

REPUBLIQUE ALGERINNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRES
MINISTERE DE L'ENSEINGENEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENIFIQUE



UNIVERSITE MOULOUD MAMMERIE DE TIZI-OUZOU FACULTE DES
SCIENCES ECONOMIQUES,
COMMERCIALES ET DE SCIENCE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES
COMMERCAILES
Spécialité : Commerce et Finance

Mémoire de fin d'études

En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences commerciales

Thème

Analyse de l'état des lieux de la transformation digitale dans le
secteur bancaire algérien :

Cas de la BNA

Réalisé par :

MOUFFOK Fatma-Celia

KERKACHE Ouardia

Rapporteur :

Mme BELGAID Lynda

Devant le jury composés de :

Présidente : Mme OUCHALAL Houria, MCA, UMMTO

Examinatrice : Mme DAHMOUNE Fatiha, MAA, UMMTO

Rapporteur : Mme BELGAID Lynda, MCA, UMMTO

Promotion :2024/2025

Remerciements

Nous remercions tous, d'abord le bon dieu qui nous a données courage et volonté pour réaliser ce modeste travail.

Nos remerciements les plus sincères vont à toute personne ayant eu la santé et la patience de satisfaire notre curiosité et de nous aider dans notre travail par leurs précieux conseils, réponses et recommandation.

A notre encadrant, Mme BELGAID, nous adressons notre plus profonde reconnaissance pour son bon encadrement et pour les conseils fructueux qu'elle n'a cessé de nous prodiguer.

Nous devons chaque bride de notre connaissance à nos enseignants de l'université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, département science commerciale qui ont si bien mené leur noble quête d'enseigner les bases de notre domaine. Nous les remercions non seulement pour le savoir qu'ils nous ont transmis, mais aussi pour la fierté et l'ambition que leurs personnes nous aspirent.

Que mesdames, messieurs les membres du jury trouvent ici l'expression de notre reconnaissance pour avoir accepté d'évaluer notre travail.

Et toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin au bon déroulement de ce travail, qu'elles voient en ces mots l'expression de notre gratitude pour leur présence, pour leur dévouement et pour l'aide inestimable qu'elles nous ont apportées tout au long de ce parcours.

Un petit bout de chemin certes, mais un grand enrichissement.

Dédicaces

Pour que ma réussite soit complète je la partage avec toutes les personnes que j'aime, je dédie
ce modeste travail à

La plus belle perle du monde... ma tendre mère. Merci ma chère maman pour avoir été à mes
côtés en toute épreuve que j'ai traversés, de m'avoir encouragé. Que dieu te protège et te garde
pour moi

À mon très cher père, pour son encouragement, son soutien et la confiance qu'il m'a accordé.
Je te remercie du fond du cœur pour tout ce que tu as fait pour moi. Que dieu vous procure
santé et longue vie.

À mes chères frères MOUHAMED, MASSINISSA, RACHID et JUGURTHA.

À mes chères sœurs SAMIA, SABRINA, THINHINANE et KENZA.

À ma cher copine LYNDA.M.

À mes amis et tous qui sont proches de mon cœur.

Sans oublier ma chère binôme FATEMA-CELIA, avec qui j'avais l'immense plaisir de
partager ce travail.

O U A R D I A

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

A ma chère mère,

Quoi que je fasse ou je dise, je ne saurai point te remercier comme il se doit. Ton affection me
Couvre, ta bienveillance me guide et ta présence à mes côtés a toujours été ma source de force

Pour affronter les différents obstacles

A mon cher père,

Qui a fait de moi la femme d'aujourd'hui, dont le mérite lui revient pour ses sacrifices et ses

Qualités humaines qui m'ont permis de vivre ce jour

A mes chères sœurs et mon cher frère

Pour leur soutien moral et leurs conseils précieux tout au long de mes études.

A ma chère binôme, Ouardia

Pour son entente, sa sympathie et ses efforts fournis tout au long du projet

A mes chers ami (e)s

Pour leurs aides et supports dans les moments difficiles.

A toute ma famille,

A tous mes autres ami(e)s,

A tous ceux que j'aime et ceux qui m'aiment.

Fatma Gesia

Sommaire

Sommaire

Remerciement

Dédicace

Liste des illustrations

Introduction générale 02

Chapitre 01. Cadre conceptuel de la digitalisation dans le secteur bancaire.....

Introduction 07

Section 01 : Notion clés sur la digitalisation 08

Section 02 : Présentation de la banque 16

Section 03 : L'évolution de la transformation digitale 26

Section 04 : Les enjeux de la digitalisation bancaire et son apport à la performance du secteur bancaire 31

Conclusion.....39

Chapitre 02. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire

Algérien.....

Introduction 41

Section 01 : Présentation de secteur bancaire algérien.....42

Section 02 : L'évolution de la digitalisation dans le secteur bancaire algérien57

Section 03 : Les obstacles et les défis de la digitalisation et les solutions à promouvoir 68

Conclusion.....75

Chapitre 03. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda).....

Introduction 77

Section 01 : Présentation de la Banque Nationale d'Algérie BNA..... 78

Section 02 : Les moyens de paiements digitaux au sein de la Banque National87

Section 03 : Analyse quantitative de l'évolution des moyens de paiement digitaux au sien de la BNA 97

Section 04 : Présentation et analyse des résultats du guide d'entretien..... 101

Conclusion..... 107

Conclusion générale..... 109

Références bibliographique.

Annexes.

Table de métiers.

Liste des figures

La figure	Le titre	Page
Figure 01.	Les étapes de la transformation digitale	13
Figure 02.	Les caractéristiques de Big Data	14
Figure 03.	Les typologies des banques	17
Figure 04.	Les fonctions de la banque centrale	18
Figure 05.	Les activités des banques commerciales	19
Figure 06	Evolution de nombre de TPE durant la période 2008-2017	65
Figure 07.	Evolution de nombre de DAB et le GAB durant la période 2008-2017	66
Figure 08.	L'organigramme de la banque nationale d'Algérie	81
Figure 09	L'organigramme de l'agence n°584 de DBK	86
Figure 10.	Représentation graphique d'abonnement au E-Banking	98
Figure 11.	Représentation graphique d'abonnement WIMPAY	99
Figure12.	Représentation graphique de nombre de carte CIB distribuée	100

Liste des tableaux

Tableau n°	Titre	Page
Tableaux 01	Evolution du nombre d'abonnements au E-Banking au sein de la BNA (2017-2024)	97
Tableaux 02.	Evolution du nombre d'abonnements au WIMPAY au sein de la BNA (2021-2024)	99
Tableaux 3.	Evolution du nombre des cartes CIB au sein de la BNA (2017-2024)	100

Liste des abréviations

Abréviation	Signification
ABC-Algérie	Arab Banking Corporation-Algéria
ABEF	Association professionnelle des banques et établissements financiers
ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
ADE	Algérienne des Eaux
AGB	Gulf Bank Algérie
ALC	Arab Leasing Corporation
ARPA	Advanced Research Projects Agency
BADR	Banque de l'Agriculture et de Développement Rural
BCIA	Banque pour le Commerce et l'Industrie de l'Algérie
BEA	Banque Extérieure d'Algérie
BDL	Banque de Développement Locale
BNA	Banque Nationale d'Algérie

CA	Cetelem Algérie
CAAR	Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance
CAD	Caisse Algérienne de Développement
CCMAR	Caisse Mutuelle Agricole de Retraite
CCMSA	Caisse Centrale des Mutuelles Sociales Agricoles
CCP	Comptes Courants Postaux
CEDA	Caisse d'Équipement et de Développement de l'Algérie
CIB	Carte Interbancaire
CMC	Conseil de la Monnaie et du Crédit
CNMA	Caisse Nationale de Mutualité Agricole
COMI	Comité Monétique Interbancaire
CPA	Crédit Populaire Algérien
CRM	Customer Relationship Management
DAB	Distributeur Automatique de Billets
DBK	Draa Ben Kheda
DRE	Directions Régionales
EDI	Échange de Données Informatisé
EMV	Europay Mastercard Visa
ERP	Enterprise Resource Planning
GAB	Guichet Automatique Bancaire
GRH	Gestion des Ressources Humaines
IA	Intelligence Artificielle
IoT (Lot)	Internet des Objets
MLA	Maghreb Leasing Algérie
OTP	One Time Password
PME	Petite et Moyenne Entreprise
QR	Codes-barres intelligents
RIB	Relevé d'Identité Bancaire
RMI	Réseau Monétaire Interbancaire
SATIM	Société de Transactions Interbancaires et d'Automatisation Bancaire Électronique
SGA	Société Générale Algérie

SNL	Société Nationale de Leasing-Spa
SRH	Société de Refinancement Hypothécaire
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication
TPE	Terminaux de Paiement Électronique

Introduction générale

Introduction générale

Dans un contexte mondial marqué par l'évolution rapide des technologies numériques, le secteur bancaire traverse une phase de transformation structurelle et profonde, tant au niveau de ses processus internes que de ses services offerts à la clientèle. L'intégration du digital dans les opérations bancaires ne se limite plus à une simple automatisation des tâches ; elle redéfinit désormais la manière même dont les banques conçoivent, produisent et délivrent leurs produits et services. Ce tournant technologique, impulsé par l'émergence de la fintech, l'intelligence artificielle, la blockchain ou encore les applications mobiles, impose aux banques traditionnelles une adaptation continue, sous peine de voir leur modèle économique fragilisé par une concurrence plus agile et innovante.

En Algérie, cette transition numérique constitue un enjeu stratégique majeur dans un paysage bancaire longtemps caractérisé par des processus encore largement manuels, des files d'attente chroniques et une faible bancarisation numérique de la population. Conscients de cette réalité, les pouvoirs publics et les autorités monétaires, à l'instar de la Banque d'Algérie, ont amorcé ces dernières années une série de réformes pour favoriser la digitalisation du secteur. Parmi les leviers activés figurent l'encadrement réglementaire des paiements électroniques, la promotion de l'interopérabilité entre banques, le développement du paiement mobile, ou encore l'ouverture progressive à la fintech.

Pour les établissements bancaires algériens, l'enjeu est double : d'une part, moderniser leur fonctionnement interne pour accroître la productivité, sécuriser les opérations et optimiser les coûts ; d'autre part, répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée, exigeante en matière de rapidité, d'accessibilité et de transparence. Le développement des services en ligne, des applications bancaires, des automates intelligents ou encore de l'assistance virtuelle transforme ainsi la relation client, qui tend à devenir plus personnalisée, interactive et multicanale.

Cependant, cette dynamique de modernisation s'accompagne également de nouveaux défis : la sécurité des données, la cybersécurité, la gestion du changement organisationnel, la formation des ressources humaines, et l'adaptation aux nouvelles réglementations. Le succès de la transformation digitale repose donc sur une vision stratégique claire, une gouvernance technologique adaptée, et une culture d'innovation intégrée au cœur des pratiques managériales.

Objet et objectif

Ce mémoire s'intéresse à la digitalisation bancaire en Algérie et au cas spécifique de la BNA Banque agence numéro 584 de Draa Ben Khedda. Il vise à étudier l'impact de cette transformation numérique sur l'organisation interne et les pratiques des établissements bancaires. L'objectif centrale est de comprendre de quelle manière les banques Algériennes adaptent les outils numériques afin d'optimiser leur performance, d'offrir des services innovants et de renforcer leur compétitivité dans un marché en pleine évolution.

Les objectifs de notre recherche visent à d'étudier le développement de la transformation digitale dans le secteur bancaire Algérienne. Les principaux objectifs de cette recherche sont

- Évaluer l'état d'avancement de la transformation digitale au sein de l'agence BNA de Draâ Ben Khedda numéro 584, en identifiant les outils numériques mis en place, les changements organisationnels effectués et les progrès réalisés.
- Analyser les obstacles rencontrés dans le processus de digitalisation, notamment en ce qui concerne les infrastructures, la formation du personnel et la résistance au changement.

❖ Problématique

Face au développement de la transformation digitale dans le secteur bancaire, notamment en Algérie, et compte tenu de l'objectif assigné au présent travail de recherche, nous proposons d'analyser la question fondamentale suivante :

« Comment la digitalisation change-t-elle le fonctionnement interne, les services offerts et la relation avec les clients dans les banques algériennes, en particulier à la Banque Nationale d'Algérie (BNA), et quels sont les principaux défis et les enjeux rencontrés ? »

❖ Méthodologie de la recherche

Pour analyser notre problématique de recherche, nous avons adopté une méthodologie en trois volets :

- Premièrement, une démarche théorique basée sur une recherche bibliographique. Dans ce cadre, nous avons mené une recherche documentaire approfondie, en consultant divers ouvrages et supports tels que des dictionnaires, des mémoires, des revues spécialisées ainsi que des sites internet, afin de recueillir un maximum d'informations pertinentes pour notre travail.

- Deuxièmement, nous avons réalisé une étude empirique centrée sur un cas concret, à savoir la banque BNA (agence 384), qui constitue la première partie de notre partie pratique.
- Dans le troisième volet et le dernier, qui constitue la deuxième partie de notre étude empirique, nous avons réalisé un guide d'entretien qui nous a permis de collecter des informations sur l'état de la transformation digitale au sein de la BNA de la part des employés en relation avec le processus de digitalisation au sein de l'institutions.

❖ **Structure de la recherche**

Notre mémoire est structuré en trois chapitres fondamentaux :

Le premier chapitre explore le cadre conceptuel de la digitalisation dans le secteur bancaire. Il débute par la définition des notions clés telles que le digital, la digitalisation, la numérisation et la transformation digitale, tout en distinguant clairement ces concepts. Ensuite, il présente les caractéristiques du secteur bancaire à travers une définition générale de la banque, ses différentes typologies (commerciale, centrale, d'investissement, islamique, numérique...), ainsi que ses fonctions et les risques auxquels elle est exposée. Le chapitre poursuit avec une analyse de l'évolution de la transformation digitale, retraçant les grandes étapes technologiques (TIC, Internet, mobile, IA...) et les outils utilisés (logiciels métiers, applications mobiles, sites web...). Enfin, il examine les atouts, les limites et les enjeux de la digitalisation bancaire, en mettant en évidence ses bénéfices pour les banques et les clients, mais aussi les défis liés à la sécurité, à l'emploi, à la réglementation et à l'inclusion financière.

Le deuxième chapitre consiste à analyser l'état actuel de la transformation digitale dans le secteur bancaire algérien. Il débute par une présentation de secteur bancaire Algérienne de 1960 jusqu'à aujourd'hui, ensuite il a développé la structure de système des banques en Algérie. Par suit le chapitre aborder l'évolution de la digitalisation dans le secteur bancaire algérienne telle que les produits et les services numérique (les cartes, le TPE, le DAB) , et la relation qui existe entre la digitalisation et la performance bancaire. Enfin comme dernier point, ce chapitre développer les obstacles et les défis de la digitalisation et aussi proposer quelque solution pour ces obstacles.

Le troisième chapitre, se focalise sur la banque nationale d'Algérie BNA. Nous allons présenter la BNA en général, son histoire, ses missions et son rôle dans l'économie du pays. Ensuite, est abordé l'agence de Draâ Ben Khedda numéro 584 où nous avons fait notre stage pratique. Par

la suite, nous étudions les moyens de paiement numériques proposés par la BNA, à l'instar du service e-Banking, de l'application BN@tic, le système WIMPAY-BNA et les cartes CIB. Enfin est élaboré un guide d'entretien, ayant visé à comprendre comment la BNA s'adapte aux nouvelles exigences numériques, quels sont les outils et dispositifs mis en place, quelles difficultés rencontre-t-elle, et quelles solutions envisage-t-elle pour accompagner et renforcer cette transformation.

Chapitre 01 :

Cadre conceptuel de la digitalisation dans le secteur bancaire

Introduction

Le secteur bancaire a connu une véritable métamorphose grâce aux avancées technologiques. Ces dernières ont profondément modifié les stratégies de distribution dans le monde de la finance. La digitalisation pousse les banques à repenser leurs approches pour atteindre une clientèle désormais habituée aux standards du numérique : disponibilité permanente, grande flexibilité et personnalisation accrue.

Ce chapitre pose les bases de la digitalisation du secteur bancaire. Nous abordons d'abord les généralités de ce concept, puis explorons la transformation digitale en détail, incluant les technologies émergentes et les stratégies d'adaptation. Enfin, on met en lumière les atouts et les enjeux de cette digitalisation, tels que les bénéfices potentiels et les défis à relever.

Section 01. Notions clés sur la digitalisation

La digitalisation révolutionne le secteur bancaire algérien en réponse aux avancées technologiques et aux nouvelles attentes des clients. Elle permet d'améliorer l'efficacité, d'offrir des services innovants et de renforcer la relation client.

Dans cette section on va aborder l'aspect conceptuel de quelques éléments de notre étude telles que : le digitale, la digitalisation, la numérisation, la transformation digitale, la banque, la banque à distance ...etc.

1. Définition des concepts clés

Cette partie a pour objectif d'éclairer les concepts clés liés à la digitalisation

1.1. Le digital

Le digital est un concept très vague qui s'appuie sur les récentes technologies (internet, social technologies), il s'intéresse à toutes les disciplines (technologie, stratégie, marketing et Communication...) touche plusieurs domaines et introduit une culture qui l'accompagne.

Le mot « digital », en français, vient du mot latin digitus (doigt). Il s'agit de tout ce qui nécessite l'utilisation des doigts ; comme compter avec un boulier par exemple. Par extension, les supports virtuels qui requièrent l'utilisation des doigts, les claviers ou les écrans tactiles ont été classés parmi les supports digitaux (BELEVAUX Bertrand, 2018).¹

1.2. La digitalisation

Selon le glossaire de Gartner (2022) la digitalisation est « l'utilisation des technologies numériques pour modifier un modèle d'entreprise et fournir de nouvelles opportunités de revenus et de production de valeur. C'est le processus de passage à une entreprise digitale.»²

Selon Vial (2019), « La digitalisation consiste à intégrer pleinement les technologies digitales dans l'ensemble des activités de l'entreprise en passant par l'utilisation des Smartphones comme outil de travail. Mais quand on en parle de la transformation digitale, on va au-delà du concept de ces nouvelles technologies puisque on touche carrément et directement tous les

¹ BELVAUX Bertrand, NOTEBAERT Jean-François (2018). « Crosscanal et Omnicanal ». 2ème Edition. Malakoff. Paris: Dunod, P12.

² Gartner, 22 juillet 2022, digitalization, CRC Press, Floride USA, page 03.

aspects de l'entreprise. Donc, elle désigne les changements associés à l'intégration des technologies digitales dans toutes les activités et métiers des organisations. »³

Et toujours selon Vial (2019), la transformation digitale est « un processus qui vise à améliorer une entité en déclenchant des changements significatifs de technologies de l'information, de l'informatique, de la communication et de la connectivité ». ⁴

Autrement-dit digitalisation consiste donc en la modification des processus à l'aide d'outils digitaux vers une numérisation croissante des procédés. Elle touche donc tous les cœurs de métier, avec un degré plus ou moins avancé. Mais ce processus de transformation digitale ou numérique n'est pas à minimiser. Il est nécessaire d'étudier correctement ces mécanismes pour les appliquer avec prudence.

1.3. La numérisation

La numérisation désigne le processus de conversion d'informations analogiques (comme des documents papier, des images, des sons ou des vidéos) en données numériques, c'est-à-dire en une série de bits (0 et 1) pouvant être traitées par un ordinateur. Ce processus est essentiel dans de nombreux domaines, notamment pour l'archivage, la diffusion et le traitement de l'information.

➤ La différence entre la digitalisation et la numérisation

Il existe une confusion entre la notion de numérisation et la notion de digitalisation, alors il semble nécessaire de bien comprendre et faire la différence entre les deux concepts.

Selon Dudézert (2019), « la digitalisation concerne l'utilisateur dans son expérience aux technologies, ces outils qui nous obéissent au doigt et à l'œil et nous permettent de développer des nouvelles pratiques de travail du bout des doigts ». ⁵

Pour la numérisation, elle concerne les technologies et les processus techniques qui soutiennent la digitalisation. Patrick Varenne (2020) a comparé les deux concepts : « la numérisation consiste à archiver et à stocker des documents dans un format numérique, puis à réutiliser ces documents au sein d'une Gestion Electronique de Document ou encore de Programmes de Gestion Intégrée ». Alors que « la digitalisation est caractérisée par la transformation de

³ VIAL (2019). « Under standing digital transformation : A review and a research agenda ». Journal of strategic information systems review. P 9.

⁴ Idem. P 9.

⁵ Berchi, Jihane, Fairouz Naji, and Hayat Barakate. "The Digital Transformation of the HR Function: A New Chapter in the Era of Covid-19." Journal of Business and Management Studies 5.5 (2023), P 39

l'organisation et sa maturité digitale, combinaison qui lui permet de transformer son modèle d'affaires ». Donc, la digitalisation est le processus de transition d'une entreprise classique vers une entreprise digitale, alors que la numérisation concerne le processus de transformation des documents au format numérique.⁶

Bien que les différences entrent « digital » et « numérique » soient parfois subtiles, il est évident qu'elles ne sont pas en contradiction. En vérité, ils sont interconnectés : le digital qui comprend les utilisations et les expériences, repose essentiellement sur le numérique, qui incarne les technologies et les infrastructures sous-jacentes. Par conséquent, le numérique est le socle sur lequel le digital se construit et se développe.

1.4. La transformation digitale et ses étapes

1.4.1. Définition de la transformation digitale

Selon Schwertner 2017, la transformation digitale est « l'application de la technologie pour créer de nouveaux modèles d'affaires, processus, logiciels et systèmes qui se traduisent par des revenus plus rentables, un avantage concurrentiel accru et une plus grande efficacité ».

L'OCDE en 2018 évoque l'aspect socio-économique de la transformation numérique en proposant une définition bien différente comparée à ses prédécesseurs « La transformation numérique fait référence aux effets économiques et sociétaux de la numérisation qui est la conversion de données et de processus analogiques en un format lisible par machine. La numérisation est l'utilisation des technologies et des données numériques ainsi que leur interconnexion. Qui donne lieu à de nouvelles activités ou à des changements aux activités existantes » (OCDE, 2018).

Pour, Luis M. Camarinha-Matos et al., 2019, la notion de transformation digitale, « englobe l'adoption et l'intégration de diverses variétés de nouvelles technologies de l'information et de la communication pour le développement de solutions plus efficaces, plus flexibles, plus agiles et plus durables pour les systèmes industriels. Outre la technologie, ce processus implique

⁶ ERRAGZI, Fadwa, and Ouissal ELABBASSI. "La transformation digitale et la résilience organisationnelle Dans le secteur public marocain." *International Journal of Economic Studies and Management(IJESM)* 42, (2024), P213

également de nouvelles formes d'organisation et conduit à de nouveaux modèles d'entreprise ».⁷

Derridj et Amiar (2020) mettent en avant que la transformation digitale du secteur bancaire ne s'est pas faite par hasard. Des éléments et des facteurs ont suscité, cette intégration du numérique au sein de l'activité quotidienne de la banque. Ils indiquent aussi que ces facteurs sont d'ordre social, économique et technologique. Social en prenant compte les nouveaux codes des consommateurs à l'ère digitale. Economique pour la forte concurrence qu'entraîne la digitalisation. Technologique pour les avancées de plus en plus sophistiquées dans le domaine de la finance en général, en faisant référence à la Fintech.

