitudes des clients de la banque CPA.	94
4.3.	L'usage des services de paiement numériques proposés par le CPA constitue un aspect évalué auprès des utilisateurs	96
4.4.	Analyse croisée entre la tranche d'âge des clients et leur utilisation des services de paiement numériques proposés par la CPA. % dans Age	98
4.5	Répartition des clients du CPA selon leurs professions	101
4.6.	Tableau croisé entre la profession des répondants et leur recours aux services de paiement numériques du CPA	102
4.6.1	Analyse de l'usage des services numériques du CPA en fonction de la profession	103
4.8.	Lien entre la profession et la perception de la facilité d'utilisation des cartes.	107
4.9.	Profession des clients et expérience des difficultés dans l'utilisation des services	111
4.10.	Profession des répondants et recours aux nouveaux services numériques du CPA	114
Conclusion		
Conclusion générale		
Références Bibliographiques		
Les Annexes		



Introduction générale

Introduction générale

Dans un monde en constante transformation, porté par les avancées rapides des technologies de l'information et de la communication, les systèmes financiers sont appelés à se moderniser pour répondre aux nouvelles exigences de performance, de sécurité et d'inclusion. La digitalisation des paiements s'inscrit au cœur de cette dynamique, en tant que levier stratégique de modernisation économique et de démocratisation de l'accès aux services financiers. À l'échelle mondiale, cette transition s'est intensifiée sous l'effet de plusieurs facteurs : la généralisation d'internet et des smartphones, la montée en puissance du commerce électronique, ainsi que les besoins croissants en rapidité et en traçabilité des transactions.

Les institutions financières ont été contraintes de repenser leurs offres afin de s'adapter à ces nouveaux usages, mais de fortes disparités subsistent entre les pays industrialisés, où le paiement numérique est bien établi, et les économies émergentes, confrontées à divers obstacles d'ordre technologique, infrastructurel et socioculturel. En Algérie, les paiements restent encore largement dominés par l'usage du numéraire, en raison notamment d'un taux de bancarisation modeste, d'un accès inégal aux services bancaires, et d'une appropriation encore progressive des outils digitaux. Toutefois, une dynamique de transition est amorcée. Portée par la volonté politique et institutionnelle de moderniser le secteur financier, cette évolution s'appuie sur des réformes réglementaires, technologiques et structurelles visant à réduire la dépendance à l'argent liquide, à améliorer l'inclusion financière et à lutter contre l'économie informelle, dont le poids était estimé entre 30 % et 45 % du PIB entre 2010 et 2018.

En 2025, des avancées notables sont enregistrées. Selon les données du Groupement d'intérêt économique monétique (GIE Monétique), le parc national des terminaux de paiement électronique (TPE) s'élève à 73 607 unités en janvier 2025, contre 68 140 en décembre 2024. Les transactions enregistrées sur ces dispositifs ont dépassé 5,28 milliards de dinars pour le seul mois de janvier. En parallèle, la Loi de finances 2025 a introduit l'interdiction du paiement en espèces pour certaines opérations sensibles, telles que les ventes immobilières, les transactions automobiles et les contrats d'assurance obligatoires. Malgré ces mesures, la bancarisation reste faible (environ 47 %) et plus de 80 % des transactions continuent de s'effectuer en liquide, ce qui démontre que la transition vers une économie numérique reste inachevée.

Introduction générale

Dans ce contexte de mutation, les banques algériennes jouent un rôle essentiel. Plusieurs établissements ont entrepris des démarches concrètes pour numériser leurs services, améliorer l'expérience client et répondre aux nouveaux comportements des usagers. Des banques publiques telles que la BNA et la BEA ont développé des plateformes en ligne et généralisé l'usage des cartes bancaires. Les banques privées comme BNP Paribas El Djazaïr ou Société Générale Algérie proposent quant à elles des services bancaires mobiles et des solutions de paiement à distance. Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA), banque à fort ancrage national, s'inscrit également dans cette dynamique. En 2025, il a lancé une nouvelle gamme de services numériques incluant une application mobile, une carte prépayée (CPay Plus) et une plateforme web modernisée, témoignant de sa volonté de s'adapter aux exigences de la transformation digitale du secteur.

Problématique de la recherche

Afin de mieux comprendre les avancées récentes dans le domaine des paiements numériques en Algérie en particulier le CPA, il est essentiel d'analyser les mesures concrètes mises en œuvre par les autorités et les institutions financières. C'est dans cette perspective que se pose la problématique suivante :

Comment le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) contribue-t-il, à travers ses initiatives, à la dynamique nationale de digitalisation des moyens de paiement en Algérie ?

Cette question principale suscite les questions secondaires suivantes ;

Comment la diversification des moyens de paiement transforme-t-elle les pratiques économiques et financières dans un contexte globalisé ?

Quelles sont les principales mesures adoptées en Algérie pour moderniser les paiements, et quels défis persistent malgré les progrès réalisés ?

Comment le Crédit Populaire d'Algérie adapte-t-il son offre numérique aux attentes de ses clients, et quels enseignements peut-on tirer de leur expérience ?

Intérêt du thème

L'étude de la digitalisation des paiements en Algérie revêt un intérêt particulier dans un contexte où l'innovation technologique constitue un moteur clé du développement économique et de l'inclusion financière. Ce thème permet de mieux comprendre les mutations en cours dans le système monétaire, d'évaluer les politiques publiques et les stratégies

Introduction générale

bancaires adoptées, et d'analyser les conditions de réussite d'une transition vers un système de paiement moderne, sécurisé et accessible à tous.

Méthodologie de recherche

Pour répondre à cette problématique, une démarche mixte a été adoptée, combinant une étude théorique et une étude empirique. La première repose sur une revue documentaire approfondie incluant des ouvrages spécialisés, des rapports institutionnels, des textes réglementaires et des articles traitant de la digitalisation des paiements à l'échelle nationale et internationale.

Sur le plan empirique, cette recherche relève d'une **étude descriptive**, visant à observer et analyser les comportements et perceptions des utilisateurs face aux services numériques bancaires. Une enquête a été menée auprès des clients du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) à l'aide d'un questionnaire structuré. Cette enquête a permis de recueillir des données quantitatives sur l'usage des outils digitaux, les avantages perçus, les obstacles rencontrés et les attentes exprimées. L'unité d'analyse de cette étude est constituée des clients bancarisés du CPA, sélectionnés à travers un échantillon raisonné, reflétant différents profils socioprofessionnels.

.Structure de travail

Ce travail s'articule autour de trois chapitres distincts, chacun explorant un aspect essentiel de la modernisation des moyens de paiement à l'ère numérique.

Le premier chapitre pose le cadre théorique et conceptuel en définissant les moyens de paiement, leur évolution ainsi que les facteurs qui expliquent leur digitalisation au niveau mondial.

Le deuxième chapitre se concentre sur le contexte algérien en analysant les initiatives institutionnelles et réglementaires, les avancées réalisées, ainsi que les freins rencontrés dans la promotion des moyens de paiement électroniques.

Le troisième chapitre présente une étude de cas centrée sur le Crédit Populaire d'Algérie (CPA), à travers une enquête menée auprès de ses clients et employés. Cette partie permet de mesurer concrètement les efforts de digitalisation et les perceptions des utilisateurs au sein de cette banque.

Introduction générale

À travers cette recherche, nous souhaitons contribuer à une meilleure compréhension des enjeux liés à la digitalisation des paiements dans notre pays, et proposer quelques pistes pour faciliter cette transition vers une économie plus moderne et connectée.

**Chapitre 01 : Cadre
théorique et conceptuel des
moyens de paiement**

Introduction :

Les moyens de paiement jouent un rôle essentiel dans le fonctionnement de l'économie, en facilitant les échanges entre les différents acteurs économiques. Au fil du temps, ces moyens ont évolué, passant des formes traditionnelles comme l'argent liquide et les chèques, à des solutions électroniques plus modernes et plus rapides. Ce chapitre a pour objectif de présenter les différents types de moyens de paiement, leurs avantages et leurs limites, avant d'analyser les comportements de paiement à l'échelle internationale. Enfin, nous étudierons les principaux facteurs ayant favorisé cette modernisation, notamment les avancées technologiques, l'émergence de nouveaux acteurs dans le secteur financier, ainsi que les initiatives publiques et réglementaires.

Section 01 : Définition et typologie des moyens de paiements.

Les moyens de paiement ont évolué au fil des siècles, passant de l'échange de biens à l'utilisation de monnaies métalliques, puis de billets de banque. Aujourd'hui, l'émergence de la monnaie électronique a transformé les pratiques de paiement.

1. Définition des moyens de paiements :

Un moyen de paiement est un instrument permettant de transférer une somme d'argent d'un agent économique à un autre. Selon Bouyala Régis : « Les moyens de paiement sont les supports de transactions, mis à la disposition des agents économiques, notamment les particuliers et les entreprises, pour solder le prix d'un bien ou d'un service, ou pour s'acquitter d'une dette »¹. Cette définition met en avant la fonction essentielle des moyens de paiement, à savoir faciliter les échanges économiques par le règlement des obligations monétaires.

Sur le plan juridique, la législation algérienne, à travers la loi n°03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit, stipule que : « Sont considérés comme moyens de paiement, tous les instruments qui permettent à toute personne de transférer des fonds, quelque soit le support ou le procédé technique utilisé »²

¹ Régis Bouyala, 2005, Le monde des paiements, Revue Banque, coll. Techniques bancaires, P 21.

² Banque d'Algérie Cadre législatif et réglementaire

Lien : <https://www.bank-of-algeria.dz/cadre-legislatif-et-reglementaire/> consulter le 4 avril 2025 16h

2. Typologie des moyens de paiement :

Les transformations économiques et l'essor des technologies de l'information ont permis l'apparition d'une grande diversité de moyens de paiement. Leur classification permet de mieux comprendre leurs spécificités et leur évolution au fil du temps.

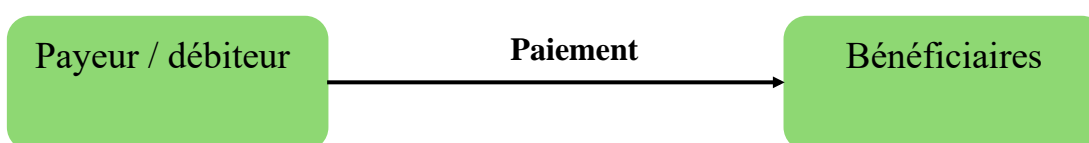
2.1 La monnaie fiduciaire :

L'histoire de la monnaie fiduciaire s'inscrit dans une évolution progressive marquée par des transformations profondes. Elle trouve ses origines dans le système de troc, où les échanges se faisaient directement entre les parties. Cependant, ce mode de transaction présentait rapidement des limites, notamment en raison de l'absence de correspondance entre les besoins des agents économiques. Pour faire face à ces contraintes, les sociétés ont progressivement adopté l'usage de métaux précieux, tels que l'or et l'argent, en raison de leur valeur intrinsèque, de leur rareté et de leur durabilité.

Cette évolution a conduit à l'introduction des billets de banque, initialement conçus comme des certificats représentant ces métaux précieux. Ces billets garantissaient ainsi une valeur fixe, adossée aux réserves détenues par les institutions financières. Au fil du temps, les billets de banque se sont progressivement détachés des réserves métalliques pour acquérir une valeur propre, fondée exclusivement sur la confiance accordée à l'État émetteur. Cette confiance constitue aujourd'hui le fondement essentiel de la monnaie fiduciaire moderne.

En Algérie, la monnaie fiduciaire est définie par l'article 2 de la loi n°23-09 du 21 juin 2023 relative à la loi monétaire et bancaire. Cette législation précise qu'elle comprend les billets de banque et les pièces de monnaie métallique, émis exclusivement par l'État, à travers la Banque d'Algérie, qui en détient le monopole.

Figure 1: Paiement en monnaie fiduciaire

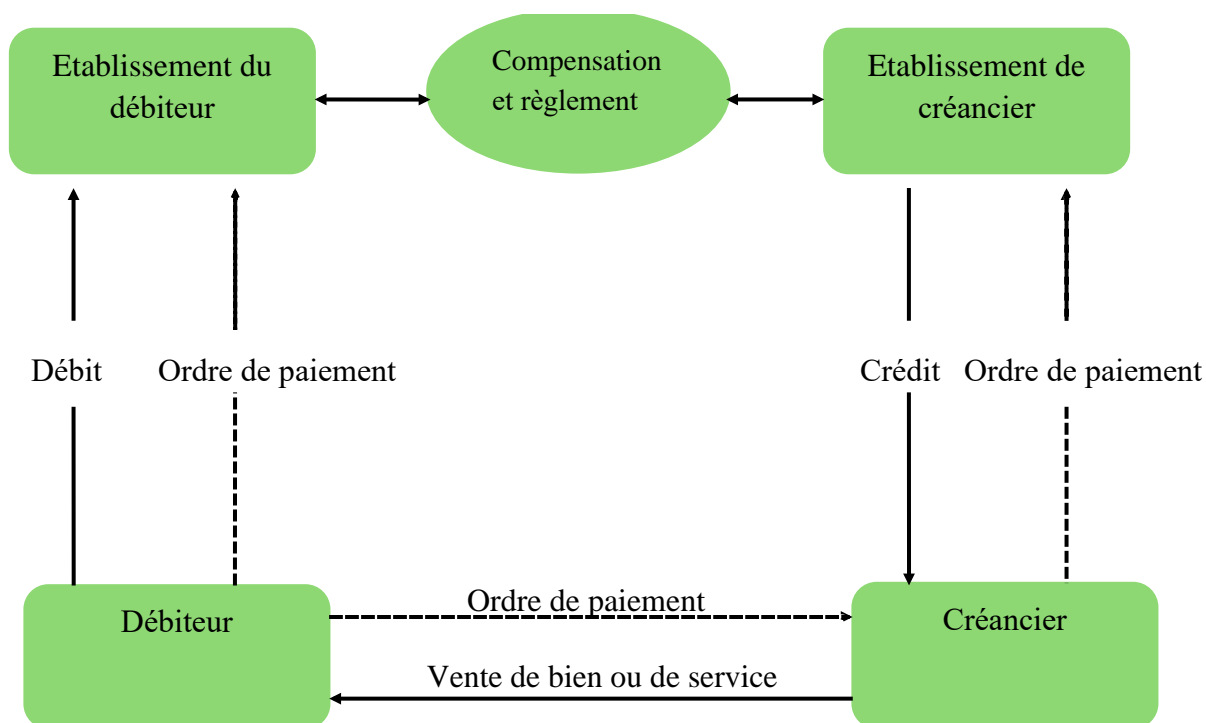


Source : www.banque-France.fr (page consultée le 10/04/21 à 15h)

2.2 La monnaie scripturale :

La monnaie scripturale désigne l'ensemble des sommes inscrites sur les comptes bancaires des agents économiques. Contrairement à la monnaie fiduciaire, elle est immatérielle et circule à travers des opérations comptables, mobilisée par des instruments tels que les virements bancaires et les chèques. Ces moyens permettent d'effectuer des paiements sans manipulation physique de billets ou de pièces, tout en garantissant la traçabilité et la sécurité des transactions.

Figure 2: Circuit simplifié des opérations scripturales



Source : Bouyala Régis. Op.cit, Page22.

Le circuit simplifié des opérations scripturales décrit le processus par lequel un paiement est réalisé entre un payeur et un bénéficiaire. Il se déroule en plusieurs étapes :

- **Ordre de paiement** : Le payeur (acheteur) donne un ordre de paiement à sa banque, que ce soit par virement, par chèque ou par carte bancaire ;
- **Débit du compte** : La banque du payeur prélève le montant correspondant sur le compte de l'acheteur ;
- **Transfert interbancaire** : Le montant est transféré vers la banque du bénéficiaire ;

- **Crédit du compte** : Enfin, la banque du bénéficiaire crédite le compte du vendeur avec le montant reçu.

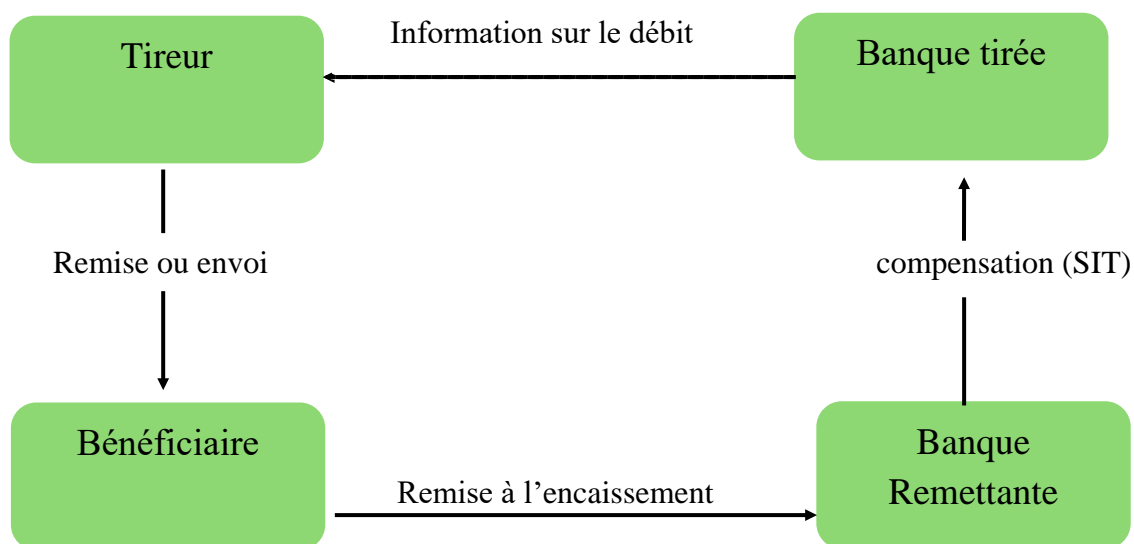
2.2.1. Les moyens de circulation de la monnaie scripturale

La monnaie scripturale circule à travers les instruments de paiement ci-après

2.2.1.1 Le chèque :

Le chèque est défini comme un titre par lequel une personne, appelée tireur, donne l'ordre à une banque, désignée comme tirée, de payer à vue une somme d'argent au profit d'une troisième personne, nommée porteur. ¹

Figure 3: Circuit simplifié du chèque



Source : Bouyala Régis. Op.cit, p.23.

a- Le circuit du chèque :

- **Émission du chèque** : Le tireur (émetteur) signe un chèque et donne l'ordre à sa banque (banque tirée) de payer une somme déterminée au bénéficiaire (porteur) ;
- **Remise à l'encaissement** : Le porteur dépose le chèque auprès de sa propre banque ou directement à la banque tirée ;
- **Traitement interbancaire** : La banque du porteur transmet le chèque à la banque tirée pour vérification de la disponibilité des fonds ;
- **Débit et crédit** : En cas de provision suffisante, la banque tirée débite le compte du tireur et crédite le compte du porteur ;

¹ STEPHANE Piedelievre ,2014 : « Instruments de crédit et de paiement », Dalloz, 8ème, p261.

b- Les mentions obligatoires dans un chèque

Selon l'instruction n° 05- 95 du 25 janvier 1995. De la Banque d'Algérie. Un chèque est un instrument de paiement à vue. Pour être valable, il doit contenir un certain nombre de mentions obligatoires.

- Le mot chèque doit figurer dans le texte même de l'instrument dans la langue utilisée ;
- La somme payable en chiffres et en lettres ;
- Le nom du destinataire de l'argent ;
- La date du jour ;
- Le lieu de la signature du chèque ;
- La signature du titulaire du compte.

c- Les types de chèques

Il existe plusieurs types de chèques qu'on peut classer comme suivant :

c-1 Le chèque de banque :

C'est un chèque, comme son nom l'indique, émis par une banque ou le porteur de ce chèque (le bénéficiaire) est assuré de son paiement pendant toute la durée de validité du chèque.

c-2 Chèque certifié:

C'est un chèque ordinaire émis par un particulier ou une entreprise dont le tiré ou la banque indique par l'apposition d'un visa l'existence de la révision au moment de l'émission du chèque la banque vérifie et atteste que le fond est disponible au moment de l'émission elle appose un visa (tampon + date de visa mentionné sur le chèque), généralement utilisé dans les transactions commerciales ou immobilières)

c-3 Chèque visé :

Le chèque certifié est un chèque ordinaire émis par le titulaire du compte (tireur) dont la banque du tireur approuve l'existence de la provision et s'engage à la bloquer au profit du bénéficiaire pendant le délai d'encaissement. Il concerne souvent les règlements de sommes importantes d'argent.

c-4 Chèque en blanc :

C'est un chèque émis et signé par le tireur sans indication de somme.

c-5 Cheque au porteur :

C'est un chèque émis par le tireur où la somme d'argent est écrite, mais le nom du bénéficiaire n'est pas mentionné, il peut être encaissé par toute personne qui le présente à la banque (porteur du chèque)

c-6 Chèque barré :

Un chèque barré est un chèque sur lequel deux traits parallèles sont tracés sur le recto. Cela signifie qu'il ne peut être encaissé que par une personne ayant un compte bancaire. Il existe deux types de barrements : général, lorsqu'il n'y a aucune indication entre les traits, et spécial, lorsque le nom d'une banque y est inscrit. Ce chèque est également non endossable, sauf au profit d'une banque, et ne peut pas être payé directement en espèces.

c-7 Chèque de voyage :

C'est un chèque bancaire, appelé aussi (Traveller cheque). Il est utilisé à l'internationale ; il est présenté sous forme d'un chèque dont le montant écrit pré-imprimé. Il est échangé contre la monnaie courante du pays où il est utilisé comme mode de règlement.¹

2.2.1.2. Les effets de commerce :

Les effets de commerce sont des instruments financiers utilisés pour sécuriser et formaliser les transactions commerciales entre un vendeur (créancier) et un acheteur (débitéur). Ils représentent un engagement écrit de payer une somme déterminée à une date future, appelée échéance. Ces documents permettent au vendeur de garantir le paiement des biens ou services fournis, même si le règlement est différé.

Il existe principalement deux types d'effets de commerce

a- La lettre de change

La loi ne donne aucune définition de la lettre de change. Il s'agit d'un titre par lequel une personne dénommée « tireur » donne l'ordre à une autre personne appelée « tiré » de payer à une date déterminée à une troisième personne dite « bénéficiaire », une certaine somme d'argent. Elle porte souvent une pratique le nom de la traite²

La lettre de change fait donc intervenir trois (3) personnes :

¹L-Expert-Comptable.com, Les différents types de chèques, 2021, consulté le 13 avril 2025, <https://www.l-expert-comptable.com/a/53003-les-differents-types-de-cheques.html>.

² S. Piedelievre, op. cit., p. 81.

- **Le tireur** : c'est le créateur du titre, c'est-à-dire la personne qui donne l'ordre au tiré de payer la somme d'argent mentionnée sur la traite (lettre de change).
- **Le tiré** : celui à qui cet ordre est donné.
- **Le bénéficiaire** : c'est la personne désignée pour percevoir le montant indiqué sur le titre.

a-1 Les mentions obligatoires de la lettre de change selon le code de commerce algérien (art.390) :

- La mention "lettre de change" dans le texte ;
- L'ordre pur et simple de payer une somme déterminée ;
- Le nom du tiré ;
- L'échéance du paiement ;
- Le lieu de paiement ;
- Le nom du bénéficiaire ;
- La date et le lieu de création ;
- La signature du tireur¹.

b- Le billet à ordre :

Le billet à ordre est titre négociable et un effet de commerce dont particularisme tient à ce que, lors de sa création, il fait seulement intervenir deux personnes, un souscripteur et un bénéficiaire. La première s'engage à payer au second ,ou à son ordre une somme déterminée à une certaine échéance²

Le billet à ordre fait donc intervenir deux (2) personnes :

- **Le souscripteur** : c'est la personne qui s'engage à payer une somme d'argent au bénéficiaire.
- **Le bénéficiaire** : c'est la personne à qui le souscripteur promet de payer une certaine somme d'argent.

b-1 Les mentions obligatoires de billet à ordre :

Comme la lettre de change, le billet à ordre doit comporter des mentions telles que ;

¹ République Algérienne Démocratique et Populaire, *Code de commerce*, Titre I, articles 390 à 417 et Titre II, articles 428 à 436, disponible sur : <https://www.joradp.dz> (consulté le 18 avril 2025).

² S. Piedelievre, op. cit., p. 186

- La dénomination “billet à ordre” insérée dans le texte même du titre et exprimée dans la langue employée pour la rédaction de ce titre ;
- La promesse pure et simple de payer une somme déterminée ;
- L'échéance ;
- Le lieu où le paiement doit s'effectuer ;
- Le nom de celui auquel ou à l'ordre duquel le paiement doit être fait ;
- La date et le lieu où le billet est souscrit ;
- La signature de celui qui émet le titre (le souscripteur).

2.2.1.3. Les virements :

Le virement est une opération bancaire par laquelle un donneur d'ordre demande à son établissement bancaire de transférer une somme d'argent de son compte vers celui d'un bénéficiaire. Ce transfert s'effectue sans circulation physique de monnaie, uniquement par jeu d'écritures entre les comptes concernés.¹

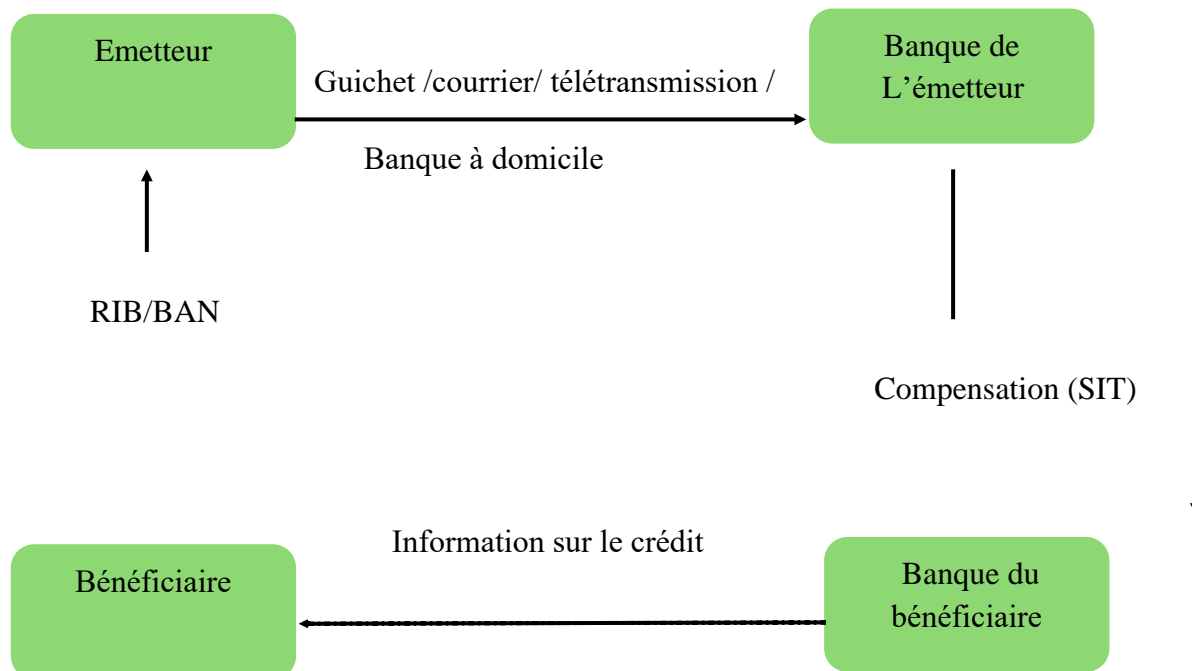
Il existe principalement 2 formes de virement :

- a- Le virement ponctuel :** Réalisé pour une opération unique telle que le paiement de factures, règlement commercial.
- b- Le virement permanent ;** Un ordre de virement automatique et régulier mis en place entre deux comptes, généralement utilisé pour des paiements fixes et périodiques tels que le loyer, les abonnements ou le remboursement de crédits. Par exemple, dans le cadre des crédits aux particuliers, le client peut autoriser sa banque à effectuer chaque mois un virement permanent pour rembourser son échéance de prêt, selon un échéancier préalablement établi et signé.²

¹ ROLLANDLUC-BERNET, « Principe de technique bancaire », 21eme édition DUNOD, 2008, p. 66.

² Régis Bouyala, 2005, Op.cit p 25

Figure 4: Circuit simplifier de virements



Source : Bouyala Régis. Op.cit, page 25

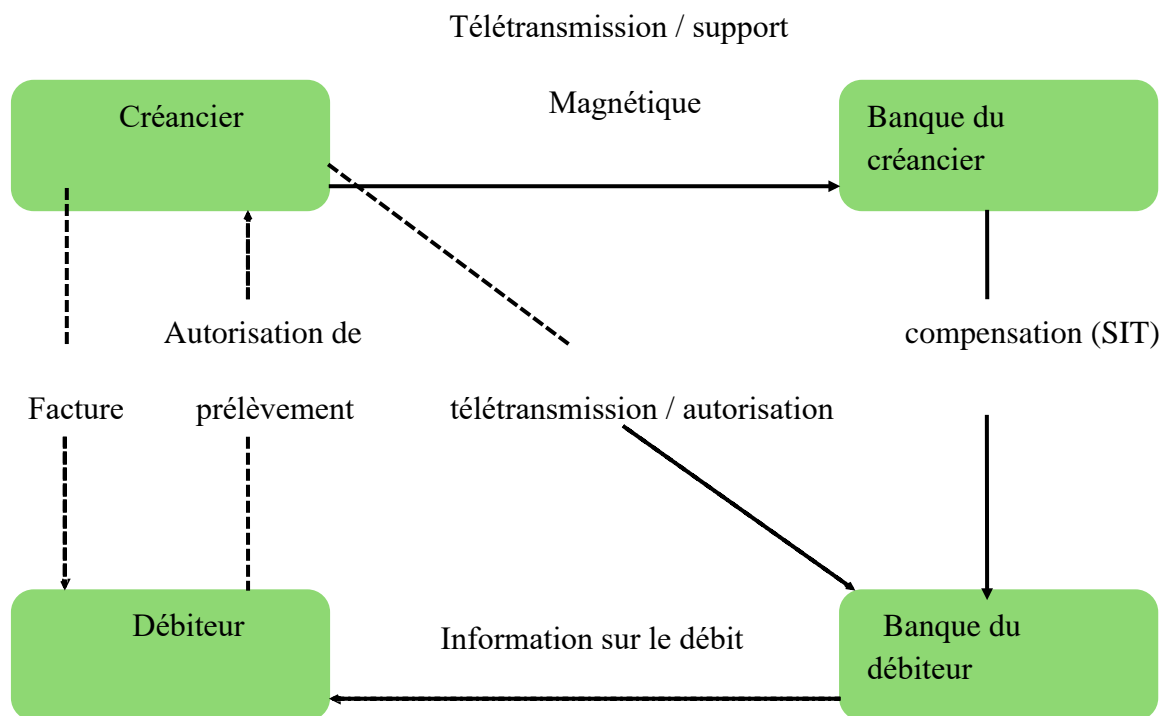
- Le client donne l'ordre à sa banque (la banque du payeur) de débiter son compte pour effectuer un virement bancaire ;
- La banque du payeur traite l'ordre et envoie les informations de virement à la banque du bénéficiaire ;
- La banque du bénéficiaire reçoit l'ordre de virement et procède au crédit du compte du bénéficiaire.

2.2.1.4 les prélèvements :

Le prélèvement est un mode de paiement qui permet à un créancier de débiter automatiquement le compte bancaire d'un débiteur. Avec son autorisation préalable. Ce mécanisme repose sur un mandat de prélèvement, signé par le débiteur autorisant le créancier à initier des prélèvements réguliers ou ponctuel. ¹

¹ Prélèvement bancaire <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F20752> consulter le 18-04-2025 à 16h

Figure 5: Circuit simplifié du prélèvement



Source : Bouyala Régis, Op.cit, p.27.

c- Explication de circuit simplifié du prélèvement

- Le créancier prend l'initiative du paiement en émettant un ordre de prélèvement à sa banque ;
- Cet ordre est précédé de l'autorisation du débiteur (le client), généralement sous la forme d'un mandat signé ;
- La banque du créancier transmet l'ordre de prélèvement à la banque du débiteur ;
- La banque du débiteur procède au débit du compte du client conformément à l'ordre reçu ;
- Les fonds sont ensuite transférés vers la banque du créancier ;
- Enfin, la banque du créancier crédite le montant sur le compte du bénéficiaire.

Avantages et limites des moyens de paiements traditionnelle :**• La monnaie fiduciaire (espèces)*****Avantages :***

- Simplicité d'utilisation : elle ne requiert ni technologie ni compte bancaire.
- Accessibilité : elle est acceptée partout et utilisée par toutes les catégories sociales, y compris les personnes non bancarisées.

Limites :

- Risques de perte, de vol et de falsification.
- Absence de traçabilité : elle complique la lutte contre la fraude et l'économie informelle.
- Incompatibilité avec les transactions à distance ou en ligne.

• Le chèque***Avantages :***

- Moyen encadré juridiquement, offrant une preuve écrite de la transaction.
- Accepté dans les relations commerciales formelles et dans les administrations.

Limites :

- Délais de traitement longs (encaissement différé).
- Risques de chèques sans provision.
- Usage en déclin, notamment dans les paiements de faible montant.

• Le virement bancaire***Avantages :***

- Moyen sécurisé et traçable.
- Encadré par la législation bancaire, il facilite les paiements à distance, notamment pour les salaires ou les remboursements de prêts dans le cadre des crédits aux particuliers.

Limites :

- Moins immédiat dans le cas des virements interbancaires.
- Peut générer des frais, notamment à l'international ou entre établissements différents.

• Les effets de commerce (lettre de change, billet à ordre)***Avantages :***

- Outils juridiques solides dans les relations commerciales.
- Permettent de différer le paiement dans un cadre contractuel sécurisé.

Limites :

- Procédures complexes, réservées principalement aux professionnels.
- Peu utilisés aujourd'hui, en raison de leur lourdeur administrative et de l'évolution vers des solutions numériques plus souples.

.¹

2.3. Les moyens de paiements électroniques :

Avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication. Les moyens de paiement ont connu une évolution majeure, marquant la transition vers des systèmes électroniques. Les opérations financières autrefois limitée à des supports physiques et manuels se sont progressivement automatisés et dématérialisés. Cette transformation a donné naissance au moyen de paiement électronique.

2.3.1. Définition du moyen de paiement électronique :

Un moyen de paiement électronique est un instrument qui permet d'initier un paiement ou un transfert de fonds à l'aide d'un appareil électronique, tel qu'un téléphone mobile, une carte ou un ordinateur.²

Ces moyens de paiement électroniques prennent des formes variées, selon le support utilisé et le degré d'accessibilité technologique. Parmi eux, la carte bancaire représente le premier outil ayant marqué cette transaction.

2.3.2. Les moyens de circulation de la monnaie électronique

On peut distinguer plusieurs types de moyens de paiement électroniques, présentés ci-après ;

2.3.2.1. Les cartes bancaires :

La carte bancaire est un instrument de paiement électronique, émis par une banque ou un établissement financier, qui permet à son titulaire d'effectuer des transactions financières, telles

¹ PayPlug, *Quels sont les moyens de paiements ? Avantages et inconvénients*, consulté le 19 avril 2025, <https://www.payplug.com/fr/blog/differents-moyens-paiement-avantages-inconvenients/>.

² Banque des Règlements Internationaux (BRI), Comité sur les paiements et infrastructures de marché.

que le paiement de biens et services ou le retrait d'espèces, à partir d'un compte bancaire auquel elle est liée. Elle repose sur des technologies de lecture (bande magnétique, puce électronique, contact ou sans contact) et peut être utilisée tant au niveau national qu'international.

a) L'apparition de la première carte bancaire :

La carte bancaire aujourd'hui a connu une évolution progressive depuis sa création. Elle tire ces origines dans les années 1950 aux États-Unis, avec le lancement de la première carte de crédit universelle par la société Diners club en 1951. Cette carte était destinée initialement à un usage dans des restaurants partenaire permettant aux clients de régler leurs repas à crédit. Elle ne reposait pas encore sur un système bancaire classique, mais elle introduisait déjà l'idée de paiements différés son usage de liquidité.

Dans les années qui ont suivi, d'autres institutions financières comme American Express en 1958 ont introduit leurs propres cartes, en élargissant les possibilités d'utilisations à d'autres secteurs commerciaux, le concept s'est ensuite progressivement structuré autour des banques commerciales, donnant naissance à des cartes adossées à un compte bancaire. En France, les premières cartes bancaires apparaissent dans les années 1960. Mais leur diffusion reste limitée. Jusqu'aux années 1970 ; 1980, période durant lequel les grandes banques françaises ont commencé à émettre des cartes à piste magnétique. Ces cartes permettaient à leur titulaire d'effectuer des paiements en niveau des commerçants et des retraits aux distributeurs automatiques.¹

b) Types de cartes bancaires :

- La carte de retrait :

Première forme de carte bancaire apparue avec l'automatisation bancaire, elle permet uniquement d'effectuer des retraits d'espèces via les distributeurs automatiques de billets (DAB).

- La carte de paiement (à débit immédiat ou différé) :

Elle est la plus utilisée. Elle permet à la fois de retirer de l'argent et de régler des achats chez les commerçants.

À débit immédiat : le montant est prélevé instantanément ou dans un délai très court.

¹Idem.

À débit différé : toutes les opérations sont regroupées puis débitées en une seule fois à une date convenue, souvent en fin de mois.

- **La carte de crédit**

C'est une carte mise à disposition par une institution financière, elle permet de réaliser des achats en ligne, au magasin et le retrait d'espèces.

- **La carte prépayée**

Rechargeable et indépendante d'un compte bancaire, la carte prépayée permet à son utilisateur de dépenser uniquement le montant chargé à l'avance.

- **La carte virtuelle**

C'est une carte qui génère un numéro temporaire ou à usage unique pour effectuer des achats en ligne de manière plus sécurisée, tout en étant liée au compte réel.

- **La carte professionnelle (ou corporate)**

C'est une carte utilisée par les entreprises, elle permet de centraliser les dépenses des salariés (déplacements, frais de représentation, etc.) tout en facilitant leur traçabilité.

- **La carte haut de gamme (premium)**

Ce type de carte s'adresse à une clientèle ayant des besoins spécifiques et une capacité financière élevée. Elle offre des avantages exclusifs tels que des plafonds de paiement plus élevés, des assurances et assistances étendues, l'accès à des services prioritaires ou encore des salons d'aéroport.

- **La carte biométrique**

La carte biométrique intègre un capteur d'empreinte digitale, renforçant ainsi la sécurité des paiements, notamment pour les transactions sans contact.

2.3.2.2. Le paiement mobile :

Le paiement mobile désigne l'usage d'un appareil mobile (smartphone, tablette...) pour régler des achats via des technologies sans contact (NFC) ou par codes QR ou encore les solutions locales comme BaridiMob., permettant des transactions rapides et sécurisées en magasin comme à distance.

2.3.2.3. Portefeuille électronique (e-wallet) :

Le portefeuille électronique est un outil de monnaie électronique, généralement stocké sur carte prépayée ou application mobile, permettant d'effectuer des paiements de proximité ou en ligne, souvent sans lien direct avec un compte bancaire, grâce à une réserve de fonds numérique.¹

2.3.2.4. Virement électronique :

Le virement électronique est un mode de paiement qui permet de transférer des fonds d'un compte bancaire vers un autre sans recours à un support papier. Il repose sur l'utilisation d'un canal numérique sécurisé et peut être ponctuel (par exemple pour le paiement d'une facture) ou récurrent (comme pour le versement d'un salaire ou d'un loyer). Grâce à l'automatisation et à la traçabilité qu'il offre, le virement est devenu l'un des moyens de paiement scripturaux les plus utilisés dans les échanges entre particuliers, entreprises et administrations. Il garantit rapidité, sécurité et fiabilité, en particulier dans les environnements bancaires modernes où les transactions sont centralisées via des systèmes interbancaires²

2.3.2.5. Prélèvement automatique :

Le prélèvement automatique est un mécanisme par lequel une entreprise ou un organisme autorisé peut retirer directement une somme d'argent du compte bancaire d'un client, avec l'accord préalable de ce dernier. Ce mode de paiement est particulièrement adapté aux dépenses régulières comme les factures de téléphonie, les abonnements ou les mensualités de crédit. Il présente un double avantage : pour le créancier, il assure la régularité des paiements ; pour le débiteur, il permet d'éviter les oublis de règlement et facilite la gestion budgétaire.³

2.3.2.6. Titres de paiement dématérialisés :

Les titres de paiement dématérialisés regroupent divers instruments électroniques qui remplacent leurs équivalents physiques, tels que les chèques, bons d'achat ou titres de transport. Ces solutions numériques, accessibles via des plateformes ou des applications, contribuent à réduire les coûts de traitement, à limiter la fraude et à améliorer la fluidité des paiements. Elles

¹ Mostafa Hashem Sherif & Ahmed Serhrouchni, *La monnaie électronique : systèmes de paiement sécurisé*, Paris : Eyrolles, 1999 (réimpression 2000), chap. 4 (« Solutions de paiement électronique ») et chap. 6 (« Innovations dans les moyens de paiement »)

² Banque de France, 2022, *Paiements et infrastructures de marché à l'ère digitale*, Banque de France, p. 48.

³ Ibid., p. 49.

sont largement utilisées dans le commerce en ligne, la billetterie, et les systèmes de subvention sociale, comme les tickets restaurant numériques. Leur déploiement s'inscrit dans une dynamique plus large de dématérialisation des flux monétaires, portée par l'évolution des technologies et des attentes des utilisateurs.¹

2.3.2.7. Crypto-monnaies :

Les crypto-monnaies, telles que le Bitcoin ou l'Ethereum, sont des actifs numériques conçus pour fonctionner comme des moyens d'échange décentralisés, sans l'intervention d'une autorité centrale. Elles reposent sur la technologie blockchain, qui permet de garantir l'intégrité des transactions à travers un registre public distribué. Si leur usage reste limité en tant que moyen de paiement courant, leur impact sur les systèmes financiers est notable. Elles offrent des avantages tels que des transactions rapides, une faible intermédiation et une accessibilité globale. Toutefois, elles posent aussi de nombreux défis : absence de cadre réglementaire clair, volatilité élevée, risques de blanchiment, et, dans certains pays comme l'Algérie, une interdiction pure et simple de leur utilisation à des fins commerciales ou de paiement²

2.3.2.8. Paiement sans contact (NFC) (Near Field Communication) :

Le paiement sans contact est une technologie intégrée dans des cartes bancaires, des montres ou des smartphones, permettant de régler des achats en approchant simplement l'appareil d'un terminal de paiement. Ce mode est particulièrement avantageux pour les consommateurs, en raison de sa rapidité, de sa simplicité d'utilisation et de son aspect pratique. Il est de plus en plus utilisé dans les environnements urbains et dans le commerce de détail.

Section 2 : Comparaison des comportements de paiements à l'échelle internationale

La diversification des moyens de paiement dans le monde s'accompagne de fortes disparités selon les contextes économiques, technologiques et culturels. Chaque pays adopte des pratiques spécifiques selon son niveau de développement, son infrastructure bancaire, et le degré de confiance de la population envers les outils numériques.

Cette section vise à comparer les comportements de paiement dans plusieurs pays, à travers

¹ Mostafa Hashem Sherif, 2022 *Paiements électroniques sécurisés*, Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, , p. 87-89.

² Ibid., p. 131-135.

l'analyse de données statistiques récentes (2023). L'objectif est de situer l'Algérie par rapport à d'autres pays ayant des niveaux variés de digitalisation des paiements. Cette approche comparative permet de mieux comprendre les écarts en matière d'adoption des moyens de paiement modernes et d'identifier les leviers possibles d'évolution pour le cas algérien.

1. Présentation de tableau des données

Voici un tableau récupératif des parts d'utilisation des différents moyens de paiement dans des pays différents en pourcentage des transactions en 2023.¹

La méthode adoptée est une approche comparative et descriptive. Elle consiste à analyser les pratiques de paiement dans différents pays à travers des données statistiques représentées sous forme graphique, afin d'en tirer des enseignements sur la position de l'Algérie.

Le choix des pays repose sur la diversité géographique et économique :

Algérie : Pays d'étude principal, à fort usage du cash.

France, Allemagne, Suède : Pays européens avec des niveaux de digitalisation variés.

Chine : Leader mondial du paiement mobile.

Tunisie : Pays maghrébin voisin, à des caractéristiques socio-économiques proches.

L'année 2023 a été retenue comme référence, car elle permet une analyse récente dans un contexte postpandémique, marqué par la montée en puissance des paiements numériques.

Tableau 1: Répartition de l'utilisation des moyens de paiements (%), année 2023

Pays	Espèces %	Chèques %	Cartes bancaires %	Paiements mobiles %
Algérie²³	85	3	10	2
France	40	10	30	20
Chine	20	2	10	60
Allemagne	60	2	50	20

¹ Statista, Utilisation des moyens de paiement préférés par pays, disponible en ligne : <https://fr.statista.com/infographie/29927/utilisation-moyens-de-paiement-preferes-par-pays/>, consulté le 20 avril 2025 à 14h30.

² GIE Monétique, Site officiel, disponible en ligne : <https://giemonetique.dz>, consulté le 20 avril 2025 à 14h30.

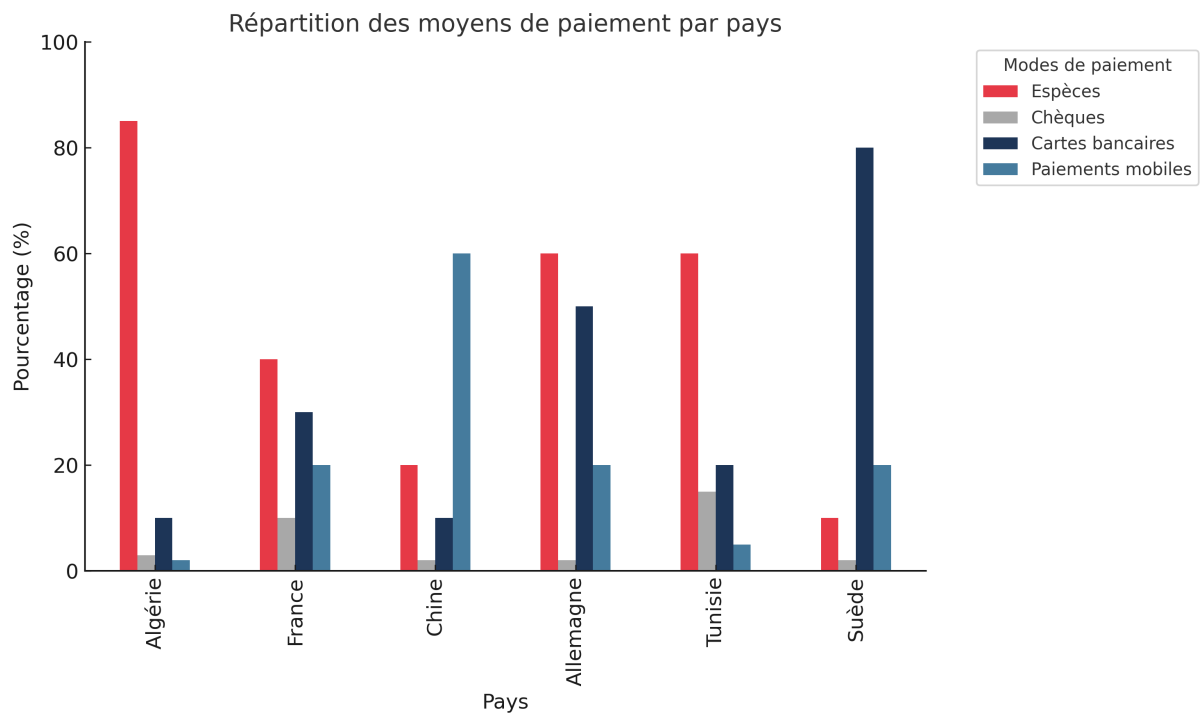
³ Algérie Eco, Paiement électronique et paiement mobile en Algérie : les chiffres, disponible en ligne : <https://www.algerie-eco.com/2025/03/16/paiement-electronique-et-paiement-mobile-en-algerie-les-chiffres>, consulté le 20 avril 2025 à 14h30.

Tunisie ⁴	60	15	20	5
Suède	10	2	80	20

Source : Elaboré par nous-mêmes.

2. Représentation de graphique des données

Figure 6: Diagramme comparatif des moyens de paiement utilisés dans différents pays (2023)



Source : élaboré par nous-mêmes.

2.1 l’analyse des comportements de paiement :

L’étude comparative des moyens de paiement utilisés en 2023 révèle des écarts significatifs entre l’Algérie et plusieurs autres pays en matière d’adoption des instruments électroniques. Selon les données disponibles, l’Algérie continue de privilégier massivement l’usage de l’espèce, représentant environ 85 % des transactions, contre 10 % pour la carte bancaire et à peine 2 % pour les paiements mobiles. Cette situation s’explique par plusieurs facteurs : un accès limité aux services bancaires, notamment dans les zones rurales ; un faible taux d’équipement en TPE, estimé à environ 45 000 appareils pour l’ensemble du territoire en

⁴ Webmanagercenter, Tunisie - BCT : 163 millions d’opérations bancaires en 2024, une croissance de 10,6%, disponible en ligne : <https://www.webmanagercenter.com/2025/02/25/541500/tunisie-bct-163-millions-doperations-bancaires-en-2024-une-croissance-de-106/>, consulté le 20 avril 2025 à 14h30.

2023 ¹; ainsi qu'une méfiance généralisée envers les paiements dématérialisés, souvent perçus comme peu sécurisés.

En comparaison, la Suède est souvent citée comme un modèle de société "sans cash". En 2023, près de 80 % des transactions de détail y sont effectuées par carte ², et de nombreux commerces n'acceptent même plus l'argent liquide. Ce basculement a été rendu possible grâce à une forte inclusion financière, des campagnes de sensibilisation, et une réglementation claire encourageant l'innovation fintech.

Le cas de la Chine est tout aussi remarquable. En l'espace de quelques années, le pays a connu une mutation profonde vers les paiements mobiles, avec plus de 60 % des transactions quotidiennes effectuées via des applications comme Alipay ou WeChat Pay . Ce phénomène s'explique par une pénétration très élevée des smartphones, la démocratisation du QR code, et une adhésion rapide des commerçants, y compris les plus petits, à ces outils numériques.

En Europe, la France et l'Allemagne montrent des profils plus équilibrés. En France, environ 30 % des paiements sont effectués par carte bancaire, 20 % par mobile, et 40 % encore en espèces ³. En Allemagne, pays historiquement attaché au liquide, la part des paiements en espèces atteint encore près de 60 %, contre 50 % par carte. Ces comportements s'expliquent par des préférences culturelles, mais aussi par une progression constante de la digitalisation du paiement, notamment depuis la pandémie de COVID-19.

Enfin, en Afrique du Nord, la Tunisie présente une situation intermédiaire. Le cash y domine avec 60 % des paiements, mais le chèque y est encore utilisé dans 15 % des cas, en particulier dans les relations interentreprises ou pour certains services publics. Le paiement mobile y est en développement, porté notamment par l'initiative nationale D17.

2.2. Position de l'Algérie face à l'international

Face à ces dynamiques mondiales, l'Algérie se distingue par un retard important en matière de digitalisation des paiements. La prédominance de l'argent liquide dans les échanges illustre un déficit d'inclusion financière (moins de 50 % de la population adulte détient un compte

¹ GIE Monétique Algérie, Données statistiques sur la monétique en Algérie, disponible sur : <http://www.giemonetique.dz>

² Riksbank (Banque centrale de Suède), Payments in Sweden 2023, disponible sur : <https://www.riksbank.se>

³ Banque de France, Les moyens de paiement en France, Rapport annuel 2023, disponible sur : <https://www.banque-france.fr>

bancaire, ¹un sous-développement des infrastructures numériques, ainsi qu'un cadre réglementaire encore en phase d'adaptation.

Ce décalage s'explique par plusieurs freins :

- Structurels : le nombre de TPE reste faible, avec une concentration dans les grandes villes, ce qui empêche la généralisation du paiement électronique.
- Réglementaires : malgré les efforts de modernisation le cadre juridique reste en consolidation.
- Culturels et psychologiques : une forte réticence des commerçants à déclarer leurs revenus, combinée à une crainte des fraudes et une faible sensibilisation du grand public aux avantages des paiements électroniques, limite leur adoption.

Section 3 : Les facteurs de la modernisation des moyens de paiement

Le secteur des paiements connaît actuellement une mutation majeure. Ces dernières décennies, le paysage a vraiment changé. Grâce à l'arrivée de nouvelles technologies et de techniques créatives, le secteur n'est plus dominé par les moyens de paiement traditionnels, mais s'est transformé en un marché dynamique axé sur la simplicité d'utilisation, la connectivité mondiale l'innovation technologique et la sécurité.

Parmi les principaux acteurs qui ont contribué à la modernisation des moyens de paiement en retrouve :

1. Les avancées technologiques :

Les systèmes de paiement font face à d'importantes contraintes technologiques qui interviennent à la fois en interne et en externe ; elles sont à l'origine de nouveaux instruments de paiement, de l'évolution des moyens de gestion et de la reconfiguration des structures bancaires. Avec l'arrivée de ces dernières la manière de payer a tellement changé, il est devenu facile de régler ses achats en quelques secondes grâce aux smartphones, à une montre connectée ou à une carte sans contact. Tous ces outils utilisent des technologies tels que la NFC (Near Field Communication) qui donne la possibilité de payer sans contact juste en approchant son appareil du terminal de paiement. ²

¹ Banque mondiale, Global Findex Database 2021, disponible sur : <https://globalfindex.worldbank.org>

² Banque de France. (2022). Le paiement sans contact : fonctionnement et perspectives. Disponible sur : <https://www.banque-france.fr> consulter le 25 avril 2025

En effet, « grâce aux nouvelles technologies et à des pratiques innovantes, le paysage des paiements est en constante évolution, axé sur la commodité, la mondialisation, l'innovation technologique et la sécurité. » De plus, l'essor de l'internet mobile, des applications bancaires ainsi que les cryptomonnaies comme (le bitcoin : la monnaie virtuelle la plus connue au monde actuellement) ont simplifié l'accessibilité au paiement n'importe où et à tout moment. Ces monnaies utilisent le système Blockchain et ne sont pas soumises à une banque centrale contrairement aux autres types de monnaies. Elle présente comme principal avantage, le faible coût de la transaction.

Enfin, nous retrouvons les technologies de sécurité qui représentent un système qui veille à la sécurité des transactions telles que les empreintes digitales, la reconnaissance faciale, etc. Ces technologies de sécurité rassurent les utilisateurs et encouragent l'usage de ces nouvelles solutions. ¹

2. Émergence des Fintech et des (Big Techs) :

Les entreprises fintech occupent une place essentielle dans la transformation des paiements numériques. Grâce à l'usage des technologies avancées telles que : l'intelligence artificielle, la blockchain et les interfaces de programmation d'applications (API) car elles offrent des solutions de paiement plus rapides, efficace et conçue sur mesure pour répondre aux besoins des utilisateurs.

Si on les compare aux institutions financières traditionnelles, elles se différencient par leurs capacités d'adaptation et d'innovation, elles ont favorisé la création des services tels que les portefeuilles électroniques « Le portefeuille en ligne, conçu surtout pour les smartphones, permet de regrouper ses cartes bancaires et de fidélité dans une seule application. Il simplifie les paiements, aussi bien en magasin qu'en ligne, tout en renforçant la sécurité, puisqu'il évite de saisir ses informations bancaires à chaque transaction. En plus d'être plus pratique qu'un portefeuille traditionnel, il offre un vrai gain de temps. Pour rendre ces outils encore plus attractifs, les Fintech y ajoutent des fonctionnalités comme la création de cagnottes, les paiements entre particuliers ou la comparaison de prix ».

¹ SBS SOFTWARE. 9 facteurs qui affecteront l'avenir des paiements [en ligne]. Disponible sur : <https://sbs-software.com/fr/insights/9-facteurs-qui-affecteront-lavenir-des-paiements/> (consulté le 25/04/2025).

Les révolutions technologiques et les innovations disruptives ont le potentiel de transformer les hiérarchies au sein des industries et entre elles, en ouvrant la voie à de nouveaux acteurs. La révolution numérique appartient à cette catégorie.

Depuis le début des années 2010, les institutions financières traditionnelles rencontrent une nouvelle concurrence venant des entreprises FinTech (ou innovation financière basée sur la technologie). Ces entreprises forment un groupe diversifié qui inclut des start-ups indépendantes, des filiales de banques, des opérateurs de télécommunication, des grandes entreprises de distribution et des géants du numérique. Les services proposés, tels que les services de paiement, de financement et de crédit aux entreprises, correspondent largement aux activités bancaires, ce qui fait des banques l'un des secteurs les plus menacés par la montée des Fintechs.

Les atouts des entreprises FinTech par rapport aux banques incluent la collecte et le transfert de données plus rapides et moins coûteux, ainsi que l'exécution instantanée des transactions de paiement. L'émergence de ces nouveaux acteurs s'explique par les progrès technologiques du numérique (informatique, microélectronique, internet mobile, etc.) associés au développement de nouvelles habitudes de consommation des technologies (utilisation du téléphone mobile).¹

3. Règlements et initiatives publiques à l'échelle mondiale

L'engagement des acteurs privés comme les Fintech et Big Tech est insuffisant pour garantir l'évolution des moyens de paiement traditionnels vers des moyens de paiement numériques. Ainsi, les pouvoirs publics et les autorités de régulation à travers le monde occupent une place primordiale dans l'établissement d'un cadre réglementaire fiable, sécurisé permettant de stimuler l'innovation. Leur intervention se manifeste de multiples façons, que nous pouvons regrouper en trois grandes dynamiques : la sécurisation et l'harmonisation des transactions, le soutien à l'innovation, et la promotion de l'inclusion financière.

Le tableau suivant synthétise les principales réglementations et initiatives publiques à l'échelle mondiale, classées par thème

¹ Ameziane, M. (2024). Fintech Financial inclusion and economic development : Evidence from MENA countries [Thèse de doctorat, Université d'Alger III]. DSpace Université d'Alger III. <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/9624>

Tableau 2: Principales réglementations

Thème	Exemples / régions	Objectifs /effets
Standardisation des systèmes de paiement et renforcement de leur sécurité	-Europe :DSP1/DSP2 -États-Unis : Electronic Fund Transfer Act -Asie : UPI (Inde), cadre en Chine, Singapour	- sécuriser les transactions électroniques -protéger les consommateurs -Introduire l'authentification forte du client (SCA)
Soutien à l'innovation	Royaume-Uni : regulatory sandbox (FCA) Dubaï : Dubaï Financial Service Authority	-permettre aux Fintechs de tester leurs innovations dans un cadre réglementaire souple
Inclusion financière	Afrique -subsaharienne, Asie : adoption du mobile money -Initiatives de la banque mondiale et du FMI	-Faciliter l'accès aux services financier pour les populations non bancarisées
Monnaies numériques de banques centrales	-Chine : e-CNY -Nigéria : eNaira Suède : e-Krona	-Moderniser les systèmes de paiement -Renforcer la souveraineté monétaire -Réduire la dépendance aux systèmes privés

Source : Elaboré par nous-mêmes

3.1 La sécurisation et l'harmonisation des transactions :

Alors que les moyens de paiement prennent de l'ampleur, les régulateurs ont cherché à créer des normes communes pour simplifier les échanges et en soutenant davantage la sécurité. En Europe, par exemple, les directives DSP1 « (Directive sur les Services de Paiement 1) a été

conçue par l'Union européenne pour réglementer les services de paiement. Cette réglementation concerne tous les États membres de l'UE ainsi que l'Espace économique européen (EEE). Elle est entrée en vigueur en décembre 2009. Objectif : encourager la concurrence entre banques/prestataires en Europe, afin de proposer de meilleurs services, et ainsi protéger les consommateurs et la directive sur les services de paiement (DSP2) (a pour objectif de favoriser l'innovation, la concurrence et l'efficacité. Elle instaure notamment des normes de sécurité plus strictes pour les paiements en ligne. Et cela afin de renforcer la confiance des consommateurs dans les achats en ligne. La directive européenne DSP2 est applicable depuis le 13 janvier 2018. Sauf en ce qui concerne les mesures de sécurité décrites dans les normes techniques et applicables à compter de septembre 2019).

Les mesures de sécurité énoncées dans les normes techniques de réglementation découlent de deux objectifs clés de la DSP2 :

- Assurer la protection des consommateurs
- Renforcer la concurrence et lui garantir des conditions équitables dans un marché en mutation rapide.

Aux États-Unis, même si l'approche est moins centralisée, des institutions comme la Fédérale Trade Commission (FTC) et le Consumer Financial Protection Bureau (CFPB) encadrent rigoureusement les services financiers pour assurer la transparence et protéger les utilisateurs. En Asie, des initiatives ambitieuses, comme l'UPI en Inde, montrent que la régulation peut aussi servir à faciliter les paiements instantanés à grande échelle, dans un souci d'interopérabilité.¹

3.2 Soutien à l'innovation et inclusion financière

Les pouvoirs publics soutiennent aussi l'innovation dans les paiements à travers des regulatory sandboxes, comme en Royaume-Uni avec la Financial Conduct Authority (FCA), ou à Dubaï avec le Dubai Financial Services Authority. Ces environnements permettent aux startups de tester leurs services dans un cadre réglementaire allégé avant une mise sur le marché à grande échelle.

¹ BANQUE DE FRANCE. La Deuxième Directive sur les Services de Paiement (DSP2) [en ligne]. Disponible sur : <https://www.banque-france.fr/stabilite-financiere/paiements/la-deuxieme-directive-sur-les-services-de-paiement-dsp2> (consulté le 25/04/2025).

D'autre part, plusieurs gouvernements et institutions internationales comme la Banque mondiale et le FMI promeuvent les paiements numériques comme outil d'inclusion financière. Selon la Global Findex Database de la Banque mondiale, l'essor des paiements mobiles a permis à des millions de personnes non bancarisées d'accéder à des services financiers dans des régions comme l'Afrique subsaharienne.

Enfin, une initiative publique d'envergure mondiale est la montée en puissance des monnaies numériques de banques centrales (CBDC). Des pays comme la Chine (*e-CNY*), le Nigeria (*eNaira*) ou la Suède (*e-krona*) expérimentent ou déploient déjà leur propre version numérique de la monnaie nationale, dans le but de moderniser les systèmes de paiement tout en conservant la souveraineté monétaire.

3.3 Sécurité et lutte contre la fraude :

Avec l'essor du numérique et la multiplication des acteurs dans la chaîne de traitement des paiements, la lutte contre la fraude est devenue une priorité essentielle pour garantir la confiance des utilisateurs. Les commerçants, notamment ceux qui activent en ligne, cherchent à simplifier au maximum l'expérience de paiement, ce qui peut parfois affaiblir la sécurité des transactions. Pour répondre à ces enjeux, la directive européenne DSP2 a introduit l'authentification forte, renforçant la sécurité mais poussant les fraudeurs à adapter leurs méthodes, notamment, via l'usurpation d'identité ou la manipulation des victimes.