Bien que les définitions de la transformation digitale divergent légèrement entre les auteurs, en raison de sa nature récente et des approches variées, un consensus émerge. La transformation numérique est essentiellement un processus d'intégration des technologies numériques dans l'ensemble des activités d'une entreprise, représentant un changement ou une innovation majeure.

1.4.2. Les étapes de la transformation digitale

La transformation digitale d'une entreprise passe par plusieurs étapes clés, telles que l'évaluation de sa maturité technologique, la définition d'une stratégie claire, la formation des collaborateurs, et l'adoption d'une démarche "test & learn".

➤ Évaluer le degré de maturité de l'entreprise

Il s'agit tout d'abord de réaliser un audit, un diagnostic de la situation de l'entreprise par rapport à sa maîtrise des technologies. Il s'agit donc de répondre à quelques questions : comment fonctionne l'entreprise, quels sont les outils ? Qui les utilise ou les maîtrise ? Quelle est notre satisfaction client ? Notre chaîne de valeur est-elle optimale ? Il s'agit donc de brosser le portrait détaillé de la situation vis-à-vis des trois dimensions évoquées plus haut.

⁷BRAHAMI Mohammed Amine, BELGHABA Mohamed Arslane Akram. « Transformation Digitale et Usage du Numérique : quel engagement des entreprises algériennes ? Digital Transformation and Digital Usage : what commitment from Algerian companies? ». Journal Of Economics And Management. Volume : 06 / N°: 01 (2022), p 01-15.

➤ **Définir une stratégie digitale à partir d'objectifs clairs**

Il s'agit également de définir clairement la stratégie digitale et les objectifs que l'on souhaite atteindre à travers sa mise en œuvre. L'implication des dirigeants à ce stade est essentielle. Ce sont eux qui donnent l'impulsion, la vision, la trajectoire que l'entreprise doit prendre.

➤ **Sensibiliser et former les collaborateurs**

L'humain doit être le moteur qui impulse l'innovation et la transformation numérique. Dans ce cadre, il est essentiel que les salariés de l'entreprise soient impliqués dans ce processus de transformation. Il s'agit à la fois de lever la résistance au changement mais aussi de recueillir le sentiment des collaborateurs pour pouvoir les accompagner et les impliquer concrètement dans le projet de transformation digitale.

➤ **Adopter une démarche « test & learn »**

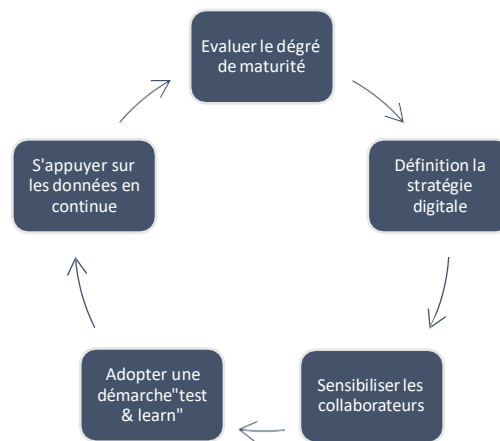
Introduction à la gestion, Denis Chabault, AUNEGe, CC – BY NC ND La transformation digitale étant par nature incertaine, itérative et continue, il est essentiel de mettre en œuvre des processus permettant d'avoir un retour en continu sur les acquis assimilés et les axes d'amélioration, afin d'apporter des correctifs et des évolutions en continu sur les processus, les outils, etc. En fonctionnant par itérations et en faisant des points réguliers, il sera possible d'améliorer certaines pratiques, certains usages et perfectionner dans le temps la transformation digitale.

➤ **Utiliser les données au service de l'expérience client**

Pour réussir la transformation digitale, il est nécessaire de déployer les technologies du numérique au service de l'expérience des clients (site internet, emails, réseaux sociaux, chatbot, etc.). Cette stratégie dite « customer centric » va de pair avec l'analyse des données qui se révéleront indispensables pour la mise en place et l'optimisation de la transformation digitale.⁸

⁸ Denis Chabault. Introduction à la gestion La transformation digitale. L'Université Paris Saclay, l'Université Numérique en Économie Gestion. P.7,8

Figure 01.les étapes de la transformation digitale



Source. Élaborée par nous-même

1.5. Le Big Data

Le terme Big Data est très utilisé aujourd'hui, mais contrairement aux données traditionnelles, il désigne de très grands ensembles de données qui continuent de croître et qui sont composés de différents types de formats : des données structurées, non structurées et semi-structurées. À cause de cette complexité, il faut des technologies puissantes et des algorithmes avancés pour les traiter. Les outils classiques de Business Intelligence, qui sont souvent statiques, ne sont plus adaptés pour gérer ce type de données.

Le Big Data, qui signifie littéralement « grosses données », est un terme anglais utilisé pour parler de volumes de données tellement importants qu'il est difficile de les manipuler avec les outils traditionnels de gestion de bases de données. C'est donc un ensemble de technologies, d'architectures, d'outils et de méthodes qui permettent à une organisation de collecter, traiter et analyser rapidement de grandes quantités de données variées et changeantes, afin d'en extraire des informations utiles, tout en maîtrisant les coûts.

➤ Les caractéristiques du big data ⁹

Traditionnellement, nous caractérisons le big data par trois facteurs : la variété, le volume et la vitesse, les « trois V ». Cependant, deux V supplémentaires ont vu le jour ces dernières années : la valeur et la véracité.

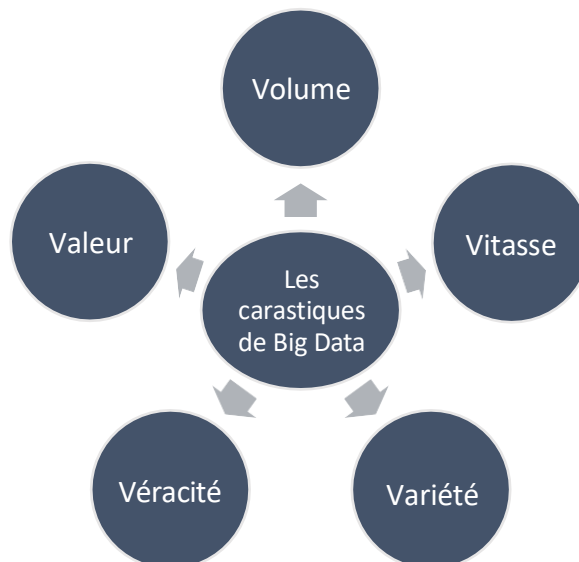
Ces ajouts ont du sens parce qu'aujourd'hui, les données sont devenues capitales. Pensez à certaines des plus grandes entreprises de technologie du monde. De nombreux produits qu'ils

⁹ <https://www.oracle.com/fr/big-data/what-is-big-data/> consulte le 21/05/2025 à 22h

proposent sont basés sur leurs données, qu'ils analysent en permanence pour produire plus d'efficacité et développer de nouvelles initiatives. Le succès dépend des cinq V.

- **Volume** : Il s'agit de la quantité énorme de données à gérer. Ces données peuvent venir de différentes sources comme les réseaux sociaux, les clics sur un site web, ou des capteurs. Certaines entreprises doivent traiter des dizaines, voire des centaines de téraoctets ou pétaoctets de données.¹⁰
- **Vitesse** : Les données arrivent très rapidement et doivent souvent être traitées en temps réel ou presque, pour pouvoir réagir vite. Par exemple, certains appareils connectés envoient des informations en continu qu'il faut analyser rapidement.¹¹
- **Variété** : Les données ne sont pas toutes du même type. Il y a des données bien organisées (structurées) comme dans les bases de données classiques, mais aussi des données non structurées comme des textes, des images, des vidéos ou des sons, qui demandent plus de travail pour être comprises.¹²
- **Véracité** : C'est la confiance qu'on peut avoir dans la qualité et la fiabilité des données. Si les données sont fausses ou incomplètes, les analyses ne seront pas bonnes.
- **Valeur** : Les données ont une valeur seulement si on arrive à en tirer des informations utiles. Par exemple, elles peuvent aider à améliorer les processus internes d'une entreprise ou à mieux comprendre les clients.

Figure 02. Les caractéristiques de Big Data



Source. Elabore par nous même

¹⁰<https://www.oracle.com/fr/big-data/what-is-big-data/> consulte le 21/05/2025 à 22h.

¹¹ Idem

¹² Idem

1.6. L'intelligence artificielle (IA)¹³

D'après John McCarthy (1950), qui est un des premiers à avoir travaillé sur ce sujet, l'intelligence artificielle (IA) c'est « la science et la technique pour fabriquer des machines intelligentes ». L'IA, c'est un domaine de l'informatique qui essaie de créer des systèmes capables de faire des choses que normalement, seuls les humains intelligents peuvent faire.

Néanmoins l'IA, c'est un concept assez large et compliqué à définir clairement parce que ça change tout le temps et ça touche à plein de choses différentes. Par exemple, ça peut être des algorithmes simples comme ceux que Netflix utilise pour te conseiller des films, ou alors des systèmes très avancés comme les voitures qui se conduisent toutes seules, comme celles de Tesla. Cette grande variété rend l'IA intéressante, mais aussi un peu difficile à comprendre, et sa définition évolue au fur et à mesure que la technologie avance.

¹³ <https://datascientest.com/intelligence-artificielle-definition> consulte le 21/05/2025 à 23h54

Section 02. Présentation de la banque

Les institutions bancaires occupent une place centrale dans notre vie quotidienne, bien que leur rôle profond soit souvent méconnu. Cette section a pour objectif de clarifier ce qu'est une banque, de retracer brièvement son origine et d'expliquer ses fonctions principales. Nous distinguerons ensuite les différents types de banques, banque centrale, banque commerciale, banque d'investissement, ainsi que les banques en ligne, dont l'essor est notable ces dernières années, en précisant leurs spécificités respectives. Enfin, une attention particulière sera portée aux principaux risques auxquels les banques sont exposées, ainsi qu'aux mécanismes mis en place pour y faire face. Cette présentation vise à offrir une compréhension globale, rigoureuse et synthétique du secteur bancaire, afin de mieux en saisir l'importance économique et sociale.

1. Définition de la banque

L'origine du mot remonte au XVI^{ème} siècle, le mot banque ou « bank » provient du german, mais aussi d'une manière indirecte de l'ancien italien « banco », qui désignait une table sous forme de comptoir sur laquelle s'asseyaient les échangeurs en plein public pour prêter de l'argent contre des intérêts, échanger les monnaies des autres pays, et généralement faire le commerce de l'argent. Les premiers banquiers de cette époque sont les changeurs. Au 11^{ème} siècle, les Lombards introduisent de nouvelles techniques financières et marquent l'histoire de la banque.¹⁴

Selon la loi n° 00-10 du 20 février 2000 relative à la monnaie et au crédit, une banque est "un établissement financier qui a pour activité habituelle de recevoir des fonds du public, sous forme de dépôts ou d'autres instruments assimilables, et de les employer, pour son propre compte ou pour le compte de ses clients, en opérations de crédit ou en placements.

On peut définir la banque comme étant « un intermédiaire financier spécifiques dans la mesure où sa fonction traditionnelle est d'octroyer des crédits et de collecter des dépôts » (SCIALOM L, 2007, p11). En générale elle effectue cette activité grâce à un réseau d'agences implantées sur le territoire national.

La banque aussi est une institution financière qui fournit des services bancaires, soit notamment de dépôt, de crédit et paiement et joue un rôle d'intermédiaire entre les agents économiques.

¹⁴ MONNET, P. (2007). Technique bancaire-historique, Paris, P02.

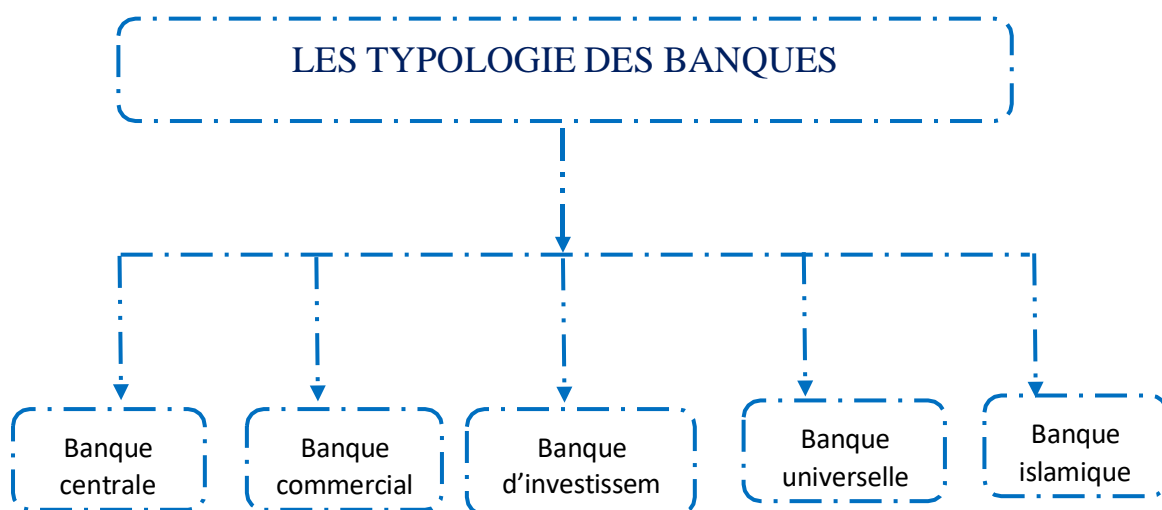
Elle a pour principale mission de relier entre le trésor public et les entreprises publiques. (MISHKIN Frédéric, 2010).

Autrement-dit une banque est une institution financière essentielle qui collecte l'épargne, accorde des prêts et met à la disposition des clients des moyens de paiement. Bien encadrée, elle est un puissant levier de développement économique, mal encadré, l'activité bancaire est source d'instabilités et de crises.

2. Les types des banques

Le secteur bancaire algérien est composé d'une variété d'institutions financières, chacune jouant un rôle distinct dans l'économie et répondant aux besoins financiers spécifiques des individus et des entreprises. Connaître les différents types de banques et d'institutions financières vous permettra de choisir celle qui correspond le mieux à vos besoins et attentes.

Figure 03. Les typologies des banques.



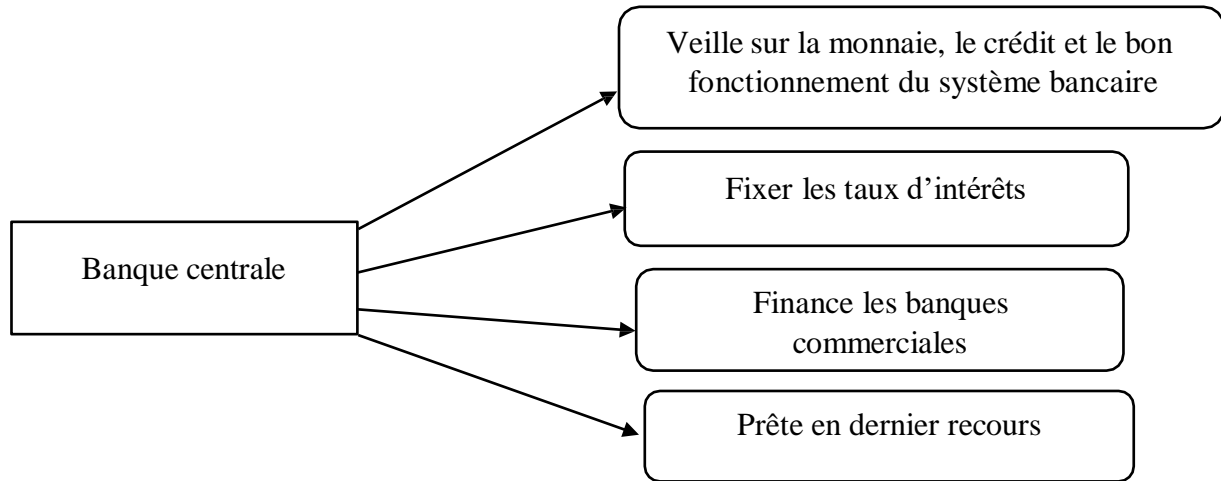
Source. Elabore par nous-même.

2.1. La banque centrale

La banque centrale se définit comme l'institution située au cœur des systèmes de paiement, garantissant les règlements et contrôlant l'expansion de la masse monétaire. Elle est considérée comme l'institution apte à préserver la confiance dans la monnaie d'un pays. En tant que banque des banques, toutes les banques commerciales y possèdent un compte qu'elles sont obligées de provisionner. Cependant, la banque centrale n'est pas une banque ordinaire où le public peut

ouvrir un compte, effectuer un virement ou obtenir un crédit. Néanmoins, ses fonctions jouent un rôle essentiel dans notre vie quotidienne.¹⁵

Figure 04. Les fonctions de la banque centrale



Source. MC. BELAID « comprendre la banque », Ed Pages Bleues, 2015, P9

2.2. La banque commerciale (la banque de crédit)

La banque commerciale, également appelée « banque de dépôt » ou encore « banque de détail », son rôle est de collecter l'épargne des déposants sous forme de dépôts à vue et de les redistribuer sous forme de crédit à court terme. Cette catégorie de banques joue un rôle crucial dans le circuit des capitaux (financement).¹⁶

¹⁵ Béni Mellal, « la banque centrale BAN », BANK AL-MAGHRIB

¹⁶ BELAYEL THILELLI et BENHAMMA SIHAM, « mémoire la procédure d'octroi d'un crédit d'investissement : cas BADR, Agence N°362 SIDI-AICH ». Université Abderrahmane Mira de Bejaia, année 2021/2022, p 5

Figure 05. Les activités des banques commerciales.



Source. Elaboré par nous même

2.3. La banque d'investissement (banque d'affaire)

Une banque d'investissement est une société dont le principal objectif est de conseiller les investisseurs sur les marchés financiers. Elle les met en relation avec les entreprises pour financer leurs projets sous mandat. À la différence d'une banque de dépôt, elle ne réinvestit pas les dépôts des clients, mais elle donne accès au marché des capitaux par l'émission d'actions et d'obligations¹⁷.

Une banque d'investissement c'est une banque ou une division de la banque, qui rassemble l'ensemble des activités de conseil, d'intermédiation et d'exécution ayant trait aux opérations dites de haut de bilan de grands clients corpo rate. Ainsi la banque d'investissement opèrent sur les marches financiers ces banques achètent et vendent des actions en permanence, des obligations ou des produits dérivés sur le marché financier, elles peuvent également prendre en charge les activités de financement des sociétés nouvellement cotées ou gérer les opérations de change.¹⁸

¹⁷ MESSAOUDI Romaisa, HADDAD Basma, « mémoire : impact des technologie financier (les fintech) sur l'activité bancaire en Algérie ;cas de réseau bancaire de la Wilaya de Bejaia. Université Abderrahmane Mira de Bejaia, année 2024,P12.

¹⁸ Michel Fleuret, « la banque d'investissement et e marché de la revue banque, 2010.

2.4. Banque universelle

La banque universelle se distingue par l'ampleur de la gamme des produits et services offerts. En effet, un établissement bancaire universel ambitionne d'être le principal interlocuteur d'une large clientèle en répondant à ses divers besoins financiers. Souvent, ces clients sont attirés par l'avantage de sécurité et sont confortés par le fait que la banque concernée dispose des moyens appropriés (expérience, ressources matérielles, gestion) pour bénéficier des avantages de la diversification de ses activités.¹⁹

La banque universelle est un type d'institution bancaire dont les activités sont particulièrement diversifiées, englobant ainsi toutes les opérations du domaine bancaire et financier. Cependant, ce modèle est interdit dans les pays où les banques sont régies par un principe de séparation stricte des domaines d'activité.²⁰

2.5. La banque numérique (la banque de 3ème millénaire)

Les nouvelles technologies, telles que le développement d'Internet, la généralisation des téléphones mobiles et la multiplication des offres de services numériques, ont permis d'améliorer les prestations bancaires. Parmi les améliorations, on compte une disponibilité 24h/24 des interlocuteurs, des réponses en temps réel, ainsi qu'un gain de temps et une plus grande célérité. L'adoption de ces nouvelles technologies a favorisé l'émergence d'une autre forme de banque, appelée « banque en ligne » ou « banque à distance ».²¹

2.6. La banque islamique

La banque islamique est fondée sur les principes de la loi islamique, la charia, et cherche à transmettre une vision de justice, d'équité et de transparence. La finance islamique se distingue de la finance conventionnelle par la mise en avant d'idées d'éthique et de morale islamique, en puisant leurs sources dans la révélation divine, dans la sunna et dans les pratiques économiques et financières à l'époque du prophète Mahomet. Elle est notamment fondée sur l'interdiction de l'intérêt et la responsabilité sociale de l'investissement.²²

¹⁹ BOUYAKOUB.F, « l'entreprise et le financement bancaire éditions ». CASBAH. Alger, 2003, p 271,272.

²⁰ 4OLIVIER DE BANDT, FRANCOISE DRUMETZ et CHRISTIAN PFISTER, « parpaing for net Financial criais », Taylor et Francis group décembre 2020.

²¹ Atelier Professionnel : « La Banque à Distance : Enjeux et perspectives pour la compétitivité et la qualité des services bancaires », Conférence internationale ECIG, 19-20 octobre 2007 à Sousse (Tunisie).

²² FRANCOIS GUERANGER, « la finance islamique : une illuse traitonne la finance éthique », Paris, coll. Marchés financiers, DUNOD, 2009. P 262.

Le système bancaire islamique, qui se fonde sur les préceptes de l'islam, s'organise autour de trois principes fondamentaux : l'interdiction de la fixation de taux d'intérêt, le partage des profits ou des pertes découlant des investissements, et la promotion des investissements productifs créateurs de richesses et d'emplois.²³

3. Le rôle de la banque

La finance bancaire fait que la banque a un rôle d'intermédiaire financière ; elle collecte les dépôts des détenteurs de capitaux et les mets à la disposition des emprunteurs. La rémunération des banques correspond aux écarts du taux entre celui qu'elles octroient aux prêteurs et celui qu'elles prélèvent aux emprunteurs, ces écarts doivent lui permettre de couvrir ses frais de fonctionnement, d'assurer le risque de défaillance de remboursement et de dégager un résultat positif. La banque se trouve ainsi au centre de l'activité financière et peut se forger une réelle compétence dans le traitement de l'information sur la solvabilité des emprunteurs, mais au même temps elle assure le risque de crédit »²⁴

Du point de vue l'égalité, la banque est, d'après les dispositions de la loi sur la monnaie et le crédit, définie par les missions qu'elle remplit ; les opérations de banque comprennent la réception des fonds du public, les opérations de crédit ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiements et la gestion de ceux-ci ».²⁵

Elle effectue aussi les opérations de change et de commerce extérieur et assure la gestion des moyens de paiement. La banque remplit une multitude de fonctions, depuis la gestion des moyens de paiement jusqu'à la création de monnaies : ²⁶

- Gérer les moyens de paiement : Seules les banques peuvent rendre ce service en utilisant différentes méthodes financières afin de contrôler et de superviser les transactions financières.
- Assurer la sécurité des transactions financières : malgré la dématérialisation des titres. Il faut que le vendeur soit bien payé pour le titre vendu, l'acheteur débité pour l'achat et les titres en sécurité.

²³ BELAYEL THILELLI et BENHAMMA SIHAM, mémoire, Ibid. p5.

²⁴ Dov O . , « Pratique des marchés financière », Edition DUNOD, paris, 1990.