L'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement (OSMP) joue un rôle central dans la stratégie française de lutte contre la fraude d'ici 2030. Il cible en particulier les zones les plus sensibles comme certains types de paiements à distance ou les fraudes par téléphone. L'OSMP collabore aussi étroitement avec les opérateurs télécoms pour faire appliquer les réglementations existantes, comme la loi « Naegelen », et pour encourager des mesures techniques de prévention.¹

En parallèle, dans le domaine des paiements en espèces, la Banque de France s'engage à prévenir la contrefaçon. Elle prévoit de mettre en place, dès 2025, une formation en ligne destinée aux commerçants qui proposent des services de retrait ou dépôt d'espèces. Cette

¹ BANQUE DE FRANCE. *Stratégie nationale des moyens de paiement 2025-2030* [en ligne]. 2024. Disponible sur : <https://www.banque-france.fr/system/files/2024-10/Strategie-nationale-des-moyens-de-paiement-2025-2030.pdf> (consulté le 25/04/2025).

initiative complète ses actions de sensibilisation et de formation à destination des professionnels manipulant des billets.

4. Mondialisation et standardisation :

La diversification des moyens de paiement s'explique par plusieurs évolutions majeures. En Europe, la Directive sur les services de paiement (2007) a marqué un tournant en harmonisant les règles, en stimulant la concurrence et en ouvrant la voie à de nouveaux services, notamment, numériques et télécoms. Cette directive vise également à mieux protéger les consommateurs, tout en transformant profondément la manière dont les services bancaires sont proposés.

Avec les avancées technologiques, en particulier les puces électroniques, la connectivité sans fil et l'internet mobile, les paiements via smartphone se sont développés. Des initiatives comme Movo en France ou les projets en Belgique (En Belgique, Wero est le nouveau projet phare de paiement mobile de l'Initiative européenne des paiements, dévoilée en novembre 2024. L'objectif est de créer un système de paiement européen distinct de ses grands concurrents étrangers comme Visa ou Apple Pay. Intégré aux applications des principales banques belges (Belfius, ING, BNP Paribas Fortis, KBC), Wero permet des transferts d'argent instantanés de pair à pair à partir d'un numéro de téléphone ou d'un QR code. Le projet met fortement l'accent sur la protection des données individuelles. Il couvrira ultérieurement les paiements professionnels, en ligne et en magasin, et inclura des programmes de fidélité et du cashback. Wero remplacera progressivement Payconiq jusqu'en 2025, avec l'ambition de devenir un moyen de paiement unique en Europe).

En retrouve¹ le Japon qui s'est lancé dans plusieurs projets ambitieux pour moderniser ses systèmes de paiement. Le portefeuille numérique EXPO 2025, conçu pour l'Exposition universelle d'Osaka, permet aux utilisateurs d'effectuer des paiements en monnaie virtuelle et de recevoir des récompenses sous forme de NFT. Des applications comme PayPay, Rakuten Pay et LINE Pay, très populaires grâce à leur simplicité d'utilisation grâce aux codes QR, simplifient les transactions quotidiennes. Soutenu par le programme gouvernemental « Vision sans espèces », le pays vise à atteindre 40 % de paiements numériques d'ici 2025. Le Japon a

¹ Expo 2025. (2023, November). Guidelines for Cashless Payment and EXPO 2025 Digital Wallet. Retrieved from <https://www.expo2025.or.jp/en/wp-content/uploads/sites/2/2024/12/GL9-3-2-Guidelines-for-Cashless-Payment-and-EXPO-2025-Digital-Wallet-EN-Nov.2023.pdf>

également intégré la carte d'identité « My Number » aux portefeuilles numériques, adopté la norme JPQR pour unifier les codes QR et collabore avec Alipay+ pour prendre en charge les portefeuilles étrangers. Par ailleurs, le pays prévoit d'introduire des cartes biométriques et travaille sur un yen numérique, jetant ainsi les bases d'un écosystème de paiement moderne, sécurisé et inclusif. (Ont anticipé l'essor de ces outils. En Chine, le paiement mobile via QR code (comme sur WeChat) est désormais dominant, surtout dans les grandes villes, où il tend à remplacer l'argent liquide.

Par ailleurs, la mondialisation a favorisé l'émergence de standards communs à l'échelle internationale, facilitant les paiements transfrontaliers. C'est dans ce cadre qu'est née la directive SEPA, qui permet depuis 2011 d'effectuer des paiements dans l'ensemble de la zone euro aussi simplement qu'à l'intérieur d'un seul pays. Ce système est devenu obligatoire en 2014.¹

Conclusion :

Ce chapitre a établi un cadre moderne de la finance conceptuel solide autour des moyens de paiement, en commençant par une définition précise et une classification des différentes formes existantes. L'analyse des moyens de paiement traditionnels a mis en évidence leurs atouts, notamment leur accessibilité et leur intégration aux habitudes de consommation, ainsi que leurs limites face aux exigences actuelles de rapidité, de sécurité et d'efficacité.

Parallèlement, les moyens de paiement électroniques, notamment les cartes bancaires et les solutions numériques, sont apparus comme des alternatives modernes répondant aux nouvelles attentes des utilisateurs. La comparaison des comportements de paiement à l'échelle internationale a révélé que les dynamiques d'adoption varient selon les contextes socio-économiques et technologiques. Enfin, l'étude des facteurs de modernisation a confirmé que l'évolution des moyens de paiement résulte d'un processus multidimensionnel, influencé par les innovations technologiques, l'évolution des comportements des utilisateurs et les politiques publiques.

Agbezouts, K. E. (2024). e-Services mobiles et sécurisés légers [Thèse de doctorat, Institut Polytechnique de Paris]. Thèses.fr. <https://theses.fr/2024IPPAX002>

Chapitre 01 Cadre théorique et conceptuel des moyens de paiement

Ces éléments théoriques et contextuels sont essentiels à la compréhension des défis contemporains liés aux systèmes de paiement et serviront de fondement aux analyses pratiques des chapitres suivants.

Chapitre 2 : Evolution de la monétique en Algérie

Introduction

La monétique désigne l'ensemble des techniques, dispositifs et infrastructures permettant la gestion et le traitement des paiements électroniques, notamment par cartes bancaires, guichets automatiques, terminaux de paiement (TPE), et plus récemment, par applications et plateformes numériques.

En Algérie, la monétique a connu un développement progressif, soutenu par une série de réformes institutionnelles, juridiques et technologiques. Ce processus de modernisation s'inscrit dans une volonté nationale de promouvoir la digitalisation des paiements et de réduire la dépendance à la monnaie fiduciaire.

Ce chapitre se propose d'analyser les différentes dimensions de cette transformation. Il commence par examiner le cadre réglementaire et les acteurs institutionnels impliqués dans la mise en œuvre de la stratégie monétique. Il s'intéresse ensuite aux avancées technologiques enregistrées, à l'utilisation croissante des cartes bancaires, et à l'essor des plateformes de paiement électronique. Enfin, une lecture des indicateurs de développement permettra d'évaluer l'impact de ces évolutions, tout en identifiant les freins persistants, qu'ils soient techniques, socioculturels ou réglementaires, qui ralentissent encore le déploiement optimal de la monétique dans le pays.

Section 1 : Le cadre juridique et institutionnel

Le développement de la monétique en Algérie repose sur un cadre juridique et institutionnel structuré. Cet ensemble de textes et de mécanismes vise à encadrer l'usage des moyens de paiement électroniques tout en favorisant leur essor dans un environnement sécurisé.

1. Historique de la monétique en Algérie

L'introduction de la monétique en Algérie remonte à la fin des années 1980, période marquée par les premières tentatives de modernisation du système bancaire national dans le cadre de la libéralisation économique. Cette évolution a été motivée par la nécessité de réduire la dépendance au numéraire, de sécuriser les transactions et de faciliter les paiements pour les usagers.

La première étape significative a été franchie en 1989 avec l'adhésion du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) à Visa International, ce qui a permis à cette banque d'émettre et d'acquies des cartes de paiement à l'échelle internationale. Peu après, d'autres banques publiques comme la Banque Nationale d'Algérie (BNA) ou la Banque de Développement Local (BDL) ont suivi cette dynamique.

En 1995, la création de la Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique (SATIM) a constitué une avancée majeure. Cette structure a été chargée de gérer les systèmes d'interconnexion et d'interopérabilité entre les différents établissements bancaires. Elle a également mis en place les premiers GAB (guichets automatiques bancaires) interbancaires, facilitant l'accès aux services pour les clients des différentes banques.¹ .

L'année 2014 a vu la naissance du GIE Monétique (Groupement d'Intérêt Économique Monétique), entité regroupant l'ensemble des banques publiques et privées opérant en Algérie, avec pour mission la régulation, l'harmonisation et la promotion du paiement électronique à travers le territoire national. Cette structure a joué un rôle de coordination stratégique, en standardisant les procédures de paiement et en assurant une interopérabilité technique entre les institutions membres.

Parallèlement, l'Algérie a lancé plusieurs projets en collaboration avec Algérie Poste, notamment à travers le développement du réseau de cartes « Edahabia » à partir de 2016, qui ont permis aux citoyens titulaires de comptes CCP d'accéder à divers services de paiement, de retrait et de transfert à travers des TPE (terminaux de paiement électronique) et GAB. Cela a contribué à démocratiser l'usage des services monétiques, même en dehors du réseau bancaire classique.

Sur le plan réglementaire, la loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit a posé les bases du cadre juridique de la monétique, en conférant à la Banque d'Algérie un rôle de supervision et de régulation du système monétaire national. Cette loi a été renforcée au fil du temps par plusieurs textes d'application, visant à encadrer les activités de paiement électronique, protéger les données des usagers et assurer la sécurité des transactions.

En somme, l'historique de la monétique en Algérie s'inscrit dans un processus graduel d'intégration des technologies numériques dans le secteur financier, avec un rôle déterminant

¹ SATIM. Normes techniques appliquées au réseau monétique national. (2023). Consulté sur : <https://www.satim.dz>

joué par les institutions publiques, soutenu par un cadre réglementaire en constante adaptation. Cette évolution reflète une volonté nationale de s'aligner sur les standards internationaux de modernisation des systèmes de paiement.¹

2. Le cadre institutionnel de la monétique en Algérie

Le développement de la monétique en Algérie n'aurait pas été possible sans l'intervention d'un certain nombre d'acteurs institutionnels, publics et privés, qui ont joué un rôle central dans la mise en place, la régulation et la modernisation de l'écosystème des paiements électroniques. Ces institutions agissent à différents niveaux : stratégique, opérationnel, réglementaire et technique.

2.1 La Banque d'Algérie

En tant qu'autorité monétaire nationale, la Banque d'Algérie est investie de la mission de supervision et de régulation du système bancaire et financier, y compris les activités monétiques. Elle fixe les grandes orientations stratégiques en matière de modernisation des paiements, veille au respect des normes de sécurité, et édicte les circulaires et réglementations relatives à l'émission des moyens de paiement électroniques. La loi n° 90-10 du 14 avril 1990 lui confère ce rôle de régulateur central.

2.2 Le GIE Monétique

Créé en 2014, le Groupement d'Intérêt Économique Monétique (GIE Monétique) regroupe les banques publiques et privées ainsi qu'Algérie Poste. Sa mission principale est d'assurer la gouvernance du système monétique interbancaire, d'en promouvoir l'usage et de veiller à son bon fonctionnement. Il définit les règles d'interopérabilité, fixe les spécifications techniques communes et pilote les projets d'innovation dans le domaine du paiement électronique.

2.3 La SATIM (Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique)

La SATIM, créée en 1995, assure le rôle d'opérateur technique pour les transactions monétiques interbancaires. Elle gère l'infrastructure technique nationale, les serveurs d'autorisation, les réseaux de communication entre les GAB (guichets automatiques bancaires) et les établissements, ainsi que les plateformes de traitement des opérations de paiement. Grâce

¹ Bouchareb, L. (2021). Économie bancaire et digitalisation en Algérie. Alger : Éditions Dar El Oumma.

à ses services, la SATIM permet l'interopérabilité entre les institutions financières, garantissant un traitement rapide et sécurisé des transactions.

2.4 Algérie Poste

Outre les banques, Algérie Poste est un acteur incontournable du secteur monétique. Elle a su développer ses propres solutions de paiement, notamment avec le lancement de la carte Edahabia et du service BaridiMob, élargissant ainsi l'accès aux services financiers pour les populations non bancarisées. L'intégration d'Algérie Poste au GIE Monétique a permis de renforcer la complémentarité entre les réseaux bancaires et postaux ¹.

2.5 Les établissements bancaires

Les banques, qu'elles soient publiques (BNA, CPA, BADR...) ou privées (Société Générale, BNP Paribas El Djazair...), jouent un rôle crucial dans la diffusion des cartes de paiement, l'installation des TPE chez les commerçants, et la sensibilisation des clients à l'usage de ces outils. Certaines banques se sont engagées dans des partenariats technologiques avec des entreprises internationales pour moderniser leurs solutions monétiques.

La monétique en Algérie repose sur une coopération étroite entre plusieurs institutions aux rôles complémentaires. Cette architecture institutionnelle permet de créer un écosystème cohérent, propice à la généralisation des paiements électroniques.

3. Cadre réglementaire et législatif de la monétique en Algérie

L'évolution de la monétique en Algérie ne peut être pleinement comprise sans prendre en compte le cadre réglementaire et législatif qui l'encadre. La mise en place d'un système de paiement électronique sécurisé et efficace nécessite l'existence de lois claires, de règlements adaptés et de mécanismes de contrôle conformes aux standards internationaux.

3.1 Loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit

Cette loi constitue le socle juridique fondamental du système bancaire algérien. Elle confère à la Banque d'Algérie la mission de régulation monétaire, et autorise l'émergence de nouveaux moyens de paiement en complément du numéraire. L'article 66 de ladite loi reconnaît

¹ Algérie Poste, « 12 millions de détenteurs de la carte Edahabia : Un cachet particulier », El Moudjahid, 2023. Disponible sur : <https://www.elmoudjahid.dz/fr/actualite/12-millions-dedetenteurs-de-la-carte-edahabia-un-cachet-particulier-206612> (consulté le 14avril2025 à 15h)

la validité légale des instruments de paiement électroniques, ce qui ouvre la voie à leur intégration dans les pratiques courantes¹

3.2 Circulaires de la Banque d'Algérie

La Banque d'Algérie a émis plusieurs circulaires et instructions portant sur l'organisation des moyens de paiement. Parmi celles-ci, la Circulaire n° 07- 2017 définit les modalités de sécurisation des opérations de paiement électronique, en imposant aux banques et prestataires de services de paiement des obligations strictes en matière de protection des données, d'identification des utilisateurs et de lutte contre la fraude².

3.3 Loi n° 15-04 du 1er février 2015 relative à la signature et à la certification électroniques

Dans le souci de renforcer la sécurité juridique des transactions électroniques, l'Algérie a promulgué cette loi qui reconnaît la signature électronique comme équivalente à la signature manuscrite. Elle constitue un pilier essentiel pour les opérations en ligne, notamment pour les contrats électroniques, les paiements sécurisés et les échanges de documents bancaires³.

3.4 Loi n° 24-04 du 3 février 2024 relative aux services de paiement et aux prestataires

Cette loi encadre l'activité des prestataires de services de paiement, fixe les conditions d'agrément, précise les droits et obligations des utilisateurs, et vise à développer un écosystème de paiement électronique sûr et inclusif.

3.5 Règlement n° 25-04 du 12 février 2025 relatif au système de règlement brut en temps réel (RTGS)

Ce règlement encadre le traitement des paiements de gros montants, garantissant leur exécution immédiate, définitive et sécurisée, conformément aux standards internationaux.

3.6 Règlement n° 25-06 du 18 mars 2025 relatif à la compensation interbancaire

Il définit les règles de fonctionnement du système de compensation entre établissements bancaires, assurant la fluidité et la transparence des règlements scripturaux et électroniques.

3.7 Instruction n° 03-25 du 27 mai 2025 relative aux conditions d'instruction et de règlement des prestations de services de paiement

¹ Journal Officiel de la République Algérienne. (1990). Loi n°90-10 relative à la monnaie et au crédit

² Banque d'Algérie, Circulaire n°07-2017 relative à la sécurité des paiements électroniques, 2017.

³ Ministère de la Numérisation. (2015). Loi n°15-04 relative à la signature et à la certification électroniques

Cette instruction précise les modalités d'amélioration des prestations de services de paiement, notamment en ce qui concerne la qualité, la transparence, les délais d'exécution et les exigences contractuelles applicables aux prestataires.

3.8 Le rôle de la Commission de surveillance

Pour assurer le bon fonctionnement du système monétique et prévenir les dérives, une Commission de surveillance de la monétique a été mise en place au sein de la Banque d'Algérie. Cette instance a pour rôle d'évaluer les risques liés aux opérations de paiement, de proposer des recommandations, et de veiller au respect des normes internationales¹.

3.9 Normes techniques et interopérabilité

Au niveau technique, les institutions financières algériennes sont tenues de respecter des normes ISO spécifiques à la monétique (ISO/IEC 7816 pour les cartes à puce, ISO 8583 pour les transactions financières). La SATIM veille à l'uniformisation des technologies déployées, afin de garantir une interopérabilité optimale entre les différentes plateformes bancaires².

Le cadre réglementaire et législatif de la monétique en Algérie s'est progressivement structuré autour d'un ensemble de lois, circulaires et normes, destinées à garantir la sécurité, la fiabilité et la légalité des paiements électroniques. Cette régulation constitue un levier fondamental pour la confiance des usagers et le développement durable du secteur.

Le cadre réglementaire et législatif de la monétique en Algérie s'est progressivement structuré autour d'un ensemble de lois, circulaires et normes, destinées à garantir la sécurité, la fiabilité et la légalité des paiements électroniques. Cette régulation constitue un levier fondamental pour la confiance des usagers et le développement durable du secteur.

Section 2 : L'évolution technologique de la monétique en Algérie

L'essor de la monétique en Algérie s'est accompagné d'avancées technologiques progressives, répondant aux besoins croissants de modernisation du système bancaire. Cette section retrace les principales étapes de cette évolution, marquées par l'introduction de nouveaux outils et services numériques.

¹ Banque d'Algérie. (2022). Rapport sur la stabilité financière en Algérie.

² SATIM. (2023). Normes techniques appliquées au réseau monétique national. Consulté sur : <https://www.satim.dz>

1. Les cartes bancaires

Les cartes bancaires représentent l'un des piliers fondamentaux du système de paiement électronique en Algérie. Elles permettent d'effectuer des retraits, des paiements dans les points de vente équipés de TPE, ainsi que des opérations en ligne. Le développement de ces cartes a accompagné la stratégie nationale de réduction de la circulation du numéraire et de promotion de la finance digitale.

1.1 La carte interbancaire (CIB)

La carte interbancaire, communément appelée carte CIB, est émise par les banques commerciales opérant en Algérie. Elle permet aux clients d'effectuer des retraits d'espèces dans les GAB (guichets automatiques bancaires), d'effectuer des paiements dans les commerces à travers les TPE (terminaux de paiement électronique), ainsi que des transactions de commerce électronique sur des plateformes nationales habilitées. À fin 2023, le parc actif de cartes CIB s'élevait à 4,1 millions d'unités, selon les statistiques officielles du GIE Monétique¹.

Par ailleurs, la carte CIB bénéficie d'une interopérabilité à l'échelle nationale, ce qui signifie qu'un client d'une banque donnée peut utiliser sa carte dans le réseau de TPE et GAB d'une autre banque. Cette interopérabilité est assurée techniquement par la SATIM (Société d'Automatisation des Transaction Interbancaires et de Monétiques)²

1.2 La carte Edahabia

La carte Edahabia est une carte de paiement émise exclusivement par Algérie Poste pour les titulaires de comptes CCP. Elle est dotée de fonctionnalités multiples : retrait d'espèces, paiement chez les commerçants, paiement de factures, rechargement de crédit téléphonique, ainsi que paiement en ligne sur des plateformes telles que Jibba ou BaridiMob. En 2023, plus de 12,48 millions de cartes Edahabia étaient en circulation, soit plus de 75 % du parc total de cartes en Algérie.³

¹ GIE Monétique. Tableaux statistiques - Activité des cartes. (2024). Consulté sur : <https://giemonetique.dz>. Le 20 avril 2025

² SATIM. (2023). Normes techniques appliquées au réseau monétique national. Consulté sur : <https://www.satim.dz>

³ Banque d'Algérie. (2024). Rapport annuel 2023 sur les systèmes de paiement. <https://www.bank-of-algeria.dz> consulté le 20 avril 2025

Cette carte a joué un rôle central dans l'inclusion financière, notamment en milieu rural, où le réseau postal est parfois plus développé que le réseau bancaire. De plus, la généralisation de l'application mobile BaridiMob a permis d'accroître l'usage de la carte pour les paiements en ligne et les transferts P2P (personne à personne).

1.3 Usages et adoption

L'usage combiné des cartes CIB et Edahabia a permis de réaliser plus de 90 millions d'opérations de paiement électronique en 2023, un record par rapport aux années précédentes. Cette progression a été favorisée par plusieurs mesures, telles que la réduction des commissions sur les transactions, les campagnes de sensibilisation à l'utilisation des cartes, et l'installation croissante de TPE dans les commerces de proximité¹.

Les deux types de cartes sont désormais dotés de la technologie sans contact (NFC), ce qui permet des paiements rapides pour les petits montants, en posant simplement la carte sur le terminal. Cette technologie a été introduite à grande échelle en 2023 et son adoption est en forte croissance.

2. Les canaux de paiement électronique en Algérie

L'Algérie connaît une transformation significative de son paysage financier, marquée par une adoption croissante des canaux de paiement électronique. Cette évolution vise à moderniser les transactions financières, renforcer la traçabilité des opérations, et réduire la dépendance au numéraire.

2.1 Terminaux de paiement électronique (TPE)

Les TPE représentent le canal le plus classique pour les paiements par carte dans les points de vente. En 2024, l'Algérie comptait 68 140 TPE en service, soit une augmentation de 28 % par rapport à 2023. Cette croissance est due aux campagnes d'incitation des commerçants à adopter ces terminaux, appuyées par le ministère des Finances et le GIE Monétique².

L'utilisation des TPE s'étend désormais à divers secteurs, y compris les grandes surfaces, les pharmacies, les transporteurs privés, et les artisans. Leur généralisation constitue un indicateur de l'évolution des habitudes de consommation des citoyens.

¹ Agence Presse Service. (2024, mai 2). Les transferts entre particuliers ont plus que doublé en 2024. <https://www.aps.dz/economie/184195>

² Les Enjeux Économiques. (2024, avril 22). Paiement électronique : les chiffres clés en 2024. <https://lesenjeuxeco.dz/paiement-electronique-leschiffres-cles-en-2024/> consulté le 20 avril 2025

2.2 Paiement mobile

Le paiement mobile connaît un essor spectaculaire. En 2024, plus de 58,4 millions de transactions ont été enregistrées via applications mobiles, représentant un volume financier de 43,59 milliards de dinars. En comparaison avec 2023, il s'agit d'une hausse de 49 % en volume et de 56 % en valeur ¹.

Les services de paiement mobile comme BaridiMob, Djezzy Pay ou des plateformes bancaires telles que CPA Mobile ou BDLA Pay, permettent aux usagers de transférer de l'argent, de régler des factures ou d'effectuer des achats en ligne en quelques clics, ce qui renforce l'inclusion financière.

2.3 Transferts P2P via mobile

Les transferts d'argent entre particuliers via mobile (P2P) sont devenus un canal essentiel, notamment chez les jeunes et les populations non bancarisées. En 2024, on a enregistré 36,2 millions de transferts P2P, totalisant plus de 503,6 milliards de dinars, soit une hausse de plus de 100 % par rapport à l'année précédente ².

Cette croissance est en partie due à l'intégration des fonctionnalités P2P dans la majorité des applications de paiement mobile et à l'interopérabilité progressive entre les différents opérateurs.

2.4 Technologie SoftPOS

La technologie SoftPOS représente une innovation majeure pour démocratiser les paiements électroniques. Elle transforme un smartphone Android compatible NFC en terminal de paiement, sans nécessité de matériel supplémentaire. Ce service a été lancé en phase pilote par cinq banques publiques en partenariat avec la SATIM depuis fin 2023, avec un objectif de généralisation en 2025³.

Ce système est particulièrement avantageux pour les micro-entrepreneurs, les chauffeurs VTC, les marchés ambulants et les artisans, car il réduit les coûts d'accès à la monétique.

¹ GIE Monétique. (2024). Tableaux statistiques - Activité des cartes. <https://giemonetique.dz>

² Agence Presse Service. (2024, mai 2). Les transferts entre particuliers ont plus que doublé en 2024. <https://www.aps.dz/economie/184195> consulté le 20 avril 2025

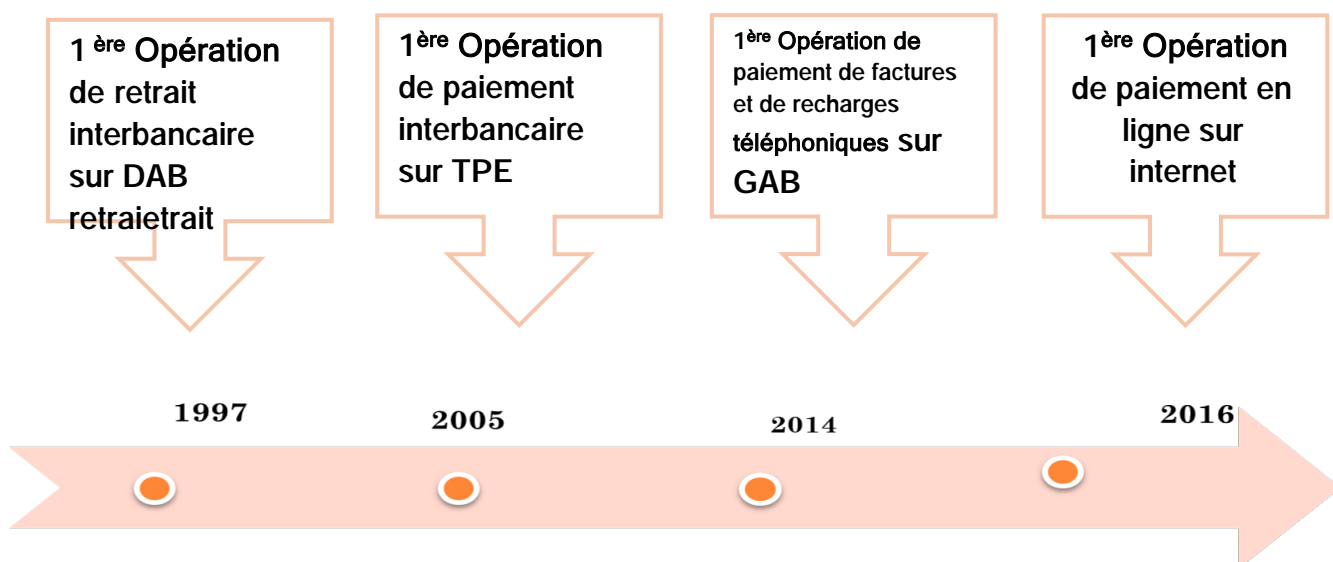
³ Algérie Éco. (2024, septembre 16). Cinq banques comptent lancer le paiement mobile en octobre prochain. <https://www.algerieeco.com/2024/09/16/> consulté le 21 avril 2025

2.5 Cartes sans contact (NFC)

L’Algérie a introduit officiellement en 2023 la fonctionnalité « sans contact » dans ses cartes bancaires. Les institutions financières telles que CPA, BNA, et BEA, ainsi qu’Algérie Poste, ont commencé à émettre des cartes CIB et Edahabia compatibles NFC. Ce mode de paiement, limité à un certain plafond (souvent 2000 DZD par opération), permet un règlement rapide et sans saisie de code PIN pour les petits achats¹.

Cette innovation, en plus de son aspect pratique, est également perçue comme hygiénique, notamment depuis la pandémie de COVID-19.

Figure 7: Le Réseau Monétique Interbancaire : évolution des opérations en Algérie



Source : documents interne du CPA

¹ Crédit Populaire d’Algérie. (2023). Fonctionnalité « Sans Contact ». <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/nos-cartes/cartesinternationales/fonctionnalite-sans-contact>

3. Les nouveaux moyens émergents

L'Algérie poursuit son chemin vers la modernisation du système financier à travers l'intégration de moyens de paiement innovants. Ces nouvelles solutions s'inscrivent dans une dynamique globale de transformation digitale visant à répondre aux besoins de rapidité, de sécurité et de flexibilité des usagers.

3.1 Paiement mobile par QR code

Le paiement par QR code constitue une innovation majeure dans le paysage monétique algérien. Ce service a été officiellement adopté par huit banques, dont cinq l'ont lancé dès octobre 2024. Il permet au client de scanner un code QR généré par le commerçant pour valider une transaction en temps réel, sans carte bancaire. Cette méthode est particulièrement prisée dans les petites boutiques, les cafés et les services de proximité pour sa rapidité, son accessibilité et sa sécurité¹

3.2 Cartes de paiement virtuelles

Pour accompagner la croissance du commerce électronique, le GIE Monétique a annoncé le développement de cartes virtuelles utilisables uniquement pour les paiements en ligne. Ces cartes sont générées à la demande via les applications mobiles des banques et permettent de limiter la fraude grâce à des identifiants temporaires². Cette technologie, très répandue dans les pays européens, vise à sécuriser les transactions sur les plateformes de e-commerce locales (comme Jibba ou Algérie Market) en évitant d'utiliser les données de la carte principale.

3.3 Retrait d'argent sans carte (Cardless)

Algérie Poste a mis en œuvre le service « Cardless » via son application BaridiMob. Il permet aux utilisateurs d'effectuer des retraits à partir de guichets automatiques sans carte physique. Un code de retrait est généré dans l'application et saisi au GAB. Ce service est utile dans des situations comme la perte de la carte ou l'envoi d'argent à un proche qui ne possède pas de compte bancaire³.

¹ Viny Business. (2024). Le paiement mobile chez cinq nouvelles banques dès octobre. <https://vinybusiness.com/le-paiement-mobile-chez-cinq-nouvellesbanques-des-octobre>

² Algérie Éco. (2024, 16 septembre). Cartes virtuelles et sécurité numérique : les banques innovent. <https://www.algerie-eco.com/2024/09/16> consulté le 21 avril 2025

³ Algérie Poste, n.d

3.4 Interopérabilité des paiements mobiles (Switch Mobile)

Depuis le début de 2024, une plateforme appelée « Switch Mobile » assure l'interopérabilité entre les différentes banques et opérateurs de paiement. Grâce à ce système, un utilisateur d'une application bancaire donnée peut envoyer de l'argent à un utilisateur d'un autre réseau sans avoir à changer d'application. Cette avancée permet de casser les barrières techniques entre institutions financières et de favoriser l'universalité des paiements mobiles.¹

3.5 Solutions biométriques à l'étude

Certaines institutions, notamment la Banque Nationale d'Algérie (BNA), ont entamé des expérimentations sur les paiements biométriques (empreinte digitale, reconnaissance faciale) pour renforcer la sécurité des transactions en agences ou sur mobile. Bien que ces solutions soient encore en phase pilote, elles témoignent de la volonté d'intégrer les standards internationaux de sécurité dans l'écosystème algérien.

Section 3 : Les indicateurs de développement de la monétique

L'évolution de la monétique en Algérie peut être mesurée à travers plusieurs indicateurs quantitatifs et qualitatifs. Cette section se propose d'analyser les données clés permettant d'évaluer le niveau de progression des moyens de paiement électroniques dans le pays.

1. Données quantitatives

L'année 2024 a été marquée par une forte progression de l'activité monétique en Algérie, traduisant l'essor du paiement électronique dans toutes ses formes.