²⁵ La loi 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et le crédit.

²⁶ HADDAD, S., & MOKHTARI, S. (2015). Comprendre la banque : Organisation et fonctionnement. Bouira: Pages Bleues Internationales. P. 6

- Accorder des crédits : l'activité de crédit est très encadrée et elle est exercée selon des modalités contrôlées.
- Drainer l'épargne : une partie de l'épargne sert à consentir des crédits, une autre partie est placée pour votre compte dans des produits financiers. Les banques n'ont pas le monopole de cette fonction mais elles sont de plus en plus présentes dans ce secteur, à la fois parce qu'elles distribuent des produits de plus en plus nombreux et variés et parce qu'elles sont organisées en groupes qui intègre toutes les fonctions.
- Intermédiaire sur les marchés financiers : ce rôle est très important, il est lié au précédent. Pour gérer l'épargne, la banque sert d'intermédiaire sur les marchés financiers.
- Le conseil : il faut distinguer le conseil aux particuliers et le conseil aux entreprises. Le premier est rarement payant (sauf s'agissant de très grosse fortune). Mais le second est une activité bien plus importante et lucrative ; il existe même des banques qui en vivent de ça... La banque peut également réaliser des activités connexes
- Les opérations de change.
- Les opérations sur or, métaux précieux et pièces.

4. Les risques bancaires

Les risques bancaires sont les risques auxquels les banques sont exposées dans l'exercice de leur activité. « Le champ des risques qui est désormais couvert en matière bancaire devient, au fil des années, de plus en plus important. »²⁷

Les principaux types de risques bancaires sont les suivants :

4.1. Risque de crédit

Il s'agit du risque de non-remboursement des prêts consentis par les banques à leurs clients. Ce risque peut être lié à la solvabilité ou à la liquidité des emprunteurs. L'importance du risque de crédit dépend de 3 grands paramètres : le montant de la créance, la probabilité de défaut, la proportion de non-recouvrement en cas de défaut du débiteur.²⁸

²⁷ Philippe Narassiguin, « Fiches de Monnaie, banque et financement de l'économie » (2019), p170

²⁸ <https://www.capital.fr/economie-politique/risque-de-credit-definition-types-et-evaluation-1431056/>

4.2. Risque du marché

Il s'agit du risque de perte résultant de l'évolution des marchés financiers (taux d'intérêt, taux de change, prix des actions, etc.). Les banques peuvent être exposées à ce risque en raison de leur activité de trading, de leur portefeuille de titres ou de leurs activités de change.

4.3. Risque de liquidité

Il s'agit du risque de ne pas pouvoir honorer ses obligations de paiement à court terme en raison d'une insuffisance de liquidités. Ce risque peut être lié à une augmentation brutale des retraits de dépôts ou à un resserrement des conditions de financement.

4.4. Risque opérationnel

Le Comité de Bâle II définit le risque opérationnel comme « le risque de pertes provenant de processus internes inadéquats ou défectueux, de personnes et systèmes ou d'événements externes »²⁹. Il fait référence au risque de subir des pertes résultant de l'inefficacité ou de la défaillance des processus, des systèmes ou du personnel de la banque. Ce risque peut être lié à des erreurs humaines, à des cyberattaques, à des défaillances techniques ou à des fraudes.

4.5. Risque de conformité

Il s'agit du risque de perte résultant d'une violation des lois et réglementations applicables. Les banques sont tenues de respecter des normes en matière de lutte contre le blanchiment d'argent, de protection des données personnelles, de respect des droits des consommateurs, etc.³⁰

Les banques ont mis en place des dispositifs de gestion des risques pour identifier, mesurer, surveiller et contrôler ces différents types de risques. Ces dispositifs comprennent notamment des politiques de crédit, des limites de risque, des procédures de contrôle interne, des outils de modélisation et des tests de résistance.

5. Les banques en ligne (banque à distance)

Vers les années 2000, avec la révolution numérique, un nouvel acteur bancaire fait son entrée sur le marché, il s'agit des banques en ligne ou, dans le jargon financier les pure Player qui correspondent, selon (Sicard. M, 2012, pages 65 à 70) « imaginez une banque virtuelle, une banque sans agence, sans comptoirs, sans guichets, sans conseillers, sans services clients. »

²⁹ Comité de Bâle II sur le contrôle bancaire.

³⁰ Catherine Karyotis, « L'essentiel de la banque », L'extenso éditions, pp58-63.

La banque en ligne se réfère à « L'utilisation du site web de la banque par les clients pour accéder à leurs comptes bancaires, effectuer des transactions financières, et obtenir des informations générales sur les produits et les services bancaires » (Yu et al., 2015, p. 235)

La banque électronique, est un terme générique englobant la banque en ligne, la banque par téléphone, la banque mobile, etc. En d'autres termes, c'est un processus de distribution de services bancaires et de produits via des canaux électroniques tels que le téléphone, internet, téléphone portable.³¹

Pour Shah et Clarke, l'e-Banking peut signifier la fourniture d'informations sur une banque et ses services via une page d'accueil sur le World Wide Web (WWW). Des services d'e Banking plus sophistiqués offrent aux clients un accès à leurs comptes, la possibilité de déplacer leur argent entre différents comptes et de réaliser des paiements ou de demander des prêts via des canaux électroniques.³²

E-Banking est défini comme la livraison automatisée de nouveaux et traditionnels produits et services bancaires directement aux clients via des canaux de communication électroniques et interactifs.³³

Autrement-dit une banque est une institution financière essentielle qui collecte l'épargne, accorde des prêts et met à la disposition des clients des moyens de paiement. Bien encadrée, elle est un puissant levier de développement économique, mal encadré, l'activité bancaire est source d'instabilités et de crises.

6. Les fintechs

Le terme "Fintech" est l'abréviation de "Financial Technology" ou "technologie financière" en français. Ce concept a émergé avec le développement des technologies de l'information, et remonte au début des années 1990, lorsque John Reed, alors président de Citicorp, l'a présenté pour la première fois lors du "Smart Card Forum" (Kutler, 1993), représentant à l'époque, l'arrivée des premières technologies de l'information dans la gestion bancaire (distributeurs automatiques de billets) et les services financiers (logiciels d'aide à la gestion de patrimoine).

³¹ New century's dictionary of Banking and Finance, 2008.

³² SHAH, M., et CLARKE, S. (2009), E-Banking Management: issues, solutions and strategies, Information Science Reference, New York.

³³ KULDEEP, S. R. (2019), "the impact of E-banking on the use of banking services and customer's satisfaction", Vol. 3-N° 4, P. 21

Chapitre 1. Cadre conceptuel de la digitalisation dans le secteur bancaire

En 2017, Pushmann a rapproché la Fintech du concept d'innovation financière, la définissant comme « l'acte de créer et de vulgariser de nouveaux instruments financiers, technologies, institutions et marchés »³⁴.

Selon Pushmann, la Fintech n'est pas un écosystème mais un processus d'innovation majeure dans le monde financier, en constante évolution pour suivre le rythme des nouvelles technologies (logiciels, applications mobiles, intelligence artificielle)³⁵.

Donc la Fintech est considérée comme une innovation financière apportant des changements progressifs et radicaux, s'appuyant sur les nouvelles technologies pour transformer produits, modèles d'affaires, structures et processus du secteur.³⁶

³⁴ BLAKSTAD, S& ALLEN, R, (2018) ; « Révolution Fintech : Inclusion universelle dans le nouvel écosystème financier », édition Palgrave Mcmillan.

³⁵ HAYEN, R, (2020) ; « Fintech : L'impact et l'influence de la technologie financière sur le secteur bancaire et financier », édition indépendante.

³⁶ BIOT-PAQUEROT, G et al ;(2021), « La création de valeur des Fintechs dans l'offre de services bancaires et financiers : entre déshumanisation et réhumanisation », Dans « Innovations » Vol 1 (n°64), PP 209-235. Disponible sur Cairn.info.

Section 03. L'évolution de la transformation digitale

La transformation numérique est un sujet incontournable dans tous les secteurs, notamment dans le domaine bancaire. Les entreprises cherchent à adapter et répondre aux nouvelles attentes des clients, abordant l'utilisation des ordinateurs, internet, travail, communiquer et penser. Les outils modernes offrent à être plus efficaces, proches et mieux préparés pour le futur.

Dans cette section nous allons voir l'évolution de la transformation digitale et les outils qu'ils on aide à cette transformation.

1. Définition de la transformation digitale

Le mot « digitalisation » est très communément utilisé afin de décrire différents concepts. En se référant à la théorie, la digitalisation est une combinaison de plusieurs outils issue de l'évolution technologique, notamment d'internet et de l'informatique. Il existe actuellement une remarquable volonté de transformation des banques et entreprises vers l'ère numérique dont le but est de rendre des mécanismes, des engins, des objets, des taches ou même des métiers plus performants. Les premières digitalisations remontent au lancement du premier ordinateur, mais, depuis quelques années, il y a une multiplication de cas majeurs de digitalisation, avec l'apparition d'internet et l'arrivée du smartphone.

La transformation digitale est un concept vaste. Il s'agit de la transformation de ce que produit l'organisation avec deux composantes : une matérielle et une informationnelle, selon le secteur d'activité. La transformation digitale « se réfère aux changements induits par le développement numérique qui se produisent un rythme effréné, qui bouleversent la manière dont est créé la valeur, les interactions sociales, la conduite des affaires, et plus généralement, notre façon de penser ». (Riemer, 2013)³⁷

Pour le secteur bancaire, la transformation digitale est un paradigme qui améliore l'expérience client, crée de nouveaux flux de revenus et qui est en mesure de mettre en place business model modernes, dynamiques et non traditionnels. Elle doit être suffisamment agile du point de vue technologique, structurel et culturel pour s'adapter en permanence à l'évolution rapide des environnements commerciaux technologique.

³⁷ KABBOU Hadjer, IDIR Katia mémoire « La transformation digitale : Etendue et impact sur les métiers bancaires des banques Algériennes » UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA p 3

Transformation des métiers, digitalisation des pratiques, numérisation des processus, digitalisation de la relation client, ce sont autant de défis qui impactent profondément les économies modernes. Tous les acteurs sont concernés, ces véritables révolutions bouleversent profondément la manière d’appréhender les métiers de la banque (Nicola DENIS, 2019). Les consommateurs se sont vu proposer un choix nouveau et ont profondément changé leurs approches et leurs attentes. Le produit seul ne suffit plus, ceci ouvrira la voie vers l’émergence d’une nouvelle forme de « service intelligent » (Allmendinger et Lombreglia 2005 ; Wuenderlich et al., 2015). En somme, le digital a conduit les banques à enrichir leurs propositions de valeurs

2. Historique de la transformation digitale

L'histoire de l'évolution de digital est un récit fascinant qui a connu de nombreuses étapes clés au fil du temps. Voici une brève histoire de cette évolution :

2.1. Les prémices des TIC : Les prémices des TIC remontent à la fin des années 1790 lorsque Claude CHAPPE vient marquer la naissance des télécommunications par l’invention du télégraphe capable de réduire le temps de la portée d’un message de quatre jours à deux heures, en 1840 le réseau couvre 4000 km disposant de 556 relais formant huit lignes principales et onze lignes secondaires, il était perçu comme étant le premier réseau stratégique de communication organisé d’usage strictement politique et militaire (Pattou,2000). Les télécommunications a été sujette à de nombreuses innovations, partant du télégraphe, téléphone, télécopieur, jusqu’à l’ère de la communication instantanée comprise dans l’Internet.³⁸

2.2. L'essor de l'informatique personnelle : Dans les années 1970, l'invention des microprocesseurs a conduit à la création des premiers ordinateurs personnels. Des entreprises telles qu'Apple et Microsoft ont émergé et ont popularisé l'utilisation des ordinateurs personnels pour le grand public.

2.3. L'avènement d'internet : « ... Internet commence en tant que projet expérimental dans les années 70, quand l’Advanced Research Projects Agency (ARPA) du département de la Défense américain crée ARPANET. Ce réseau devait permettre à plusieurs centres militaires éparpillés aux quatre coins des Etats-Unis de continuer à communiquer, et à

³⁸ ALILAT Amel, « Essai d’analyse sur la contribution de « la nouvelle économie » dans l’émergence des territoires, quel rôle pour les TIC: cas du Cyber Parc de Sidi Abdellah »,thèse de doctorat présentée à l’université de Béjaia,(2021/2022) Page62/.

partager des services informatiques dans l'hypothèse même où des bombes nucléaires exploseraient sur le territoire américain. » (Floridi, 1997, p. 29) Cependant, il faut attendre le début des années 1980 pour que ARPA nouvellement nommée DARPA décide de rendre public, gratuitement et sans conditions le protocole TCP-IP qui est un ensemble de protocoles permettant un échange de données et une interconnexion entre les réseaux. Les années 1990 ont marqué la fin définitive d'Arpanet, l'arrivée du World Wide Web en 1994 et la vulgarisation d'Internet.

2.4. La révolution mobile : Au tournant du millénaire, les téléphones mobiles ont commencé à se populariser. L'introduction des smartphones, tels que l'iPhone d'Apple en 2007, a transformé les téléphones en appareils multifonctions capables de naviguer sur Internet, de recevoir des e-mails, de prendre des photos, etc. Cela a ouvert la voie à une nouvelle ère de communication et d'accès à l'information.

2.5. La montée en puissance des réseaux sociaux : Dans les années 2000, les réseaux sociaux ont émergé en tant que plateformes permettant aux utilisateurs de se connecter, de partager du contenu et de communiquer en ligne. Des sites tels que Facebook, Twitter et Instagram sont devenus extrêmement populaires et ont changé la façon dont les gens interagissent et partagent des informations.

2.6. Le Cloud computing et la mobilité : Avec l'augmentation de la puissance de calcul des appareils mobiles et l'expansion du haut débit, le Cloud computing a gagné en importance. Les utilisateurs peuvent désormais accéder à des applications et à des données transférées à distance, ce qui leur offre une plus grande souplesse et une mobilité accrue.

2.7. L'intelligence artificielle et l'internet des objets (IoT) : Ces dernières années, l'intelligence artificielle (IA) et l'Internet des objets (IoT) ont pris de l'ampleur. L'IA alimente des avancées telles que la reconnaissance vocale, la vision par ordinateur et l'apprentissage automatique. L'IoT, quant à lui, connecte des objets physiques au réseau, permettant ainsi un contrôle et une surveillance à distance.

2.8. L'essor de la 5G : La cinquième génération de réseaux mobiles (5G) est en cours de déploiement dans de nombreux pays. Cette technologie offre des vitesses de connexion plus rapides, une latence réduite et une plus grande capacité, ce qui favorise le développement de nouvelles applications telles que les voitures autonomes, la télémédecine et l'Internet industriel des objets.³⁹

³⁹ ADRAR Zahira , BOUCHERBA Wassila mémoire « Transformation digitale et diversification des exportations en Algérie » UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA page 7.

3. Les outils de la digitalisation

La digitalisation devient réalisable grâce à l'accès d'une entreprise à divers outils qui correspondent à ses activités et à ses exigences spécifiques.

3.1. Les serveurs

Le terme serveur désigne un appareil matériel destiné à offrir des services à des clients. Ces services se résument la plupart du temps à un accès au Web, la collecte de courriels, le stockage et la consultation de banques de données, ou encore le commerce électronique.

Celui-ci doit répondre favorablement à des critères de sécurité pour la protection des données et des informations qu'il stock et partage.⁴⁰

3.2. Les logiciels métiers

Un logiciel métier est un logiciel spécialement conçu pour répondre aux problématiques qui se présentent dans une organisation donnée (entreprise, association, ...). Les consultants, réalisent alors un diagnostic reprenant l'ensemble des problématiques et des besoins de l'entreprise afin de déterminer avec précision les logiciels nécessaires, ERP (entreprise Ressources Planning), CRM (Customer Relationship Management), gestion paiement & comptabilité, gestion des ressources humaines, gestion logistique, gestion de chantiers, etc.

3.3. Les sites internet

Un site web dynamique (ou administrable) est un site web dont le contenu des pages n'est pas figé mais variable en fonction de l'heure, du visiteur ou d'autres paramètres. Les pages web sont créées « dynamiquement » en fonction des requêtes des internautes (les requêtes sont générées par l'utilisation d'objets tels que zones de saisie, des boutons, des cases à cocher, les listes déroulantes, etc...). Un site dynamique offrira des fonctionnalités bien plus avancées qu'un site statique grâce à l'utilisation de bases de données (moteur de recherche, interactivité, personnalisation...). Ce dernier, doit être utile et actualisé.

⁴⁰ LHADJ MOHAND M., « L'intégration de la digitalisation et son impact sur la performance Financière d'une banque cas de la BNA agence 356 », Mémoire Master, Université de TIZI-OUZOU, 2021, P45.

3.4. Les applications mobiles

Une application mobile est un programme autonome conçu pour s'exécuter sur un terminal mobile, comme un Smartphone ou une tablette tactile. Les spécificités techniques d'une application lui confèrent de nombreux avantages parmi eux on trouve :

- La rapidité de l'exécution : les éléments d'interface n'ont pas besoin d'être téléchargés depuis un serveur ;
- Les possibilités fonctionnelles sont beaucoup plus étendues ;
- L'accès aux données de l'utilisateur est facilité ;
- Les applications peuvent émettre des notifications push pour plus d'interaction avec l'utilisateur mobile ; et certaines applications peuvent fonctionner hors ligne.

3.5. Newsletters

Les newsletters sont des e-mails reprenant du contenu mis en page aux couleurs de l'entreprise, ils sont envoyés à une base de données d'utilisateurs s'étant inscrits auparavant dans le but de la recevoir. Il est donc important que cette newsletter suscite leur intérêt et elle devra, de plus, être pensée "conversion" au maximum. Les informations qui en résultent, taux de clics, taux d'ouvertures, taux de rebonds, seront très importants pour adapter au mieux les prochaines campagnes. Il est possible d'adapter le contenu de newsletters en fonction de l'audience. Classer son audience parmi des critères bien spécifiques permet de mieux cibler la communication et d'obtenir plus de conversions.

Section 04. Les enjeux de la digitalisation bancaire et son apport à la performance du secteur

La digitalisation bancaire présente divers avantages quelle que soit pour la banque ou bien pour les clients, cependant cette transformation numérique soulève également des enjeux importants pour les banques.

Dans cette section en va développer ces atouts et ces enjeux de la digitalisation bancaire.

I. Les atouts et les limites de la digitalisation bancaire

La digitalisation présente des avantages pour la banque et pour les clients, en va d'abord développer le point de la banque.

1. Les avantages

1.1. Les avantages apportés aux banques

1.1.1. Gain de temps considérable

Les opérations effectuées par les clients de manière électronique permettent aux employés de la banque de gagner beaucoup de temps. Les guichets sont moins sollicités, car les clients sont encouragés à utiliser les systèmes électroniques disponibles. Cela permet aux employés de se concentrer sur des services à plus forte valeur ajoutée. Le temps de traitement des opérations est accéléré grâce à cette automatisation.⁴¹

1.1.2. Nouvelles possibilités

Les sites web des banques sont devenus de véritables outils transactionnels. Les clients peuvent obtenir des informations sur les produits bancaires, gérer leurs comptes, effectuer des opérations et même contracter des prêts ou réaliser des opérations d'investissement.

1.1.3. Réduction des coûts d'intermédiation et de transaction

La distribution des services bancaires en ligne permet une réduction significative des coûts. Les transactions effectuées par automate, téléphone ou internet sont beaucoup moins coûteuses que celles réalisées en agence. Les technologies numériques ont contribué à la réduction des coûts de compilation, de traitement et de distribution de l'information.

⁴¹AISSOU Mounia, AIROUCHE Ania mémoire « L'impact de la digitalisation des services bancaires sur la clientèle : cas des paiements électroniques dans le transport aérien » UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA page 19.

1.1.4. Extension géographique

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication permettent aux banques d'avoir une couverture internationale plus étendue. Les clients peuvent gérer leurs comptes à travers des sites web et des applications mobiles, quel que soit l'endroit où ils se trouvent. Les services en ligne permettent aux banques d'offrir leurs services partout dans le monde.⁴²

1.1.5. Différenciation des produits

Les technologies de l'information et de la communication permettent aux banques de différencier leurs produits et services. Internet permet à la banque de comprendre les besoins spécifiques des clients et de répondre facilement à leurs exigences.

1.1.6. Gestion de la relation client-banque

L'évolution technologique dans le secteur bancaire renforce la relation entre la banque et ses clients. Les nouvelles technologies facilitent les contacts personnalisés et renforcent la satisfaction client. Les banques accordent une importance particulière à la satisfaction de leurs clients grâce aux services en ligne.⁴³

1.2. Les avantages apportés aux clients

1.2.1. Disponibilité permanente 24h/24

Les clients peuvent effectuer leurs opérations bancaires à tout moment, sans se soucier des heures d'ouverture des agences. Grâce aux outils de communication mis en place par les banques, ils peuvent accéder à leurs comptes, effectuer des virements, commander des chéquiers, passer des ordres de vente ou d'achat de titres, prendre rendez-vous avec un conseiller et se renseigner sur de nouveaux produits bancaires, le tout sans se rendre physiquement en agence. La banque en ligne permet ainsi aux clients d'éviter les longues files d'attente et de gagner un temps précieux.

1.2.2. Offre transfrontalière

Les systèmes d'information bancaire basés sur Internet réduisent l'importance de la distance dans la relation client-fournisseur. Les clients peuvent facilement interagir avec leur banque et effectuer des opérations bancaires depuis leur domicile ou à partir de terminaux bancaires dans

⁴²AISSOU Mounia, AIROUCHE Ania mémoire « L'impact de la digitalisation des services bancaires sur la clientèle : cas des paiements électroniques dans le transport aérien » UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA page 19.

⁴³Idem

le monde entier, tant qu'ils ont une connexion Internet. Cela élimine les temps d'attente aux guichets et aux distributeurs automatiques.⁴⁴

1.2.3. Plus de fonctionnalités proposées

Les applications bancaires en ligne offrent de plus en plus de fonctionnalités et de possibilités aux clients. Au fil des années, ces applications se sont enrichies, offrant un large éventail d'informations et de fonctions permettant une gestion complète des comptes. Les clients ont un accès rapide et continu à l'information, et les canaux de communication diversifiés de la banque en ligne leur permettent d'effectuer leurs opérations de manière facile, claire et rapide

2. Les limites

Avec l'augmentation de l'utilisation des services bancaires en ligne, la menace du secteur bancaire augmente à un rythme effrayant.

Ce business est exposé à une forte agression, menaçant ainsi la protection et la sécurité des données du client (Gupta, 2016).⁴⁵

2.1. L'absence de contact humain

Même si, depuis le développement des services en ligne, les clients rendent visite moins régulièrement à leurs agences, ils restent tout de même attachés à leur agence de proximité. Selon (LAMIRAULT, 2017) les clients veulent une relation "à la carte" avec leurs banques pour les opérations du quotidien. En revanche, pour les produits et services engageants, ils préfèrent garder une relation physique avec un conseiller. Le besoin du contact humain, mais aussi, la sécurité et la confiance, restent fondamentales.