1.1 Volume global des transactions électroniques

Le volume total des transactions électroniques a atteint 643,8 milliards de dinars en 2024, soit une augmentation de 48,3 % par rapport à 2023. Cette croissance reflète l'adhésion progressive des citoyens aux moyens de paiement numérique²

1.2 Paiement mobile

Le paiement mobile a connu un essor important. En 2024, on a enregistré 58,4 millions d'opérations, représentant un total de 43,5 milliards de dinars, soit une hausse de 49 % en volume et 56 % en valeur par rapport à l'année précédente ¹

¹ Les Enjeux Économiques. (2024, avril 22). Paiement électronique : les chiffres clés en 2024. <https://lesenjeuxeco.dz/paiement-electronique-leschiffres-cles-en-2024/>

² Algérie Éco. (2024, 16 septembre). Cartes virtuelles et sécurité numérique : les banques innovent. <https://www.algerie-eco.com/2024/09/16> consulté le 22 avril 2025

1.3 Transferts P2P (mobile à mobile)

Les transferts entre particuliers via mobile (P2P) ont doublé, atteignant 36,2 millions d'opérations pour un montant global de 503,6 milliards de dinars, ce qui constitue une augmentation de 109 % en valeur en une année. Cette dynamique est portée par la montée en puissance des applications comme BaridiMob et Wimpay².

1.4 Paiements en ligne

Les paiements en ligne ont enregistré une croissance de 61 %, pour atteindre 51,9 milliards de dinars en 2024. Cette tendance s'explique par la digitalisation croissante des services publics et privés, qui favorise l'adoption de la facturation et du règlement à distance³.

1.5 Infrastructure de paiement

Le nombre de TPE installés a atteint 68 140 en 2024, soit une augmentation de 28 % par rapport à l'année précédente. Le nombre de distributeurs automatiques (DAB), quant à lui, a atteint 3 942 unités, enregistrant une hausse modeste de 2 %, mais traduisant la stabilité des infrastructures physiques en parallèle de la montée en puissance des services numériques⁴.

2. Répartition géographique et sectorielle

L'expansion du paiement électronique en Algérie en 2024 s'est caractérisée par une croissance remarquable aussi bien sur le plan géographique que sectoriel, traduisant une généralisation progressive de l'usage des outils numériques de paiement.

2.1 Répartition géographique

Le développement des infrastructures de paiement électronique reste inégal à travers les différentes régions d'Algérie. Les grandes agglomérations comme Alger, Oran et Constantine concentrent la majorité des terminaux de paiement électronique (TPE) et des distributeurs automatiques de billets (DAB), grâce à une densité commerciale plus élevée et à une connectivité plus stable⁵.

¹ GIE Monétique. (2024). Activité Paiement par Mobile. <https://giemonetique.dz/activite-paiement-par-mobile/> le 22 avril 2025

² Agence Presse Service. (2024, mai 2). Les transferts entre particuliers ont plus que doublé en 2024. <https://www.aps.dz/economie/184195> consulté le 22 avril 2025

³ L'Actualité Algérie. (2024, avril 10). Panorama des paiements électroniques et mobiles en Algérie : les statistiques clés de 2024. <https://www.lactualgerie.com/economie/panorama-des-paiements-electroniques-et-mobiles-en-algerie-les-statistiques-cles-de-2024/> consulté le 23 avril 2025

⁴ L'Actualité Algérie. (2025, mars 16). Panorama des paiements électroniques et mobiles en Algérie : les statistiques clés de 2024. <https://www.lactualgerie.com/economie/panorama-des-paiements-electroniques-et-mobiles-en-algerie-les-statistiques-cles-de-2024/> consulté le 25 avril 2025

Cependant, les régions rurales et les zones isolées ont fait l'objet d'initiatives de rattrapage avec l'installation progressive de TPE et la mise en service de guichets automatiques mobiles. Malgré ces efforts, des écarts persistent en termes d'accès aux services numériques de paiement, en raison de contraintes liées à l'infrastructure télécom ou au manque de formation numérique.

2.2 Répartition sectorielle

Sur le plan sectoriel, plusieurs domaines économiques ont montré des dynamiques très différentes dans l'adoption du paiement électronique :

Télécommunications : ce secteur domine en matière de paiements en ligne, représentant 51,7 % de l'ensemble des opérations, soit environ 9,83 millions de transactions sur un total de 19 millions en 2024.

Grands facturiers (électricité, eau, gaz, etc.) : on observe une augmentation de 125 % des paiements électroniques dans ce secteur entre 2023 et 2024, en lien avec les plateformes numériques de règlement des factures et leur interconnexion avec les banques.

Vente de biens : le secteur du commerce de détail et de gros a vu ses paiements numériques croître de 107 %, grâce à l'essor du commerce électronique et à la généralisation des TPE chez les commerçants.

Transport : les paiements numériques ont augmenté de 104 % dans le secteur du transport, notamment grâce à l'adoption des solutions mobiles dans les services de taxi et de transport collectif.

Assurances : bien que moins avancé que les autres secteurs, celui des assurances a tout de même enregistré une hausse de 66 % des paiements électroniques, principalement via les portails web des compagnies.

Ces tendances montrent que la numérisation du paiement progresse rapidement mais reste encore contrastée selon les zones géographiques et les secteurs d'activité.¹

¹ L'Actualité Algérie. (2024, avril 10). Panorama des paiements électroniques et mobiles en Algérie : les statistiques clés de 2024. <https://www.lactualgerie.com/economie/panorama-des-paiementselectroniques-et-mobiles-en-algerie-les-statistiques-cles-de-2024>

3. Tendances d'évolution

L'évolution du paiement électronique en Algérie en 2024 témoigne d'une dynamique accélérée, portée par une volonté nationale de modernisation des transactions financières et une amélioration progressive de l'accessibilité aux services numériques.

3.1 Croissance soutenue des paiements électroniques

En 2024, le volume total des transactions électroniques a atteint 643,8 milliards de dinars, ce qui représente une augmentation de 48,3 % par rapport à l'année précédente. Cette évolution confirme la confiance croissante des citoyens dans les canaux numériques.¹

3.2 Expansion du paiement mobile

Le paiement par mobile continue de croître rapidement. Le nombre d'opérations a atteint 58,4 millions en 2024, pour un total de 43,5 milliards de dinars, ce qui équivaut à une hausse de 49 % en volume et de 56 % en valeur par rapport à 2023

3.3 Hausse des transferts P2P (mobile à mobile)

Les transferts entre particuliers ont doublé, atteignant 36,2 millions d'opérations pour un montant global de 503 milliards de dinars, enregistrant ainsi une progression de 109 %. Ce type de transfert est de plus en plus utilisé, notamment par les jeunes adultes et les professionnels indépendants (APS, 2024).

3.4 Développement des paiements en ligne

Les paiements en ligne ont progressé de 61 % en 2024, avec un montant total de 51,9 milliards de dinars. Cette croissance est stimulée par la digitalisation des services publics (paiement de factures, redevances, services administratifs) et par la popularité croissante du e-commerce local.

3.5 Renforcement de l'infrastructure

Le nombre de terminaux de paiement électronique (TPE) est passé à 68 140 en 2024 (+28 %), et celui des distributeurs automatiques de billets (DAB) a atteint 3 942 unités (+2 %). Ces chiffres montrent que le déploiement de l'infrastructure suit la montée en puissance de la demande de services numériques.²

¹ GIE Monétique. (2024). Activité Paiement par Mobile. <https://giemonetique.dz/activite-paiement-par-mobile/>

Section 4 : Les freins et défis du développement monétique

Malgré les progrès réalisés, le développement de la monétique en Algérie se heurte à plusieurs obstacles. Cette section met en lumière les principaux freins et défis qui ralentissent l'adoption et la généralisation des moyens de paiement électroniques.

1. Contraintes techniques et infrastructurelles

Le développement du paiement électronique en Algérie est confronté à plusieurs obstacles d'ordre technique et infrastructurel, qui ralentissent sa généralisation sur l'ensemble du territoire.

1.1 Couverture inégale des infrastructures de paiement

Malgré l'installation de plus de 68 140 terminaux de paiement électronique (TPE) en 2024, leur répartition géographique reste très inégale. Les grandes villes concentrent l'essentiel de ces équipements, tandis que de nombreuses localités rurales en sont encore dépourvues

1.2 Connectivité Internet limitée

La qualité de la connexion Internet demeure insuffisante dans plusieurs régions, en particulier dans les zones éloignées. Des interruptions fréquentes, des débits faibles et une couverture mobile instable rendent difficile l'utilisation fluide et continue des services de paiement en ligne¹

1.3 Maintenance technique défaillante

Un grand nombre de TPE installés ne sont pas fonctionnels en raison du manque de maintenance, de mises à jour logicielles ou de support technique régulier. Cela décourage les commerçants de les utiliser de manière permanente².

1.4 Interopérabilité limitée

L'interopérabilité entre les différentes plateformes de paiement mobile (par exemple entre Baridimob et les applications bancaires) reste partielle. Cette fragmentation réduit la fluidité des paiements entre usagers de réseaux bancaires différents, freinant ainsi l'adoption à grande échelle¹.

² Actualité Algérie. (2024, avril 10). Panorama des paiements électroniques et mobiles en Algérie : les statistiques clés de 2024. <https://www.lactualalgerie.com/economie/panorama-des-paiements-electroniques-et-mobiles-en-algerie-les-statistiques-cles-de-2024/>

¹ Democraticac. (2021). Le commerce électronique en Algérie : état des lieux, freins et perspectives. <https://democraticac.de/?p=77093> consulté le 26 avril 2025

² Fatoura. (2025, 9 avril). Paiement électronique en Algérie : où en est-on en 2025 ? <https://fatoura.app/blog/paiement-electronique-en-algerie> consulté le 26 avril 2025

1.5 Instabilité énergétique

Les coupures fréquentes d'électricité dans certaines régions ont un impact direct sur la disponibilité des services de paiement électronique. En l'absence de systèmes de secours (batteries, générateurs), ces interruptions peuvent paralyser temporairement toute l'activité numérique ².

2. Facteurs socioculturels

Le développement du paiement électronique en Algérie ne dépend pas uniquement des technologies ou de l'infrastructure, mais est également freiné par des facteurs socioculturels profonds liés aux habitudes, aux perceptions et au niveau d'inclusion financière de la population.

2.1 Préférence pour les espèces

Une part importante de la population continue de préférer les paiements en espèces. Cette préférence est souvent motivée par la perception que les espèces offrent un contrôle direct sur les finances et une sécurité contre les erreurs numériques. Cette habitude, bien ancrée culturellement, constitue l'un des obstacles majeurs à l'adoption des paiements électroniques ³.

2.2 Méfiance vis-à-vis des systèmes numériques

De nombreux citoyens expriment une méfiance envers les paiements électroniques, notamment en ce qui concerne la sécurité des transactions, la protection des données personnelles, et les risques de piratage. Cette inquiétude est accentuée par le manque d'éducation numérique généralisée⁴.

2.3 Faible inclusion financière

Selon les études récentes, une proportion significative des Algériens ne possède pas de compte bancaire, en particulier dans les zones rurales ou parmi les populations vulnérables.

¹ We Are Tech Africa. (2024, 12 avril). Interopérabilité des paiements mobiles : un projet opérationnel en 2024. <https://wearetech.africa> consulté le 26 avril 2025

² Democraticac. (2021). Le commerce électronique en Algérie : état des lieux, freins et perspectives. <https://democraticac.de/?p=77093> consulté le 26 avril 2025

³ Africa Business Intelligence. (2024). Paiements électroniques et inclusion financière : défis et perspectives en Algérie. <https://www.africabi.com/fr/article/analyses/paiements-electroniques-et-inclusion-financiere-defis-et-perspectives-en-algerie> consulté le 30 avril 2025

⁴ Hamou, N., & Rachedi, A. (2022). Un aperçu sur le e-commerce en Algérie. Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed. <https://dspace.univ-eloued.dz/handle/123456789/15517>

Cela limite directement leur accès aux services de paiement électronique (Africa Business Intelligence,

2.4 Manque de sensibilisation

L'absence de campagnes nationales d'éducation financière empêche de nombreux citoyens de comprendre les avantages, les usages et la fiabilité des moyens de paiement numériques. Ce manque d'information crée un climat de méfiance et de rejet implicite de ces outils modernes ¹(Hamou & Rachedi, 2022).

2.5 Résistance au changement

Comme dans de nombreux pays en voie de numérisation, une résistance au changement est observée, notamment chez les générations les plus âgées et les populations peu familiarisées avec les technologies numériques. Cette réticence à modifier les habitudes de paiement ralentit la transition vers une économie digitale (Hamou & Rachedi, 2022).

3.Problèmes liés à la sécurité et à la réglementation

Le paiement électronique en Algérie se développe dans un contexte où la sécurité des transactions et la clarté du cadre réglementaire jouent un rôle essentiel dans l'acceptation et l'adoption par les citoyens.

3.1 Préoccupations sur la sécurité des transactions

Malgré les technologies utilisées comme le chiffrement SSL ou la certification PCI-DSS, une large part de la population reste méfiante vis-à-vis des paiements électroniques. Cette méfiance est renforcée par les cas de phishing, de fraude bancaire ou de piratage d'applications mobiles qui ont touché certains utilisateurs ².

3.2 Évolution du cadre réglementaire

L'Algérie a adopté en 2024 de nouvelles réglementations pour structurer le secteur. Parmi elles, l'Instruction n° 04-2024 du 24 novembre 2024, émise par la Banque d'Algérie, encadre les modalités des virements électroniques. De plus, le Règlement n° 24-04 définit les règles relatives aux opérations des banques digitales. Ces textes visent à formaliser les échanges électroniques, mais leur mise en œuvre reste progressive.

¹ Hamou, N., & Rachedi, A. (2022). Un aperçu sur le e-commerce en Algérie. Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed. <https://dspace.univ-eloued.dz/handle/123456789/15517> consulté le 30 avril 2025

² Guiddini. (2024). E-paiement en Algérie : où en est-on vraiment ?. <https://guiddini.com/e-paiement-en-algerie-ou-en-est-on-vraiment/>

3.3 Faible sensibilisation à la cybersécurité

De nombreux utilisateurs ne sont pas suffisamment formés pour détecter les tentatives de fraude. L'absence de campagnes de sensibilisation à la cybersécurité limite leur capacité à adopter des comportements sûrs lors de l'utilisation des plateformes de paiement¹

3.4 Manque d'harmonisation entre les institutions

Les normes et procédures de sécurité peuvent varier d'une banque à une autre, ce qui crée une confusion pour les usagers. Une harmonisation réglementaire plus cohérente au niveau national est nécessaire pour garantir une expérience utilisateur uniforme et sécurisée.

4. Enjeux de sensibilisation et d'inclusion financière

L'inclusion financière est une composante essentielle du développement du paiement électronique en Algérie. Elle suppose non seulement l'accès aux services bancaires, mais aussi une éducation suffisante pour comprendre et adopter les moyens de paiement modernes. La sensibilisation est essentielle pour surmonter la méfiance envers les institutions financières et promouvoir l'utilisation des outils numériques. Le manque de confiance dans la sécurité des transactions électroniques, associé à une faible éducation financière, constitue un obstacle majeur. Une éducation financière dès le plus jeune âge, associée à des campagnes de communication ciblées, est nécessaire pour élargir l'accès aux services financiers numériques.

De plus, des politiques publiques inclusives doivent être mises en œuvre pour réduire les disparités d'accès entre les régions et les groupes sociaux. Cela inclut le développement des infrastructures numériques, la réduction de la fracture numérique et la simplification des procédures d'ouverture de compte.

4.1 Campagnes de sensibilisation

En 2024, plusieurs campagnes nationales ont été lancées pour sensibiliser les citoyens à l'utilisation des moyens de paiement électronique. L'Association des Banques et des Établissements Financiers (ABEF), en collaboration avec Algérie Poste et les banques publiques, a mis en place des actions de terrain dans les écoles, les marchés et les institutions pour expliquer l'utilisation des TPE, des cartes CIB, et des paiements mobiles des démonstrations pratiques ont été élaborées pour le public à propos de leurs utilisation , Le but

¹ Guiddini. (2024). E-paiement en Algérie : où en est-on vraiment ? <https://guiddini.com/e-paiement-en-algerie-ou-en-est-on-vraiment/> consulté le 30 avril 2025

de ces efforts était d'aider les gens à avoir plus confiance dans les paiements électroniques et de les inciter à utiliser plus facilement ces nouvelles technologies au quotidien. ¹(APS, 2023).

4.2 Rôle central d'Algérie Poste

Avec plus de 22 millions de comptes CCP et plus de 12 millions de cartes magnétiques, Algérie Poste joue un rôle déterminant dans l'inclusion financière. Elle dispose de plus de 4 200 bureaux à travers le pays, y compris dans les zones isolées, ce qui lui permet d'offrir des services financiers de base à une large partie de la population ²

4.3 Éducation financière comme levier

L'absence d'éducation financière est un frein important à l'utilisation des services bancaires numériques. De nombreux citoyens ne savent pas comment utiliser un DAB, une application mobile bancaire ou encore comment protéger leurs données personnelles. Des programmes ciblés d'éducation financière, intégrés aux actions de sensibilisation, sont donc indispensables.

4.4 Difficultés persistantes

Malgré ces efforts, plusieurs défis persistent : la méfiance envers les institutions financières, la complexité perçue des services numériques, ou encore l'analphabétisme numérique dans certaines couches de la population. Pour y répondre, une coordination entre les pouvoirs publics, les banques, les associations locales et les établissements éducatifs est nécessaire ³.

Conclusion

L'évolution des systèmes de paiement électronique en Algérie témoigne d'un effort progressif d'alignement de l'infrastructure nationale de paiement sur les normes internationales, tant sur le plan institutionnel que technologique. Le développement du cadre juridique, l'introduction des cartes bancaires et des canaux électroniques, ainsi que l'analyse des indicateurs de croissance, mettent en évidence les initiatives prises pour moderniser les

² Agence Presse Service. (2023, 8 octobre). E-paiement : une large campagne de sensibilisation sera lancée en 2024. <https://www.aps.dz/sante-sciencetechnologie/160974-e-paiement-une-large-campagne-de-sensibilisation-seralancee-en-2024> consulté le 2 mai 2025

³ Africa Business Intelligence. (2024). Paiements électroniques et inclusion financière : défis et perspectives en Algérie. <https://www.africabi.com/fr/article/analyses/paiements-electroniques-et-inclusion-financieredefis-et-perspectives-en-algerie> consulte le 2 mai 2025

transactions financières. Cependant, ces progrès se heurtent à de multiples défis, notamment des contraintes techniques, des résistances socioculturelles et des questions liées à la sécurité et à l'inclusion financière.

Malgré des avancées significatives, l'adoption généralisée des paiements électroniques nécessite une stratégie globale combinant investissements technologiques, programmes de sensibilisation des utilisateurs et renforcement des cadres réglementaires.

**Chapitre 03 : les produits
numériques du CPA :
Efficacité et limite**

Introduction

Dans un contexte économique en constante évolution, les banques sont appelées à s'adapter aux nouvelles attentes des clients en matière de rapidité, de sécurité et de digitalisation des services. Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA), l'une des plus importantes banques publiques du pays, s'inscrit pleinement dans cette dynamique. Ce chapitre propose une présentation globale de cette institution, depuis sa création jusqu'à sa stratégie actuelle d'innovation. Nous explorerons ses produits financiers, ses solutions de paiement, ainsi que ses efforts de modernisation à travers le développement de services numériques, tels que CPay+ et l'application mobile WIMPAY . Une attention particulière sera accordée à l'agence de Tizi Ouzou 194, afin de mieux illustrer le fonctionnement local du CPA. Enfin, une étude empirique permettra de mieux comprendre l'adoption de ces services numériques par les clients, et leur perception face à ces nouvelles technologies bancaires.

Section 01 : Présentation de la banque de crédit populaire algérienne, « CPA » et ses différents produits monétique

Cette section présente le Crédit Populaire d'Algérie, acteur majeur du secteur bancaire national. Elle revient sur son positionnement, ses missions principales, ainsi que sur la diversité de ses produits, notamment en matière de solutions de paiement. Cette mise en contexte permettra de mieux cerner les fondements de sa transition numérique.

1. Création et organisme du Crédit Populaire d'Algérie « CPA » :

1.1Création du CPA :

Le Crédit Populaire d'Algérie par abréviation (CPA) est une Banque universelle créée par l'Ordonnance n° 66-366 du 29 décembre 1966. Agréé en tant que Banque par la Banque d'Algérie (BA) suivant Décision de n° 07-02 du 06 avril 1997, le CPA active dans le secteur bancaire, fortement réglementé, sous la supervision de la BA.

Le CPA est une Institution bancaire dotée d'un capital social de 200 milliards de DA et qui dispose d'une expertise reconnue notamment dans l'accompagnement des opérateurs

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

économiques à travers un large réseau commercial composé de 161 agences, 20 espaces digitaux et 98 guichets de finances islamiques répartis sur l'ensemble du territoire national.

Par ailleurs, la Banque dispose d'un capital humain d'une qualité appréciable dont l'encadrement de niveau universitaire représente 74% de son effectif.

Depuis sa création, la Banque a cumulé un capital expérience et dispose d'une diversification sectorielle de ses activités caractérisées par un portefeuille engagements qui couvre divers secteurs d'activités (Industrie, hôtellerie et tourisme, les services, le BTPH, le commerce, la santé, etc....).

1.1.2 Solidité Financière et Expansion à l'International

Le CPA dispose d'une solidité financière appréciable qui se traduit par un total bilan au 31 décembre 2022 de 3 367 milliards de DA et des fonds propres comptables de l'ordre de 312 milliards de DA et se positionne comme l'une des principales Banques du pays avec un Produit Net Bancaire (PNB) de l'ordre de 70 milliards de DA et un Return On Equity (ROE) de 13,64% supérieur à la moyenne de la place bancaire (19 banques) qui s'élève à 12,42%. Les ratios de solvabilité et de liquidité de la Banque témoignent, également, de cette solidité financière.

En termes de ressources, le CPA jouit d'une position confortable correspondant à un montant de 2 046 milliards de DA par rapport à l'ensemble des ressources collectées par la corporation bancaire qui s'élève à 13 802 milliards de DA représentant une quotepart de 14,82% au 31 décembre 2022 (3ème rang).

Sur le plan des engagements, le CPA participe au financement de l'économie pour un montant de crédit net de 1 356 milliards de DA au 31 décembre 2022 l'érigeant à la troisième place du marché.

Aussi, le déploiement du CPA à l'international, particulièrement en Afrique, constitue un levier stratégique lui permettant d'élargir son champ d'action en assurant le conseil et l'accompagnement des opérateurs économiques dans le cadre des opérations du commerce extérieur.

1.1.3 Stratégie de Modernisation :

Le CPA est une Banque qui veille au respect des valeurs et qui assume sa responsabilité sociétale en tant que partenaire, sponsor et mécène des différents événements. Il s'engage à maintenir une stratégie de croissance articulée autour de la modernisation et la digitalisation

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

permettant à la Banque d'évoluer dans un environnement en perpétuelle évolution tout en assurant une rentabilité garantissant que les leviers de croissance contribuent de manière responsable aux résultats financiers et à l'avenir solide et durable pour la Banque.

La digitalisation et les solutions novatrices sont au cœur de cette stratégie pour la consolidation de la position de la Banque en tant qu'acteur actif, agile et réactif prêts à relever les défis.

Cette stratégie est déclinée sur des axes constituant le socle sur lequel la Banque bâtira son avenir, optimisera ses performances, réduira ses risques et affinera ses produits en capitalisant les opportunités sectorielles et économiques qui se profilent au niveau national et international.

1.1.4 Introduction en Bourse et l'ouverture du Capital :

L'introduction en bourse du CPA, représente une étape décisive dans son développement. Cette opération historique rentre dans le cadre de la modernisation du Système Financier Algérien décidé par les Pouvoirs Publics et s'annonce comme une opportunité pour accélérer sa croissance tout en ouvrant son capital aux investisseurs (personnes physiques et morales).

Dans ce cadre, le CPA ouvre son capital social à hauteur de 30% par Appel Public à l'Épargne via une cession de 60 millions actions existantes au prix de 2 300 DA l'action, soit une décote de 261,41 DA par action par rapport à sa valeur de l'ordre de 2 561,41 DA l'action.

Le CPA a choisi d'ouvrir son capital pour diversifier l'actionnariat de la banque en associant notamment le secteur privé dans la gouvernance de la banque. L'objectif est de :

- Renforcer la notoriété de la banque auprès de ses clients et des autres parties prenantes
- Offrir à la banque d'autres sources de financement par appel public à l'épargne ;
- Consolider la position de la banque sur la place bancaire ;
- Contribuer au développement et à la dynamisation du marché financier.

Cette opération représente plusieurs avantages pour les actionnaires, tels que :

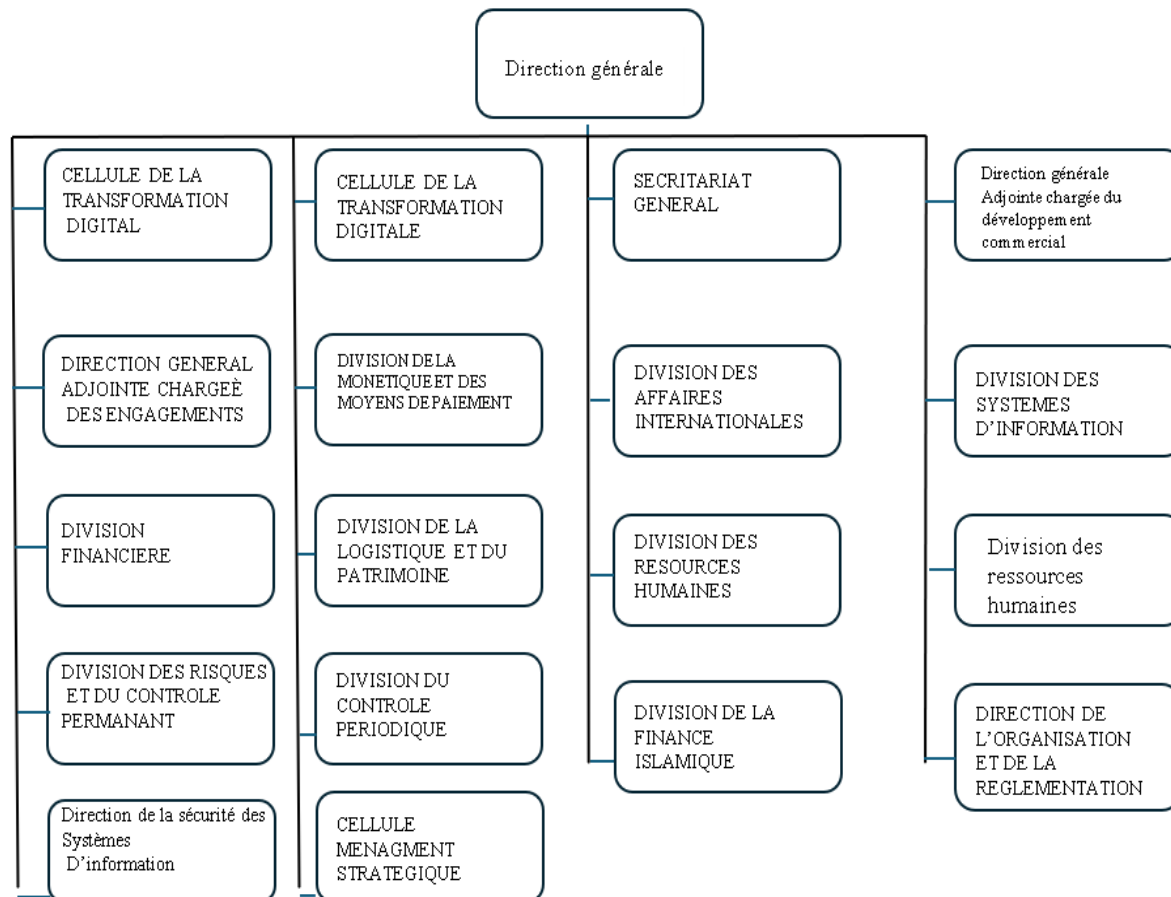
- Bénéficier de rendements financiers à travers des dividendes et des plus-values.
- Participer à la croissance de la banque et diversifier son portefeuille d'investissement.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- Participer au financement de l'économie nationale en contribuant à son essor.

1.2. Organigramme du CPA

Figure 8: L'organigramme du CPA



Source : document interne à l'agence CPA 194 de Tizi Ouzou.

1.3. Présentation du groupe d'exploitation

Chacun des groupes a des agences qui lui sont rattachées. Le groupe d'exploitation de Tizi-Ouzou en a douze :

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Tableau 3: présentation des agences de la banque CPA

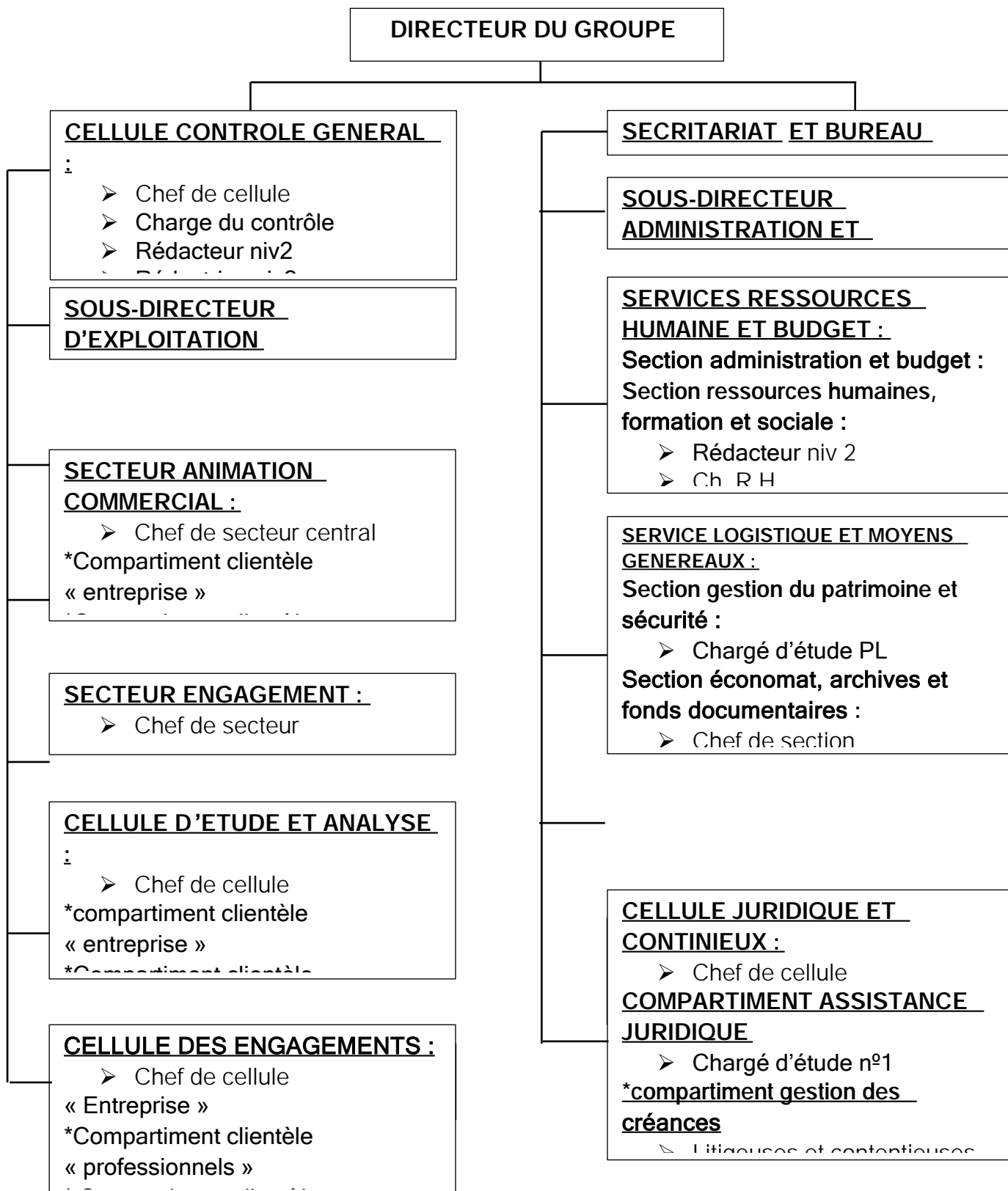
AGENCE	CODE
<i>Tizi-Ouzou</i>	120
<i>Larbaa Nath Irathen</i>	149
<i>Draa ben khadda</i>	189
<i>Tizi-Ouzou</i>	194
<i>Azazga</i>	166
<i>Bouira</i>	111
<i>Sour el ghouzlane</i>	191
<i>Lakhdaria</i>	196
<i>Dellys</i>	163
<i>Bourdj menaiel</i>	193
<i>Draa el mizan</i>	187
<i>Boumerdes</i>	141

Source : Document interne à la banque CPA.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

1.3.1. Organigramme du groupe d'exploitation

Figure 9 : L'organigramme du groupe d'exploitation



Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Source : Document interne à la banque CPA.