2.2. La fraude

La transformation numérique des banques présente un inconvénient majeur : le risque accru de fraude. Avec la digitalisation des services bancaires, les institutions financières sont confrontées à des cyberattaques, au vol d'identité et à des techniques sophistiquées de phishing. Les fraudeurs exploitent les vulnérabilités des systèmes informatiques pour accéder aux informations sensibles des clients et commettre des activités frauduleuses. Pour contrer ce problème, les banques doivent mettre en place des mesures de sécurité avancées, sensibiliser

⁴⁴ EJBARI Ridouane et ZARKI Badr Eddine ; Revue de littérature « La digitalisation dans le secteur bancaire : Concepts, avantages, inconvénients, défis et perspectives »

⁴⁵ Idem.

les clients à la sécurité en ligne et fournir une formation appropriée pour détecter et prévenir la fraude.⁴⁶

2.3. Le blanchiment d'argent

Effectivement, la numérisation de la relation entre le client et son conseiller peut créer un environnement favorable à diverses formes de criminalité, notamment le blanchiment d'argent. Le passage au numérique complique la tâche des professionnels de la banque, qui doivent désormais approfondir leur connaissance des clients en effectuant des vérifications d'identité simples ou des contrôles plus rigoureux de leur capacité financière. Cependant, il est primordial pour les institutions financières et les États de mieux connaître leurs clients afin de lutter activement contre le blanchiment d'argent, le financement du terrorisme et d'autres activités illicites. C'est pourquoi le principe "Connaissez Votre Client" (KYC) a été mis en place pour renforcer la prévention de ces pratiques criminelles.⁴⁷

2.4. La complexité et la sécurité

La complexité concerne la facilité de réaliser une transaction. Avec l'évolution assez rapide des services digitaux, certains clients maîtrisent encore mal l'outil informatique. La sécurité des services en ligne peut être compromise aussi bien du côté des clients et de la banque, car tous les deux peuvent être victimes de piratage. Cette dernière doit perpétuellement être à la pointe afin d'éviter tout piratage ou interception des données. Les gros retraits sont impossibles, les montants des retraits au niveau des distributeurs sont limités. La banque à distance ne substitue pas la banque traditionnelle. Car si elle plaît à une clientèle active, qui est les jeunes, elle ne plaît pas aux autres qui manifestent une plus grande résistance aux changements. L'internet reste lent, le haut débit n'est pas généralisé, les temps de téléchargements peuvent s'avérer longs⁴⁸.

⁴⁶AISSOU Mounia, AIROUCHE Ania mémoire « L'impact de la digitalisation des services bancaires sur la clientèle : cas des paiements électroniques dans le transport aérien » UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA page 20.

⁴⁷Idem page 22.

⁴⁸Idem.

II. Les enjeux de la digitalisation bancaires

Les banques sont confrontées à de nouveaux défis en raison de la concurrence croissante de nouveaux acteurs dans la transformation numérique. Elles doivent faire face à des résistances internes et externes, ainsi qu'à des préoccupations liées à l'adaptation au changement et à la formation du personnel. La gestion efficace de ces défis est essentielle pour rester compétitive et gagner la confiance des clients.⁴⁹

1. Perte de monopole

Les banques traditionnelles font face à la perte de leur monopole en raison de l'émergence des Fintech. Ces nouvelles entreprises spécialisées dans les technologies financières proposent des services tels que les crédits à la consommation, les moyens de paiement, les assurances et les prêts aux PME. Elles utilisent les avancées numériques pour offrir des solutions plus rapides, plus flexibles et souvent moins coûteuses que celles des banques traditionnelles. Cette concurrence remet en question le monopole des banques et les oblige à repenser leurs modèles d'affaires, à améliorer leur offre de services numériques et à s'adapter aux attentes changeantes des clients. La perte de monopole est un défi majeur pour les banques traditionnelles qui doivent trouver des moyens de rester compétitives dans ce nouvel environnement numérique.⁵⁰

2. La fonction GRH souvent négligée

La fonction de gestion des ressources humaines (GRH) est souvent négligée dans le processus de transformation numérique des banques. Cependant, elle joue un rôle crucial dans plusieurs aspects de cette transformation. Les responsables des ressources humaines doivent être impliqués dans la planification stratégique, le recrutement et la formation du personnel, la gestion de la performance, la gestion du changement et la création d'une culture organisationnelle favorable à la digitalisation. Ils doivent également s'assurer que les employés sont engagés et motivés tout au long du processus de transformation. Une attention particulière doit être accordée à l'acquisition et au développement de compétences numériques, ainsi qu'à la gestion des résistances au sein de l'organisation. La fonction GRH est un véritable levier de succès pour la transformation numérique des banques.

⁴⁹ <https://orientation.schoolmouv.fr/conseils/digitalisation-banque-assurance> consultée 12/05/25

⁵⁰ Idem.

3. Le renforcement des réglementations

L'évolution rapide des technologies financières et la numérisation des services bancaires ont créé de nouvelles opportunités, mais également des préoccupations en matière de sécurité, de protection des consommateurs et de stabilité financière. Par conséquent, les autorités réglementaires ont mis en place des mesures pour encadrer et superviser cette évolution. L'une des raisons principales du renforcement des réglementations est la nécessité de prévenir les fraudes et le blanchiment d'argent. Les transactions numériques facilitent la dissimulation des activités illicites, et les réglementations visent à renforcer les mesures de vérification de l'identité des clients, ainsi que la surveillance des flux financiers suspects.

4. L'exclusion bancaire

L'intégration des nouvelles technologies de l'information a fait baisser le prix des services bancaires (accessibilité financière) et augmenté la disponibilité des services bancaires hors agences physiques (banque à distance, nouveaux canaux de distribution, internet, etc.), mais, il demeure une part négligente des classes sociales précises ; Les personnes analphabètes et âgées qui souffrent d'un manque d'adaptation à la transformation numérique et n'ont pas le pouvoir d'accéder à des canaux de distribution bancaires à péage spécifiques.⁵¹

5. Le chômage

Le chômage est l'un des défis majeurs auxquels est confronté le secteur bancaire dans le contexte de la digitalisation. L'automatisation et l'utilisation croissante de technologies numériques dans les services bancaires ont entraîné une transformation des métiers traditionnels et une réduction de la demande de main-d'œuvre dans certains domaines. Les tâches routinières et administratives sont de plus en plus réalisées par des systèmes automatisés, ce qui peut conduire à des suppressions d'emplois dans certains secteurs bancaires. Les avancées technologiques telles que l'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique permettent également aux banques de remplacer certaines fonctions auparavant effectuées par des conseillers bancaires ou des professionnels du droit. Les algorithmes et les chatbots peuvent désormais traiter les demandes des clients de manière plus efficace et automatisée, réduisant ainsi la nécessité d'une main-d'œuvre importante.⁵²

⁵¹ <https://celencia.fr/quels-sont-les-enjeux-de-la-digitalisation-bancaire/> consultez le 12/05/25

⁵² Idem.

III. La relation entre la digitalisation et la performance bancaire

La digitalisation a beaucoup changé le fonctionnement des banques. En effet, grâce aux nouvelles technologies comme les services bancaires en ligne, les applications mobiles ou les paiements numériques, les clients peuvent maintenant accéder plus facilement à leurs services bancaires. Ainsi, cela permet aux banques de réduire leurs coûts, de traiter les opérations plus rapidement et d'être disponibles à tout moment. Par ailleurs, les banques peuvent utiliser les données des clients pour mieux comprendre leurs besoins, proposer des services adaptés et renforcer leur fidélité. Cependant, cette transformation pose aussi des problèmes de sécurité : il faut protéger les données sensibles et se défendre contre les cyberattaques pour garder la confiance des clients.⁵³

Dans le domaine des recherches, Shah et Shin (2007) pensent que l'amélioration des processus internes pourrait expliquer comment les investissements en technologie augmentent la rentabilité. De leur côté, Hernando et Nieto (2007) ont trouvé que l'utilisation de la banque en ligne a eu un effet positif sur la rentabilité des banques en Espagne. Néanmoins, toutes les études ne sont pas d'accord sur les effets des technologies de l'information : les résultats varient selon la manière dont les banques utilisent ces technologies. Par exemple, Xin et Choudhary (2019) indiquent que les investissements informatiques peuvent améliorer ou diminuer les bénéfices, à cause notamment de la concurrence.⁵⁴

En ce qui concerne la Russie, Fiapshev et Afanasyeva (2021) ont montré que la digitalisation peut aider à développer le système bancaire et l'économie. Toutefois, des problèmes comme les règles, les lois ou les structures du pays peuvent freiner ce développement. De plus, Timokhina et ses collègues (2021) ont étudié les difficultés que rencontrent les banques pour satisfaire les clients les plus riches.⁵⁵

Par ailleurs, d'autres études s'intéressent à l'impact de la digitalisation sur le comportement des clients. Par exemple, Chauhan et ses collègues (2021) ont montré qu'en Inde, pendant le COVID-19, les promotions en ligne ont encouragé les achats impulsifs. En outre, les banques utilisent aussi la digitalisation pour offrir des programmes de fidélité ou des récompenses dans leurs applications. Seiler et Fanenbruck (2021), quant à eux, ont étudié les robots conseillers et

⁵³MOUMTAZ.Kh& MOUDINE.Ch(2024) « Contribution de la Digitalisation à l'amélioration de la performance bancaire : une synthèse des travaux de recherche », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 26» pp: 0969-0986

⁵⁴ Idem.

⁵⁵ Idem.

leur influence sur les décisions des clients. De leur côté, Dehnert et Schumann (2022) ont constaté que les clients allemands choisissent leur banque surtout selon leur expérience personnelle, la variété des services et le professionnalisme, et que les innovations technologiques ont un impact limité.

En Tunisie, Zouari et Abdelhedi (2020) ont montré que la digitalisation améliore la qualité des services et influence le choix des clients. De même, Busby (2017) a observé que la stratégie numérique aide à renforcer la fidélité des clients. Des recherches menées au Pakistan (Raza et al., 2015), en Malaisie (Amin, 2016) et ailleurs montrent que de bons services en ligne rendent les clients plus satisfaits, même si cela ne les rend pas toujours plus fidèles. Par ailleurs, d'autres études ont aussi montré que la banque mobile peut aider au développement des banques commerciales et influencer les habitudes financières des clients (Silva Bidarra et al., 2013 ; AlSoufi et al., 2014 ; Jun et Palacios, 2016).⁵⁶

Enfin, Mbama et ses collègues (2018) ont étudié les effets de la digitalisation sur la fidélité des clients et les résultats financiers des banques au Royaume-Uni. Ils ont conclu que la digitalisation améliore les finances et la fidélité, mais n'a pas forcément d'effet direct sur la performance des employés. En Chine, Zhou et al. (2021) ont montré qu'elle augmente la productivité des petites banques. Quant à la Roumanie, Stoica et al. (2015) ont trouvé que la banque en ligne améliore l'efficacité, tandis que Sbarcea (2019) souligne que des problèmes comme le manque de confiance dans les nouvelles technologies ou les différences régionales freinent encore le développement digital.⁵⁷

⁵⁶MOUMTAZ.Kh& MOUDINE.Ch(2024) « Contribution de la Digitalisation à l'amélioration de la performance bancaire : une synthèse des travaux de recherche », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 26»pp: 0969–0986

⁵⁷Idem.

Conclusion

En conclusion, ce chapitre a exploré en profondeur la digitalisation du secteur bancaire, un phénomène rendu possible et nécessaire par les avancées technologiques. Nous avons posé les bases conceptuelles en définissant les termes clés tels que le digital, la digitalisation, la numérisation et la transformation digitale.

Nous avons ensuite examiné comment cette transformation se manifeste concrètement dans le secteur bancaire, en mettant en lumière l'intégration des technologies émergentes et les stratégies d'adaptation adoptées par les banques traditionnelles et participatives. La digitalisation apparaît comme une réponse aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée, exigeant disponibilité, flexibilité et personnalisation.

Enfin, nous avons souligné les atouts et les enjeux de cette digitalisation. Parmi les bénéfices potentiels, on note une baisse des prix des services bancaires et une accessibilité accrue grâce à la banque à distance et aux nouveaux canaux de distribution. Cependant, des défis subsistent, notamment en ce qui concerne l'inclusion des populations moins familiarisées avec le numérique et l'impact sur l'emploi avec l'automatisation croissante des tâches. La digitalisation du secteur bancaire représente donc une évolution majeure, porteuse d'opportunités mais nécessitant également une gestion attentive des défis qu'elle engendre.

Après avoir posé les fondements théoriques et conceptuels de la digitalisation dans le secteur bancaire à travers le premier chapitre, il convient désormais d'ancrer cette réflexion dans une réalité spécifique. Le second chapitre s'intéressera ainsi à la digitalisation du secteur bancaire en Algérie, en examinant son évolution, ses particularités, ainsi que les défis et opportunités qui l'accompagnent. Cette approche permettra de confronter le cadre conceptuel aux dynamiques concrètes observées sur le terrain algérien, offrant ainsi une analyse plus complète et contextualisée du phénomène

Chapitre 2 :

État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

Introduction

La digitalisation a profondément transformé les méthodes traditionnelles dans la majorité des secteurs économiques, y compris celui de la banque. En Algérie, la digitalisation devient peu à peu un pilier stratégique pour moderniser les institutions financières et renforcer leur compétitivité.

Ce chapitre analyse l'état actuel de la transformation digitale dans le secteur bancaire algérien. Il met en évidence l'impact des nouvelles technologies sur les services bancaires traditionnels, les efforts d'adaptation des banques, les évolutions statistiques observées, ainsi que les principaux défis rencontrés et la relation existe entre la digitalisation et la performance bancaire. L'objectif est de comprendre comment les banques algériennes intègrent le numérique et quels obstacles freinent encore cette transition.

Section 1. Présentation du secteur bancaire algérien.

Le secteur bancaire algérien joue un rôle essentiel dans la croissance économique du pays. Depuis l'indépendance, le système bancaire, autrefois dominé par quelques banques publiques, a évolué vers un paysage plus diversifié, comprenant désormais 20 banques commerciales, dont six publiques, neuf institutions financières et plusieurs bureaux de représentation de banques internationales. En tant que banque centrale, la Banque d'Algérie joue un rôle réglementaire crucial dans le maintien de la stabilité et de la surveillance du secteur.

Cette section a pour objectif de retracer l'évolution du système bancaire algérien et sa structure.

1. L'évolution du système bancaire algérien

Au lendemain de l'indépendance, l'Algérie, pour affirmer sa volonté d'Indépendance économique et de souveraineté nationale a opté pour plusieurs réformes et procédé au développement sociale par la mise en place d'un secteur public dominant et mettre en œuvre une stratégie de développement. L'évolution de système bancaire et financière algérien se répartie en trois périodes :

- La période entre 1962 et 1985 ;
- La période de 1986 jusqu'à fin de 1990 ;
- La période de 1990 à nos jours.

1.1. Le système bancaire algérien de l'indépendance à 1985

En vue de reprendre le contrôle sur le pays, les autorités nationales ont procédé dès l'indépendance à des meneurs relatifs à la constitution de l'économie qui étaient concrétisées par l'édification d'un système bancaire propre à l'Algérie. Après la création de la première institution financière le trésor public en Aout 1962, les efforts sont axés sur la récupération de la souveraineté monétaire entière, et son droit régalien d'émettre de la monnaie par la création d'un institut d'émission spécialement algérien : La Banque Centrale d'Algérie et le Dinar Algérien comme monnaie nationale. Les trois principales étapes qui ont marqué le système bancaire algérien durant cette période seront les suivantes

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

1.1.1. La récupération de la souveraineté nationale et la création de l'institut d'émission (1962-1964)

Dès l'Indépendance, l'Algérie a récupéré sa souveraineté monétaire et le droit d'émettre sa propre monnaie, en créant son propre institut d'émission dénommé «Banque Centrale d'Algérie», qui a été créée par la loi n°62-144 de 13/12/1962, cela se traduit par la création d'une monnaie nationale, le Dinar Algérien son exercice est lié à l'existence d'une unité monétaire propre ainsi le 10 avril 1964, le Dinar Algérien⁵⁸ fut introduit dans tout le pays en vue de remplacer le franc algérien. La création de la Banque Centrale d'Algérie (BCA) a pour mission de maintenir dans le domaine de la monnaie du crédit et des changes, les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie ; Elle exerce les fonctions classiques dévolues à toutes banque centrale à savoir : La fonction⁵⁹ de la banque des banques, la fonction de banque de l'Etat et la fonction de banque des changes.

1.1.2. La mise en place du système bancaire national (1963-1967)

Pour aboutir à l'indépendance économique, il a fallu la création d'un organisme national et financer de développement économique du pays et cela par la création de la Caisse Algérienne de Développement (CAD), qui a été créé par la loi n°63-165 du 07/05/1963, à partir de la Caisse d'Equipement et de développement de l'Algérie (CEDA) et l'autre de la mobilisation de l'épargne, la Caisse Nationale de l'Epargne et de Prévoyance (CNEP) par la loi n°64-227 du 10/08/1964. Dans une seconde étape, à partir de 1966, l'édification du système bancaire national sera complétée par la transformation des banques privées étrangères en banques nationales, à savoir la Banque Nationale d'Algérie (BNA) créée par l'ordonnance n°66-178 du 13/06/1966, Crédit Populaire Algérien (CPA) créée par l'ordonnance n°66-366 du 29/12/1966 et la Banque Extérieure d'Algérie (BEA) par l'ordonnance n°67-204 du 01/10/1967. ces dernier reprennent les activités des banques étrangers ayant cessé d'activer en Algérie et bénéficier du patrimoine et des structures des banques étrangers.

1.1.3. Le système bancaire et la planification financière (1968-1985)

Malgré les améliorations apportées par apport à la période antérieure et à la mise en place de système bancaire national, la charge de financement de l'économie supporté par les banques

⁵⁸ Code de finance ; La loi n°64.11 du 10/04/1964 instituant l'unité monétaire nationale

⁵⁹ NAAS.A « Le système bancaire algérien : de la décolonisation à l'économie de marché », édition Maisonneuve et Larose, Paris, 2003, page 192

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

demeure faible en faisant du trésor public le véritable intermédiaire financier de pays. Cette situation a amené les autorités algériennes à instaurer un mode de gestion de l'économie basé sur la planification, consistant à l'adoption des plans de développement permettant la réorganisation et l'orientation des composants de système bancaire vers le financement de l'ensemble de l'économie. L'objectif qui consiste à instaurer une planification financière en adéquation avec la planification physique implique une redéfinition des rôles des différentes composantes du système bancaire pour atteindre les objectifs fixés par le premier plan quadriennal (1970-1973).

Pour consolider l'action de la planification, deux organes à caractère consultatif⁶⁰, sont mis en place à savoir

- Le conseil de crédit est un organe consultatif a pour rôle de formuler des avis, recommander et observer en matière de monnaie et de crédit ;
- Le comité technique des institutions bancaires qui joue le rôle d'une commission de contrôle du système bancaire, chargé tout particulièrement de la rationalisation et l'uniformisation de la gestion des institutions financières.

A partir de 1980, les autorisées algériennes ont mis en œuvre une nouvelle réforme pour les entreprises publiques appelées « restructuration organique »⁶¹ du système bancaire algérien. Cette dernière a touché également le secteur bancaire et donné lieu à la création de deux nouvelles banques : une banque agricole spécialisée dans le financement de l'Agriculture qui est la Banque de l'Agriculture et de Développement Rural (BADR) par le décret n°82-106 du 13/03/1982 ; et une banque des collectivités locales spécialisée dans le financement des unités économiques régionales et locales qui est la Banque de Développement Local (BDL) par le décret n°85-85 du 30/04/1985.

1.2. Le système bancaire algérien de 1986 jusqu'à la fin de 1990

Avec la transition de l'Algérie vers une économie de marché, le fonctionnement du secteur financier s'est radicalement transformé. Elle passe peu à peu d'un système de monobanque où l'économie était financée directement par le trésor, qui distribue le crédit, par l'intermédiaire

⁶⁰ Ont été créés par l'ordonnance n°71-47 du 31/06/1971 portant réaménagement des institutions de crédit

⁶¹ BENMALEK.R « Le système bancaire algérien », maîtrise en science économique, option finance Internationale, université de Toulouse, 1999.

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

des banques commerciales d'Etat, à des entreprises publiques inefficaces et déficitaires à un système financier moderne, fondé sur le jeu du marché.

Les changements qui ont caractérisé le secteur bancaire, soit dans ses structures, soit dans ses prérogatives, résultent de divers événements d'ordre politique, économique, et social. C'est ainsi que les pouvoirs publics ont été amenés à renforcer le secteur par la création de nouvelles banques spécialisées, ensuite à modifier les textes réglementaires régissant les banques⁶². Enfin les réformes économiques en cours, mais initiées depuis 1988, se sont concrétisées par la promulgation de plusieurs lois, dont la loi 90/10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit.

1.2.1. La loi de 19 Aout 1986 portant régime des banques et des crédits

En 1986 et exactement le 19 août, une loi bancaire a été instaurée et qui avait pour but de définir le régime des banques et du crédit, le nouveau cadre institutionnel et fonctionnel de l'activité bancaire. Et pour la première fois, le système bancaire algérien est gouverné par une loi dont le principal objectif est d'apporter des aménagements au mode de financement global de l'économie, qui n'a pas été modifié depuis les premières années de l'indépendance.

1.2.2. Loi du 12 janvier 1988 modifiant et complétant la loi bancaire du 19 août 1986

A partir de 1988, les autorités algériennes ont entamé plusieurs réformes dont la première d'entre elles est axée sur « l'autonomie de gestion de l'entreprise publique », afin de la rendre plus rentable et de la transformer en un centre de production et de création de richesse ce qui créé des transformations au niveau des fonctions de l'État.

Les textes de la loi de 1988, sur l'autonomie, séparent le droit de propriété du droit de gestion. Selon ces textes, l'État délègue ses prérogatives en tant que propriétaire des entreprises publiques aux Fonds de participation érigés en sociétés par actions. Il s'ensuit donc que l'État n'aura plus à administrer ni à gérer les entreprises publiques. Ainsi la réforme de 1988, s'est accompagnée par la création d'une nouvelle catégorie publique qui est « l'entreprise publique économique » dont l'entreprise bancaire en fait partie.

⁶² Loi N° 86/12 du 19/08/86 relative au régime des banques et du crédit

1.2.3. Loi sur la monnaie et le crédit du 14 avril 1990

La loi sur la monnaie et le crédit n°90-10 du 19 avril 1990, constitue le véritable point de rupture avec les pratiques anciennes. C'est en effet depuis cette loi qu'un nouvel environnement bancaire et financier, plus conforme à la libération de l'économie de sa tutelle administrative, a commencé à se mettre en place. En faisant de la Banque d'Algérie la véritable autorité monétaire et en fixant le cadre global d'exercice de la concurrence.

Cette loi a introduit pour la première fois en Algérie, la rationalité et les règles de l'orthodoxie bancaire universelle. Elle consacre en fait, le caractère universel du système bancaire et financier Algérien. Depuis la promulgation de cette loi, l'architecture de l'espace bancaire Algérien s'est progressivement modifiée. Des innovations importantes ont été introduites, imprimant aux pratiques bancaires nationales davantage de rationalité économique, d'esprit commercial et une dose naissante de concurrence.

Cette loi prometteuse et ambitieuse d'après plusieurs analystes, a visé les objectifs suivants⁶³ :

- Mettre un terme définitif à toute ingérence administrative ;
- Réhabiliter le rôle de la banque centrale d'Algérie dans la gestion de la monnaie et du crédit
- Rétablir la valeur du dinar Algérien ;
- Aboutir à une meilleure bancarisation de la monnaie ;
- Encourager les investissements extérieurs utiles ;
- Assainir la situation financière des entreprises du secteur public ;
- Déspécialiser les banques et clarifier les missions dévolues aux banques et aux établissements financiers ;
- Diversifier les sources de financements des agents économiques, notamment les entreprises par la création d'un marché financier.

⁶³ AMMOUR Benhalima : « Le système bancaire Algérien : textes et réalités » Ed, DAHLAB 1996, pp.82.96.

1.3. Le système bancaire algérien de 1990 à nos jours

Jusqu'à 1990, le secteur bancaire algérien était complètement public, il était constitué de sept établissements financiers bancaire qui pivotent autour de la banque centrale : (BNA, BADR, BDL, BEA, CNEP, CPA, BAD, BAMIC), avec la promulgation de la loi 90/10 du 14/04/1990, le secteur bancaire a connu de très profonds changements, notamment dans son fonctionnement et son architecture. Ce texte a consacré le principe de l'ouverture du secteur financier au secteur privé.

C'est dans ce changement radical que la Banque du Commerce et de l'Industrie de l'Algérie (BCIA 6) et EL Khalifa Bank ont été agréées respectivement le 28 juin 1997 et le 27 juillet 1998 par le Conseil de la Monnaie et du Crédit (CMC) sous forme de Société Par Action à capitaux privés, mais ces deux banques n'ont pas beaucoup exercées et ont été rapidement liquidées par les autorités monétaires, car après la promulgation de la LMC et début du programme des réformes, notre secteur bancaire et financier demeure caractérisé par de faibles fonctionnelles et organisationnelles qui sont à l'origine de son incapacité à mobiliser l'épargne et à soutenir la croissance par une intermédiation financière efficace.

Pour pallier l'insuffisance de régulation du secteur bancaire, les autorités ont mis en évidence des mesures nécessaires pour assurer la solidarité du système bancaire national et cela en adoptant une succession d'ordonnances.

1.3.1. L'ordonnance n°01-01 du 27 Février 2001

Cette ordonnance dispose de 14 articles, est intervenue dans le but de remédier aux insuffisances édictées dans la LMC. L'objet principal de cette ordonnance est de diviser le Conseil de la monnaie et du crédit en deux organes :

- Le premier organe est constitué du conseil d'administration chargé, de la direction et l'administration de la BA ;
- Le deuxième organe est constitué par le conseil de la monnaie et le crédit, qui joue le rôle d'autorité monétaire.

1.3.2. L'ordonnance n°03-11 du 26 Aout 2003

En 2003, l'échec de deux banques privées : El Khalifa Bank et la Banque pour le Commerce et l'industrie de l'Algérie (BCIA) a donné lieu à l'ordonnance n° 03- 11 du 27/08/2003 relatif à la monnaie et au crédit portait également sur le financement et la gestion de la banque

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

d'Algérie, tout en maintenant la libéralisation du secteur bancaire et en renforçant les conditions d'installation et de contrôle des banques et des établissements financiers.

1.3.3. L'ordonnance n°10-04 du 26 Aout 2010

L'ordonnance bancaire n°10-04 du 26/08/2010 modifie et complète l'ordonnance n°03-11 de 26/08/2003 relatif à la monnaie et au crédit, prévoit l'obligation pour l'Etat Algérien d'être présent dans le capital des banques et établissements financiers à capitaux privés, nationaux ou étrangers. Ainsi, « les participations étrangères dans les banques et les établissements financiers de droit algérien ne sont autorisées que dans le cadre d'un partenariat dont l'actionnariat national représente 51% au moins

2. La structure du système bancaire algérien

Le secteur bancaire algérien, bien qu'ayant hérité d'un système développé durant la période coloniale française, a subi des transformations significatives au fil de son histoire pour s'adapter aux orientations économiques et aux besoins de développement du pays. Aujourd'hui, il se caractérise par une structure duale, marquée par une forte dominance des banques publiques aux côtés d'un nombre croissant de banques privées, y compris des filiales de groupes étrangers. Cette configuration influence profondément la dynamique du financement de l'économie, la mobilisation de l'épargne et l'offre de services financiers. La régulation et la supervision de ce secteur sont principalement assurées par la Banque d'Algérie, qui veille à la stabilité et au bon fonctionnement du système financier dans un contexte économique en constante évolution.

2.1. La banque d'Algérie (la banque centrale)

La Banque Centrale d'Algérie fut créée par la loi 62-144 votée par l'assemblée constituante le 13 Décembre 1962, portant création et constitution des statuts de la Banque Centrale.

a. Organisation de la Banque d'Algérie

Quelques aménagements ont été apportés durant les années 1970 et le début des années 1980 lançant de ce fait, le processus de la réforme du système financier national. Cependant, c'est la promulgation de la loi sur la monnaie et le crédit de 1990 qui a donné à la Banque d'Algérie son indépendance de toute tutelle. Ainsi, la direction, l'administration et la surveillance de la Banque sont assurées respectivement par le Gouverneur, le Conseil d'administration qui est présidé par le Gouverneur et par deux censeurs. Le Conseil d'administration est composé de

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

trois vice-gouverneurs et de trois hauts fonctionnaires dont les compétences dans les domaines économique et financier doivent être avérées.

Le Gouverneur ainsi que les trois vice-gouverneurs sont nommés via décret présidentiel. Les autres membres du Conseil d'administration sont désignés par décret exécutif. Quant aux censeurs, ils sont nommés par décret présidentiel, sur proposition du Ministre chargé des finances.

b. Rôle et missions de la Banque d'Algérie

Dans l'article 2 Del 'ordonnance de 2010 modifiant et complétant l'article 35 de l'ordonnance de 2003, il est clairement stipulé que : « La banque d'Algérie a pour mission de veiller à la stabilité des prix en tant qu'objectif de la politique monétaire, de créer et de maintenir, dans les domaines de la monnaie, du crédit et des changes, les conditions les plus favorables à un développement soutenu de l'économie, tout en veillant à la stabilité monétaire et financière.

A cet effet, elle est chargée de régler la circulation monétaire, de diriger et de contrôler, par tous les moyens appropriés, la distribution du crédit, de réguler la liquidité, de veiller à la bonne gestion des engagements financiers à l'égard de l'étranger, de réguler le marché des changes et de s'assurer de la sécurité et de la solidité du système bancaire »⁶⁴ . Toujours dans son article 2 complétant l'article 36bis de 2003, la banque d'Algérie s'est également vue attribuée la prérogative d'établissement de la balance des paiements et de la présentation de la position financière extérieure de l'Algérie. Les banques et établissements financiers ainsi que les administrations financières se doivent de fournir à la Banque d'Algérie, toutes les statistiques et informations qu'elle juge utiles⁶⁵ .

Dans son l'article 8 modifiant et complétant l'article 98 de 2003⁶⁶ , la Banque d'Algérie a instauré la gestion et l'organisation de trois centrales :

- Une centrale des risques des entreprises,
- Une centrale des risques des ménages,
- Une centrale des impayés.

⁶⁴Ordonnance 03-11 du 26 Août 2003, p 10

⁶⁵Ordonnance 03-11 du 26 Août 2003, ibid

⁶⁶Ordonnance 03-11 du 26 Août 2003, op cit, p 12

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

La centrale des risques est un service de centralisation des risques qui est chargée de recueillir, auprès de chaque banque et de chaque établissement financier dont l'obligation d'adhésion leur a été faite, divers renseignements notamment : le nom des bénéficiaires de crédits, la nature et le plafond des crédits accordés, le montant des utilisations, le montant des crédits non remboursés ainsi que les garanties prises pour chaque crédit.

2.2. Les banques et les établissements financiers

L'environnement bancaire en Algérie est constitué aujourd'hui de deux types d'organisations, à savoir : « les Banques » et « les Etablissements Financiers ».

2.2.1. Distinction entre banques et établissements financiers

Il existe deux distinctions majeures entre ces deux organisations financières :

L'Ordonnance 03-11 du 26 août 2003, relative à la Monnaie et au Crédit précise dans son article 71 que : « Les établissements financiers ne peuvent ni recevoir de fonds du public, ni gérer les moyens de paiement ou les mettre à la disposition de leur clientèle ». Et dans l'article 70, il est indiqué que seules les banques sont habilitées à effectuer ces opérations à titre de profession habituelle.

Par ailleurs, le règlement n°08-04 du 23 décembre 2008 relatif au capital minimum des banques et établissements financiers exerçant en Algérie, stipule dans son article 2 que les banques et établissements financiers constitués sous forme de sociétés par actions devant disposer à leur constitution d'un capital libéré dans sa totalité et en numéraire au moins égale à 10 000 000 000DZD soit Dix Milliards de dinars algériens pour les banques et 3 500 000 000DZD soit Trois Milliards Cinq Cent Millions dinars algériens pour les établissements financiers.

2.2.2. Les opérations bancaires autorisées

Les articles de 66 à 69, définissent clairement les opérations à effectuées par les banques dans leurs relations avec la clientèle et qui comprennent : la réception des fonds du public, les opérations de crédit ainsi que la mise à disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci. Dans l'article 72 de la même ordonnance, les banques et les établissements financiers ont été autorisés à effectuer plusieurs opérations connexes telles que :

- Les opérations de change, -les opérations sur or, métaux précieux et pièces,

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

- Les placements souscriptions, achats, gestion, garde et vente de valeurs mobilières et de tout produit financier ;
- Le conseil et l'assistance en matière de gestion de patrimoine
- Le conseil, la gestion et l'ingénierie financières et, d'une manière générale, tous services destinés à faciliter la création et le développement d'entreprises ou d'équipements en respectant les dispositions légales en la matière et sont excéder les limites fixées par le conseil de la monnaie et du crédit.

C'est via la décision n°17-01 du 02 janvier 2017 et dans son article unique que la liste des banques et de la liste des établissements financiers agréés en Algérie ont été publiées :

a. Les banques publiques ⁶⁷

Elles sont six (06) au total et que nous allons présenter selon la date de leur création :

- **La BNA** : première banque nationale créée en juin 1966 et devient une SPA⁶⁸ aux termes de la loi n°88-01 du 01 janvier 1988 relative à l'autonomie des entreprises publiques et obtient son agrément en 1995 après les réformes engagées par les pouvoirs publics. Depuis 1982, elle s'est spécialisée dans le financement du secteur économique et industriel national.
- **La BEA** : créée sous forme d'une société nationale en 1967 Vial 'ordonnance n°67-204, elle devient la banque des grandes entreprises industrielles nationales à partir de 1970 avec pour objectif principal, la facilitation des rapports commerciaux et financiers internationaux.
- En 1989, elle devient une SPA tout en gardant le même objet d'activité. Ce n'est qu'en 2002 qu'elle est officiellement agréée pour l'exécution des diverses opérations bancaires reconnues et ce, via la décision n°02-04 du 23 septembre 2002.
- **Le CPA** : banque créée en 1966 via l'ordonnance n°66-366 du 26 décembre 1966. En 1985, la Banque de Développement Local (BDL) est créée à partir de cession d'actifs du CPA (agences, employés et comptes clientèles).

⁶⁷ Décision n°17-01 du 02 janvier 2017 portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financiers agréés en Algérie, Annexe 1, J.O N°02 du 11 janvier 2017, p25.

⁶⁸ SPA : Société Par Actions

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

- En 1988, le CPA est devenu une SPA et elle reçoit en 1997, son agrément de banque. Sa mission est orientée vers la promotion et le financement du secteur du BTPH, de celui de la santé et des médicaments, du commerce, de la distribution, de l'hôtellerie et du tourisme, des médias, des PME/PMI et de l'artisanat.
 - **La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR)** : cette banque a été créée à partir du démembrement de la BNA en 1982 via le décret n°82-106 du 13 mars 1982. Sa principale activité est le financement du secteur de l'agriculture, de la pêche et des ressources halieutiques ainsi que la promotion du monde rural.
 - **La Banque du Développement Local (BDL)** : comme sus-indiqué, cette banque a été créée par restructuration du CPA en 1982. Sa mission est le financement des PME/PMI, des activités de commerce au sens large, des professions libérales, des particuliers et des ménages.
 - **La CNEP** : créée en 1964, la principale mission de la CNEP était la collecte de l'épargne populaire. Elle devient une banque en 1997. Elle a également pour mission, l'octroi du crédit pour l'acquisition de logements, la promotion du secteur de la promotion immobilière additivement aux services liés à l'habitat tels que les bureaux d'études par exemple. La particularité de cette banque est qu'elle est présente dans le réseau postal pour la collecte de l'épargne des particuliers.
- b. Les banques privées** : Elles sont quatorze (14) au total et que nous citerons selon la date de leur agrément pour l'exercice de leurs activités en Algérie⁶⁹ :
- **El Baraka Banque** : première banque à vocation « islamique » implantée en Algérie en 1991. Ses actionnaires sont le groupe Saoudien Dallah El Baraka et la BADR. Ses activités sont régies par la Shari'a⁷⁰ et incluent la dimension sociale et solidaire, elle s'occupe de la gestion du fonds de la Zakat⁴ et propose des modes de financement tels que la Mourabaha, la Moucharaka, El Ijar, El Moudharaba ou encore El Istisn'a.
 - **Citibank Algérie** : après avoir ouvert un bureau de liaison, la banque a été agréée officiellement depuis 1992 et a été autorisée à ouvrir une succursale en 1998. Ses

⁶⁹ Décision n°17-01 du 02 janvier 2017 portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financiers agréés en Algérie, Annexe 1, op.cit., p25.

⁷⁰ Shari'a : la loi islamique

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

activités sont concentrées sur le financement des investissements étrangers, la gestion de trésorerie, les dépôts et la banque en ligne.

- **Arab Banking Corporation-Algérie (ABC-Algérie)** : c'est une filiale d'Arab Banking Corporation Bahrein qui a commencé ses activités en Algérie par l'ouverture d'un bureau de représentation en 1995 avant de s'installer avec obtention d'un agrément en 1998.
- Cette banque se propose d'accompagner les grandes entreprises, les PME, les entrepreneurs individuels mais aussi les particuliers avec des solutions de financement divers.
- **Natixis Algérie** : c'est la première banque française à 100% à capital étranger qui s'est installée en Algérie et qui a été agréée en 2000. C'est la filiale du groupe BPCE adossée à Natixis. Elle intervient dans le financement des grandes entreprises, des PME/PMI mais également dans celui des particuliers.
- **Société Générale Algérie (SGA)** : c'est une banque commerciale dont le capital est détenu à 100% par le groupe Société Générale (France), agréée en 2000 et dont les activités sont le financement des entreprises tous secteurs d'activités compris ainsi que l'octroi de crédit aux ménages additivement aux divers services bancaires.
- **Arab Bank PLC-Algeria « succursale de banque »** : agréée en 2001, son siège social est à Amman. Elle active dans le financement d'entreprises de secteurs d'activité confondus ainsi que dans celui des particuliers.
- **BNP Paribas El Djazair** : c'est une filiale à 100% de BNP Paribas(France). Elle a ouvert un bureau de représentation en 2000 puis a obtenu son agrément en 2002 pour effectuer tous les types d'opérations bancaires reconnues.
- **Gulf Bank Algérie (AGB)** : membre de la Kuwait Project Compagny, c'est une banque de droit algérien qui a été agréée en 2004 proposant les produits bancaires classiques et ceux issus de la finance alternative à la fois.
- **Trust Bank Algeria** : agréée en 2002, elle est membre du groupe Nest Investment Holding, LTD qui est basée à Chypre et dont le capital est détenu par des privés. Elle est présente en Algérie à travers 05 autres entreprises dont l'une active dans le secteur de l'assurance.

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

- **The Housing Bank For Trade and Finance-Algeria** : banque agréée depuis 2003, il s'agit d'une filiale de la Housing Bank For Trade and Finance et dont le capital est détenu par deux institutions financières, à savoir : The Housing Bank for Trade & Finance/Jordanie à raison de 85% et Libyan Arab Foreign Investment Holding Company-Algeria à hauteur de 15%. Elle offre des solutions de financement aux deux marchés : celui des entreprises et des particuliers.
 - **Fransabak El-Djazair SPA** : créée en 2006, il s'agit d'une banque à capitaux mixtes majoritairement libanais qui obtient son agrément en 2010, sa clientèle est composée de PME ainsi que de grands groupes nationaux et internationaux et offre tous les produits et services d'une banque commerciale à vocation universelle.
 - **Crédit Agricole Corporate et Investment Bank-Algérie** : c'est une filiale à 100% du groupe français Crédit Agricole. Agrément obtenu en 2007, elle active comme banque d'investissement.
 - **H.S.B.C - Algeria « Succursale de Banque »** : agrément obtenu en 2008 autant que succursale de banque et en 2010, elle propose des services bancaires aux entreprises et aux particuliers.
 - **Al Salam Bank-Algeria** : agréée en 2008, c'est une banque qui a pour objet la promotion des produits de la finance alternative que ce soit dans les investissements immobiliers ou dans celui du financement des entreprises
- c. Les établissements financiers** : Qui sont au nombre de neufs (09) et dont l'activité est basée principalement sur le crédit-bail et le financement d'acquisition de logements⁷¹.
- **Société de Refinancement Hypothécaire (SRH)** : établissement financier agréé en 1997, son capital est détenu par des sociétés et des institutions publiques dont le Trésor public, la BNA ou encore la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR). Son activité principale est l'octroi de prêts pour le refinancement de logements consentis par des intermédiaires financiers agréés. Cet établissement a également pour mission la promotion du système de financement de logements à moyen

⁷¹ 1Décision n°17-01 du 02 janvier 2017 portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financiers agréés en Algérie, Annexe 2, op.cit., p25.

et long terme, le crédit hypothécaire et le prolongement de la maturité de la structure des taux intérêts octroyés par les banques.

- **Société Financière d'Investissement, de Participation et de Placement – Spa (Sofinance-Spa)** : agréé en 2001, son objectif est le financement des entreprises via divers types de crédit dont le crédit-bail, la participation au capital, l'octroi de crédit par signature en apportant conseil et assistance aux entreprises. Trois secteurs sont principalement ciblés par cet établissement et qui sont : le bâtiment, les travaux publics et le transport.
- **Arab Leasing Corporation (ALC)** : créé en 2001, ALC est la première société privée spécialisée dans le crédit-bail en Algérie. Son capital est mixte entre nationaux et étrangers. Ses produits sont à destination des entreprises du secteur du BTPH, du transport, des services ainsi que les professionnels de la santé.
- **Maghreb Leasing Algérie (MLA)** : établissement financier créé en 2006 par Tunisie Leasing et le Groupe Amen, c'est une SPA dotée d'un capital social de 3 milliards 500 millions dinars algériens. MLA est spécialisé dans le crédit-bail et cible plusieurs secteurs d'activités comme le secteur médical, celui du BTP ou celui des transports, il offre la possibilité du financement d'équipements, de l'immobilier ou encore du matériel roulant.
- **Cetelem Algérie (CA)** : c'est une filiale du groupe BNP Paribas. CA a été agréé en 2006 en qualité d'établissement financier en se spécialisant dans les crédits à la consommation.
- **Caisse Nationale de Mutualité Agricole « établissement financier » (CNMA)⁷²**: c'est une institution née au début du siècle dernier et régie jusqu'en 1972 par les dispositions de la loi 1901 portant sur les associations professionnelles à caractère non commercial et à but non lucratif. Elle est issue de réunification à partir de 1972 de trois caisses en activités, à savoir : la Caisse Centrale de Réassurance des mutuelles agricoles (CCRMA), la Caisse Centrale des Mutuelles Sociales Agricoles (CCMSA) et la Caisse Mutuelle Agricole de Retraite (CMAR).

⁷² www.cnma.dz

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

- La CNMA est organisée en caisse nationale et régionale conformément à l'ordonnance 72-64 du 02 Décembre 1972 avec pour objectif, la protection des biens et des personnes évoluant dans le monde rural. Aujourd'hui, la CNMA s'attèle à travers son réseau constitué de caisses régionales et de bureaux locaux à offrir des services à une clientèle composée de la population agricole et rurale et des investisseurs dans le secteur de l'agriculture et dans celui des assurances des biens.
 - **Société Nationale de Leasing-Spa (SNL)** : établissement financier spécialisé dans l'octroi de crédit-bail, il a été créé en 2010 avec un capital de 3 milliards 500 millions de dinars algériens et dont les actionnaires sont la BNA et la BDL.
- La SNL se présente comme ayant pour objectif le développement du secteur de la PME/PMI et des professions libérales en Algérie² et propose des solutions de financement dans le cadre de l'acquisition et/ou le renouvellement de biens d'équipements industriels, de production et de transformation, de matériel roulant, de BTPH, d'équipements médicaux et de tourisme.
 - Ijar Leasing Algérie-Spa
 - El DjazairIjar-Sp

Section 2. L'évolution de la digitalisation dans le secteur bancaire algérien

Le secteur bancaire algérien affiche une progression significative, notamment grâce au développement de nouveaux moyens de paiement digitaux. Lors de la Journée arabe de l'inclusion financière, organisée par l'Association professionnelle des banques et établissements financiers (ABEF) autour du thème « Inclusion financière et changements climatiques », le ministre des Finances, Abdelaziz Fayed, a présenté un bilan positif : en 2022, les banques locales totalisaient 20 millions de comptes, dont 12 millions d'épargne, tandis qu'Algérie Poste gérait 27 millions de comptes courants postaux (CCP).⁷³

Le parc de cartes bancaires (CIB et Eddahabia) dépassait 14 millions, et les transactions via terminaux de paiement électronique (TPE) ont bondi de 65 000 en 2016 à 2 millions en 2022.⁷⁴

Le montant des paiements électroniques a atteint 19 milliards de dinars l'an dernier et 6,7 milliards pour 837 000 opérations au premier trimestre 2023. Les paiements et transferts mobiles, lancés en phase pilote intra-établissements, ont enregistré respectivement 7,6 millions de transactions pour 5,5 milliards de dinars et 3 millions de transferts pour plus de 37 milliards de dinars sur la même période. Enfin, plus de 40 millions de retraits ont été effectués aux distributeurs automatiques, représentant près de 770 milliards de dinars, via un réseau de 3 713 guichets, contre 3 658 fin 2022.⁷⁵

I. L'évolution des services et produits numériques

Au fil des années, les nouvelles technologies ont pris une importance considérable dans notre vie quotidienne. Les notions de temps et de distance ont perdu de leur importance et le commerce électronique a radicalement changé la relation entre l'acheteur et le vendeur. Sans aucun doute, l'un des secteurs de l'économie les plus touchés par ce phénomène est le secteur bancaire.

Aujourd'hui ; les banques offrent de plus en plus de services en ligne, par exemple on peut consulter les soldes, et aussi nous pouvons gérer facilement nos opérations boursières, demander un crédit et même ouvrir un nouveau compte sans avoir à passer à la caisse de la banque. Il y a quelques années, certaines de ces activités n'existaient pas ou étaient très rares.

⁷³<https://www.nticweb.com/web/10443-la-digitalisation-du-systeme-bancaire-en-plein-essor-en-algerie.html>
consulte 04/02/2025.

⁷⁴Idem.

⁷⁵Idem.