1.4. Présentation de l'agence-194 de Tizi Ouzou :

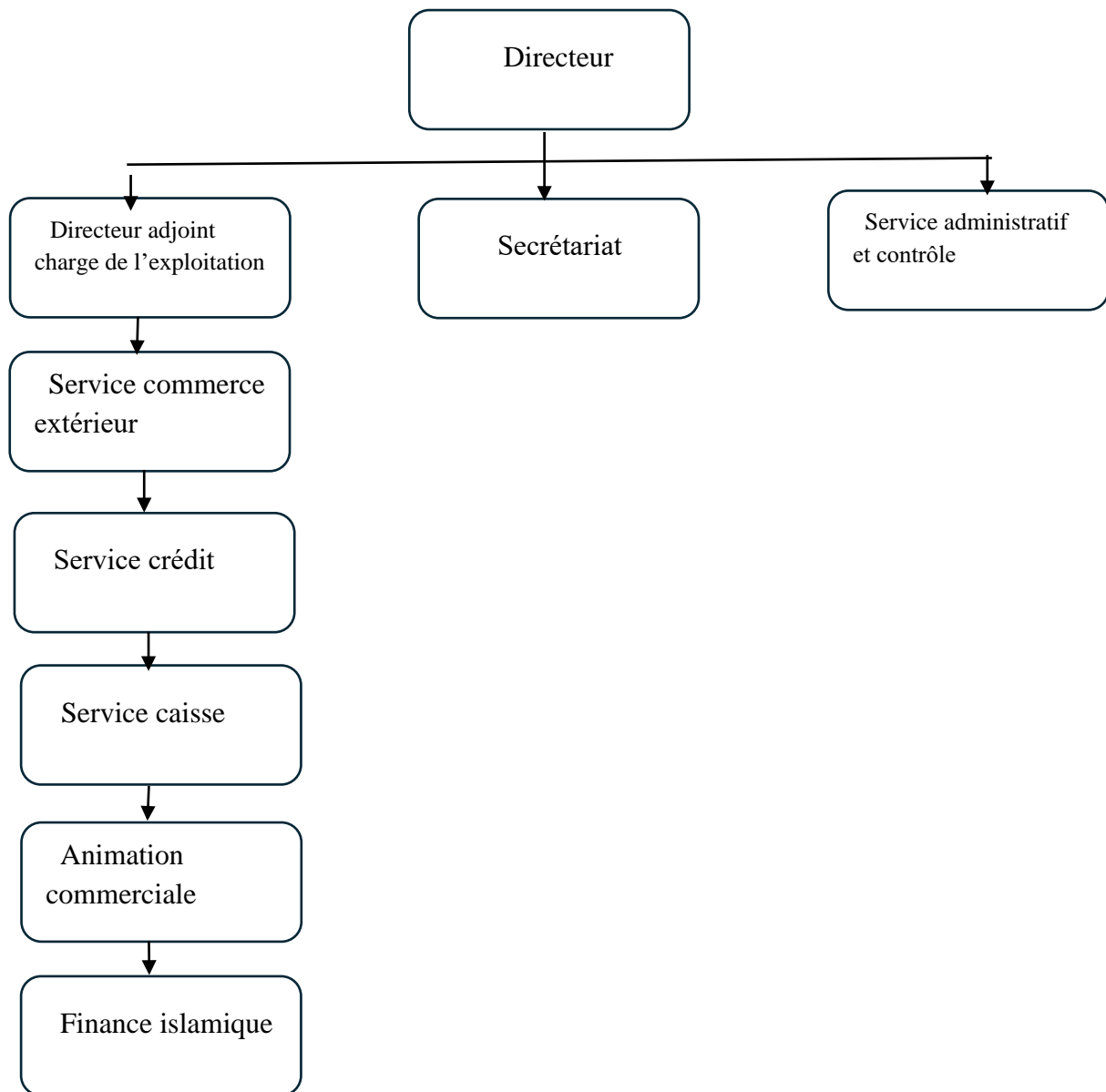
La banque en générale a pour but de collecter les fonds que lui confie sa clientèle et à en prêter une partie à ceux qui en ont besoin. Pour cela, le CPA est constitué d'agences telles que le CPA de Tizi-Ouzou n°194 créée, en 1993.

C'est une agence de première catégorie appartenant au groupe d'exploitation de Tizi-Ouzou. Elle comporte un effectif de 24 employés :

- Le directeur ;
- Un sous-directeur d'exploitation.
- Un chef de service (caisse/portefeuille) ;
- un chef de service (crédit) ;
- 5 employés de service crédit chargé de l'étude et analyse et de l'engagement ;
- 10 employés de service caisse et portefeuille ;
- 4 employés de service contrôle ;
- Une secrétaire

Figure 10: Organigramme du CPA Agence 194 de Tizi-Ouzou

Figure 10: Organigramme du CPA Agence 194 de Tizi-Ouzou



Source : Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

2. Les produits monétiques du CPA :

Avec le contexte de transformation numérique rapide des services financiers, offrir des méthodes de paiement modernes, sécurisées et facilement accessibles est devenu une nécessité pour les banques. En tant qu'acteur central du secteur bancaire national, le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) s'inscrit pleinement dans cette dynamique en développant une gamme variée de solutions monétiques adaptées aux besoins de ses différents segments de clientèle. La présente partie se propose d'examiner les principaux moyens de paiement électroniques mis en place par le CPA, en mettant en lumière leurs caractéristiques, conditions d'utilisation et apports au développement du système de paiement en Algérie.¹

2.1. Les carte interbancaires (CIB) :

La carte CIB est l'un des produits monétiques proposer par le CPA a une catégorie de clientèle ciblée afin de faciliter les transactions à tous moments (24h/24) et (7jour/7) via des TPE. Pour bénéficier de cette carte, il faut avoir un compte en dinars algériens et souscrire à un contrat en vue d'approuver les conditions.

2.1.1. La carte CIB classique :

C'est un moyen de paiement et de retrait à la perfection, elle assure un confort optimal pour les clients grâce à un plafond ajusté à leurs besoins.

a) Durée de validités de la carte CIB classique :

Elle est valide pour une durée de trois années, avec un renouvellement automatique, sauf en cas d'annulation par la banque.

La carte CIB est renouvelée automatiquement, toutefois si le porteur souhaite ne pas renouveler il doit informer la banque en moins deux mois avant la date de son expiration.

b) Plafonds d'utilisation hebdomadaires de la carte CIB classique

La carte CIB classique proposée par le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) permet d'accéder à plusieurs services, notamment le retrait d'espèces, les paiements en magasin (via TPE) et les

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

paiements en ligne. Le tableau suivant présente les limites hebdomadaires associées à ces différentes opérations.

Tableau 4: Limites hebdomadaires d'utilisation de la carte CIB classique

Type d'opération	Nombre maximum d'opérations	Plafond hebdomadaire
Retraits sur DAB	5 retraits	70 000 DA
Paiements sur TPE	10 paiements	100 000 DA
Paiements en ligne (e-paiement)	10 transactions	200 000 DA

Source : élaboré par nous-mêmes

c) L'utilisation de carte / CIB classique :

Auprès d'un commerçant :

Pour régler les achats par la carte CIB classique, il faut suivre les étapes suivantes :

- Présentez votre carte au niveau de la caisse ;
- Introduisez la carte dans le TPE.
- Le commerçant introduit le montant de vos achats ;
- Saisissez votre code confidentiel sur le clavier du TPE ;
- A la fin de l'opération le commerçant vous remet votre carte et votre ticket.

Auprès d'un web marchand :

Pour régler vos achats auprès d'un web-marchand, il faut suivre les étapes suivantes :

- Connectez-vous au site web-marchand ;
- Choisissez l'objet de votre achat ;
- Cliquez sur le logo CIB pour initier le paiement
- L'interface de paiement vous propose d'introduire les données de votre carte et votre mot de passe spécifique au paiement ;
- Au terme de la transaction, choisissez l'option de réception de votre reçu de Paiement.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

d) Gestion de la carte CIB classique :

- Réédition du code PIN : en cas d'oubli ou de perte, le client peut demander une réédition auprès de sa banque.
- En cas de débit erroné, le porteur de la carte doit conserver les tickets d'achat pendant une période de trois (03) mois pour toute réclamation."
- Perte ou vol de carte : faites immédiatement opposition en appelant le SATIM (3020) ou le centre monétique (3366), puis confirmez auprès de votre agence.
- Capture de la carte : contactez le responsable du DAB ou appelez les centres d'appel SATIM et Monétique.

2.1.2. Carte CIB Gold :

Bien qu'elle repose sur le même cadre fonctionnel que la carte CIB Classique, la carte CIB Gold propose des services élargis destinés à une clientèle plus exigeante

a) Plafonds d'utilisation hebdomadaires de la carte CIB Gold

La carte CIB Gold, également proposée par le Crédit Populaire d'Algérie (CPA), offre des plafonds plus élevés que la carte CIB classique. Elle est destinée aux clients souhaitant effectuer des opérations plus fréquentes ou de montants plus importants. Le tableau ci-dessous présente les limites hebdomadaires applicables à cette carte.

Tableau 5: Limites hebdomadaires d'utilisation de la carte CIB Gold

Type d'opération	Nombre maximum d'opérations	Plafond hebdomadaire
Retraits sur DAB	10 retraits	120 000 DA
Paiements sur TPE	20 paiements	200 000 DA
Paiements en ligne (e-paiement)	20 transactions	300 000 DA

Source : élaboré par nous même

2.1.3. La carte CPA\CIB Corporate :

Dans le cadre de sa stratégie de modernisation et d'innovation, et afin de faciliter la gestion des dépenses et réduire l'usage du cash la banque a lancé la carte CIB Corpor@te, le 28/05/2019 destinée aux entreprises professionnels et d'entités publiques, Elle est dotée ; d un code confidentiel pour les opérations de retrait et de paiements. Ainsi qu'un mot de passe pour les paiements en ligne.¹

a) Le titulaire de la carte Corporate :

Une personne physique (habilitée ou mandatée) par l'entreprise détentrice de compte

- Habilité : La personne a été autorisée par l'entreprise à utiliser la carte, souvent en raison de son rôle dans l'entreprise (par exemple, un directeur financier).
- Mandatée : La personne a été désignée par l'entreprise pour agir en son nom pour des transactions spécifiques, souvent via un mandat écrit ou une délégation de pouvoir.

b) Les services reliés à la carte CPA\CIB Corporate :

- Les paiements auprès des commerçants sur TPE.
- Retrait d'espèces sur les DAB (optionnel).
- Le paiement sur Internet auprès des web-marchands.

c) Les services interdits sur la carte CPA\CIB Corporate :

- La consultation des soldes des comptes auxquels elle est rattachée
- Les virements de compte à compte
- L'impression d'un mini relevé d'opération
- L'impression de RIB
- La commande de chéquier

d) Conditions d'utilisation de la carte CPA/CIB Corpor@te ; Plafonds et commissions

La carte CPA/CIB Corpor@te est conçue principalement pour les entreprises et professionnels, offrant des capacités de retrait et de paiement adaptées à leurs besoins

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

spécifiques. Elle se distingue également par des conditions tarifaires particulières en matière de commissions sur les opérations.

Tableau 6: Plafonds d'utilisation de la carte Corpor@te

Type d'opération	Plafond
Retraits sur DAB	De 50 000 DA à 80 000 DA
Paiement par transaction sur TPE	80 000 DA
Paiements en ligne (e-paiement)	Jusqu'à 5 000 000 DA

Source : Élaboré par nous même

Remarque : Les plafonds peuvent varier selon les paramètres définis par l'entreprise ou l'accord avec la banque.

Tableau 7: Commissions applicables aux paiements et retraits – Carte Corpor@te

Type d'opération	Conditions tarifaires
Paiements (intrabancaires et interbancaires)	Gratuits pour le porteur – aucune commission appliquée
Retrait sur DAB du CPA	Commission fixe de 25 DA par opération
Retrait sur DAB d'une autre banque (CIB)	Commission de 40 DA par opération

Source : Élaboré par nous même

2.1.4 La carte CPA\CIB Corpor@te+ :

La carte CPA/CIB Corpor@te+ reprend les mêmes caractéristiques que la carte CPA/CIB Corpor@te en termes de services offerts (paiement sur TPE, retrait d'espèces, paiement en ligne) et de conditions d'utilisation.

Elle se distingue par :

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- Un plafond de retrait mensuel plus élevé (80 000 DA contre 50 000 DA) ;
- Un plafond de paiement mensuel nettement supérieur (20 000 000 DA contre 300 000 DA) ;
- Une meilleure adaptation aux besoins des grandes entreprises nécessitant une capacité de dépenses importante.

2.1.5 Les cartes internationales :

Afin de moderniser les modes de paiement et d'accompagner ses clients dans leurs transactions nationales et internationales, le CPA offre une gamme variée de cartes bancaires internationales. Ces cartes visent à garantir sécurité, praticité et flexibilité dans la gestion des paiements et retraits, que ce soit en Algérie ou à l'étranger. Chaque carte est pensée pour répondre aux exigences spécifiques des différents profils de clientèle, qu'il s'agisse de particuliers, d'exportateurs ou de personnes utilisant fréquemment les services bancaires en ligne.¹

La présente partie détaille les différents types de cartes, en mettant en lumière leurs caractéristiques, leurs avantages, leurs modalités d'accès, ainsi que les plafonds d'utilisation et les frais associés ;

La carte CPA VISA Classique : une carte à débit immédiat, sécurisée et utilisable à l'international.

La carte CPA VISA Gold : une carte à débit direct offrant un niveau de service supérieur avec des plafonds de retrait et de paiement plus élevés.

La carte CPA Mastercard Platinum : destinée principalement à une utilisation à l'étranger, avec des plafonds très élevés et des bénéfices d'exception.

L'objectif est de permettre aux clients de mieux comprendre ces outils financiers et de les guider dans la sélection de la carte la plus adaptée à leurs besoins et habitudes. Le document souligne également les dispositifs de sécurité mis en place, comme le système OTP, les services de mise en opposition, ainsi que les frais relatifs aux opérations ou aux réclamations.²

2.1.5.1 La carte CPA VISA classique :

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

² Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

La carte CPA VISA classique une carte sécurisé monétaire a débit immédiat et à usage international dotée d'une technologie (sans contact). Cette carte CPA VISA classique combine sécurité, rapidité et facilité d'utilisation au niveau national et international. Son délai d'acquisition est d'une quinzaine de jour. Elle est délivrée pour une durée de 03 ans renouvelable.

a) Conditions d'accès :

Pour bénéficier de ce produit, les clients doivent remplir les conditions suivantes :

- Être titulaire d'un compte en devises et d'un compte en dinars auprès de la banque.
- Souscrire un contrat.

a) Avantages de cette carte :

Avec la carte CPA VISA Classique, vous pouvez réaliser vos paiements en ligne en toute sécurité grâce au système d'authentification OTP (One-Time Password), un code à usage unique qui renforce la protection de vos transactions. Ce dispositif vous permet d'acheter des biens et des services sur Internet en toute confiance et sérénité. De plus, la carte vous offre la possibilité de :

- Effectuer des opérations de retrait et de paiement à tout moment, 24h/24 et 7j/7.
- Consulter le solde de votre compte directement sur les distributeurs automatiques (DAB).
- Recevoir des notifications par SMS concernant vos transactions par carte ainsi que l'état de votre solde.
- Profiter d'une sécurité renforcée pour toutes vos opérations financières.

➤ Explication du mot de passe OTP :

L'authentification forte par OTP assure la protection de chaque opération. Pour chaque transaction en ligne, un mot de passe provisoire vous est automatiquement envoyé par SMS ou par courrier électronique à l'adresse liée à votre carte. Ce mot de passe est à usage unique, ce qui offre une plus grande sécurité pour vos données personnelles. Vous pouvez reconnaître les web marchands doté du système OTP à travers le logo (verified by visa).

Le paiement en ligne par OTP présente de nombreux avantages :

- **Pratique** : Ne pas oublier le mot de passe et simplifier les paiements en ligne

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- **Sécurisé** : Améliorer le processus d'authentification et la sécurité des opérations de paiement en ligne ¹

a) **Caractéristiques de la carte :**

Les cartes VISA émises par le CPA sont utilisables partout dans le monde.

- **Le cout de la carte** : La tarification annuelle pour votre carte CPA/VISA Classique est de 6000 DA par an. Cette contribution est automatiquement prélevée sur le compte en dinars.
- **Plafond de paiement et de retrait** : Les conditions tarifaires applicables à la carte VISA Classique produit fixées par les conditions générales de banque.
- **Activation de la carte et la consultation de solde** (gratuit).
- **Retrait sur DAB** (1000DA /opération).
- **Paiement sur TPE/ en ligne /remboursement** 500DA /opération.
- **Recalcule** (réinitialisé ou généré) un nouveau code PIN est Gratuit.

a) **Plafond de la carte VISA Classique :**

Le plafond journalier de paiement désigne le montant maximal que vous pouvez dépenser avec votre carte bancaire en une seule journée, que ce soit en magasin, en ligne, ou via un terminal de paiement électronique.

Pour le plafond journalier de retrait désigne le montant maximal que vous pouvez retirer en espèces avec votre carte bancaire en une seule journée, généralement au (DAB).

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Tableau 8: Plafond journaliers d'utilisation de la carte VISA Classique

Type d'opération	Nombre d'opération	Limite de montant	Durée
Paiement au magasin (physique)	6	700 €	Quotidien
Retrait d'espèces (DAB)	4	500 €	Par jour
Paiement en ligne (internet / e-commerce)	6	700 €	Quotidien
Paiement en euros sans contact (NFC)	10	100 €	Par jour
Paiement en dollars sans contact	10	110 \$	Quotidien

Source : élaboré par nous-mêmes

b) Assistance relative à la carte bancaire :

En cas de besoin, la Banque, en partenariat avec VISA, propose à ses clients un service d'assistance téléphonique gratuit. Le centre d'opposition pour les cartes VISA, disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, peut être contacté aux numéros suivants :

- +1 410 581 9994
- +1 303 967 1096
- +1 303 967 1090

Le Call Center Monétique, accessible les jours ouvrables de 08h30 à 16h30, est joignable au numéro suivant : +213 23 57 07 70

2.1.5.2 Carte CPA VISA /GOLD :

La carte CPA/VISA Gold est une carte sécurisée à nom attribué, à débit direct et utilisable à l'échelle internationale, qui possède également une technologie sans contact.

La carte CPA/VISA Gold est un outil de paiement et de retrait idéal qui vous procure une facil

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

ité d'usage.¹

Elle se diffère de la carte VISA CLASSIQUE par rapport au :

- Le cout : Le cout annuel de la carte CPA /VISA est fixé à 9000DA/an
- Le plafonnement :

Tableau 9: Plafond journaliers d'utilisation de la carte CPA VISA /GOLD

Type de plafond	Nombre maximal de transactions	Montant maximal autorisé
Dépenses quotidiennes	10 transactions	1500 € /jour
Retrait journalier	7 transactions	550 € / jour
Paiement en ligne quotidien	6 transactions	1500 € / jour
Paiement sans contact (EUR)	20 transactions	200 € / jour
Paiement sans contact (SSD)	20 transactions	219\$ / jour

Source : Elaboré par nous-mêmes

b) Avantages de la carte CPA VISA GOLD :

Avec la carte CPA VISA Gold, vous avez la possibilité de réaliser vos paiements en ligne en toute tranquillité, grâce à un système de sécurité renforcée et d'authentification OTP (One-Time Password), un code unique à usage temporaire. Cela vous permet d'acheter des produits et services sur Internet en ayant l'esprit tranquille. En outre, vous pouvez :

- Effectuer des retraits et des paiements à toute heure, tous les jours de la semaine
- Consulter votre solde sur un distributeur automatique de billets.
- Recevoir par SMS des notifications sur les transactions faites avec votre carte ainsi que l'état de votre compte

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- Profiter d'une protection accrue pour vos opérations bancaires.

2.1.5.3 Carte CPA Mastercard Platinum :

La carte CPA Mastercard Platinum est un instrument de paiement et de retrait pratique, fiable et sécurisé, à usage exclusif de son porteur, utilisée uniquement à l'étranger.

a) Les possibilités offertes par une Mastercard Platinum :

La Mastercard Platinum permet à son détenteur effectuer des :

Des retraits d'argent chez les distributeurs automatiques de billets (DAB) et guichets automatiques de billets (GAB) portant le logo MasterCard.

Effectuer des paiements pour l'acquisition de biens ou de prestation de service en ligne sur les sites marchands qui acceptent la carte CPA/Mastercard « Platinum » comme moyen de paiement.

Règlement chez les commerçants ou fournisseurs de services disposant de terminaux de paiement électroniques « TPE », portant le logo « Mastercard » ou sa marque.

b) Mode de fonctionnement d'une MasterCard Platinum :

Cette carte est une solution de paiement international autorisant des paiements et retraits d'un montant élevé.

Elle est délivrée par le CPA pour toute personne physique titulaires soit d'un :

- **Compte en devise particulier**, qui est un compte bancaire ouvert par un intervenant (non professionnel) dans une devise internationale (une devise étrangère par rapport au pays de résidence). Il permet de recevoir, conserver, convertir, et effectuer des paiements en devises étrangères (ex. : euro, dollar, livre sterling)
- **Compte en devise exportateur**, Ce compte est destiné aux personnes physiques ayant des opérations d'exportation. Il autorise la réception de paiements en monnaie étrangère liés à leurs échanges commerciaux avec l'étranger. Ce compte permet de gérer les revenus issus des exportations tout en évitant une conversion immédiate en dinars, conformément à la réglementation du commerce extérieur.

c) Conditions d'octroi :

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Le carte CPA /Mastercard « PLATINUM » est :

Un compte devise dont le solde est de 8000,00 euros au minimum.

Un compte dinar dont le solde est de 200 000,00 dinars au minimum.

d) Conditions tarifaires :

Les conditions tarifaires applicables à ce produit sont fixées par les conditions générales de Banque.

e) Commission de cotisation :

La carte est délivrée moyennant le paiement d'une cotisation annuelle de :

- Pour la clientèle : 17.000 DA/ HT / an ; cette cotisation est prélevée sur le compte dinars

(Activation de la carte +Consultation du solde +recalcul du Pin Mailer) toutes ces prestations sont gratuites.

Tableau 10: Commission sur les retraits en euros

Montant retiré en €	Commission prélevée (en DZD)
Moins de 100 €	1000 DZD
100 € ou plus	2000 DZD

Source : Elaboré par nous-mêmes

➤ Explication du tableau :

- Pour des retraits sous la barre des 100 €, une charge fixe de 1000 dinars algériens (DZD) est appliquée.
- Pour les retraits de 100 € ou plus, cette charge s'élève à 2000 DZD.
- Certaines banques adoptent généralement cette approche pour compenser les coûts de gestion et les risques associés aux transactions internationales, surtout lorsqu'il s'agit de monnaies étrangères.

➤ Voici un résumé simplifié des limites de la carte MasterCard PLATINUM

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Tableau 11: Limites d'utilisation de la carte MasterCard PLTINNUM

Catégories d'opérations	Nombres maximaux d'Operations	Sommes maximales autorisées	Durée
Paiement en magasin	10paiements	3000 €	Quotidiennement
Retrait d'argent (DAB)	4 retraits	600 €	Par jours
Paiement son contact (NFC)	10 paiements	300 €	Quotidiennement
	50 paiements	500 €	Mensuelle
Paiement en ligne	10 transactions	3000 €	Chaque jour

Source : Élaboré par nous-mêmes

c) Frais sur paiement / remboursement (TPE /Contactless /Internet)

Tableau 12: Commission appliquée en fonction du montant de la transaction

Montant de transaction	Commission appliquée
Inférieur à 50 €	100DA
Entre 50 et 1500 €	500DA
Supérieur à 1500 €	1000DA

Source : Élaboré par nous-mêmes

d) Gestion des contestations (Remboursement / Charge back)

Tableau 13: Frai relatifs au traitement des réclamation

Traitement des réclamation	Frais
Fondé	1000DA /dossier
Non fondé	Gratuit

Source : Élaboré par nous-mêmes

- Un remboursement est un processus par lequel on remet en question un paiement. Si la contestation est déclarée non justifiée, des frais sont appliqués. Dans le cas contraire, aucune charge ne s'applique. Réclamation fondée : La réclamation du client est

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

légitime : par exemple, un paiement frauduleux ou une véritable erreur. Conséquence : remboursement sans frais.

Réclamation non fondée : La réclamation du client est non légitime : il n'y a pas d'erreur ni de fraude confirmée. Conséquence : des frais de 1000 DA sont imposés.

e) En cas de vol ou de perte de votre carte CPA Mastercard :

- Faites opposition immédiatement en contactant le partenaire Mastercard au 0016 367 227 111, disponible 24h/24 et 7j/7. Le CPA met également à votre disposition le numéro +213 23 570770, accessible les jours ouvrables de 08h30 à 22h00, pour toute opposition ou aide concernant votre carte.
- En cas d'oubli ou de perte du code secret : veuillez déposer une demande de recalcul de code auprès de votre agence pour obtenir un nouveau code confidentiel (PIN).
- Si votre carte Mastercard est capturée : il est préférable de la bloquer
- En cas de blocage ou de détérioration de votre carte : adressez-vous à votre agence pour faire une demande de remplacement.
- Si vous avez des doutes sur une utilisation frauduleuse de vos informations personnelles de carte (combinaison de 16 chiffres et (CVV) : nous vous suggérons de signaler à votre agence toute opération que vous n'auriez pas effectuée.

f) Points clés à retenir

Certaines opérations de retrait à l'étranger peuvent entraîner des frais :

- Frais d'accès aux DAB : il s'agit des frais pour les retraits aux distributeurs automatiques. Le titulaire de la carte est informé par l'écran du DAB et doit valider tout supplément à ce service.
- Frais de « Dynamic Currency Conversion » : une charge pour le service de conversion de devises, permettant de convertir la monnaie locale en celle de votre choix.
- Avant de voyager à l'étranger : pour bien préparer votre départ et obtenir des informations sur les DAB ou retraits aux guichets bancaires, visitez le site www.mastercard.com. Vous y trouverez des renseignements utiles sur le pays de votre destination.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- Avant d'effectuer un paiement en ligne, assurez-vous que votre environnement est sécurisé, que l'icône de cadenas est bien présente sur la barre du moteur de recherche et que l'URL commence par « https:// ».

2.2. Les terminaux de paiement électronique (TPE) :

Avec la généralisation de la carte bancaire des outils adaptés ont été développés pour permettre son utilisation, lors des paiements en magasin. Le TPE est un appareil électronique qui permet à un commerçant d'accepter un paiement par carte bancaires.¹

2.2.1 Les fonctions de TPE :

- Lecture de la carte : par puce, bande magnétique ou sans contact (NFC).
- Saisie du code PIN : pour authentifier l'utilisateur (sauf pour le sans contact).
- Demande d'autorisation : envoie la transaction à la banque pour validation.
- Réponse bancaire : réception de l'acceptation ou du refus du paiement.
- Impression du reçu : émission d'un ticket pour le commerçant et le client.
- Enregistrement des données : conservation des transactions pour le suivi et la comptabilité

2.2.2 les utilisateurs potentiels d'un TPE

Le TPE peut être mis à disposition de plusieurs types de clients :

- Les grandes surfaces comme les superettes, hypermarchés.
- Les entreprises de transport
- Le secteur de l'hôtellerie
- Les restaurants
- Les sociétés financières, comme les compagnies d'assurance
- Les entreprises de services (eau, gaz, télécommunications, etc.)
- Les professions libérales (médecins, avocats, etc.)

2.2.2.4. Engagements du commerçant qui utilise un TPE :

- Prévoir un espace adapté pour installer l'appareil.

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- Informer les clients que les cartes interbancaires CIB sont acceptées, en mettant des affiches.
- Avertir immédiatement en cas de perte, de vol ou de dégradation de l'appareil, par n'importe quel moyen.
- Rembourser la banque si le TPE est perdu, volé ou endommagé.
- Ne pas retirer ni déplacer la carte SIM du TPE, car elle appartient uniquement à la banque.

2.3. Le service « e-CP@ » :

Le e-CP@ est un services numériques liée directement à la carte bancaire CIB de CPA. Il permet aux clients d'effectuer des paiements en ligne en toutes sécurité, via des plateformes de commerce électronique.¹

2.3.1 Comment adhérer au service e-CP@ ?

L'adhésion au service e-CP@ se fait en quelques étapes simples :

- Se rapprocher de son agence CPA.
- Demander une carte CIB du CPA parmi les suivantes : Classic, Gold, Corpor@te ou Corpor@te+.
- Signer le contrat d'adhésion auprès de l'agence domiciliaire.
- L'activation du service e- CP@ est automatique dès la signature du contrat.

2.3.2 La sécurité de service e-CP@ :

- Pour garantir la sécurité des transactions en ligne, le CPA utilise le système OTP (One Time Password), ou mot de passe à usage unique, généré pour chaque opération de paiement en ligne, et valable pour une seule transaction. Ainsi, à chaque achat ou paiement effectué via le service e-CP@, un nouveau code est envoyé au titulaire de la carte, ce qui réduit considérablement les risques de fraude.

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- Dans le cas où le client change le numéro de téléphone mobile, il doit se rendre à son agence pour mettre à jour ses coordonnées. Cette démarche est nécessaire pour continuer à recevoir les OTP et sécuriser les paiements en ligne.
- Après trois tentatives incorrectes de saisie du code OTP, la transaction est annulée et la carte CIB est suspendue du service de paiement en ligne pendant une heure.

2.3.4. Les avantages du service e-CP@ du CPA :

Le service e-CP@ offre plusieurs avantages pour les clients ainsi pour la banque elle-même

- Accessibilité et disponibilité permanente

Afin de répondre aux besoins d'une clientèle de plus en plus mobile et connectée Le service e-CP@ est accessible 24h/24 et 7j/7, permettant aux utilisateurs de réaliser leurs opérations à tout moment, sans contrainte de temps ou des déplacements à l'agence.

- Paiement à distance simplifié

Les clients peuvent payer leurs achats en ligne ou régler leurs factures sur les sites marchands acceptant les cartes interbancaires CIB, en toute simplicité, depuis un ordinateur ou un smartphone connecté à Internet.

- Sécurité renforcée des transactions

Le système repose sur le protocole OTP, ce qui réduit les risques de fraude et renforce la confiance dans les paiements en ligne.

- Adhésion simple et gratuite

L'accès au service e-CP@ est automatiquement activé après la signature du contrat d'adhésion lors de la délivrance de la carte CIB CPA. Cette démarche est simple, rapide, et sans coût supplémentaire pour le client.