1. E-Banking

1.1. Définition du E-Banking

La banque électronique, est un terme générique englobant la banque en ligne, la banque par téléphone, la banque mobile, etc. En d'autres termes, c'est un processus de distribution de services bancaires et de produits via des canaux électroniques tels que le téléphone, internet, téléphone portable.⁷⁶

E-Banking est défini comme la livraison automatisée de nouveaux et traditionnels produits et services bancaires directement aux clients via des canaux de communication électroniques et interactifs.⁷⁷

Pour Shah et Clarke (2009), l'e-Banking peut signifier la fourniture d'informations sur une banque et ses services via une page d'accueil sur le World Wide Web (WWW). Des services d'e-Banking plus sophistiqués offrent aux clients un accès à leurs comptes, la possibilité de déplacer leur argent entre différents comptes et de réaliser des paiements ou de demander des prêts via des canaux électroniques.⁷⁸

Diniz (1998) qualifie l'e-Banking comme un service fourni par plusieurs institutions financières, permettant aux clients de mener des transactions bancaires via internet, et ce en utilisant un moyen comme le PC, le téléphone, le minitel, ou autres.⁷⁹

Selon FDIC (1998), La banque électronique est reliée à un environnement automatisé, à un réseau combiné de PCs, de téléphones, des équipements de télévision interactifs, d'internet et d'autres.... Ainsi, on trouve le phone Banking, le PC Banking et l'internet Banking comme des importants exemples du réseau de la banque électronique.⁸⁰

Koo et Wati (2010) définissent la banque électronique comme la fourniture d'informations et de services bancaires par les banques aux clients par le biais de différents canaux de distribution

⁷⁶ New century's dictionary of Banking and Finance, 2008

⁷⁷ KULDEEP, S. R. (2019), "the impact of E-banking on the use of banking services and customer's satisfaction", Vol. 3-N° 4, P. 21.

⁷⁸ SHAH, M., et CLARKE, S. (2009), E-Banking Management: issues, solutions and strategies, Information Science Reference, New York.

⁷⁹ DINIZ, E. (1998), « web Banking in USA », journal of internet Banking and commerce, Vol. 3- N° 2.

⁸⁰ Federal Deposit Insurance Corporation, (1998), "Electronic Banking: Safety and Soundness Examination Procedures", p. 1-13.

qui peuvent être utilisés avec différents appareils électroniques tels qu'un ordinateur et un téléphone portable avec un logiciel de navigation, un téléphone ou une télévision numérique.⁸¹

A travers ces quelques définitions, nous pouvons résumer la signification du terme e-Banking en la banque électronique qui fournit des services financiers aux clients par le biais d'internet. Donc, il se réfère à l'utilisation d'internet par une institution financière pour proposer à ses clients une gamme variée de services bancaires, allant d'une simple présentation de produits à la gestion à distance de transactions financières.

1.2. Le début de E-Banking en Algérie

En Algérie, dès le début des années 1990, la volonté politique de promouvoir le développement du e-Banking s'est clairement exprimée. Cela s'est manifesté par la création du SATIM « Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétiques » en 1995 matérialise la volonté politique de développer la monétique.⁸² Le secteur bancaire s'est modernisé par la mise en place de nouveaux réseaux avec l'acquisition de nouveaux équipements et de nouvelles technologies de communication. Le succès de ce processus de modernisation dépend de l'efficacité du réseau de télécommunications, principal support technique du nouveau réseau de paiement électronique. En effet, les réseaux de télécommunications facilitent le fonctionnement des échanges et gèrent aussi bien toutes les opérations de paiement et les échanges de données inter et intra bancaires.

2. Société de Transactions Interbancaires et d'Automatisation Bancaire Electronique (SATIM)

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

Il s'agit de l'unique opérateur monétique interbancaire en Algérie pour les cartes domestiques ainsi qu'internationales agissant comme l'un des instruments techniques d'accompagnement du programme de développement et de modernisation des banques et particulièrement de promotion des moyens de paiement par carte. SATIM réuni 19 adhérents dans son réseau

⁸¹ KOO, Y. et WATI, P. (2010), "Toward an Understanding of the Mediating Role of "Trust" in Mobile Banking Service: An Empirical Test of Indonesia Case". Journal of Universal Computer Science, Vol.16-N°13

⁸²Idem.

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

monétique interbancaire, se composant de 18 banques dont 06 banques publiques et 12 banques privées ainsi qu'Algérie Poste.

2.1. Mission de la SATIM

Les principales missions de la SATIM sont :

- Œuvrer au développement et à l'utilisation des moyens de paiement électronique.
- Mise en place et gestion de la plate-forme technique et organisationnelle assurant une interopérabilité totale entre tous les acteurs du Réseau Monétique en Algérie.
- Participation à la mise en place des règles interbancaires de gestion des produits monétiques interbancaires.
- Accompagnement des banques dans la mise en place et le développement des produits monétiques.
- Personnalisation des chèques et des cartes de paiement et de retrait d'espèces.
- Mise en œuvre de l'ensemble des actions qui régissent le fonctionnement du système monétique dans ses diverses composantes.
- Assure les fonctions de connexion et de gestion des DAB/GAB, la personnalisation des cartes de retrait interbancaires « pour les banques », la mise en place de switch pour les membres ayant leur propre système d'autorisation.⁸³

En 1996, la SATIM a mis en place un système de personnalisation de chèques. Dans ce cas-là, Les actions entreprises pour l'e-Banking ne se sont ressenties qu'à partir 7 ans de sa création, où les projets e-Banking vont se multiplier.⁸⁴

Dans une première phase, la SATIM va entreprendre, entre 2002 et 2005, différentes actions visant la mise ne place d'un « système de paiement interbancaire ». Parmi ces actions, nous citons notamment : le développement d'un réseau monétaire interbancaire (RMI) assurant la sécurité et l'interopérabilité du système de retrait et de paiement sur DAB et TPE ; l'adoption,

⁸³HEDJAR Syphax « mémoire de La digitalisation dans les banques publiques : Entre avantages Et inconvénients, Cas de la BNA direction régional de Tizi-Ouzou.». Université Abderrahmane Mira de Bejaia, année 2020-2021, p45.

⁸⁴ NOUI, N., DOUFFI, M., et CHOUBAR, L. (2023), « Vers le E-banking sécurisé en Algérie », Revue Cahiers Economiques, Vol.14-N°01, P.96 -111

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

entre 2003 et 2004, d'un système de paiement par carte conforme aux normes EMV, et la création d'un Comité monétique interbancaire (COMI) en 2005.⁸⁵

Dans une deuxième phase, des efforts considérables porteront entre 2006 et 2008 sur le développement du système de paiement interbancaire (CIB) : lancement du pilote du système en 2006 ; généralisation en 2007 ; puis efforts d'extension en 2008. Pendant cette deuxième phase, le système développé par la SATIM offrait deux services principaux : le retrait d'argent à partir des DAB et le règlement des transactions à partir des terminaux de paiement électronique (TPE) acquis par les commerçants. Les institutions du secteur monétaire offraient à la clientèle deux types particuliers de cartes électroniques : Les cartes de retrait, d'une part, dont les fonctionnalités se limitaient au retrait d'argent à partir des DAB et à la consultation de compte.⁸⁶

Dans une troisième phase, la SATIM lança à partir de 2008 différentes actions visant le développement des services bancaires sur internet et des services bancaires mobiles. Dans ce Cadre, les actions entreprises visaient le développement progressif de services proposés par les banques algériennes sur leurs sites internet (consultation des soldes, demande de chèques, demande de relevés d'identité bancaire, virements, etc.), via les téléphones portables ; ainsi que l'introduction des systèmes de paiement sur le net.⁸⁷

Les efforts d'Algérie poste sur le E-Banking

Algérie Poste est la première institution à entreprendre un projet pilote dans le domaine de la monétique. Ce projet a permis la construction de 110 distributeurs automatiques de billets (DAB) et la fourniture de 200 000 cartes de retrait entre 1997 et 2005. Il est à noter que l'échelle du réseau est petite, et le nombre de cartes distribuées est insignifiant par rapport au nombre de client important de l'entreprise. De plus, il est à noter que les fonctions mises à disposition des clients sont limitées, car pendant cette période, les cartes émises permettent uniquement les retraits aux distributeurs automatiques. Il n'est pas possible de payer les transactions avec les commerçants ou sur Internet, ce qui n'est plus le cas actuellement.⁸⁸

⁸⁵ BELLAHCENE, F., FEROUANI, B. (2014), « L'adoption des systèmes du e-banking dans les pays en voie de développement : Analyse du cas algérien à la lumière des résultats obtenus dans d'autres pays », Revue d'économie et de management, Vol.13,-N°2, P. 1-15.

⁸⁶Idem.

⁸⁷ Idem

⁸⁸HEDJAR Syphax « mémoire de La digitalisation dans les banques publiques : Entre avantages Et inconvénients, Cas de la BNA direction régional de Tizi-Ouzou.». Université Abderrahmane Mira de Bejaia, année 2020-2021, p45

3. Les cartes d'Algérie Poste

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

3.1. La carte interbancaire de retrait (carte CCP)

Cette carte est systématiquement délivrée à tous les titulaires de comptes CCP actifs. Elle vous permet d'effectuer :

- Toutes les prestations disponibles sur les DAB d'Algérie Poste et quelques prestations sur les GAB des banques ;
- Toutes les transactions financières effectuées au guichet postal.

3.2. Les cartes interbancaires de paiement CIB Classique et Gold :

Ces deux cartes monétiques, aux normes EMV (Europay Mastercard Visa = Visa Européen Mastercard).⁸⁹

Sont délivrées sous la demande des clients. La carte CIB classique Permet d'effectuer tous les services disponibles sur les guichets automatiques de la Poste et des Banques algériennes ; et de régler l'achat de biens et services chez les commerçants membres du Réseau Monétaire Interbancaire (RMI) SATIM et équipés de terminaux de paiement électronique (TPE). Concernant la carte CIB Gold, Elle offre les mêmes services que les cartes classiques, mais avec des limites de retrait et de paiement plus élevées.⁹⁰

3.3. La carte EDAHABIA

La carte Edahabia est une carte de paiement et de retrait électroniques conforme au système EMV (Europay Mastercard Visa). Elle garantit la sécurité des transactions à ses porteurs et permet d'effectuer diverses opérations de retrait et de paiement sur le compte CCP (Compte Chèque Postal), sur les guichets automatiques de banques (GAB) ainsi que sur les terminaux de paiement électronique (TPE). Cette carte a été lancée par Algérie Poste en 2017.⁹¹

⁸⁹ Article 2 : La carte bancaire, dotée de l'interface de communication « contact » et/ou « sans contact », doit répondre aux normes internationales figurant dans le tableau ci-annexé. Elle doit répondre par ailleurs au standard EMV (Europay - Mastercard - Visa).


⁹⁰ Le site officiel de la poste algérienne.

⁹¹ Khaled BENNACER, Feriel ABIDER « mémoire l'effet de l'E-Banking sur la performance financière des banques en Algérie cas des banques de la wilaya de BEJAIA ». Université Abderrahmane Mira de Bejaia, année 2023/2024, p25

3.3.1. Les services offrants par la carte EDAHABIA

La carte EDAHABIA de Algérie poste offre une gamme des services pour ces clients, telle que :

- Retrait d'espèces.
- Consultation du solde du compte CCP.
- Virement de compte à compte.
- Retrait d'espèces.
- Consultation du mini relevé des 10 opérations effectuées avec carte EDAHABIA.
- Edition du RIP.
- Commande d'un carnet de chèques.
- Virement d'argent d'un compte CCP vers un autre compte CCP.
- Recharge téléphonie mobile de tous les opérateurs (Mobilis, Djezzy et ooredoo).
- Changement du code pin.
- Introduction ou modification du numéro de téléphone mobile.
- Paiement des achats.
- Paiement des factures.
- Réservations de billets d'avion, hôtels, etc.
- Annulation / remboursement d'un paiement.
- Consultation du solde compte CCP.
- Consultation du mini relevé des 10 opérations effectuées avec la carte EDAHABIA.
- Virement d'argent d'un compte CCP vers un autre compte CCP.
- Blocage et déblocage de la carte EDAHABIA.
- Géo localisation des GAB d'Algérie Poste sur tout le territoire national.
- Consultation des offres publicitaires.
- Recharge téléphonie mobile.
- Recharge ADSL.
- Réservation des billets d'avion.
- Adhésion aux services de l'application mobile Baridi Mob.
- Paiement de factures (ADE, SONELGAZ, SEAAL, ATM-ADSL, MOBILIS).⁹²

 Algérie Poste tient à préciser que les grands axes du nouveau système monétique reposent principalement sur :

⁹² Le site officiel de la poste Algérien.

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

- La digitalisation des transactions financières et monétiques.
- La modernisation des systèmes de paiement par l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC).
- Le développement de services financiers de haute qualité et à forte valeur ajoutée.
- La réduction des longues files d'attente dans les établissements postaux, notamment lors des grandes échéances (Ramadhan, fêtes religieuses, etc.).
- La dynamisation et l'intégration des services financiers à distance.
- La diminution des besoins en liquidité physique.
- La garantie d'un accès durable et fluide aux services financiers, sans contraintes de déplacement ni d'attente.
- L'intégration de transactions financières sécurisées via les nouvelles technologies.
- La promotion et le développement du commerce électronique.⁹³

3.4. Les Terminaux de Paiement Electronique (TPE)

Le terminal de paiement électronique désigne tout appareil permettant de traiter un paiement par carte. Il est connecté avec les services spécialisés de la banque. Le commerçant peut aussi intégrer à son terminal de paiement électronique une fonction de caisse enregistreuse.⁹⁴

Il existe deux types de TPE :

- Le TPE fixe à lecteur de puce PIN-PAD pour les grandes surfaces.
- Le TPE mobile pour les surfaces réduites (DRAGONS, 1999).

La SATIM et les banques offrent aux commerçants la solution du paiement de proximité à travers la carte CIB pour l'acceptation des transactions financières sur les Terminaux de Paiement électronique (TPE), cette solution permet la sécurité des transactions via le standard EMV et la sécurité des personnes contre les vols, les agressions et la fausse monnaie à travers l'utilisation d'un code confidentiel. Les sommes perçues sont directement et automatiquement

⁹³<https://www.algerie-eco.com/2017/10/26/algerie-poste-173-gab-basculer-nouveau-systeme>

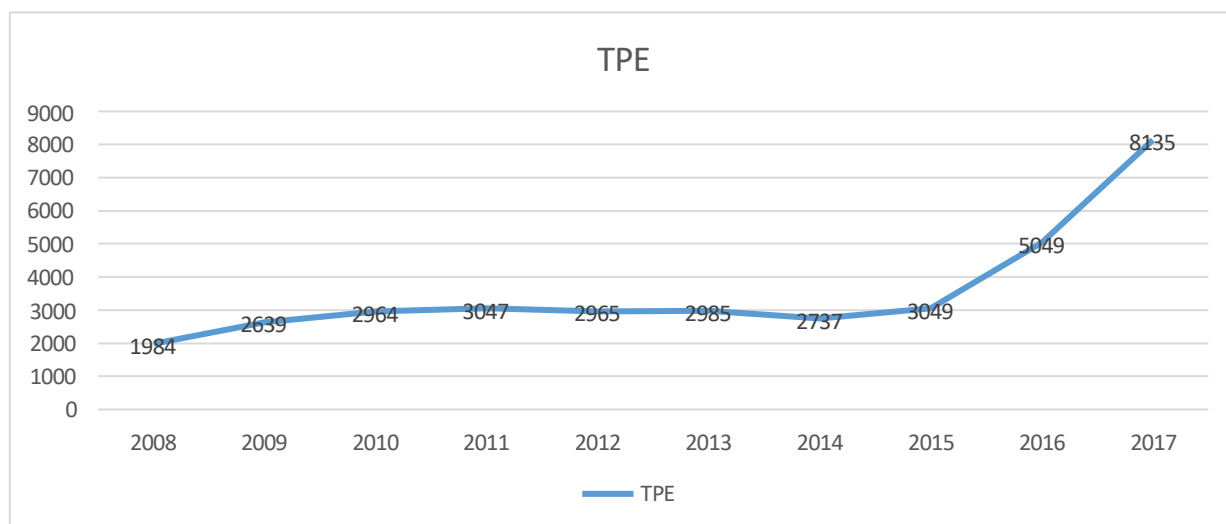
consulté le

26/04/2025

⁹⁴Refafa Brahim (2020). Article de : « La monétique en Algérie, développement et perspectives Electronic banking in Algeria, development and prospects ». Université Dr Moulay T, SAIDA, (Algérie), Date de réception : 06/11/2020, Date d'acceptation : 01/12/2020, P304.

versées sur le compte du commerçant et les délais du crédit du compte du commerçant sont très court.⁹⁵

Figure 06. Evolution de nombre de TPE durant la période 2008-2017.



Source. Fait par nous-même à parti de Refafa Brahim (2020). Article de : « La monétique en Algérie, développement et perspectives Electronic Banking in Alegria, développent and prospects ». Université Dr Moulay T, SAIDA, (Algérie), Date de réception : 06/11/2020, Date d’acceptation : 01/12/2020, P304.

Le nombre de terminaux de paiement électroniques (TPE) dans les différents commerces en 2008 est de 1984, il a enregistré une progression durant les années 2009-2011 et atteint 3047 TPE, ensuite a enregistré une légère régression durant les années 2012, 2013 et 2014 (2737 TPE). Ces chiffres ont ensuite connu une augmentation remarquable à la fin de l’année 2017, arrivant à 8135 TPE. Cette évolution témoigne de l’intérêt croissant pour l’utilisation des cartes monétiques et constitue un facteur incitatif pour les consommateurs et les commerçants à adopter les paiements élus.⁹⁶

3.5. Les distributeurs automatiques des billets DAB

Les distributeurs automatiques des billets DAB et intégrés au réseau monétique interbancaire permettent aux porteurs de la carte CIB d’effectuer des retraits d’espèces et la consultation du

⁹⁵Refafa Brahim (2020). Article de : « La monétique en Algérie, développement et perspectives Electronic Banking in Algeria, development and prospects ». Université Dr Moulay T, SAIDA, (Algérie), Date de réception : 06/11/2020, Date d’acceptation : 01/12/2020, P304.

⁹⁶Idem.

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

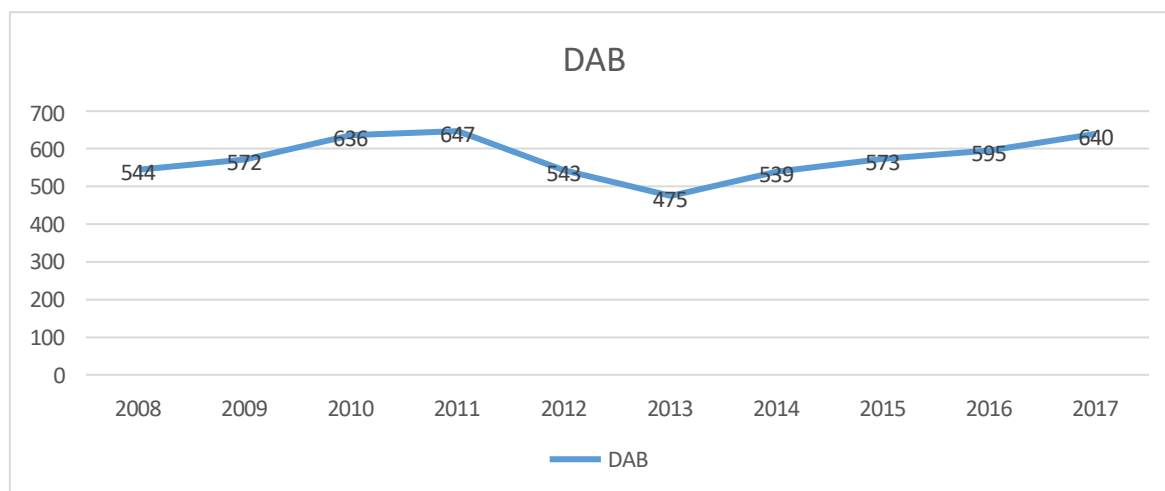
solde 24h/24, 7j/7 avec une facilité de manipulation et une sécurité totale des transactions via le standard Europay Mastercard Visa EMV⁹⁷. Les DAB permettent :

- La consultation du solde du compte.
- La commande de carnets de chèques.
- L'édition du relevé des 10 dernières opérations effectuées sur le compte.
- Le virement du compte CCP du porteur sur un autre compte CCP.
- Le paiement de factures.
- L'édition du Relevé d'Identité Postale (RIP).⁹⁸

✚ La différence entre le DAB et le GAB

Un DAB se limite généralement au retrait d'argent liquide. Et un GAB est une solution plus complète qui permet non seulement de retirer de l'argent mais aussi d'effectuer diverses opérations bancaires.

Figure 07. Evolution de nombre de DAB et le GAB durant la période 2008-2017



Source : fait par nous-même à parti de Refafa Brahim (2020). Article de : « La monétique en Algérie, développement et perspectives Electronic Banking in Alegria, développement and prospects ». Université Dr Moulay T, SAIDA, (Algérie), Date de réception : 06/11/2020, Date d'acceptation : 01/12/2020, P304

⁹⁷Refafa Brahim (2020). Article de : « La monétique en Algérie, développement et perspectives Electronic Banking in Algeria, development and prospects ». Université Dr Moulay T, SAIDA, (Algérie), Date de réception : 06/11/2020, Date d'acceptation : 01/12/2020, P304.

⁹⁸HEDJAR Syphax « mémoire de La digitalisation dans les banques publiques : Entre avantages Et inconvénients, Cas de la BNA direction régional de Tizi-Ouzou.». Université Abderrahmane Mira de Bejaia, année 2020-2021, p50.

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

Entre 2008 et 2011, le nombre de distributeurs automatiques de billets (DAB) est passé de 544 à 647, marquant une phase de croissance. Toutefois, une diminution a été observée en 2012 et 2013. À partir de 2014, cette tendance s'est inversée, avec une reprise progressive du nombre de DAB installé, atteignant 640 en 2017. Cette évolution traduit une volonté de moderniser les moyens de paiement et un engagement accumulé des établissements bancaires à développer ce service.⁹⁹

3.6. Le guichet automatique de banque GAB

Est un automate permettant au détenteur d'une carte bancaire d'effectuer de nombreuses opérations sans intervention du personnel de sa banque et ce 24 H sur 24 H. L'utilisation d'un GAB permet aux clients de l'établissement propriétaire du GAB, notamment, d'effectuer les opérations suivantes :

- Consultation de solde.
- Demande de RIB.
- Demande de chèquiers.
- Virement de compte à compte au sein de la banque.
- Remise de chèques.
- Versement d'espèces.
- Retrait d'espèces.

Les GAB font aussi fonction de distributeurs de billets (DAB) pour l'ensemble des porteurs des cartes acceptées par l'appareil.¹⁰⁰

⁹⁹Refafa Brahim (2020). Article de : « La monétique en Algérie, développement et perspectives Electronic banking in Algeria, development and prospects ». Université Dr Moulay T, SAIDA, (Algérie), Date de réception : 06/11/2020, Date d'acceptation : 01/12/2020, P304.

¹⁰⁰ ATOUI Nadjib et REKKOUCHE AbdEnour mémoire de « Conception et Réalisation d'un Système E-Banking pour les Transactions Electroniques » Université Ferhat Abbas de SETIF 1, année 2016/2017 P05.

Section 3. Les obstacles et les défis de la digitalisation et les solutions à promouvoir

L'Algérie, à l'instar de nombreux pays, s'engage résolument sur la voie de la digitalisation. Cependant, cette transition ambitieuse n'est pas exempte de défis et d'obstacles significatifs. De l'infrastructure technologique aux compétences numériques, en passant par les aspects réglementaires et culturels, plusieurs freins entravent une adoption pleine et entière du numérique.

Cette section explorera ces freins majeurs et mettra en lumière les solutions à promouvoir pour une digitalisation réussie et inclusive à travers le pays.

1. Analyses des obstacles et des défis

Le secteur bancaire algérien fait face à de nombreux obstacles et défis comprennent la réglementation, les contraintes infrastructurels et socio-économiques.

De plus, il y a la nécessité de promouvoir des politiques gouvernementales spécifiques au secteur bancaire afin de soutenir la digitalisation du secteur bancaire algérien

1.1. Contraintes législatives et réglementaires

Le gouvernement algérien a entrepris des initiatives pour moderniser et simplifier la réglementation financière mais le système bancaire algérien se retrouve éventuellement face à des contraintes législatives.

1.1.1. Complexité réglementaire

L'Algérie a historiquement eu une réglementation financière complexe et stricte. Cela peut rendre difficile la mise en place de nouvelles solutions technologiques et la création de services bancaires numériques innovants. Les banques doivent respecter de nombreuses réglementations en matière de conformité, ce qui peut ralentir le processus d'innovation.¹⁰¹

Ces banques sont donc soumises à des exigences de conformité strictes en matière de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme et de protection des données. Bien que ces réglementations soient essentielles pour garantir la sécurité financière, elles peuvent parfois créer des obstacles à l'innovation et à la flexibilité.

¹⁰¹ OUANE, MM. Les moyens de paiement en Algérie face aux défis des nouvelles technologies : Analyse de leur évolution de 1990 à 2017. 2020. Thèse de doctorat. Université Mouloud Mammeri.

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

Les réglementations algériennes peuvent également restreindre les opérations bancaires transfrontalières, ce qui peut compliquer la mise en place de services bancaires numériques internationaux ou la coopération avec des institutions financières étrangères.¹⁰²

1.1.2. Protection des données personnelles

La protection des données personnelles est de plus en plus strictes dans le monde entier, et l'Algérie n'y fait pas exception. Bien que cela soit essentiel pour protéger la vie privée des citoyens, cela peut rendre la gestion des données dans les services bancaires numériques plus complexe.

1.1.3. Lois sur la cybercriminalité

Pour faire face aux menaces croissantes de cybercriminalité, l'Algérie a adopté des lois sur la cybercriminalité. Cependant, ces lois peuvent également poser des défis pour les entreprises technologiques et les banques, car elles doivent se conformer à des exigences spécifiques en matière de sécurité informatique.¹⁰³

1.1.4. Conformité aux normes internationales

Pour intégrer pleinement l'économie mondiale et faciliter les transactions transfrontalières, l'Algérie doit également se conformer aux normes et aux réglementations internationales, ce qui peut nécessiter des ajustements et des mises à jour de ses propres lois et réglementations, Malgré que les contraintes administratives entravent souvent ces ajustements et mises à jour des lois. Les contraintes législatives et réglementaires en Algérie ont joué un rôle important dans la digitalisation du secteur bancaire.

Bien qu'elles puissent poser des défis, elles sont également essentielles pour garantir la stabilité et la sécurité du système financier. Un équilibre doit donc être trouvé entre la conformité aux réglementations et la promotion de l'innovation pour permettre au secteur bancaire de prospérer dans l'ère numérique.¹⁰⁴

¹⁰² BEN ZIDANE, Y. La Lutte contre le blanchiment d'argent Cas d'étude : Algérie Gulf Bank. 2021. Mémoire de master. Université Mouloud Mammeri.

¹⁰³ VENTRE, Daet GUILLOT, Ph. Interceptions des communications électroniques : Histoire, technologies, politique. ISTE Group, 2023.

¹⁰⁴ SALIFOU M et TRAORE, A. Modernisation du système de paiement en Algérie : cas de la télécompensation au niveau de la banque BADR. 2022. Mémoire de Master. Université Mouloud Mammeri.

1.2. Contraintes Socio-économiques

Les facteurs socio-économiques, tels que le taux de bancarisation, l'éducation financière, l'inclusion financière et la sensibilisation à la sécurité, jouent un rôle déterminant dans la digitalisation du secteur bancaire en Algérie. Les initiatives visant à améliorer ces aspects peuvent contribuer à surmonter les obstacles à la digitalisation et à favoriser une adoption plus large des services bancaires numériques dans le pays.¹⁰⁵

1.2.1. Taux de bancarisation

Le taux de bancarisation mesure la proportion de la population qui a accès à des services bancaires formels, tels que la détention d'un compte bancaire. Un faible taux de bancarisation peut entraver la digitalisation du secteur bancaire, car de nombreux citoyens n'ont pas accès aux services financiers de base.

La digitalisation peut contribuer à accroître le taux de bancarisation en rendant les services bancaires plus accessibles via des canaux numériques, notamment les applications mobiles et les services bancaires en ligne.

1.2.2. Éducation financière

L'éducation financière est essentielle pour sensibiliser les citoyens aux avantages et aux fonctionnalités des services bancaires numériques. Un manque d'éducation financière peut conduire à la méfiance envers les transactions électroniques et à la sous-utilisation des services numériques.

Les citoyens doivent être formés à l'utilisation des services bancaires numériques, en particulier dans les régions où l'accès à Internet est nouveau ou limité. Les programmes de formation peuvent aider à surmonter les obstacles liés à la familiarisation avec la technologie.¹⁰⁶

Les initiatives visant à promouvoir l'éducation financière, telles que des programmes de formation et de sensibilisation, peuvent jouer un rôle crucial dans la promotion de la digitalisation du secteur bancaire.¹⁰⁷

¹⁰⁵ R, BACCOUR, S, Mr ROMDHANE, et DE TUNISIE, Banque Centrale. Promouvoir l'inclusion financière par le levier de la digitalisation des moyens de paiement

¹⁰⁶ 8 DERRIDJ, R et AMIAR, L. La digitalisation au sein du secteur bancaire : entre causes et conséquences cas d'ABC Bank. 2020.

¹⁰⁷ Idem.

1.2.3. Inclusion financière

L'inclusion financière est un objectif clé pour de nombreux gouvernements, y compris en Algérie. Elle vise à garantir que tous les citoyens ont accès à des services financiers abordables et appropriés. La digitalisation peut jouer un rôle majeur dans la réalisation de cet objectif en rendant les services financiers plus accessibles, en particulier pour les populations rurales ou marginalisées.

La création de produits et de services bancaires numériques adaptés aux besoins de différentes populations peut contribuer à l'inclusion financière.

1.2.4. Sensibilisation à la sécurité des transactions électroniques

L'une des barrières à l'adoption des services bancaires numériques est la méfiance envers la sécurité des transactions électroniques. Les citoyens doivent être informés des mesures de sécurité mises en place par les banques et les institutions financières pour protéger leurs données et leurs finances.

Les campagnes de sensibilisation à la sécurité des transactions électroniques peuvent contribuer à renforcer la confiance des citoyens dans l'utilisation de services bancaires numériques.

1.3. Les contraintes Infrastructurelles

Les facteurs infrastructurels, tels que la couverture Internet, l'accès aux services bancaires et l'accessibilité des points de service, sont des éléments cruciaux pour la digitalisation du secteur bancaire en Algérie.

Une attention particulière doit être accordée à l'extension de la connectivité Internet et à la création d'alternatives physiques pour l'accès aux services bancaires pour garantir une adoption réussie des services bancaires numériques.

1.3.1. Couverture interne

La couverture Internet est un élément fondamental de la digitalisation du secteur bancaire. Une infrastructure Internet robuste et étendue est nécessaire pour permettre aux citoyens d'accéder aux services bancaires numériques de manière fiable et rapide.

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

En Algérie, la couverture Internet s'est améliorée au fil des ans, avec une expansion de la connectivité à travers le pays. Cependant, il peut subsister des zones mal desservies, ce qui crée des disparités d'accès aux services bancaires numériques.¹⁰⁸

1.3.2. Accès aux services bancaires

L'accès physique aux services bancaires, y compris les agences bancaires et les guichets automatiques, reste important pour de nombreux citoyens en Algérie. La disponibilité d'agences et de GAB peut varier en fonction de la région. La digitalisation du secteur bancaire doit être complétée par des alternatives physiques pour répondre aux besoins des clients qui préfèrent des interactions en personne.

1.3.3. Point des services alternatifs

En plus des agences bancaires traditionnelles, les banques en Algérie peuvent envisager d'établir des points de service alternatifs, tels que des kiosques bancaires dans des zones mal desservies. Ces points de service peuvent fournir un accès limité à des services bancaires numériques, même dans des endroits reculés.¹⁰⁹

1.3.4. Accessibilité aux personnes handicapées

L'accessibilité des services bancaires numériques est un aspect essentiel de l'inclusion financière. Les infrastructures doivent être conçues pour être accessibles aux personnes handicapées, ce qui peut nécessiter des ajustements spécifiques dans le but de toucher toutes les catégories de la société.

1.3.5. Connectivité mobile

Est la capacité d'utiliser l'Internet et les services en ligne grâce à un réseau mobile tel que la 4G et la 5G cette dernière qui n'a pas été encore installée en Algérie alors que la 4G il existe des endroits où l'accès est limité à la 3G ce qui fait référence à un niveau de connexion moyen en Algérie. En Algérie, l'augmentation de la connectivité mobile ouvrira des opportunités pour profiter pleinement des fonctionnalités que proposent nos appareils mobiles ainsi favoriser la digitalisation du secteur bancaire. Les services bancaires mobiles peuvent être une solution pour les régions où l'accès à Internet fixe est limité.

¹⁰⁸ YAHIAOUI, A et SI MOUSSA, K. La digitalisation des services bancaires : Cas de l'agence BNA N° 581 de Tizi-Ouzou. 2021. Mémoire de Master. Université Mouloud Mammeri.

¹⁰⁹ AARAS, M et NICOLSI, P. A. La digitalisation du secteur bancaire : La perception par les clients.

2. Analyse des politiques gouvernementales visant à promouvoir la digitalisation bancaire

L'analyse des politiques gouvernementales visant à promouvoir la digitalisation bancaire en Algérie est essentielle pour comprendre les efforts déployés par le gouvernement pour favoriser la modernisation du secteur financier.

2.1. Simplification des réglementations

Le gouvernement algérien a reconnu la nécessité de simplifier les réglementations liées aux transactions électroniques pour encourager leur adoption. Des réformes ont été entreprises pour assouplir les contraintes réglementaires qui entravaient le développement des services bancaires en ligne.¹¹⁰

2.2. Promotion de l'inclusion financière

Le gouvernement a mis l'accent sur l'inclusion financière en encourageant les institutions bancaires à fournir des services financiers accessibles à tous, y compris les populations rurales et les groupes à faible revenu. La digitalisation a été perçue comme un moyen de réaliser cet objectif.¹¹¹

2.3. Soutien aux fintechs

Le gouvernement a encouragé l'émergence et le développement de start-ups fintech en Algérie. Ces entreprises ont été vues comme des acteurs clés dans l'innovation et la promotion de solutions de paiement électronique.

2.4. Modernisation de l'infrastructure

Des investissements ont été faits dans la modernisation des infrastructures de télécommunication et des systèmes de paiement. Cela visait à garantir une connectivité fiable et rapide, facilitant ainsi les transactions électroniques.¹¹²

2.5. Campagnes de sensibilisation

Le gouvernement a lancé des campagnes de sensibilisation pour éduquer le public sur les avantages de la digitalisation bancaire et encourager l'utilisation des services en ligne. Ces

¹¹⁰ DEGRYSE, C. Impacts sociaux de la digitalisation de l'économie. Etui, 2016.

¹¹¹ R. BACCOUR, S. Mr ROMDHANE, Banque Centrale. Promouvoir l'inclusion financière par le levier de la digitalisation des moyens de paiement.

¹¹² MARIQUE.E et DE PIERPONT.G. L'essor et les défis de la digitalisation des entreprises. 2021.

Chapitre 2. État des Lieux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire Algérien

campagnes ont inclus des annonces médiatiques, des ateliers de formation et des événements de sensibilisation.

2.6. Collaboration avec les institutions financières

Le gouvernement a travaillé en partenariat avec les banques et les institutions financières pour développer des solutions de paiement électronique et des services bancaires en ligne sécurisés. Ces partenariats ont favorisé l'adoption de ces technologies par les institutions existantes.¹¹³

2.7. Protection des consommateurs

Des réglementations ont été mises en place pour protéger les droits des consommateurs dans le domaine des transactions électroniques. Cela inclut la régulation des frais, la garantie de la sécurité des données et la résolution des litiges.

¹¹³ BITYE.M, LONTE, F. NKOUE, et D. AMBIANA, Franck NAMA. La digitalisation bancaire : représentations des outils et défi d'inclusion des acteurs. EN AFRIQUE CENTRALE, p. 76.

Conclusion

Ce chapitre montre l'importance de la numérisation dans le développement du secteur bancaire en Algérie. Depuis ces dernières années, le pays a fait des progrès dans ce domaine, comme l'augmentation du nombre de cartes bancaires, la modernisation des chèques et la possibilité d'utiliser des services bancaires en ligne. Malgré cela, plusieurs problèmes freinent cette transformation, par exemple des lois pas toujours claires, des infrastructures faibles, un faible taux de bancarisation et un manque d'information sur les services numériques. Pour améliorer la situation, l'État et les banques doivent continuer leurs efforts afin de faciliter l'accès aux services bancaires et gagner la confiance des citoyens dans les services numériques.

Après avoir dressé un panorama général de la transformation digitale au sein du secteur bancaire algérien, il est pertinent d'examiner comment ces tendances globales se manifestent au niveau d'une institution bancaire spécifique. Le chapitre suivant se concentrera sur un cas pratique détaillé : l'agence n°584 de Draa Ben Khedda à travers l'étude de cette agence, nous pourrons illustrer concrètement les stratégies d'adoption du numérique, les projets de digitalisation mis en œuvre dernièrement et les ces nouveaux produits et applications.

Chapitre 03 :

Etude de cas :Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Introduction

Avec l'évolution rapide des technologies, le secteur bancaire change et devient de plus en plus moderne. La Banque Nationale d'Algérie (BNA) fait partie des banques qui s'adaptent à ces changements en développant des services numériques pour mieux répondre aux besoins de ses clients. Ce chapitre présente une étude de cas basée sur l'agence principale n°584 de Draâ Ben Khedda, dans laquelle nous avons effectué notre stage.

Dans un premier temps, nous allons présenter la BNA en général, son histoire, ses missions et son rôle dans l'économie du pays. Aussi nous parlerons de l'agence de Draâ Ben Khedda pour mieux comprendre comment elle fonctionne au quotidien.

Ensuite, nous étudierons les moyens de paiement numériques proposés par la BNA, comme le service e-Banking, l'application BN@tic, le système WIMPAY-BNA et les cartes CIB. L'objectif est de voir comment ces outils ont évolué au fil du temps et quels sont leurs avantages pour les clients et la banque.

Afin d'approfondir cette analyse, nous avons élaboré un guide d'entretien destiné à recueillir les témoignages de cadres, responsables et acteurs impliqués dans la stratégie de digitalisation de l'agence BNA. Ce guide a pour but d'explorer plusieurs dimensions : les grandes tendances de la digitalisation bancaire, la stratégie numérique adoptée par la BNA, les modalités opérationnelles de mise en œuvre, les impacts observés, les contraintes rencontrées ainsi que les perspectives d'évolution. Les réponses obtenues par ce guide ont été analysées pour mieux comprendre comment la BNA s'adapte aux nouvelles exigences numériques, quels sont les outils et dispositifs mis en place, quelles difficultés elle rencontre, et quelles solutions elle envisage pour accompagner et renforcer cette transformation.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Section 1. Présentation de la Banque Nationale d'Algérie « BNA »

Pour mieux éclairer notre présentation de l'organisme d'accueil, nous allons d'abord présenter la BNA de manière générale. Ensuite, nous nous focaliserons sur l'agence principale « 584 » de Draâ Ben Khedda qui nous a accueillies pendant notre stage pratique.

1. La Banque Nationale d'Algérie

La banque National D'Algérie (BNA) est une institution financière de premier plan en Algérie, dont l'histoire remonte à sa création en 13 juin 1966. Au fil des années, la BNA s'est imposée comme un acteur clé du secteur bancaire en contribuant activement au développement économique du pays.

La restructuration de la BNA a donné naissance à une nouvelle Banque, BADR, spécialisée dans le financement et la promotion du secteur rural.

La loi n° 88-01 du 12 janvier 1988 portant orientation des entreprises économiques vers leur autonomie, avait des implications incontestables sur l'organisation et les missions de la BNA avec notamment :

- 1) Le retrait du Trésor des circuits financiers et la non centralisation de distribution des ressources par le Trésor.
- 2) La libre domiciliation des entreprises auprès des banques.
- 3) La non automaticité des financements.

La loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la Monnaie et au Crédit a provoqué une refonte radicale du système bancaire en harmonie avec les nouvelles orientations économiques du pays.

Elle a mis en place des dispositions fondamentales dont le passage à l'autonomie des entreprises publiques. La BNA à l'instar des autres banques, est considérée comme une personne morale qui effectue, à titre de profession habituelle principalement des opérations portant sur la réception de fonds du public, des opérations de crédit ainsi que la mise à disposition de la clientèle, des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci.

La BNA était la première Banque qui a obtenu son agrément par délibération du Conseil de la Monnaie et du Crédit le 05 septembre 1995.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Au mois de juin 2009, le capital de la BNA est passé de 14,6 milliards de Dinars Algériens à 41,6 milliards de Dinars Algériens. Au mois de juin 2018, le capital de la BNA est passé de 41,6 milliards de Dinars Algériens à 150 milliards de Dinars Algériens. En 2020 la BNA fait le lancement des banques islamiques.

Depuis sa création, en 1966, la BNA fait de l'accompagnement de ses clients, tant particuliers que professionnels et entreprises, une vocation première. Celle-ci fait d'elle, aujourd'hui, une des banques les plus actives de la place avec, au compteur, plus de 2.5 millions de clients.

Avec plus de 5000 collaborateurs, la BNA déploie ses effectifs à travers l'ensemble du territoire national pour être au plus près de sa clientèle. La qualité de ses prestations, assurée par des équipes de professionnels, la Banque met à la disposition de ses clients parmi les professionnels et les entreprises des offres de financement adaptées à l'ensemble de leurs besoins, ce qui contribue activement au progrès économique de notre pays.

Avec ses 227 agences, chapeautées par 21 Directions Régionales (DRE), implantées sur l'ensemble du territoire national, la BNA s'impose comme une banque de proximité par excellence.

Au 31 décembre 2020 la BNA contient :

- 151 Distributeurs Automatiques de Billets (DAB).
- 100 Guichets Automatiques de Banque (GAB).
- Plus de 5000 Collaborateurs.
- Plusieurs centaines d'entreprises abonnées au service EDI.
- 278 315 Cartes Inter Bancaires.
- 944 174 Comptes Clientèles.
- 45428 Clients Abonnés en E-Banking
- 5221 TPE installés.
- 13 web marchand.

Etant entièrement investie dans la digitalisation de ses produits et services ainsi que dans la massification des moyens de paiement numériques, la BNA délivre gratuitement à sa clientèle

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

des cartes CIB, leurs facilitant ainsi au quotidien la réalisation de leurs opérations bancaires à travers l'implantation de 100 Guichets Automatiques de Banque (GAB) et 174 Distributeurs Automatiques de Billets (DAB).¹¹⁴

Dispose d'un vaste réseau de succursales à travers le territoire national, ce qui lui permet d'assurer une présence étendue et de fournir des services bancaires de qualité à une large clientèle, composée de particuliers, d'entreprises et d'institutions publiques. Grâce à sa couverture nationale, la BNA joue un rôle essentiel dans la promotion de l'inclusion financière en offrant des services accessibles à tous les citoyens, y compris dans les régions éloignées.

La mission de la BNA repose sur plusieurs piliers. Tout d'abord, elle vise à soutenir le développement économique du pays en favorisant l'investissement et en finançant les projets d'entreprises. La BNA joue un rôle actif dans le financement des secteurs clés de l'économie, tels que l'agriculture, l'industrie, le commerce et les services. Elle contribue ainsi à la création d'emplois et à la croissance économique durable.

En outre, la BNA s'engage à offrir des services bancaires de qualité, en mettant l'accent sur la satisfaction des besoins de ses clients. Pour cela, elle se dote d'une organisation solide, comprenant différentes directions spécialisées. La Direction Générale est chargée de la supervision globale de la banque, tandis que la Direction des Opérations veille à la gestion efficace des opérations bancaires quotidiennes. La Direction Commerciale se concentre sur le développement de produits et de services adaptés aux besoins des clients, tandis que la Direction des Risques évalue et gère les risques associés aux activités de la banque. La Direction des Ressources Humaines veille au développement et au bien-être du personnel, tandis que la Direction des Technologies de l'Information assure la gestion des systèmes et des infrastructures technologiques de la banque.

En résumé, la Banque Nationale d'Algérie (BNA) occupe une position centrale dans le secteur bancaire algérien. Avec son réseau étendu, sa mission axée sur le soutien du développement économique et son organisation solide, la BNA s'efforce de fournir des services bancaires de qualité, de favoriser l'inclusion financière et de contribuer à la croissance économique de l'Algérie.¹¹⁵

¹¹⁴ Le site officiel de la banque Algérienne.