- Contribution à la digitalisation de l'économie

En encourageant le recours aux paiements électroniques, le service e-CP@ participe à réduire l'usage du cash, à favoriser l'inclusion financière et à accompagner la transition numérique du secteur bancaire en Algérie.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

2.4 les services de virements par Echange de Données Informatisées (EDI) :

Le EDI repose sur la transmission dématérialisée et sécurisée des données entre l'entreprise et sa banque, via la plateforme e-Banking déjà ce qui permet aux entreprises d'initier des virements bancaires sans support papier, en exploitant une infrastructure numérique conforme aux normes établies par la Banque d'Algérie. ¹

2.4.1 Fonctionnement de service EDI :

Le service EDI permet aux clients professionnels de transférer des fichiers de virements dans des conditions de sécurité optimales. Ce service est réservé aux clients disposant d'un accès autorisé à la plateforme e-Banking. Il répond aux exigences réglementaires en matière de virements électroniques par EDI.

2.4.2. Conditions d'accès au service EDI :

L'accès au service de transfert de fichiers par EDI varie selon le statut du client vis-à-vis des services e-Banking :

- Pour les nouveaux abonnés :

Le client doit s'abonner préalablement aux services e-Banking en se rapprochant de son agence de domiciliation. L'agence lui attribuera des identifiants d'accès personnalisés (nom d'utilisateur et mot de passe) nécessaires pour activer les services e-Banking et WEB EDI.

- Pour les clients déjà abonnés au e-Banking :

Il leur suffit de solliciter leur agence afin de souscrire au service WEB EDI. Cette démarche permet de bénéficier du service de manière complémentaire à leur accès existant.

2.4.3. Avantages du service WEB EDI

Le service de virements par EDI offre de nombreux avantages qui font de ce service un outil stratégique de modernisation des paiements interentreprises, ;

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- Le traitement des opérations s'effectue dans un environnement numérique sécurisé, réduisant considérablement les risques d'intrusion et de falsification.
- Les opérations sont traitées en temps réel, ce qui optimise la gestion de trésorerie et améliore les délais de règlement.
- L'automatisation du traitement supprime les erreurs de saisie et permet une meilleure fluidité dans le traitement des paiements.
- Les fichiers transmis ne sont pas altérés durant le transfert, garantissant la fidélité des informations échangées
- La fiabilité est assurée par des mécanismes de contrôle tels que la traçabilité des transactions, l'authentification des utilisateurs et la vérification de l'intégrité des messages.
- Le système garantit la protection des données sensibles contre toute divulgation non autorisée.
- Le service est disponible en continu (24h/24, 7j/7), et accessible depuis n'importe quel terminal connecté à Internet, ce qui améliore la commodité d'usage pour les entreprises.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Section 2 : L'expérience du CPA dans la digitalisation des moyens de paiement

L'expérience du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) dans la digitalisation des moyens de paiement s'inscrit dans une démarche globale de modernisation de ses services bancaires. Engagée depuis plusieurs années, cette transformation vise à répondre aux nouveaux besoins des clients en matière de rapidité, de simplicité et de sécurité des transactions.

En 2025, cette stratégie s'accélère avec le déploiement de nouvelles solutions numériques, telles que la carte bancaire CPay+ et l'application mobile CPA Wimpay. Ces outils viennent enrichir l'offre digitale de la banque tout en facilitant l'inclusion financière et l'accès aux services modernes.

La carte CPay+, à débit différé, offre aux utilisateurs une meilleure gestion de leur budget mensuel, tout en étant adaptée aux paiements en ligne et en magasin. Conforme aux normes de sécurité internationales, elle combine flexibilité et fiabilité.

L'application CPA Wimpay, fondée sur le paiement par QR code, permet d'effectuer des opérations variées : règlements de proximité, transferts d'argent, achats en ligne, etc. Accessible aux particuliers comme aux professionnels, elle témoigne de la volonté du CPA de proposer des services innovants, accessibles et interopérables.

À travers ces initiatives, le CPA renforce sa position en tant qu'acteur majeur de la digitalisation bancaire en Algérie, tout en accompagnant la transition vers une économie moins dépendante du numéraire.¹

1. Les Initiatives et Actions mise en place par le CPA

1.1 Déploiement des cartes interbancaires (CIB)

Le CPA est un acteur clé dans la généralisation de la carte CIB, permettant aux clients de réaliser :

Retraits d'espèces via les GAB (Guichets Automatiques Bancaires)

Paiements auprès des commerçants équipés de TPE

Consultations de solde et autres opérations courantes

En 2023, le CPA comptait plus de 1,5 million de cartes CIB actives, contribuant à renforcer l'utilisation des paiements électroniques.

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

1.2 Développement des terminaux de paiement électronique (TPE)

Le CPA participe activement à l'installation des TPE chez les commerçants afin de favoriser les paiements par carte. Cette démarche vise à réduire la dépendance au cash et à moderniser les circuits commerciaux.

En 2023, plus de 45 000 TPE étaient opérationnels à l'échelle nationale, avec une contribution notable du CPA.

1.3 Développement des services bancaires numériques (E-Banking)

Le CPA a lancé des services numériques permettant à ses clients :

De consulter leurs comptes à distance

De réaliser des virements et opérations simples via des plateformes en ligne

D'accéder à des informations bancaires 24h/24

Bien que ces services restent limités par rapport aux standards internationaux, ils marquent une première étape vers la modernisation numérique.

2. Les nouveaux dispositifs numériques du CPA pour la digitalisation des paiements

2.1 La carte CPA/ CIB CPay+ :

En 2025, la banque CPA franchit une nouvelle étape dans sa stratégie d'innovation en lançant le 04/03/2025 sa toute dernière carte bancaire : la CPay+ elle est conçue pour répondre aux besoins d'une clientèle toujours plus connectée.

La carte CPay+ est une carte interbancaire à débit différé qui permet de réaliser les opérations de paiement de proximité (auprès des commerçants dotés de TPE) et de paiement en ligne.

Elle ne peut être utilisée pour des opérations de retraits sur les distributeurs automatiques de billets (DAB).

2.1. La carte CPA/ CIB CPay+ :

En 2025, la banque CPA franchit une nouvelle étape dans sa stratégie d'innovation en lançant le 04/03/2025 sa toute dernière carte bancaire : la CPay+ elle est conçue pour répondre aux besoins d'une clientèle toujours plus connectée.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

La carte CPay+ est une carte interbancaire à débit différé qui permet de réaliser les opérations de paiement de proximité (auprès des commerçant doté de TPE) et de paiement en ligne.

Elle ne peut être utilisée pour des opérations de retraits sur les distributeurs automatiques de billets (DAB).

2.2 Caractéristiques de la carte CPay+ :

La carte CPay+ permet de regrouper les dépenses effectuées durant le mois, qui sont ensuite débitées en une seule fois à une date convenue à l'avance. Le plafond autorisé est fixé au préalable et connu du porteur. D'une validité de trois années renouvelables, cette carte offre une certaine flexibilité grâce à la personnalisation du plafond mensuel, dans la limite d'un seuil déterminé par la banque. Elle permet également de consulter en ligne les paiements réalisés au cours du mois, et propose des fonctions de sécurité telles que le blocage immédiat en cas de perte ou de vol. En termes de frais, la carte CPay+ est avantageuse pour l'utilisateur, car aucun frais n'est prélevé sur les transactions individuelles : une seule commission mensuelle est appliquée, au moment du règlement du plafond autorisé.

2.3 Conditions d'octroi :

- Toutes personnes physiques salariés ou retraités, de nationalité algériennes, résidents en Algérie.
- Salarié ou retraité, titulaire d'un compte chèque au niveau du CPA.
- Revenu mensuel stable et régulier, égal au minimum à 1 fois le SNMG (20.000DA).
- Domiciliation du salaire ou de la pension de retraite au CPA sur une durée de 06 mois au minimum.
- Absence d'interdiction de chéquier.
- Absence d'impayés sur les engagements en cours (Résultat de la consultation de la Centrale des Risques Entreprise et Ménages de la Banque d'Algérie).

2.4 Liste de contrôle pour la demande de de la carte CPay+

Le dossier à constituer pour la demande d'octroi carte CIB à débit différé doit comporter les documents suivants :

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- Demande manuscrite mentionnant le plafond sollicité ;
- Attestation de travail pour les salariés ;
- Attestation Trois (03) dernières fiches de paie ; ou de retraite pour les retraités.
- Engagement de domiciliation irrévocable du salaire au CPA, signée par l'employeur ; (document fournis par la banque).

2.5 Fonctionnement de plafond :

Le plafond d'utilisation est déterminé en fonction de revenu de clients, le plafond est renouvelé chaque mois et n'est pas cumulable d'un mois à l'autre.

Tableau 14: Tranche salariale et plafond mensuel autorisé

Tranche de salaire	Plafond mensuel autorisé
Moins de 50 000 da	20 % du salaire
50 000 est plus	50 % du salaire

Source : Élaboré par nous-mêmes

2.6 Tarification applicable

La carte est soumise à une commission de gestion mensuelle, prélevée en fonction du plafond autorisé :

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Tableau 15: Commissions mensuelles par tranche de plafond autorisé

Plafond accordé	Commission mensuel
4000 à 10 000 da	200 da
10 001 à 30 000 da	300 da
30 001 à 60 000 da	400 da
60 001 à 90 000	500 da
Plus de 90 000 da	600 da

Source : Élaboré par nous-mêmes

Le tableau montre que la commission mensuelle augmente progressivement en fonction du plafond autorisé. Ce système permet d'adapter le coût du service à la capacité d'utilisation de chaque client. Plus le plafond est élevé, plus la commission est importante, ce qui reflète une utilisation plus étendue du service et une prise en charge plus lourde pour l'établissement financier.

2.7 Les services adossés à la carte CPay+ :

- Consultation du plafond en cours sur le portail Espace Carte, accessible via le site web de la banque ;
- Accès au relevé des opérations de paiements réalisées au moyen de la carte CPay+ en ligne, via le portail Espace Carte ;
- L'impression d'un mini relevé d'opération ;
- SMS CARDS ;
- SMS OTP

2.8 Avantage de la Carte CPay+ :

La carte CPay+ se distingue par une série d'avantages conçus pour offrir flexibilité, sécurité et confort à ses utilisateurs. Elle permet d'effectuer des achats même en l'absence de

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

fonds suffisants sur le compte, dans la limite du plafond autorisé, à condition de respecter la date de débit différé convenue avec la banque. Cette souplesse de paiement s'accompagne d'une gestion simplifiée des dépenses, puisque l'ensemble des transactions est regroupé sur une seule date, facilitant ainsi le suivi budgétaire. La traçabilité des opérations est assurée grâce à des services tels que SMS CARDS et e-Banking, permettant au titulaire de consulter en temps réel ses dépenses. En termes de flexibilité, la carte offre une rallonge budgétaire pouvant atteindre jusqu'à 30 % du revenu du porteur. Elle garantit également un confort d'utilisation, puisque les paiements du mois sont débités le mois suivant, à une date fixée en fonction de la réception du salaire. Sur le plan pratique, la carte fonctionne comme une carte CIB classique, assurant ainsi simplicité d'utilisation. En matière de sécurité, elle est conforme aux normes EMV (Europay, Mastercard, Visa), tout comme les autres cartes bancaires nationales. Elle est également accessible, puisqu'elle peut être octroyée aux clients dont le revenu mensuel équivaut au moins au salaire national minimum garanti (SNMG). Enfin, la disponibilité est assurée grâce à une compatibilité avec les paiements en ligne et sur terminaux de paiement électronique (TPE), 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Sur le plan financier, la tarification avantageuse constitue un atout supplémentaire, puisque aucun frais n'est appliqué aux transactions, seule une commission fixe étant prélevée chaque mois.

3. Nouvelle application mobile : « CPA WIMPAY »

Imaginez une application bancaire qui ne suit pas les tendances, mais qui les crée. Une solution pensée non seulement pour simplifier vos transactions, mais pour transformer votre expérience financière au quotidien. Aujourd'hui, la banque CPA vous présente l'application WIMPAY lancée le 13/03/2025 plus qu'une application mais une nouvelle façon d'interagir avec votre argent.

« CPA WIMPAY » est une solution de paiement mobile basée sur la technologie du QR code. Elle permet d'effectuer des paiements à distance (paiement en ligne) et de proximité, ainsi que des transferts instantanés d'argent de personne à personne en intra et interbancaire.¹

3.1 Caractéristiques de CPA WIMPAY

Une application dotée d'une interface simple et facile d'utilisation elle offre une expérience utilisateur fluide et sécurisée. Les clients peuvent suivre le budget et les commerçants peuvent gérer leur caisse et suivre leur activité.

¹ Document interne du CPA, Agence 194 de Tizi-Ouzou.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Est une solution interopérable avec les autres solutions de paiement présenter sur le marché. Cela permet une intégration harmonieuse dans l'écosystème bancaire existant.

3.2 Fonctionnalités de CPA WIMPAY

« CPA WIMPAY » est décliné en trois application en simultanément s'adressent à trois types d'utilisateurs :

3.2.1 CPA WIMPAY particulier, destinée au client consommateur (client particulier) et bénéficie des fonctionnalités suivantes :

- a. Transfert d'argent instantané : via des virements entre particuliers.
- b. Paiements mobiles : gérer les demandes de remboursements total ou partiel.
- c. Consultation de solde et historique : accès en temps réel au solde bancaire et consultation de l'historique détaillé des transactions.

3.2.2 CPA WIMPAY Marchand, destinée au client professionnel ou bien commerçant et bénéficie des fonctionnalités suivantes :

- a. Encaissement des paiements : encaisser des paiements en générant un code QR.
- b. Remboursement : gérer les demandes des remboursements total ou partiel.
- c. Gestion des points de vente : organiser et superviser les opérations de vos points de vente y compris la gestion des vendeurs et des caissiers.
- d. Consultation des soldes.

3.2.3 CPA WIMPAY Caissier, destinée aux caissiers employés du Marchand, elle permet :

- a. L'encaissement du paiement.
- b. Le suivi de la consultation de l'historique des encaissements effectué par le caissier.

3.3 Conditions d'adhésion du service WIMPAY CPA

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- S'abonner au services, paiement mobile et e-Banking (facultatif) sous WIMPAY Admin / après signature des contrats d'adhésion au niveau de l'agence domiciliataire.
- Disposer d'un smartphone, d'une tablette ou d'un ordinateur, équipés d'un système d'exploitation Windows, Android ou IOS et d'une connexion internet.
- Télécharger l'application « CPA WIMPAY » via Play store ou APP store et l'installer par la suite sur son smartphone ou tablette suivant la procédure définie dans le guide de l'abonné.
- Accéder au service « CPA WIMPAY » suivant la procédure définie dans le guide l'abonné.

3.4 Avantage de CPA WIMPAY :

Le service CPA WIMPAY s'inscrit dans une démarche de modernisation des services bancaires en offrant une solution innovante de paiement mobile. À travers ses fonctionnalités, il apporte des bénéfices significatifs aussi bien pour la banque que pour ses clients. Ces avantages se déclinent comme suit :

3.4.1 Pour la banque :

- Diversifier sa gamme de service à distance.
- Fidéliser sa clientèle, acquérir de nouveaux et capter plus de flux.
- Digitalisation du cash.
- Aucune dépendance d'équipement (TPE)

3.4.2 Pour le client :

- Simplicité d'accès et ultras rapide.
- Service disponible à distance 24/24 et 7 jours /7.
- Utilisation sécurisée.
- Disponible en trois langues pour cette application : Arabe, Anglais et Français.

3.4.3 Avantages communs :

- Rapidité des échanges électroniques permettant des gains de temps et de productivité.
- Fiabilité des échanges assurée par la traçabilité et l'authentification des partenaires.

Section 3 : Étude empirique du comportement des clients bancaires envers les services numériques de CPA

Dans un contexte de transformation numérique, le CPA s'inscrit dans une dynamique de digitalisation pour répondre aux attentes croissantes de ses clients. Afin de mieux comprendre leur comportement face aux nouveaux services, notamment Wimpay Mobile et la carte CPay+ à débit différé, une enquête de terrain a été menée.

Cette étude, fondée sur un questionnaire et une analyse des données sociodémographiques, vise à évaluer la perception, l'usage et les freins à l'adoption de ces solutions numériques. Les résultats permettront de mieux cibler les attentes des usagers et de formuler des recommandations pour renforcer l'utilisation des services digitaux du CPA.

1. Méthodologie de l'enquête

Dans un contexte marqué par la transformation digitale des services bancaires, les banques algériennes, y compris le Crédit Populaire d'Algérie (CPA), s'efforcent d'adapter leurs offres aux évolutions technologiques et aux nouveaux comportements des clients. C'est dans cette perspective qu'une enquête a été menée auprès des clients du CPA afin d'évaluer leur usage, leur perception et leur degré d'appropriation des différents moyens de paiement numériques, qu'ils soient déjà existants ou nouvellement introduits.

2. Élaboration du questionnaire

Afin de collecter des données pertinentes sur le comportement des clients du CPA vis-à-vis des moyens de paiement numériques, un questionnaire structuré a été élaboré. Celui-ci comportait 12 questions portant notamment sur l'usage des solutions digitales proposées par la banque, telles que Wimpay Mobile et la carte CPay+ à débit différé lancées en 2025.

L'objectif principal était de recueillir des informations précises sur le degré de familiarité des clients avec ces outils, leur fréquence d'utilisation, leur niveau de satisfaction, ainsi que les éventuels freins rencontrés. L'enquête s'inscrit dans une approche quantitative, visant à obtenir des données chiffrées pouvant appuyer l'analyse.

3. Méthode de collecte

La méthode de collecte adoptée repose sur une enquête par contact direct auprès d'un échantillon de 40 clients du CPA de Tizi Ouzou, sélectionnés de manière aléatoire. Les

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

répondants sont issus de profils variés (étudiants, salariés, commerçants, retraités), afin de refléter au mieux la diversité de la clientèle de la banque.

4. Traitement et analyse des données

Les données recueillies ont été traitées et analysées à l'aide du logiciel SPSS, permettant de calculer les fréquences, les pourcentages et de représenter graphiquement les résultats obtenus. Cette étape a permis d'identifier les principales tendances, de repérer les usages dominants, mais aussi les limites perçues par les utilisateurs dans l'adoption des moyens de paiement numériques du CPA.

4.1. Répartition des répondants par âge, profession et utilisation des services numériques du CPA

Afin de mieux cerner le profil des répondants, le tableau ci-dessous présente une synthèse des principales variables sociodémographiques (âge et profession), ainsi que leur rapport déclaré à l'usage des services numériques proposés par le Crédit Populaire d'Algérie.

Tableau 16 : Profil général des répondants selon l'âge, la profession et l'utilisation des services numériques du CPA

Variables	Catégories	Fréquence	Pourcentage
Tranche d'âge	Moins de 25 ans	8	20,0 %
	25 à 35 ans	12	30,0 %
	36 à 50 ans	12	30,0 %
	Plus de 50 ans	8	20,0 %
Profession	Étudiant	8	20,0 %
	Employé	10	25,0 %
	Commerçant	9	22,5 %
	Fonctionnaire	8	20,0 %
	Autre	5	12,5 %
Utilisation des services numériques du CPA	Oui	34	85,0 %
	Non	6	15,0 %

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Interprétation :

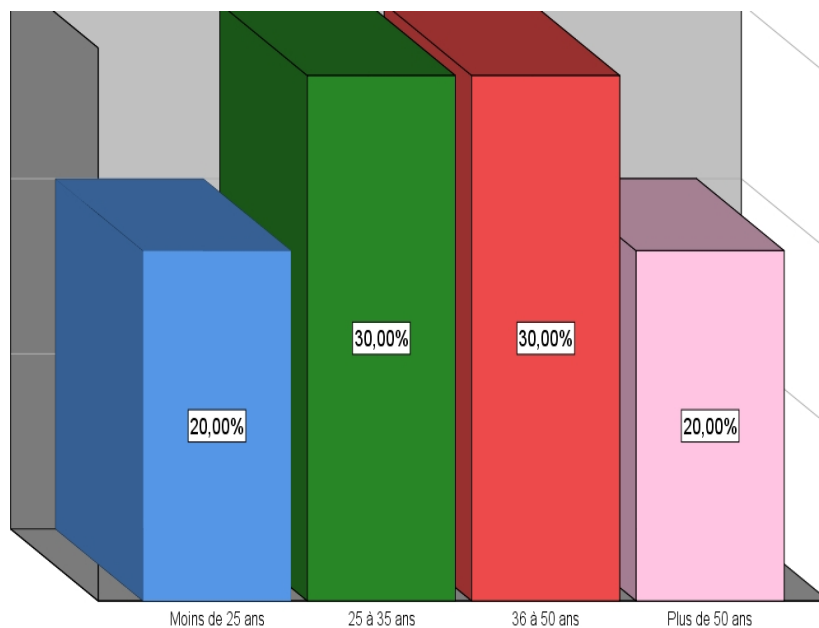
Ce tableau récapitulatif offre une vue d'ensemble des caractéristiques des 40 répondants à l'enquête. On observe une répartition équilibrée des tranches d'âge, avec une légère prédominance des individus âgés de 25 à 50 ans (60 % au total). Sur le plan professionnel, les employés, commerçants et étudiants constituent les groupes majoritaires. Enfin, une très grande majorité des répondants (85 %) déclarent utiliser les services numériques proposés par le CPA, ce qui témoigne d'un niveau d'adoption globalement élevé.

4.2 La variable « âge » est intégrée afin d'évaluer l'impact de la génération sur les habitudes des clients de la banque CPA.

Tableau 17: Répartition des clients du CPA selon les tranches d'âge : une lecture générationnelle des usages bancaires

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Moins de 25 ans	8	20,0	20,0	20,0
	25 à 35 ans	12	30,0	30,0	50,0
	36 à 50 ans	12	30,0	30,0	80,0
	Plus de 50 ans	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	250,0

Graphe 1 : Répartition en pourcentage des clients du CPA selon les tranches d'âge



Source : Elaboré par nous-même.

4.2.1. Contexte d'analyse :

Dans le cadre de l'étude des comportements des clients face aux services du CPA, la variable « âge » a été intégrée afin d'évaluer l'impact des différences générationnelles sur Les pratiques bancaires des usagers, notamment en ce qui concerne l'adoption des services numériques.

4.2.2. Interprétation statistique :

La répartition des répondants est équilibrée entre les tranches d'âge, accompagné d'une légère surreprésentation des usagers de (25 à 50 ans) avec un total de **60 %**.

Les jeunes usagers (moins de 25 ans) et les seniors (plus de 50 ans) représentent chacun **20 %** de l'échantillon, ce qui permet une analyse pertinente des écarts liées à l'Age intergénérationnelle significative.

Le pourcentage cumulé atteint **50 %** dès la tranche (25 à 35 ans), indiquant que la moitié des répondants ont moins de 36 ans, ce qui peut traduire une orientation jeune de la clientèle interrogée.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

4.2.3. Implications économiques :

Une répartition équilibrée des tranches d'âge est essentielle pour une analyse segmentée des comportements. Elle permet d'évaluer si les jeunes préfèrent d'avantage l'utilisation des services numériques, ou si les générations plus âgées continuent de privilégier les méthodes classiques (traditionnels).

Pour mieux analyser l'impact de l'âge sur les comportements bancaires, il serait utile de croiser cette variable avec l'utilisation des services numériques.

Enfin, cette répartition montre que le Crédit Populaire d'Algérie séduit avant tout une clientèle active, en particulier les employés et les commerçants, qui représentent à eux seuls plus de la moitié des usagers. Ce n'est pas surprenant : ces profils ont des besoins bancaires concrets et réguliers, auxquels le CPA semble bien répondre. Les fonctionnaires, grâce à la stabilité de leur situation, trouvent également leur place dans l'offre proposée. En revanche, les étudiants et certaines personnes en situation plus précaire souvent regroupées dans la catégorie « autre » sont peu représentées. Leur faible présence rappelle que l'accès aux services bancaires n'est pas encore équitable pour tous. Il serait donc essentiel pour le CPA d'imaginer des solutions plus accessibles, simples et adaptées à ces publics, afin de ne laisser personne en marge du système financier. Une approche plus inclusive renforcerait la confiance, la proximité et l'engagement de l'ensemble des citoyens vis-à-vis de leur banque.

4.3. L'usage des services de paiement numériques proposés par le CPA constitue un aspect évalué auprès des utilisateurs

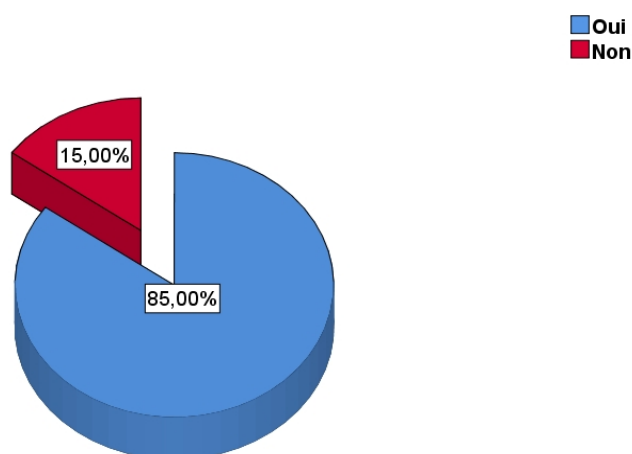
Dans le cadre de cette enquête, cette question vise à évaluer le degré d'adoption des services de paiement numériques proposés par Le CPA. Cette évaluation est essentielle pour comprendre le niveau de digitalisation des habitudes bancaires des clients.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Tableau18 : Taux d'adoption des services de paiement numériques par les clients du CPA

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	34	85,0	85,0	85,0
	Non	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Graphe 2 : Utilisation des services de paiement numériques par les clients du CPA (en %)



Source : Elaboré par nous-même.

4.3.1 Interprétation des résultats

85 % des répondants affirment utiliser les services de paiement numériques du CPA, ce qui témoigne d'un taux élevé d'adoption.

À l'inverse, seulement **15 %** ne les utilisent pas, ce qui suggère soit une préférence pour les canaux traditionnels, soit un manque d'accès ou de familiarité avec les outils numériques.

Le pourcentage cumulé de **85 %** indique que la grande majorité des clients ont déjà intégré ces services dans leurs pratiques bancaires.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

4.3.2. Implications économiques

Ce taux élevé d'adoption confirme la tendance croissante à la digitalisation des services bancaires en Algérie, en particulier chez les clients du CPA.

Cela peut refléter une modernisation réussie de l'offre bancaire et une acceptabilité des outils numériques par les usagers.

D'un point de vue monétaire, la montée en puissance des paiements numériques contribue à réduire la circulation de l'argent liquide, à améliorer la traçabilité des transactions, et à renforcer l'inclusion financière, objectifs stratégiques pour la Banque d'Algérie et les établissements financiers publics.

Cependant, la présence de **15 %** de non-utilisateurs suggère l'existence de freins financier, technologiques, culturels ou éducatifs, qu'il conviendrait d'identifier et d'atténuer via des politiques d'accompagnement ciblées.

4.4. Analyse croisée entre la tranche d'âge des clients et leur utilisation des services de paiement numériques proposés par la CPA. % dans Age

Cette analyse vise à évaluer l'effet de la variable « âge » sur l'adoption des services de paiement numériques proposés par le CPA. Elle s'inscrit dans une démarche intergénérationnelle visant à comprendre si certains groupes d'âge adoptent plus facilement les technologies financières que d'autres, en lien avec la transition numérique du secteur bancaire algérien.

Tableau 16: Corrélation entre les tranches d'âge des clients du CPA et l'usage des services de paiement numériques

		Oui	Non	Total
Age	Moins de 25 ans	75,0%	25,0%	100,0%
	25 à 35 ans	83,3%	16,7%	100,0%
	36 à 50 ans	100,0%		100,0%
	Plus de 50 ans	75,0%	25,0%	100,0%

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Total	85,0%	15,0%	100,0%
-------	-------	-------	--------

4.4.1. Interprétation économique

Les résultats montrent que l'usage des services de paiement numériques est élevé dans toutes les tranches d'âge, mais avec quelques différences notables :

La tranche 36 à 50 ans affiche un taux d'adoption de 100 %, ce qui peut s'expliquer par une stabilité professionnelle plus élevée et une exposition suffisante aux outils numériques.

Les usagers de 25 à 35 ans présentent également un fort taux d'usage (83,3 %), traduisant une génération familiarisée avec la technologie, souvent en activité et ouverte à la modernisation bancaire.

Les **moins de 25 ans** et les **plus de 50 ans** présentent le même taux d'adoption (75 %), mais selon leurs témoignages Les facteurs expliquant ces comportements sont probablement différents.

4.4.2. Comprendre les réticences au numérique chez les jeunes et les seniors

Dans le cadre de la digitalisation croissante des services bancaires, il est intéressant de se pencher sur les profils qui, malgré les évolutions technologiques, restent à l'écart des outils numériques. C'est notamment le cas chez certains clients du CPA, en particulier les moins de 25 ans et les plus de 50 ans, qui déclarent ne pas utiliser souvent ou carrément les moyens de paiement numériques. Voici quelques pistes pour comprendre ces comportements.

a) Chez les moins de 25 ans : une génération connectée, mais pas toujours bancarisée

Bien qu'on les considère souvent comme « nés avec le numérique », tous les jeunes n'utilisent pas forcément les services bancaires en ligne. Plusieurs raisons peuvent expliquer cela :

Beaucoup n'ont pas encore de revenus stables ou de responsabilités financières importantes, ce qui réduit leur besoin d'utiliser des outils bancaires numériques.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Dans certaines familles, ce sont encore les parents qui gèrent les finances, ce qui limite l'autonomie bancaire des jeunes.

Certains expriment une forme de méfiance vis-à-vis des paiements en ligne, notamment à cause d'un manque de confiance dans la sécurité ou d'une mauvaise connaissance des applications existantes.

Il arrive aussi que ces outils ne leur aient jamais été clairement présentés, ce qui freine naturellement leur adoption.

c) **Chez les plus de 50 ans : entre habitudes et barrières numériques**

Pour les clients de plus de 50 ans, les raisons sont souvent différentes mais tout aussi compréhensibles :

Beaucoup restent attachés aux méthodes traditionnelles : le paiement en espèces, les démarches au guichet, les virements papier... Ces pratiques rassurent et s'inscrivent dans une routine de longue date.

L'usage des smartphones, des applications bancaires ou encore des QR codes n'est pas toujours évident pour tous, surtout en l'absence de formation ou d'accompagnement.

Certains expriment aussi une crainte de faire une erreur, ou de tomber sur une arnaque en ligne, ce qui les pousse à rester dans un cadre bancaire classique.

Enfin, l'accès à une bonne connexion Internet ou à des appareils performants n'est pas garanti pour tous, en particulier dans certaines zones rurales.

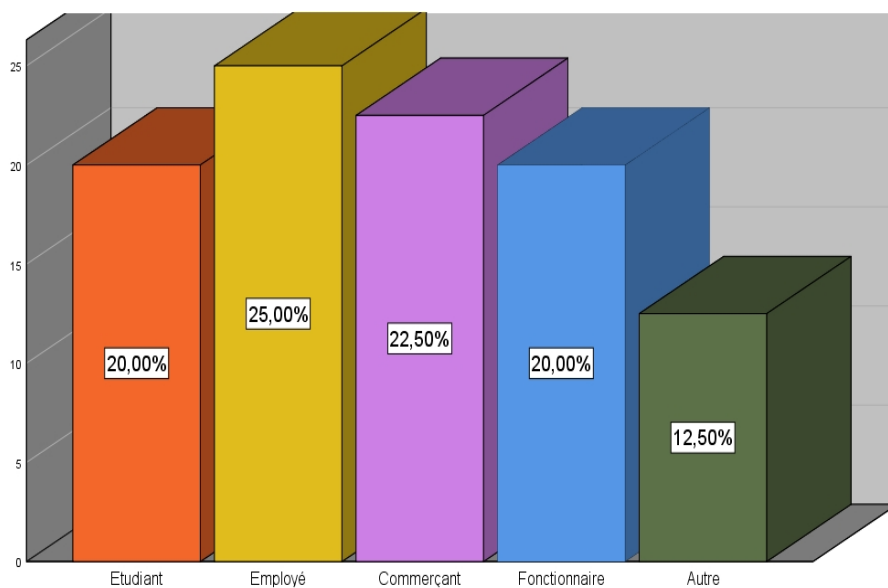
Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

4.5 Répartition des clients du CPA selon leurs professions

Tableau 17: Répartition des clients du CPA selon leur catégorie socioprofessionnelle

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Etudiant	2	5,0	5,0	5,0
	Employé	14	35,0	35,0	40,0
	Commerçant	12	30,0	30,0	70,0
	Fonctionnaire		17,5	17,5	87,5
	Autre	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Graphe 3 : Répartition en pourcentage des clients du CPA selon leur profession



Source : Elaboré par nous-même.

4.5.1. Analyse du profil professionnel des clients du CPA

Le tableau met en évidence la diversité des professions parmi 40 clients du Crédit Populaire d'Algérie (CPA). Il permet de mieux comprendre quels profils socioprofessionnels fréquentent le plus cette institution bancaire.

Les employés forment la majorité avec **35 %** des clients (14 sur 40). Cette forte proportion montre que le CPA attire principalement une clientèle salariée, probablement en raison d'une offre bancaire adaptée à leurs besoins : comptes courants, crédits à la consommation, et services de gestion des revenus mensuels.

En seconde position, les commerçants représentent **30 %** de l'échantillon (12 clients). Cela souligne l'importance de cette catégorie professionnelle dans la clientèle du CPA. Les commerçants sont souvent à la recherche de produits bancaires spécifiques comme les facilités de caisse, les crédits à court terme ou les solutions de paiement adaptées à leur activité.

Les fonctionnaires constituent **17,5 %** de la clientèle (7 individus). Leur statut stable et leurs revenus réguliers en font des profils appréciés par les banques, en particulier pour les prêts à moyen et long terme.

La catégorie « Autre » regroupe **12,5 %** (5 clients). Elle inclue les retraités, ou encore des personnes sans emploi. Cela montre que le CPA reste accessible à une clientèle variée, au-delà des catégories socioéconomiques classiques.

Enfin, les étudiants ne représentent que **5 %** de la clientèle (2 clients). Cette faible proportion c'est par rapport à leurs ressources limitées, manque d'éducation financière, couts élevés de certains services.

4.6. Tableau croisé entre la profession des répondants et leur recours aux services de paiement numériques du CPA.

Le tableau croisé étudié met en évidence l'adoption des services de paiement numériques du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) tels que les virements en ligne, l'utilisation d'applications mobiles ou encore les paiements par carte, selon la profession des clients interrogés.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Tableau 18: Croisement entre la profession des clients du CPA et leur usage des services de paiement numériques

% dans Profession		Oui	Non	
Profession	Etudiant	50,0%	50,0%	100,0%
	Employé	92,9%	7,1%	100,0%
	Commerçant	100,0%	0,0%	100,0%
	Fonctionnaire	100,0%	0,0%	100,0%
	Autre	60,0%	40,0%	100,0%
Total		90,0%	10,0%	100,0%

4.6.1 Analyse de l'usage des services numériques du CPA en fonction de la profession

Dans l'ensemble, une très large majorité des clients, soit **90 %**, utilisent les services numériques du CPA. Seuls **10 %** déclarent ne pas les utiliser. Ce constat souligne une forte pénétration des outils digitaux dans les habitudes bancaires quotidiennes, et témoigne des efforts réussis du CPA en matière de digitalisation de ses services.

Tous d'abord les commerçants et les fonctionnaires sont les plus assidus : **100 %** des répondants de ces groupes utilisent les services numériques. Pour les commerçants, cette adhésion totale s'explique aisément par leurs besoins fréquents en opérations bancaires rapides et efficaces. Quant aux fonctionnaires, leur familiarité avec les services administratifs en ligne semble favoriser une utilisation naturelle des outils numériques bancaires.

Les employés ne sont pas en reste, avec un taux d'utilisation de **92,9 %**, illustrant une bonne intégration des services digitaux dans leur quotidien, probablement facilitée par la stabilité de leurs revenus et l'accessibilité des plateformes numériques du CPA.

Chez les étudiants, l'utilisation est plus mitigée : seuls **50 %** d'entre eux déclarent recourir aux services numériques. Ce taux relativement bas peut s'expliquer par divers facteurs : un manque d'expérience bancaire, des ressources limitées, ou encore une méconnaissance des avantages qu'offre le numérique.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

La catégorie « Autre », qui englobe probablement des retraités et des sans emploi, enregistre un taux d'adoption de (60 %). Bien que majoritaire, cette proportion reste en deçà des autres groupes actifs, ce qui peut révéler certaines barrières liées à l'âge, aux revenus ou à la maîtrise des outils numériques.

Cette analyse montre clairement que l'usage des services numériques du CPA est fortement lié à la situation professionnelle des clients. Les professions actives commerçants, fonctionnaires et employés figurent parmi les utilisateurs les plus assidus, tandis que les étudiants et les profils plus hétérogènes restent en retrait. Cela suggère un potentiel de développement important pour le CPA, notamment à travers des offres simplifiées, pédagogiques et ciblées à destination des jeunes et des populations moins familiarisées avec le numérique.

4.7. Analyse de l'usage de l'application mobile selon la profession des clients

Ce tableau croisé présente la répartition en pourcentage de l'utilisation d'applications mobiles selon différentes professions.

- **1** signifie que l'individu **utilise** des applications mobiles.
- **0** signifie que l'individu **n'utilise pas** d'applications mobiles

Tableau 19: Utilisation de l'application mobile du CPA selon la profession des clients

% dans Profession		1	0	
Profession	Etudiant	37,5%	62,5%	100,0%
	Employé	50,0%	50,0%	100,0%
	Commerçant	66,7%	33,3%	100,0%
	Fonctionnaire	50,0%	50,0%	100,0%
	Autre	20,0%	80,0%	100,0%
Total		47,5%	52,5%	100,0%

4.7.1 Étudiants (37,5% utilisent les apps, 62,5% non)

Malgré une jeunesse plus digitalisée, une majorité n'utilisent pas d'applications mobiles.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Selon les témoignages recueillis auprès des étudiants, cela peut s'expliquer par :

Les étudiants algériens rencontrent de nombreuses difficultés pour accéder aux moyens numériques, notamment lorsqu'il s'agit de services payants. En Algérie, de nombreux étudiants se trouvent confrontés à une réalité économique difficile : ils ne disposent généralement d'aucune source de revenu personnel. Contrairement à ce qui se fait dans d'autres pays comme la France, le Canada ou l'Allemagne, où les étudiants peuvent accéder à des emplois à temps partiel encadrés, le système algérien ne propose pas de dispositif clair permettant aux jeunes de travailler pendant leurs études. En l'absence de ce cadre, les étudiants sont contraints de compter uniquement sur l'aide de leurs familles ou sur la bourse universitaire, dont le montant reste très limité entre **1350** et **4050** dinars algériens par mois selon les cas ¹. Ce manque d'autonomie financière limite considérablement leur accès aux services numériques donc ils n'ont pas recours aux applications mobiles, en particulier ceux qui nécessitent des paiements réguliers, comme les abonnements ou les plateformes éducatives en ligne.

Ce manque de ressources les empêche d'utiliser des services qui nécessitent des paiements en ligne, comme les cours à distance, les logiciels éducatifs ou même certains abonnements essentiels à leur apprentissage. L'accès limité aux cartes bancaires internationales aggrave encore cette situation, ce qui creuse l'écart avec leurs homologues étrangers plus autonomes financièrement.

Cette exclusion s'explique en partie par le manque d'éducation financière. Ainsi, même en ayant un bon niveau académique dans leur domaine, de nombreux étudiants ne maîtrisent pas les outils qui leur permettraient de gérer efficacement leur vie financière. Ce manque de compétences pratiques les empêche d'exploiter pleinement les opportunités offertes par le numérique et les maintient dans une forme de dépendance économique.

4.7.2 Employés et Fonctionnaires (50% utilisent,50% non)

Après avoir fait notre questionnaire nous avons constaté que les employés et les fonctionnaires affichent chacun un taux d'utilisation de l'application mobile de la banque CPA de **50 %**, ce qui traduit une adoption moyenne, ni faible ni généralisée. Cela montre qu'ils sont engagés dans une transition numérique progressive. En effet, ces catégories

¹ Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (Algérie), Site officiel, <https://www.mesrs.dz>, consulté le 21 mai 2025.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

socioprofessionnelles commencent à intégrer les outils numériques dans leur gestion financière, mais de manière encore limitée. Ils utilisent l'application principalement pour des opérations simples comme consulter leur solde, effectuer des virements ou suivre les mouvements sur leur compte. Chez les fonctionnaires, cette utilisation est souvent encouragée par la dématérialisation des services publics, notamment le versement des salaires ou l'accès à certains services administratifs en ligne. Cependant, l'usage reste modéré, probablement en raison d'une habitude ancrée à se rendre physiquement en agence, d'un manque de confiance dans les outils numériques, ou encore d'un besoin de formation pour exploiter toutes les fonctionnalités offertes par l'application. Cette situation révèle que, même si la digitalisation avance, elle ne touche pas encore tous les profils de manière homogène.

4.7.3. Pour les commerçants (66,7% utilisent,33,3% non)

Les commerçants représentent la catégorie qui utilise le plus l'application mobile de la banque CPA, avec un taux de **66,7 %**. Ce fort niveau d'adoption s'explique facilement par la nature de leur activité, qui demande une grande réactivité et une autonomie dans la gestion financière. En effet, les commerçants doivent souvent suivre en temps réel l'état de leur compte, effectuer des virements rapides, recevoir des paiements ou encore payer leurs fournisseurs sans forcément se déplacer en agence. L'application mobile leur offre donc un gain de temps précieux et une flexibilité qui s'adapte parfaitement à leur rythme de travail. De plus, dans un contexte où beaucoup d'échanges se font aujourd'hui via des plateformes en ligne ou des services de livraison, ils sont naturellement plus ouverts à l'usage des outils numériques. Cette dépendance croissante aux solutions mobiles dans leur quotidien professionnel les pousse à intégrer plus rapidement les services bancaires numériques, contrairement à d'autres catégories socioprofessionnelles plus sédentaires ou moins exposées à ces besoins.

4.7.4. Autres professions (20 % utilisent seulement ,80 % non)

Cette catégorie regroupe probablement des retraités souvent moins familiarisés ou moins équipés pour utiliser des services numériques bancaires. Dans cette catégorie on retrouve deux femmes une veuve et une célibataire qui ne travaillent pas, mais qui vivent grâce à la pension de retraite versée une à son mari et l'autre à son père décédé. Il peut s'agir, par exemple, Même si elles disposent d'un revenu régulier, beaucoup n'ont pas l'habitude de gérer seules un compte bancaire, surtout lorsqu'il s'agit d'utiliser des outils numériques comme précisément l'application mobile de la banque CPA. Pour elles, les démarches en ligne peuvent paraître

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

compliquées, voire peu fiables. Par réflexe ou par sécurité, elles préfèrent se déplacer en agence, parler directement à un conseiller, et effectuer leurs opérations de façon traditionnelle. Ce n'est pas forcément un refus du progrès, mais plutôt une question de confiance, de repères, ou parfois de génération. L'usage de l'application reste donc très limité dans ce groupe, non pas parce qu'il n'est pas utile, mais parce que le passage au numérique demande un accompagnement, une adaptation, et surtout une certaine familiarité avec ces nouveaux outils.

En somme, l'utilisation des applications mobiles de la banque CPA ne suit pas une tendance uniforme : elle dépend fortement du quotidien, des habitudes et des conditions de vie de chacun. Les commerçants, souvent pressés et connectés, y trouvent un outil pratique et adapté à leur rythme.

À l'inverse, les étudiants, en manque de moyens, ou encore les retraités, moins à l'aise avec le numérique, peinent à s'approprier ces services. Cette diversité de situations montre qu'il n'y a pas une seule manière d'être client. Pour répondre aux attentes de tous, la banque CPA gagnerait à proposer un accompagnement plus personnalisé, en tenant compte des réalités concrètes de chaque groupe. Car au-delà de la technologie, c'est l'attention portée à l'humain qui fait toute la différence dans une transition numérique réussie.

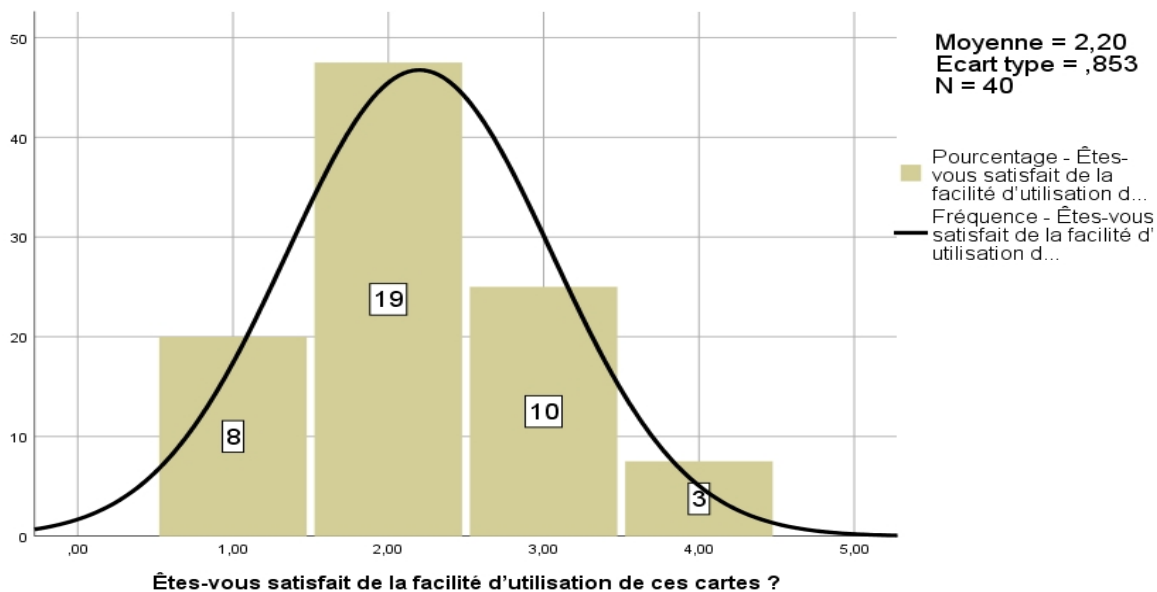
4.8. Lien entre la profession et la perception de la facilité d'utilisation des cartes.

Tableau 20: Niveau de satisfaction des clients du CPA concernant la facilité d'utilisation des cartes bancaires selon leur profession

% dans Profession		Très satisfait	Satisfait	Peu satisfait	Pas du tout satisfait	
Profession	Etudiant	50,0%	25,0%	12,5%	12,5%	100,0%
	Employé		70,0%	30,0%		100,0%
	Commerçant	22,2%	44,4%	33,3%		100,0%
	Fonctionnaire	25,0%	62,5%		12,5%	100,0%
	Autre		20,0%	60,0%	20,0%	100,0%
Total		20,0%	47,5%	25,0%	7,5%	100,0%

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Graphe 4 Satisfaction liée à l'utilisation des cartes du CPA en fonction de la profession



Les étudiants utilisateurs des services de paiement numérique ont été interrogés, une large majorité se déclare satisfaite de la facilité d'utilisation des cartes de la banque CPA, avec un taux de satisfaction global atteignant (**75%**). Cela peut s'expliquer par le fait que certains étudiants, souvent familiers avec les outils numériques, trouvent plus naturellement leurs repères dans l'utilisation de cartes bancaires modernes.

Ces cartes leur permettent d'effectuer des paiements en ligne, d'utiliser des applications mobiles ou encore de retirer de l'argent rapidement autant de services en phase avec leur mode de vie. Le fait que la moitié d'entre eux se disent même "très satisfaits" montre que la carte répond efficacement à leurs besoins quotidiens, qu'il s'agisse du règlement des frais universitaires, de petits achats ou d'abonnements numériques.

Toutefois, une part non négligeable (**25 %**) d'étudiants exprime une certaine insatisfaction. Cela pourrait s'expliquer par des désagréments techniques comme des plafonds de paiement trop bas, des blocages de carte ou des lenteurs lors des transactions. D'autres éprouvent des difficultés dues à un manque d'accompagnement, en particulier s'il s'agit de leur première expérience bancaire. Enfin, certaines restrictions d'usage tels que l'impossibilité d'utiliser la carte chez certains commerçants ou sur des plateformes en ligne sont d'un côté source de frustration.

Les employés représentent la catégorie la plus satisfaite de l'utilisation des cartes CPA, avec un taux de satisfaction atteignant (**100 %**), dont (**70 %**) se déclarent même *très satisfaits*.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Ce niveau de satisfaction traduit une adoption optimale et une pleine acceptation de ces cartes par cette population socioprofessionnelle. Plusieurs facteurs peuvent expliquer ce résultat : les employés sont généralement plus exposés aux outils bancaires, notamment à travers la gestion de leur salaire, les paiements courants ou les opérations en ligne.

Leur familiarité avec les services financiers et leur stabilité économique leur permettent sans doute de tirer pleinement parti des fonctionnalités offertes par la carte CPA. Cette aisance d'utilisation favorise un sentiment de confiance et d'efficacité. L'absence totale d'insatisfaction parmi eux indique que les services proposés par la banque sont parfaitement adaptés à leurs besoins quotidiens, tant sur le plan personnel que professionnel.

Chez les commerçants, la perception de la carte CPA est plus partagée. Certes, une majorité se dit satisfaite (avec **66,6 %** de réponses positives, dont **22,2 %** très satisfaits), mais un tiers des utilisateurs (**33,3 %**) se montre peu satisfait, ce qui n'est pas négligeable. Il faut dire que, pour les commerçants, la carte n'est pas seulement un moyen de paiement parmi d'autres : c'est un outil essentiel dans le bon déroulement de leur activité quotidienne. Ils attendent de ce service qu'il soit rapide, simple d'utilisation, fiable et adapté aux paiements modernes, notamment le sans contact.

Or, lorsqu'un terminal fonctionne mal, qu'une transaction prend trop de temps ou qu'un paiement est refusé sans raison claire, cela peut provoquer non seulement de l'agacement, mais aussi une perte de clients. Cette insatisfaction témoigne donc d'un besoin réel d'amélioration. La banque CPA gagnerait à renforcer ses dispositifs pour cette catégorie en optimisant la qualité des équipements, la réactivité du service client et en proposant, au besoin, des formations ou un accompagnement technique ciblé.

Chez les fonctionnaires, la satisfaction à l'égard de la carte CPA reste globalement positive, avec (87,5 %) d'avis favorables (**25 %** très satisfaits et **62,5 %** satisfaits). Toutefois, la présence de (**12,5 %**) de personnes pas du tout satisfaites constitue un signal à ne pas négliger. Cette part d'insatisfaction, bien que minoritaire, est significative et peut s'expliquer par certains facteurs générationnels et culturels.

En effet, cette catégorie comprend souvent des usagers habitués aux démarches bancaires traditionnelles, notamment les fonctionnaires retraités, qui peuvent avoir plus de mal à s'adapter aux outils numériques comme les cartes ou les applications de paiement. Pour eux,

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

l'utilisation de la carte peut sembler peu intuitive, voire contraignante, surtout si elle est accompagnée de manques en termes d'accompagnement, de service client ou d'accessibilité. Ces utilisateurs peuvent également se sentir démunis face à des incidents techniques ou à un manque d'informations claires sur le fonctionnement de la carte. Cela souligne l'importance pour la banque CPA de renforcer la pédagogie, l'assistance personnalisée et l'inclusion numérique, afin de répondre aux attentes de tous ses clients, y compris les plus âgés ou les moins connectés.

Dans la catégorie dite des « autres professions », la satisfaction vis-à-vis de l'utilisation des cartes CPA semble relativement bonne, mais reste fragile. Si (80 %) des personnes interrogées se déclarent satisfaites dont (20 %) très satisfaites, une personne sur cinq exprime une certaine insatisfaction. Ce constat reflète une expérience utilisateur assez inégale, ce qui peut s'expliquer par la grande diversité des profils qui composent ce groupe. On y retrouve sans doute des travailleurs indépendants, des ouvriers, des artisans, des demandeurs d'emploi ou encore des salariés précaires.

Chacun d'eux a des besoins et des habitudes bancaires très différents, selon son activité professionnelle, sa familiarité avec les technologies ou encore la fréquence à laquelle il utilise sa carte. Certains trouvent sans doute le service pratique et adapté à leur quotidien, tandis que d'autres peuvent se heurter à des obstacles : interface peu claire, difficultés techniques, manque de souplesse ou d'accompagnement. Cette réalité met en lumière l'importance, pour la banque CPA, de proposer des solutions plus flexibles et personnalisées, capables de répondre aux attentes spécifiques de chaque type de client au sein de ce groupe hétérogène.

De manière générale, la carte CPA semble bien accueillie par une majorité d'utilisateurs, avec un taux de satisfaction global de (67,5 %), ce qui reste un résultat plutôt encourageant, même s'il laisse une marge d'amélioration. Parmi les différentes catégories socioprofessionnelles, les employés se distinguent par un haut niveau de satisfaction, ce qui suggère que les services proposés répondent bien à leurs besoins quotidiens. En revanche, les commerçants et les étudiants affichent les taux d'insatisfaction les plus élevés, traduisant des attentes spécifiques qui ne sont pas toujours comblées.

Les premiers recherchent des outils rapides, fiables et performants pour leurs activités professionnelles, tandis que les seconds, souvent jeunes et connectés, attendent une expérience fluide et intuitive. Cette situation souligne l'importance pour la banque CPA de repenser et

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

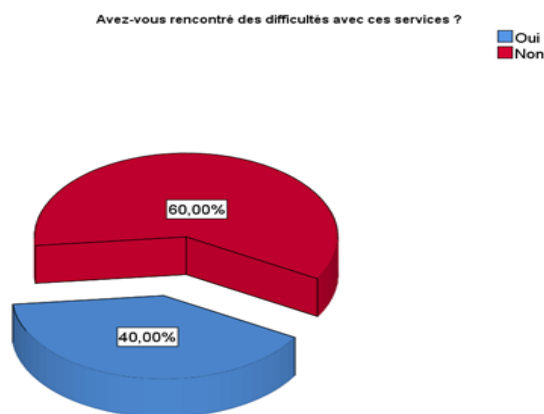
d'adapter ses offres en fonction des profils d'utilisateurs, en tenant compte à la fois des usages professionnels, des habitudes numériques et du besoin d'accompagnement. Une approche plus ciblée permettrait ainsi d'améliorer l'expérience client et de renforcer la satisfaction globale.

4.9. Profession des clients et expérience des difficultés dans l'utilisation des services.

Tableau 21: Croisement entre la profession des clients et leur expérience de difficultés dans l'utilisation des services numériques du CPA

% dans Profession		Oui	Non	
Profession	Etudiant	25,0%	75,0%	100,0%
	Employé	30,0%	70,0%	100,0%
	Commerçant	44,4%	55,6%	100,0%
	Fonctionnaire	25,0%	75,0%	100,0%
	Autre	100,0%		100,0%
Total		40,0%	60,0%	100,0%

Graphe 5 : Difficultés rencontrées lors de l'utilisation des services numériques



Source : Élaboré par nous même

Ce tableau montre la perception des clients du CPA face aux éventuelles difficultés rencontrées dans leurs interactions avec la banque. Globalement, **(40 %)** des répondants

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

affirment avoir rencontré des problèmes, tandis que (60 %) déclarent ne pas en avoir eu. Toutefois, cette moyenne masque des disparités notables selon les profils professionnels.

Les commerçants apparaissent comme la catégorie la plus concernée par les difficultés, avec (44,4 %) ayant signalé des problèmes. Ce taux relativement élevé peut s'expliquer par la nature dynamique de leur activité, qui exige une grande réactivité de la part des services bancaires (fiabilité des terminaux, rapidité des virements, assistance client, etc.).

Chez les employés et les fonctionnaires, environ un quart à un tiers des personnes interrogées évoquent également des difficultés. Cela reste modéré, mais témoigne d'un besoin d'amélioration, notamment sur des aspects liés à l'accessibilité des services numériques ou à la qualité du support client.

Du côté des étudiants, seuls (25 %) déclarent avoir rencontré des problèmes. Ce chiffre relativement bas pourrait refléter une utilisation plus limitée des services bancaires ou des attentes moindres, bien que cela ne signifie pas nécessairement une satisfaction globale.

Enfin, la catégorie « Autre » affiche un chiffre préoccupant : 100 % des répondants affirment avoir eu des difficultés ces individus peu familiarisés avec les démarches bancaires modernes. Ce taux révèle une exclusion potentielle de ces clients, souvent plus vulnérables ou éloignés du numérique, et souligne l'urgence de proposer des services plus accessibles, compréhensibles et humains pour ces publics.

4.9.1 Limites perçues des services numériques du CPA selon les clients

Selon le témoignage des clients qui ne sont pas satisfaits déclarent d'avoir rencontré des difficultés de service pour plusieurs raisons, souvent liées à des problèmes structurels, technologiques ou humains. Voici les principales causes :

a) Défaillances technologiques

Certains clients pointent des problèmes techniques qui nuisent à l'efficacité des services numériques.

- Pannes fréquentes des guichets automatiques (DAB/GAB).
- Lenteur ou indisponibilité des plateformes numériques (application mobile ou site web).

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- Problèmes techniques lors des transactions en ligne ou des virements.

b) Manque de formation du personnel

Des limites ont également été signalées concernant la compétence du personnel face aux outils numériques

- Certains conseillers ou agents au guichet ne maîtrisent pas bien les nouveaux outils numériques ou ne sont pas suffisamment informés sur certains produits.

- Cela peut entraîner une mauvaise orientation du client ou une prise en charge lente.

c) Complexité ou lenteur des procédures

La lourdeur administrative reste un frein important selon plusieurs répondants.

- Les démarches pour ouvrir un compte, demander un crédit, ou obtenir une carte peuvent être longues et bureaucratiques, ce qui décourage certains clients.

- Certaines opérations nécessitent plusieurs déplacements en agence.

d) Manque d'accompagnement pour les publics vulnérables

Certains profils, notamment les plus fragiles, rencontrent des difficultés d'adaptation.

- Les personnes âgées, peu éduquées ou non familiarisées avec le numérique ont du mal à s'adapter aux nouveaux outils proposés (applications, paiement sans contact...).

- Faible culture financière chez certains profils (étudiants, personnes sans emploi).

e) Service client peu réactif ou insuffisant

La réactivité du service client a également été jugée insuffisante par certains usagers.

- Difficulté à contacter le service client par téléphone ou en ligne.

- Manque de clarté ou d'efficacité dans le traitement des réclamations.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

f) Offre de services pas toujours adaptée

Enfin, l'adéquation des produits aux besoins spécifiques des clients reste perfectible.

- Certains produits bancaires sont standardisés et ne répondent pas aux besoins spécifiques de certains profils (commerçants, retraités, jeunes actifs, etc.).

- Absence de services personnalisés ou de solutions innovantes.¹

4.10. Profession des répondants et recours aux nouveaux services numériques du CPA

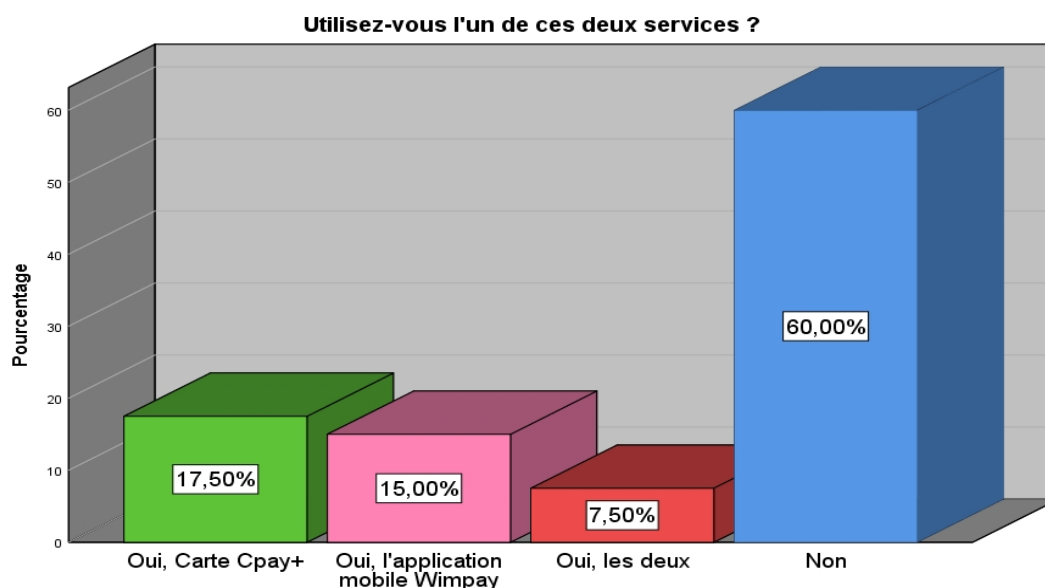
Tableau 22: Utilisation des services Cpaye+ et Wimpay du CPA selon la profession des clients

% dans Profession		Oui	Non	
Profession	Etudiant	50,0%	50,0%	100,0%
	Employé	50,0%	50,0%	100,0%
	Commerçant	44,4%	55,6%	100,0%
	Fonctionnaire	75,0%	25,0%	100,0%
	Autre	40,0%	60,0%	100,0%
Total		52,5%	47,5%	100,0%

¹ Témoignages des clients recueillis dans l'Agence CPA tizi Ouzou

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Graph 6 : Adoption des services CPAYe+ et Wimpay selon la catégorie professionnelle



Source : Élaboré par nous même

L'analyse du tableau croisé révèle une notoriété mitigée des deux nouveaux services numériques lancés par le CPA, à savoir la carte **CPaye+** et l'application mobile **Wimpay**. En effet, si (**52,5 %**) des répondants déclarent en avoir entendu parler, (**47,5 %**) demeurent encore non informés, traduisant une diffusion partielle de l'information au sein de la clientèle. Cette répartition souligne la nécessité de renforcer les actions de communication autour de ces produits innovants.

Lorsque l'on examine les données selon les catégories socioprofessionnelles, des disparités notables apparaissent. Les fonctionnaires se démarquent comme le groupe le plus sensibilisé, avec un taux de connaissance atteignant (**75 %**). Ce résultat peut s'expliquer par

La stabilité de leur emploi et la régularité de leurs revenus, les fonctionnaires sont perçus par le CPA, comme des profils peu risqués sur le plan financier. Cette confiance les place souvent en tête de liste pour bénéficier de services comme la carte CPaye+, qui repose sur un mécanisme de paiement différé.

À l'inverse, les commerçants, les demandeurs d'emploi ou les personnes sans activité stable sont généralement considérés comme moins éligibles à ce type de produit, en raison de revenus plus aléatoires. Cette logique s'inscrit pleinement dans les pratiques de scoring bancaire, un système d'évaluation qui privilégie les clients à revenu constant afin de limiter les

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

risques d'impayés et d'optimiser la rentabilité des produits proposés, de plus les commerçants (44,4 %).

Les personnes issues de la catégorie « autre » (40 %) affichent des niveaux de notoriété inférieurs à la moyenne. Cela peut s'expliquer, d'une part, par un manque de ciblage dans les campagnes d'information, et d'autre part, par une réticence ou une moindre familiarité avec les solutions numériques, notamment chez les femmes au foyer, retraités ou individus en situation d'inactivité économique.

Quant aux étudiants et employés, ils présentent un taux identique de (50 %), révélant une sensibilisation moyenne. Si les étudiants sont généralement plus enclins à utiliser les technologies numériques, leur faible implication bancaire pourrait limiter leur exposition à ces services. De leur côté, les employés, malgré leur intégration dans le tissu économique, semblent eux aussi peu engagés dans la découverte des nouveaux produits bancaires.

Dans l'ensemble, cette analyse met en évidence une adoption encore inégale des outils numériques du CPA, suggérant l'importance d'une stratégie de communication différenciée, adaptée aux spécificités de chaque groupe socioprofessionnel.

Tableau 23: Répartition de l'utilisation des services CPay+ et Mobile Wimpay selon la profession

% dans Profession						Total
		Oui, CPay+	Carte Mobile Wimpay	Oui, les deux	Non	
Profession	Etudiant		25,0%		75,0%	100,0%
	Employé	30,0%		10,0%	60,0%	100,0%
	Commerçant	11,1%	22,2%	11,1%	55,6%	100,0%
	Fonctionnaire	12,5%	25,0%	12,5%	50,0%	100,0%
	Autre	40,0%			60,0%	100,0%
Total		17,5%	15,0%	7,5%	60,0%	100,0%

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

L'analyse globale du tableau révèle que l'usage des nouveaux services numériques du CPA – la carte CPay+ et l'application Wimpay – demeure encore relativement limité. En effet, **(60 %)** des répondants déclarent ne recourir à aucun de ces deux outils, tandis que seuls **(40 %)** en utilisent au moins un. Plus précisément, **(17,5 %)** se servent uniquement de la carte CPay+, **(15 %)** utilisent exclusivement l'application mobile Wimpay, et à peine **(7,5 %)** combinent les deux. Ce constat traduit une adoption encore timide, en décalage avec le niveau de notoriété observé **(52,5 %)** selon les données précédentes), et témoigne d'une phase de transition encore peu consolidée dans le processus de digitalisation bancaire du CPA.

D'un point de vue socioprofessionnel, les disparités d'usage sont notables. Les étudiants, bien qu'issus d'une génération connectée, affichent un taux de non-utilisation élevé **(75 %)**, ne recourant que marginalement à Wimpay **(25 %)**, probablement en raison de contraintes budgétaires et d'un usage limité des services bancaires avancés. Les employés, quant à eux, sont **(40 %)** à adopter au moins un de ces outils, mais la majorité **(60 %)** reste encore à l'écart, ce qui pourrait s'expliquer par un manque d'information ou d'intérêt envers ces services. Les commerçants se montrent légèrement plus ouverts, avec **(44,4 %)** d'utilisateurs, notamment pour Wimpay, ce qui semble cohérent avec leurs besoins d'encaissement mobiles. Néanmoins, une part importante continue de privilégier les moyens traditionnels, comme les espèces ou les terminaux de paiement classiques.

Les fonctionnaires se distinguent par leur niveau d'adoption le plus élevé **(50 %)**, réparti entre les deux services. Cette dynamique peut être liée à leur familiarité avec les démarches numériques et à leur profil généralement plus solvable, ce qui les rend éligibles à la carte CPay+. Enfin, la catégorie dite "autres", qui inclut les retraités, femmes au foyer ou personnes sans emploi, présente un comportement particulier : **(40 %)** y utilisent uniquement la carte, tandis que **(60 %)** restent à l'écart de toute solution numérique. Cela suggère une préférence ponctuelle pour des outils simples de paiement différé, mais une difficulté persistante à intégrer les applications digitales, souvent par manque de maîtrise technologique. L'étude de cas menée auprès de la clientèle du Crédit Populaire d'Algérie (agence de Tizi-Ouzou) a permis de mieux comprendre leurs comportements, usages, besoins et les freins rencontrés face à la modernisation des moyens de paiement.

Au terme de cette analyse, il apparaît que la transformation numérique des services de paiement est globalement en cours, avec plus de 85 % des clients interrogés ayant déjà recours, de manière plus ou moins régulière, aux solutions dématérialisées de la banque (comme la carte

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Cpay+ ou l'application Wimpay). Toutefois, cette appropriation n'est pas uniforme ; elle varie en fonction de l'âge, de la profession et de la maîtrise des technologies. Les commerçants et fonctionnaires, en particulier, se montrent plus réceptifs, tandis que les personnes âgées et certains groupes ayant des revenus instables restent en retrait, principalement en raison d'une méconnaissance des services, d'une expérience limitée des technologies ou d'une méfiance face à leur fiabilité.

Quant aux étudiants, leur faible usage des services numériques semble davantage lié à un manque de revenus qu'à une difficulté d'utilisation, ces derniers étant généralement familiers avec les outils digitaux.

Parallèlement, certains obstacles persistent et ralentissent l'adoption généralisée de la digitalisation. Ils vont de la complexité perçue de l'utilisation des services numériques, à la défaillance de certains dispositifs techniques (comme les guichets automatiques), en passant par un service client parfois insuffisamment réactif, ou un accompagnement pas assez personnalisé en direction des usagers les plus éloignés du numérique.

Ainsi, ce cas souligne la pertinence d'une approche plus ciblée et plus pédagogique afin d'en assurer le déploiement. Il s'agit non seulement de rendre la technologie disponible, mais de l'adapter, de l'expliquer et de l'accompagner afin d'en assurer l'accessibilité, l'efficacité et l'efficacité perçue par toutes les catégories de clients.

5. Bilan et Perspectives :

5.1 Enseignements de l'étude de cas

L'étude de cas menée auprès de la clientèle du Crédit Populaire d'Algérie (agence de Tizi-Ouzou) a permis de mieux comprendre leurs comportements, usages, besoins et les freins rencontrés face à la modernisation des moyens de paiement.

Au terme de cette analyse, il apparaît que la transformation numérique des services de paiement est globalement en cours, avec plus de 85 % des clients interrogés ayant déjà recours, de manière plus ou moins régulière, aux solutions dématérialisées de la banque (comme la carte Cpay+ ou l'application Wimpay). Toutefois, cette appropriation n'est pas uniforme ; elle varie en fonction de l'âge, de la profession et de la maîtrise des technologies. Les commerçants et fonctionnaires, en particulier, se montrent plus réceptifs, tandis que les personnes âgées et

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

certaines groupes ayant des revenus instables restent en retrait, principalement en raison d'une méconnaissance des services, d'une expérience limitée des technologies ou d'une méfiance face à leur fiabilité.

Quant aux étudiants, leur faible usage des services numériques semble davantage lié à un manque de revenus qu'à une difficulté d'utilisation, ces derniers étant généralement familiers avec les outils digitaux.

Parallèlement, certains obstacles persistent et ralentissent l'adoption généralisée de la digitalisation. Ils vont de la complexité perçue de l'utilisation des services numériques, à la défaillance de certains dispositifs techniques (comme les guichets automatiques), en passant par un service client parfois insuffisamment réactif, ou un accompagnement pas assez personnalisé en direction des usagers les plus éloignés du numérique.

Ainsi, ce cas souligne la pertinence d'une approche plus ciblée et plus pédagogique afin d'en assurer le déploiement. Il s'agit non seulement de rendre la technologie disponible, mais de l'adapter, de l'expliquer et de l'accompagner afin d'en assurer l'accessibilité, l'efficacité et l'efficacité perçue par toutes les catégories de clients.

5.2 Perspectives d'amélioration

5.2.1 Suggestions exprimées par les clients

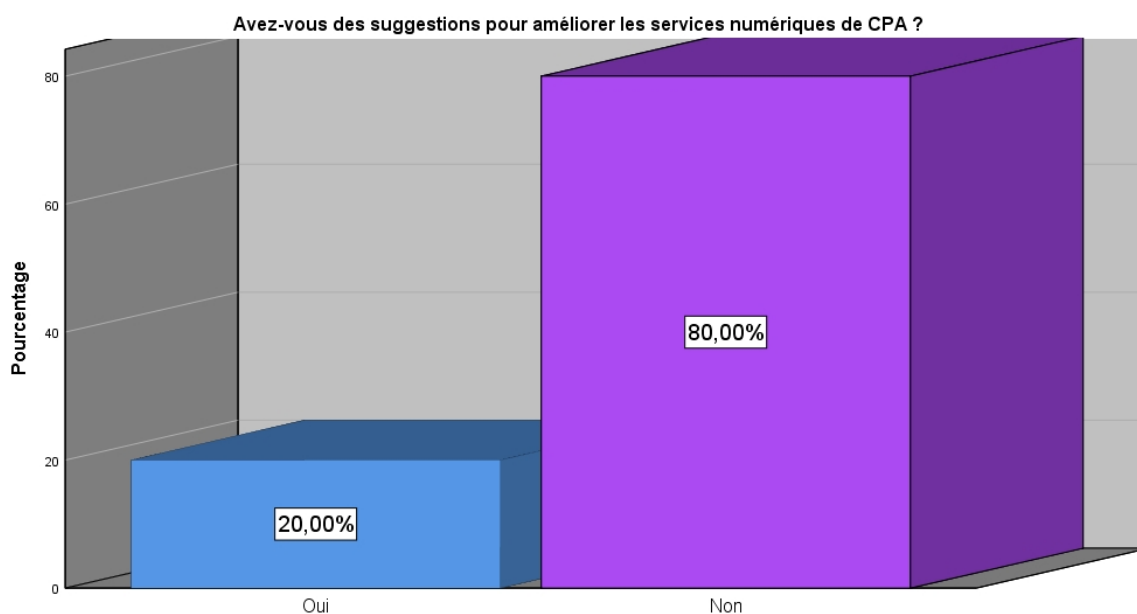
Afin de recueillir des pistes d'amélioration, les clients du Crédit Populaire d'Algérie ont été interrogés sur leur disposition à formuler des suggestions concernant les services numériques proposés par l'établissement. Cette question visait à mesurer leur implication dans l'amélioration continue des outils digitaux.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Tableau26 : Disposition des clients à formuler des suggestions pour améliorer les services numériques du CPA

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Oui	8	20,0	20,0	20,0
	Non	32	80,0	80,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Graph 7 : Part des clients disposés à suggérer des améliorations pour les services numériques du CPA



Source : Élaboré par nous même

L'analyse du tableau montre que seuls **20 %** des répondants se disent prêts à proposer des améliorations. Cette proportion relativement faible peut s'expliquer par un manque de confiance dans la prise en compte des avis, une méconnaissance des canaux permettant de formuler des suggestions, ou encore une faible culture de participation dans le domaine bancaire.

Néanmoins, parmi les clients ayant accepté de formuler des remarques, plusieurs thèmes récurrents se dégagent :

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

- La nécessité d'une meilleure information sur les nouveaux services numériques (en particulier la carte CPay+ et l'application Wimpay) ;
- La simplification des démarches techniques (activation, téléchargement, configuration) ;
- Une attente plus forte en matière de réactivité du service client, notamment en cas de dysfonctionnement technique ou de difficulté d'usage.

5.2.2 Perspective d'amélioration

Au vu de ce diagnostic, quelques recommandations pratiques peuvent être formulées afin d'améliorer l'efficacité de la politique de modernisation des moyens de paiement du CPA :

- Renforcer la communication sur les services numériques, en utilisant divers canaux (agences, dépliants, SMS, campagnes sur les réseaux sociaux) afin d'en assurer la visibilité auprès de toutes les catégories de la clientèle.
- Proposer des formations, des guides d'utilisation et des sessions d'accompagnement, en particulier en direction des groupes ayant le plus de difficultés (comme les seniors, certains jeunes, ou certains professionnels), afin de les familiariser avec les outils mis à leur disposition.
- Simplifier certaines procédures techniques, telles que l'activation de la carte Cpay+ ou l'installation de l'application Wimpay, afin d'en faciliter l'accès et l'utilisation.
- Améliorer le service client, en formant le personnel en agence, en développant une ligne d'assistance téléphonique ou en ligne, afin d'offrir une expérience client de qualité, rapide et efficace.
- Assurer une maintenance renforcée des guichets automatiques et des autres dispositifs techniques, afin d'en assurer le bon fonctionnement et de gagner la confiance des usagers.
- La mise en œuvre de ces recommandations contribuera non seulement à accroître le taux d'adoption des services numériques, mais également à améliorer la satisfaction des clients, quelle que soit leur catégorie socioprofessionnelle. Ainsi, le Crédit Populaire d'Algérie sera en mesure d'enclencher une modernisation harmonieuse, renforçant son efficacité opérationnelle, tout en favorisant l'inclusion financière de l'ensemble de la population.

Chapitre 03 : les produits numériques du CPA : Efficacité et limite

Conclusion :

Ce dernier chapitre a constitué une étape essentielle dans l'ancrage concret du travail, en articulant l'analyse institutionnelle, technologique et comportementale autour du cas du Crédit Populaire d'Algérie. En mobilisant à la fois des données internes sur les produits et services de l'organisme, une étude des solutions numériques récemment mises en œuvre, ainsi qu'une enquête de terrain, il a permis de mettre en lumière les dynamiques et les limites de la digitalisation bancaire dans un contexte algérien en mutation.

Les éléments dégagés serviront de base pour envisager des pistes d'amélioration plus ciblées, tout en nourrissant une réflexion plus large sur l'adaptation des institutions financières aux nouveaux usages numériques

Conclusion générale

Au terme de ce mémoire, consacré à la modernisation des moyens de paiement en Algérie et au cas particulier du Crédit Populaire d'Algérie (CPA), il apparaît que le système de paiement a été le théâtre de mutations profondes, portées par le progrès technologique, la volonté des autorités politiques et monétaires, et l'évolution des comportements des citoyens. Cette transformation s'est opérée dans un contexte particulier, marqué par la prédominance des espèces, la faiblesse de la bancarisation, le décalage des infrastructures, et une culture monétaire traditionnellement attachée au cash.

Au cœur de cette dynamique, plusieurs mesures concrètes ont été mises en œuvre pour accompagner cette transition : réforme du cadre réglementaire, mise en place de systèmes de paiement modernes, renforcement de la sécurité des transactions, et encouragement à l'inclusion financière. Les institutions financières, en particulier les banques publiques comme le CPA, ont activement contribué à ce processus en développant de nouveaux services numériques accessibles et sécurisés.

L'étude de cas du CPA, appuyée par une enquête de terrain, a mis en évidence l'efficacité de ces initiatives à travers le lancement de solutions telles que la carte CPay+ et l'application Wimpay Mobile en 2025. Ces outils ont permis de répondre aux attentes des usagers, en termes de simplicité d'utilisation, de rapidité, de sécurité, et d'adaptabilité aux nouveaux modes de consommation. Cette évolution illustre comment une banque publique peut jouer un rôle moteur dans la transformation des usages financiers, même dans un environnement encore marqué par l'usage dominant du numéraire.

Cependant, cette modernisation reste inachevée. Des défis importants persistent, notamment le renforcement des infrastructures numériques, la lutte contre la cybercriminalité, la nécessité de sensibiliser davantage les usagers, et la consolidation de la confiance envers les services bancaires. Les efforts doivent donc se poursuivre, avec une approche coordonnée entre la Banque d'Algérie, le GIE Monétique, la SATIM, les banques commerciales et les pouvoirs publics.

Ainsi, la modernisation des moyens de paiement en Algérie s'affirme non seulement comme une exigence technologique, mais surtout comme un levier stratégique pour l'inclusion financière, la transparence des échanges, et l'adaptation du système économique aux standards internationaux. L'expérience du CPA démontre qu'il est possible d'allier innovation, accessibilité et efficacité, à condition que les efforts soient soutenus, structurés, et accompagnés par une politique claire et inclusive.

Références Bibliographiques

Reference bibliographique

Ouvrages

- Bouyala, R. (2005). *Le monde des paiements*. Revue Banque, coll. Techniques bancaires.
- Piedelievre, S. (2014). *Instruments de crédit et de paiement* (8e éd.). Dalloz.
- Rolland, L.-B. (2008). *Principes de technique bancaire* (21^e éd.). Paris : Dunod.
- Sherif, M. H., & Serhrouchni, A. (1999). *La monnaie électronique : systèmes de paiement sécurisé*. Paris : Eyrolles.
- Banque de France. (2022). *Paiements et infrastructures de marché à l'ère digitale* (1^{re} éd.). Paris : Banque de France.
- Sherif, M. H. (2022). *Paiements électroniques sécurisés* (2^e éd.). Lausanne : Presses Polytechniques et Universitaires Romandes (PPUR).
- Mostafa Hashem Sherif, 2022 *Paiements électroniques sécurisés*, Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, p. 87-89
- Bouchareb, L. (2021). *Économie bancaire et digitalisation en Algérie*. Alger : Éditions Dar El Oumma.

Articles de revues

- Algérie Éco. (2025). *Paiement électronique et paiement mobile en Algérie : les chiffres* .
- Algérie Éco. (2024, 16 septembre). *Cartes virtuelles et sécurité numérique : les banques innovent*.
- APS. (2024, 2 mai). *Les transferts entre particuliers ont plus que doublé en 2024*.
- APS. (2024). *Hausse record des paiements par carte bancaire en 2023*.
- Democraticac. (2021). *Le commerce électronique en Algérie : état des lieux, freins et perspectives*.

Reference bibliographique

- El Watan. (2023, 31 décembre). *Paiement sans contact : Les cartes bancaires passent au NFC.*
- Fatoura. (2025, 9 avril). *Paiement électronique en Algérie : où en est-on en 2025 ?*
- Les Enjeux Économiques. (2024). *Paiement électronique : les chiffres clés en 2024.*
- Les Enjeux Économiques. (2024). *Interopérabilité des paiements mobiles : Switch Mobile en action.*
- L'Actualité Algérie. (2024–2025). *Panorama des paiements électroniques et mobiles en Algérie : les statistiques clés.*
- Viny Business. (2024). *Le paiement mobile chez cinq nouvelles banques dès octobre.*
- Webmanagercenter. (2024). *Tunisie – BCT : 163 millions d'opérations bancaires en 2024.*
- We Are Tech Africa. (2024). *Interopérabilité des paiements mobiles : un projet opérationnel en 2024.*
- Africa Business Intelligence. (2024). *Paiements électroniques et inclusion financière : défis et perspectives en Algérie.*
- Expo 2025. (2023). *Guidelines for Cashless Payment and EXPO 2025 Digital Wallet.*

Mémoires et thèses

- Hamou, N., & Rachedi, A. (2022). *Un aperçu sur le e-commerce en Algérie.* Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed.
- Ameziane, M. (2024). *Fintech, Financial Inclusion and Economic Development : Evidence from MENA Countries* [Thèse de doctorat, Université d'Alger III]. DSpace Université d'Alger III.

Rapports et documents administratifs

- *Document interne.* De Crédit Populaire d'Algérie.
- Riksbank (Banque centrale de Suède). (2023). *Payments in Sweden 2023.* Stockholm: Sveriges Riksbank. Disponible sur : <https://www.riksbank.se>

Reference bibliographie

- Expo 2025. (2023, Novembre). *Guidelines for Cashless Payment and EXPO 2025 Digital Wallet*. Osaka : Bureau de l'Exposition universelle 2025. Disponible sur : <https://www.expo2025.or.jp/en/wp-content/uploads/sites/2/2024/12/GL9-3-2-Guidelines-for-Cashless-Payment-and-EXPO-2025-Digital-Wallet-EN-Nov.2023.pdf>

Textes juridiques

- République Algérienne Démocratique et Populaire. (1990). *Loi n°90-10 relative à la monnaie et au crédit*. Journal Officiel de la République Algérienne.
- République Algérienne Démocratique et Populaire. (2015). *Loi n°15-04 relative à la signature et à la certification électroniques*. Journal Officiel de la République Algérienne.
- République Algérienne Démocratique et Populaire. *Code de commerce* (Titre I, articles 390 à 417 ; Titre II, articles 428 à 436).

Webographie

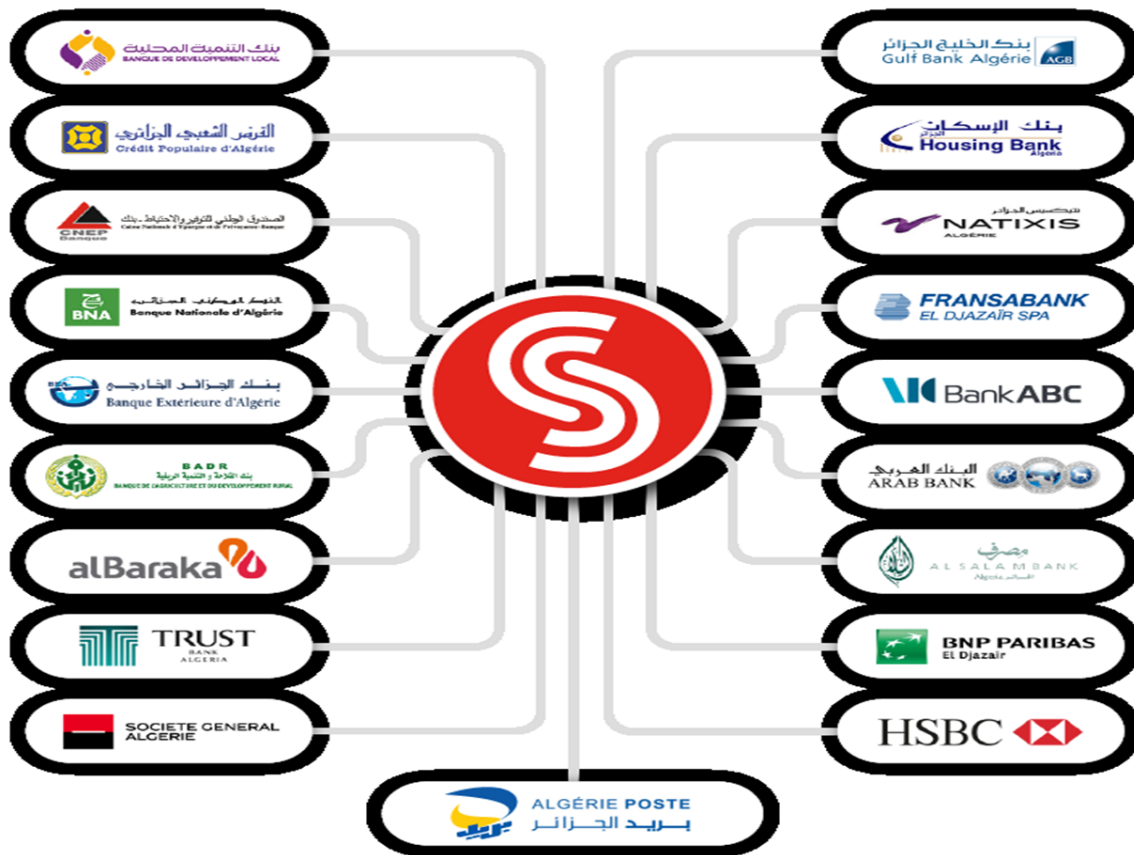
- Banque d'Algérie. (n.d.). *Cadre législatif et réglementaire*. <https://www.bank-of-algeria.dz>
- **L-Expert-Comptable.com**. (2021). *Les différents types de chèques*. <https://www.l-expert-comptable.com/a/53003-les-differents-types-de-cheques.html>
- SATIM. (n.d.). <https://www.satim.dz>
- GIE Monétique. (n.d.). <https://giemonetique.dz>
- Crédit Populaire d'Algérie. (n.d.). <https://www.cpa-bank.dz>
- Algérie Poste. (n.d.). <https://www.poste.dz>
- Service-public.fr. (n.d.). *Le prélèvement bancaire*. <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F20752>
- PayPlug. (n.d.). *Les différents moyens de paiement – Avantages et inconvénients*. <https://www.payplug.com>

Reference bibliographie

- Banque de France. (n.d.). *La deuxième directive sur les services de paiement (DSP2)*. <https://www.banque-france.fr/stabilite-financiere/paiements>
- Banque de France. (n.d.). *Stratégie nationale des moyens de paiement*. <https://www.banque-france.fr>
- SBS Software. (n.d.). *9 facteurs qui affecteront l'avenir des paiements*. <https://sbs-software.com>
- Sextant Monétique. (n.d.). <https://www.sextant-monetique.fr>
- Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (Algérie). (n.d.). <https://www.mesrs.dz>
- Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (Algérie), Site officiel, <https://www.mesrs.dz>

Les Annexes

Annexe n° 01 : La SATIM



Les annexes

Annexe n°2 : L a GIE Monétique



Les annexes

Annexe n°03 : Les différentes cartes CIB de CPA

Carte CIB Classique



Carte CIB Gold



Carte Corpor@te

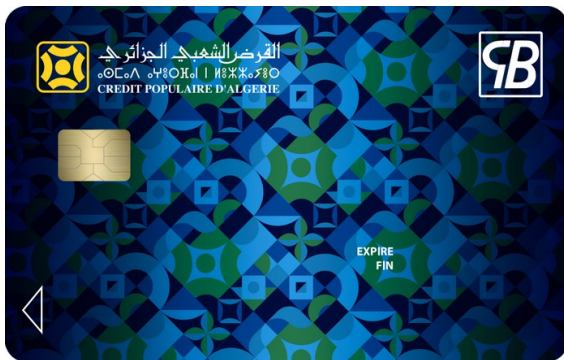


Carte Corpor@te +



Les annexes

Carte Cpaye+



Carte VISA Classic



Carte VISA Gold



Carte CPA Mastercard Platinum

Les annexes



Les annexes



Annexe n°04

UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI DE TIZI OUZOU

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et de Gestion

Questionnaire adressé aux usagers des différents moyens de paiement de la Banque CPA – Agence de Tizi Ouzou

Ce questionnaire s'inscrit dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin d'études de master en Sciences Économiques, intitulé « Modernisation des moyens de paiement à l'ère numérique en Algérie : cas du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) ».

L'objectif de cette enquête est de mieux comprendre le comportement des clients face aux nouveaux services numériques proposés par le CPA, d'évaluer leur niveau d'adoption, leur degré de satisfaction ainsi que les éventuels freins rencontrés. Vos réponses permettront d'enrichir l'analyse empirique de cette étude.

L'anonymat est entièrement garanti : aucune information personnelle permettant de vous identifier ne sera collectée ni utilisée. Ce questionnaire est strictement confidentiel et réservé à des fins de recherche académique.

Nous vous remercions pour votre précieuse collaboration.

c) Profil du répondant

1- **Âge :** Moins de 25 ans 25 à 35 ans 36 à 50 ans Plus de 50 ans

2- **Profession :** Étudiant Employé Commerçant Fonctionnaire Autre

d) Usage des moyens de paiement numériques

1- **Utilisez-vous les services de paiement numériques du CPA ?** Oui Non

2- **Quel service utilisez-vous régulièrement ?** Applications mobile Carte CIB

Paiement en ligne

3- **Êtes-vous satisfait de la facilité d'utilisation de ces cartes ?** Très satisfait Satisfait

Les annexes

- Peu satisfait Pas du tout satisfait

4- Avez-vous rencontré des difficultés avec ces services ?

- Oui (précisez :) Non

c) Nouveaux services numériques : Carte Cpay+ et Application Mobile Wimpay

1- Avez-vous entendu parler des deux nouveaux services lancés par le CPA : la Carte Cpay+ l'application mobile Wimpay ? Oui Non

2- Utilisez-vous l'un de ces deux services ?

- Oui, Carte Cpay+ Oui, l'application mobile Wimpay Oui, les deux
 Non

3- Comment évaluez-vous votre expérience avec ces nouveaux services ?

- Très satisfaisant Satisfaisante Peu satisfaisante Pas du tout satisfaisante

4- Quels sont, selon vous, les principaux avantages de ces nouveaux services ?

- Rapidité des transactions Sécurité renforcée Facilité d'utilisation
 Accessibilité 24/7 Autres

e) Perception de la modernisation

1- Selon vous, la CPA est-elle en retard ou à jour en matière de technologie bancaire ?

- En avance À jour En retard

2- Avez-vous des suggestions pour améliorer les services numériques de CPA ?

- Oui (précisez :) Non

Résumé

Ce mémoire s'intéresse à la modernisation des moyens de paiement en Algérie, en particulier à la transformation des services financiers face à l'essor des technologies numériques. Cette évolution, indispensable dans une économie de plus en plus dématérialisée, répond tant à des nécessités d'efficacité, de transparence et de traçabilité, qu'à des attentes citoyennes en matière d'accessibilité, de simplicité et de sécurité des transactions.

Au cœur de cette réflexion, le cas du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) illustre le rôle des institutions financières dans ce changement. La banque a réussi, en déployant de nouvelles solutions électroniques, notamment Wimpay mobile et la carte Cpay+

, à diversifier ses offres, moderniser ses services, et s'adapter aux comportements d'une population de plus en plus connectée. Cette expérience souligne l'efficacité des initiatives de modernisation, tant sur le plan des transactions que sur celui de l'inclusion de l'ensemble de la population dans le système bancaire formel.

Toutefois, le déploiement de ces moyens de paiement nécessite de surmonter certains obstacles liés au faible taux de bancarisation, à la culture du cash, et aux contraintes réglementaires et techniques. Cette transformation nécessite donc des politiques d'accompagnement, de sensibilisation, d'infrastructures performantes et de formations afin d'en assurer le plein déploiement.

Ainsi, ce mémoire souligne que la modernisation des moyens de paiement en Algérie consiste non seulement en l'adoption de technologies, mais surtout en une véritable transformation sociétale, nécessitant la mobilisation de l'ensemble des acteurs — États, institutions financières, citoyens, afin de rendre le système de paiement plus efficient, inclusif et conforme aux standards internationaux.

ملخص

يتناول هذا العمل دراسة تطور وسائل الدفع في الجزائر في ظل التحولات التكنولوجية والرقمنة التي يشهدها العالم اليوم. هذه التحولات لم تعد خياراً، بل أصبح تطبيقها ضرورة للتنمية الاقتصادية والمالية، نظراً لما توفره من كفاءة في المعاملات، وأمان في التبادلات، وتوفير للتكاليف والجهد.

في هذا السياق، يلعب القرص الشعبي الجزائري دوراً محورياً في عصرنة الخدمات المصرفية. فقد عمل على إطلاق تطبيقات مثل CPA Mobile وCPay Plus لتوفير حلول دفع إلكترونية تتناسب مع التغيرات في المجتمع الجزائري. هذه الخدمات تساعد على تسريع المعاملات، وتحسين سهولة الاستخدام، بالإضافة إلى دمج الأفراد غير المشمولين مصرفياً ضمن القنوات الرسمية للمعاملات النقدية.

غير أن هذه التحولات لم تكن خالية من التحديات، حيث ما تزال نسبة استخدام الخدمات البنكية منخفضة بسبب نقص الثقيف المالي، اعتماد المجتمع على الأوراق النقدية، بالإضافة إلى التحديات التقنية والنظامية التي تؤثر على نشر هذه الخدمات على نطاقٍ واسع.

هكذا يتضح أن عصرنة وسائل الدفع في الجزائر ليست مجرد تغيير تقني، بل هي تحول اجتماعي واقتصادي يتطلب تعاون السلطات والمؤسسات المالية وكافة الفاعلين لضمان خلق نظام مدفوعات أكثر كفاءة، شمولية وأماناً يتماشى مع المعايير المعمول بها دولياً ويخدم الأهداف التنموية في البلاد.

Abstract

This master's thesis focuses on the modernization of payment methods in Algeria in the context of a global digital transformation. The ongoing change is not only a technological trend but a strategic necessity to align financial services with the efficiency, transparency, and financial inclusion demanded by a rapidly evolving society.

At the center of this transformation is the Crédit Populaire d'Algérie (CPA), which has implemented a range of innovative solutions, notably CPA Mobile and CPay Plus, to enhance service delivery, facilitate transactions, and meet the growing expectations of its customers. The case of CPA demonstrates how a traditional bank can successfully innovate and adapt to a digital environment, modernizing its services while extending financial access to a wider population.

However, this transformation faces numerous obstacles, including low banking penetration, a persistent dependence on cash transactions, and technological and regulatory constraints. To realize the full potential of this change, it is essential to implement comprehensive policies, education campaigns, and robust infrastructures that collectively foster the adoption of digital payments across all segments of society.

Ultimately, this thesis underscores that modernizing payments in Algeria is more than just a technical process; it is a societal transformation that requires the collaborative effort of regulators, financial institutions, and citizens. Such a transformation promises a more efficient, inclusive, and secure financial system, contributing to the country's economic development and financial stability.