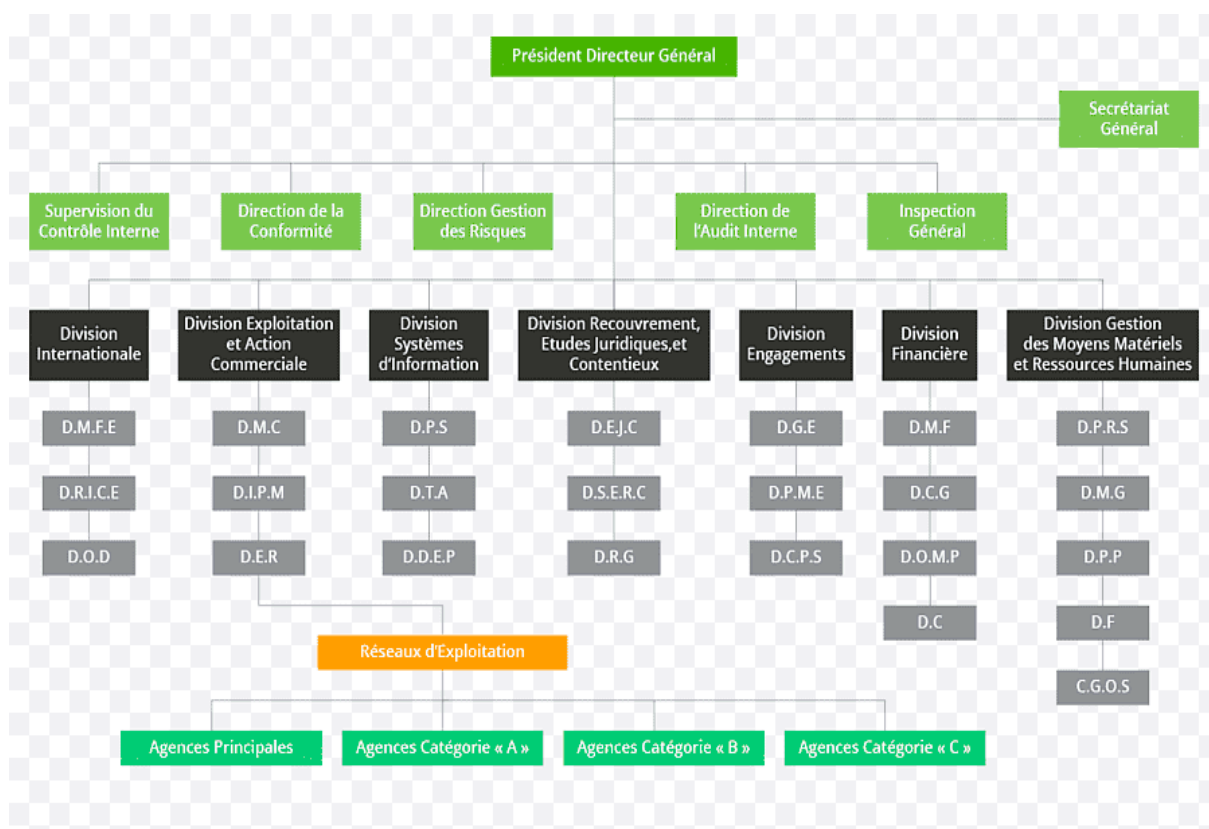
¹¹⁵ AISSOU Mounia, AIROUCHE Ania, « mémoire L'impact de la digitalisation des services bancaires sur la clientèle : cas des paiements électroniques dans le transport aérien ». Université Abderrahmane Mira de Bejaia, année 2022/2023 p 51.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

La Banque Nationale Algérienne est composée de :

- Une direction générale avec les différentes divisions.
- Des directions des réseaux d'exploitation (DRE).
- Des agences (BOGHNI, BOUIRA, BORDJ-MENAIL, AZAZEGA, FREHA etc).¹¹⁶

Figure 08. L'organigramme de la banque nationale d'Algérie



Source. <https://www.pngegg.com/en/png-egppi>

Les agences de l'établissement bancaire que constitue la BNA sont classées selon le volume d'activité en quatre catégories :

- Les agences « principales »
- Les agences « catégories A »
- Les agences « catégories B »

¹¹⁶ Le site officiel de la BNA.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

- Les agences « catégories C »
- Les agences principales Elles ont pour mission :
 - L'animation commerciale.
 - Etude et analyse des risques.
 - Opération de caisse.
 - Opération de commerce extérieur.
 - Caisse principale.
- Agences de catégorie A et B

Elles ont la même structure que celle principale mais ne disposent pas de caisse principale.

- Agences de catégorie C Elles traitent les opérations suivantes :
 - Opération de caisse et de commerce extérieur.
 - Opération de crédit et animation commerciale.

1.1.Mission et objectif de La Banque Nationale d'Algérie

a. Les missions

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

- Recevoir du public des dépôts de fonds, en compte ou autrement, remboursable à vue, à terme ou à échéance fixe, émettre des bons et des obligations : emprunts pour les besoins de son activité.
- Effectuer et recevoir tout paiement en espèce, par chèque, virements, domiciliation, lettre de crédits et autres activités de banques.
- Consentir sous toute forme de crédits, prêts ou avances avec ou sans garanties.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

- Exécuter, en y attachant ou non sa garantie, toute opération de crédit pour le compte d'autres institutions financières ou pour le compte de l'Etat, répartir toutes les subventions sur fonds publics et en surveiller l'utilisation.
- Payer en lieu et place du débiteur toutes créances avec subrogation dans les droits et rang du créancier.
- Souscrire, escompter, prendre en pension ou acheter tout effet de commerce : bons, annuités et valeurs émis par le trésor public ou par les collectivités publiques ou semi-publiques et en général tout engagement à échéance fixe transmissible à ordre résultant d'opération faite par tout établissement et administration publique.
- Financer par tous modes les opérations de commerce extérieur.
- Recevoir en dépôts tous titres et valeurs.
- Recevoir ou effectuer tous paiements et tous recouvrements des lettres de change, billets à ordre, chèques, warrants, coupons d'intérêts ou de dividendes, titres remboursables ou amortis, factures et autres documents commerciaux ou financiers.
- Louer tous les coffres et compartiments de coffres.
- Servir d'intermédiaire pour l'achat, la souscription ou la vente de tous effets publics, actions, obligations, plus généralement, de toutes les valeurs mobilières, ainsi que des métaux précieux.
- Procéder ou participer, à la prise ferme, à la garantie, au placement ou à la négociation de toutes valeurs mobilières, soumissionner tout emprunt public ou autres, acquérir, aliéner ou nantir toutes valeurs mobilières, assurer les services financiers de tout titre.
- Traiter toutes les opérations de change, au comptant ou à terme, contracter tous emprunts, prêts, nantissements, report de devises étrangères.

b. Les objectifs

La création des fonctions bancaires ainsi que le mode de fonctionnement des entreprises jouent un rôle dans l'économie du pays, en raison avec cette évolution, la Banque Nationale d'Algérie a pour objectif :¹¹⁷

¹¹⁷Document interne de la BNA

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

- S'adopter aux règles de la commercialité dans son rapport avec sa clientèle commerciale qui connaît déjà de profonds changements dans ses structures et organisations.
- Améliorer sa rentabilité via un accroissement des ressources, en entre parties des crédits et par la promotion des services.
- La préservation de son propre équilibre.
- Respecter les règles de gestion providentielle afin de créer de la monnaie, du crédit, des changes et les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie nationale.

2. Présentation de l'agence de Draa Ben Khedda numéro 584

L'agence BNA 584 a été créée en 1981 dans le but de renforcer la représentation dans la daïra de Draa Ben Khedda. Elle est l'unique agence au niveau de la commune de Draa Ben Khedda. L'agence compte un effectif de (11) employés, ils travaillent avec passion en vue de réaliser les objectifs fixés, elle gère environ 15.000 comptes.

L'agence BNA 584 est une structure d'exploitation chargée d'assurer la politique commerciale de la banque, elle est responsable du choix des priorités de la clientèle et de la mise en œuvre des moyens nécessaires pour atteindre des objectifs et satisfaire la clientèle, quel que soit sa nature et son secteur d'activité.

Cette agence se situe dans la ville de DBK. Elle s'est implantée dans cette localisation pour se rapprocher de la clientèle bancaire de la région et des localités approximatives comme Tizi-Ouzou, Tadmait, Draa El Mizane et même de la clientèle hors wilaya comme ceux de Boumerdes ou Alger.

L'agence BNA 584 exerce toutes les activités d'une banque de dépôt, ses missions principales sont :

- Elle assure le service financier des groupements professionnels et des entreprises.
- Le traitement de toutes les opérations de banque, de change et de crédit dans le cadre de la législation et de la réglementation des banques.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

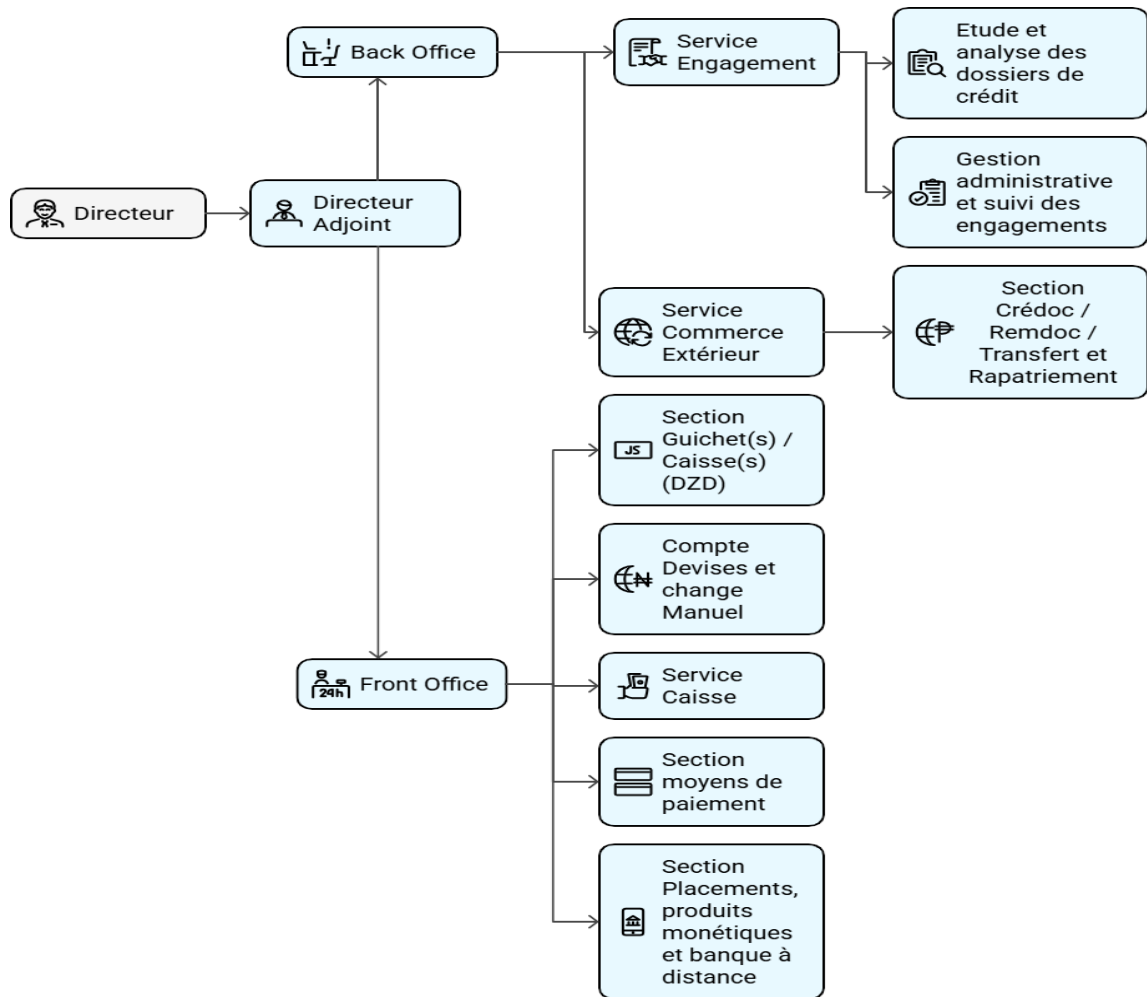
- Effectuer et recevoir tout paiement en espèce, par chèque, virement, domiciliation et toute autre activité bancaires.
- Assurer la gestion et le suivi des crédits décidés et des garanties exigées.
- Financement des opérations du commerce extérieur.
- Traiter toutes les opérations de change, au comptant ou à terme, contracter tous emprunts, prêts.

Comme connue la direction régionale (sis à Tizi-Ouzou), créée le 13 juin 1966, compte onze (11) agences, parmi elles celle de DBK, qui se compose de :

- Directeur de l'agence.
- Le directeur adjoint.
- Le service chargé de la clientèle.
- Service monétique et banque à distance.
- Service crédit ou de financement.
- Service engagement.
- Service opérations bancaires.
- Service juriste.
- Service de guichet très long.
- Service de guichet remise

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Figure 09. L'organigramme de l'agence n°584 de DBK



Made with Napkin

Source. Elaboré par nous même

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Section 02. Les moyens de paiement digitaux au sein de Banque Nationale d'Algérie

À l'ère du numérique, la Banque Nationale d'Algérie (BNA) est un acteur clé de la modernisation bancaire en Algérie. Elle propose une variété d'options de paiement numérique, notamment WIMPAY-BNA, les paiements électroniques et l'e-Banking (BNA.net et l'application BN@tic). Grâce à ces outils, la BNA offre à ses clients (particuliers, professionnels et entreprises) des services bancaires en ligne ou mobiles, des paiements rapides et sécurisés, et une accessibilité 24h/24 et 7j/7. L'objectif de cette section est de présenter ces moyens de paiements digitaux et les conditions de leur utilisation.

1. L'E-Banking BNA

1.1. BNA.net

Est un service avec abonnement qui vous permet non seulement de rester connectés à vos comptes en toute sécurité, mais aussi d'accéder aux nombreux services associés, et ce 24H/24 et 7J/7 ou que vous soyez, Via le lien « ebanking.bna.dz », ou en téléchargeant l'application mobile « BN@tic » sur Play Store en saisissant « BNAtic » et bientôt disponible sur App Store.¹¹⁸

1.2. La plateforme E-Banking BNA

Après avoir eu accès à la plateforme avec ses identifiants, cette dernière se présente comme suit.

À l'accueil de la plateforme on retrouve plusieurs onglets et menus :

- Les menus « reporting, transaction, commandes, messagerie » qui sont les menus principaux pour l'utilisation de la plateforme e-Banking ;
- Une carte des agences BNA disponible à proximité, Vous y trouverez les informations nécessaires « les adresses, numéros de téléphone/fax et adresses email », ainsi que l'itinéraire direct ;
- Un conseiller BNA avec toutes ses coordonnées ;
- Vos cinq dernières opérations effectuées sur tous vos comptes ainsi que la répartition de vos avoirs.

¹¹⁸<https://www.bna.dz/fr/particulier-ebanking/> consulte le 8/05/2025 a 10 :54.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

○ L'accès à la plateforme E-Banking

Afin d'accéder à la plateforme de services E-banking, le client doit au préalable effectuer une inscription auprès de l'agence où sont domiciliés ses comptes. Une fois cette démarche accomplie, l'agence lui communiquera un identifiant d'abonnement (login) ainsi qu'un mot de passe confidentiel. Ces éléments lui permettront de se connecter au portail E-banking. Pour accéder au service, le client devra simplement ouvrir son navigateur Internet et s'assurer d'une connexion réseau active, puis de saisir l'adresse du site : <https://ebanking.bna.dz/customer/>.

1.3. Les Packs de services du E-Banking BNA

Les packs de services de la Banque à distance sont proposés selon deux types de packs ; le Pack Net qui est un pack standard des services de la Banque à distance et le Pack Net+ qui représente le pack premium des services de la Banque à distance.

1.3.1. PACK « NET »

C'est un service à distance qui est mis à la disposition des clients pour effectuer des opérations suivantes :

- Consultation des soldes et de l'historique des soldes de comptes.
- Consultation des mouvements de comptes.
- Consultation des cartes et des opérations monétiques.
- Recherche d'opérations sur le compte.
- Téléchargement et édition des relevés de comptes et du RIB.
- Service de messagerie.
- Service notification par SMS (selon la demande du client).¹¹⁹

1.3.2. PACK « NET+ »

Le Pack « Net + » comporte les services du Pack « Net » auxquels s'ajoutent les services suivants :

- Virement ponctuel en intra de compte à compte du même client.

¹¹⁹<https://www.bna.dz/fr/particulier-ebanking/> consulte le 8/05/2025 a 10 :54.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

- Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agence BNA et chez les confrères.
- Virement de salaires pour les entreprises, hors client « EDI ».
- Prélèvement multiple sur les clients redevables (débiteurs) domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères.
- Commande de chéquier et/ou de carte bancaire.
- Opposition sur carte.

Les virements et les prélèvements ordonnés vers les clients domiciliés chez les autres banques doivent être nettement inférieures à un million (1 000 000 DA).¹²⁰

2. L'application E-Banking Bn@Tic

2.1. Présentation de l'application Bn@tic

Bn@tic représente le support mobile du service E-Banking de la BNA, afin de pouvoir bénéficier du service Bn@tic, le client devra être déjà abonné au service E-Banking et de disposer d'un téléphone de type smartphone équipé du système IOS ou Android relié à internet pour télécharger l'application sur son smartphone. Cette application est gratuite et l'accès à vos comptes se fait avec les mêmes identifiants utilisés sur le site e-Banking.¹²¹

2.1.1. L'accès à l'espace public

Cet espace de l'application Bn@tic propose des fonctionnalités et des informations sur l'application mobile qui sont accessibles sans authentification, ces fonctionnalités permettent au client de se familiariser avec l'application grâce à la visite guidée disponible à l'ouverture de l'application, d'avoir un coup d'œil sur les différentes offres des services E-banking ainsi qu'une carte des agences disponible à proximité du client avec toutes les coordonnées des agences.¹²²

Le 28 mai 2024, la Banque Nationale d'Algérie (BNA) vient de lancer une nouvelle version de sa plateforme Banque Digitale (e-Banking, Application mobile « BN@tic »). C'est une offre commerciale intelligente qui permet de reconnaître les besoins de la clientèle par type de segment et de proposer des produits complémentaires. En effet, en plus de la possibilité d'avoir

¹²⁰<https://www.bna.dz/fr/particulier-ebanking/> consulte le 8/05/2025 à 10 :54

¹²¹Le site officielle de la BNA.

¹²²Idem.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

une vision globale et synthétisée des soldes et des opérations, cette nouvelle version est capable de rediriger le client pour l'inciter à s'équiper davantage, notamment en matière de comptes, de cartes et de services digitaux (Wimpay BNA). Dotée de nouvelles technologies, notamment en matière de l'IA (Intelligence Artificielle), afin d'optimiser l'expérience client, la nouvelle plateforme de la Banque Digitale, permet à l'utilisateur de s'informer sur l'offre commerciale de la Banque, en interaction avec la boîte de dialogue intelligente (Chatboat).¹²³

- Le virement ponctuel Easy transfert : pour les clients particuliers en pack net+, leur permettant d'effectuer des virements de leurs compte épargne vers leurs comptes BNA (chèque ou prepaid, abonnés sur e-Banking).
- Le virement permanent PermaVir : pour tous les segments, permettant, quant à lui, de programmer des virements permanents en intra et en interbancaire, avec choix du montant, de la périodicité et de la durée.
- Virement de masse : la saisie des virements multiples directement sur la plateforme vers les bénéficiaires.¹²⁴

En plus de ces fonctionnalités, la nouvelle plateforme de la Banque Digitale propose à l'utilisateur une autre option lui permettant de visualiser l'ensemble de ses cartes et de ses opérations monétiques effectuées par chaque carte. Le développement de cette nouvelle plateforme s'inscrit dans le cadre de la stratégie de la Banque visant l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la Communication dans l'offre commerciale visant l'optimisation de l'expérience client, l'amélioration de la qualité de service et la modernisation de la banque. Cette démarche traduit, par-dessus tout, les efforts de la BNA en faveur de la digitalisation de ses produits et services et la multiplication des canaux de communication avec sa clientèle.¹²⁵

2.1.2. L'accès à l'espace authentifié

Pour accéder à l'application et pourvoir gérer ses comptes, le client doit se connecter à l'aide de ses identifiants E-Banking du service BNA.NET.

¹²³Le site officiel de la BNA.

¹²⁴Le site officiel de la BNA.

¹²⁵Idem.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Les onglets et les menus de l'application Bn@tic sont similaires au support web E-banking BNA.NET, parmi eux on trouve dans le menu service (voir figure 12) : Mes comptes, Mes cartes, Effectuer un virement, Mes bénéficiaires, Historique des virements, Signature des virements, Coordonnées bancaires, Contact, Modification du mot de passe, Convertisseur, Changement de langue.

L'application Bn@tic offre aux clients de la BNA abonnés au service E-banking les services suivants

- D'accéder aux soldes de comptes et à l'historique des soldes.
- De consulter les opérations bancaires.
- D'effectuer des virements de compte à compte au vers bénéficiaires.
- De rechercher des opérations dans le relevé de compte.
- De consulter le numéro d'identification bancaire (RIB).
- De suivre le cours de change.
- D'être en contact permanent avec sa banque.
- Voir toutes les agences sur une maps (Géo localisation des agences).¹²⁶

L'application Bn@tic offre les mêmes avantages que le service E-Banking BNA.NET cités précédemment

- Une disponibilité à tout moment 24H/24 et 7j/7 ;
- La gestion des opérations à n'importe quel moment et lieux et depuis n'importe quel support relié à internet (tablette, ordinateur, smartphone) ;
- Gain de temps ;
- Gestion des opérations en toute simplicité ;
- Le traitement des opérations bancaire en toute sécurité¹²⁷

¹²⁶ HEDJAR Syphax, mémoire de « La digitalisation dans les banques publiques : Entre avantages Et inconvénients, Cas de la BNA direction régional de Tizi-Ouzou. » 2020, 2021.P67

¹²⁷Idem.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Le 22 janvier, 2025, la Banque Nationale d'Algérie (BNA) a lancé, son nouveau service de banque à distance baptisé « Consultation des Financements » via les plateformes e-Banking « BNA.net » et « BN@tic ».

Ce service, accessible via le canal Web « BNA.net » et le canal Mobile « BN@tic », donne la possibilité aux clients de la Banque, ayant contracté un prêt bancaire, de suivre et de consulter les informations détaillées relatives à leurs financements, soit le type du financement, le montant de l'échéancier et la date de la prochaine échéance. En plus de la possibilité de suivre ses financements en temps réel, ce service offre également un système de notification sur l'espace personnel de l'e-Banking en guise de rappel avant la date butoir de l'échéance. Ce service, destiné aux clients particuliers de la banque, tant dans le cadre de l'activité conventionnelle qu'islamique, est inclus dans les « Packs Net », « Net Plus » et les « Packs islamiques » pour offrir une expérience client simplifiée, rapide et entièrement numérique sans frais supplémentaires. Ce nouveau service de banque à distance fait partie de la stratégie globale de la BNA visant à offrir des solutions bancaires modernes, accessibles et adaptées aux besoins de la clientèle, tout en contribuant à la transformation numérique du secteur financier. En effet, dans ce secteur en pleine transition numérique, la BNA entend participer activement à l'effort collectif en matière de digitalisation, en se positionnant comme un acteur clé dans l'innovation bancaire.¹²⁸

3. Le paiement électronique BNA

3.1. Présentation de paiement électronique

Le paiement électronique c'est un processus permettant aux commerçants d'intégrer le paiement en ligne sur leur site web e-commerce, offrant, ainsi, la possibilité aux clients de procéder au paiement de leurs achats ou au règlement de leurs prestations de service directement en ligne à l'aide de leur carte interbancaire CIB ou de leur carte Eddahabia.¹²⁹

Le service e-Paiement permet de régler en ligne des achats et factures (Sonelgaz, SEAAL, AADL, ...) sur des sites internet acceptant ce moyen de paiement,

Afin d'assurer la sécurité des transactions de paiement, un mot de passe unique (SMS OTP) est envoyé sur le numéro de téléphone de l'adhérent à chaque nouvelle transaction.

¹²⁸ Le site officiel de la BNA.

¹²⁹ Idem

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

3.2. L'utilisation du paiement électronique

Pour utiliser le système de paiement électronique via la plateforme du GIE Monétique (www.cibweb.dz), l'entité (ex. : commerçant) doit d'abord créer un compte sur le site et soumettre une demande d'intégration. Cette demande est traitée sous 24 heures.

Ensuite, des tests techniques d'intégration à la plateforme de paiement sont effectués ; après leur validation par la SATIM, une autorisation d'entrée en exploitation est délivrée. Une fois le système intégré, le client final peut effectuer un achat en ligne en accédant au site du web marchand, en sélectionnant le produit ou service souhaité, puis en validant les détails de l'opération et les conditions générales de vente.

Au moment du paiement, il choisit le mode de règlement par carte CIB, saisit les informations de sa carte (numéro, code CVV2, trois chiffres au dos de la carte, date d'expiration, nom et adresse), puis entre son code confidentiel pour confirmer la transaction. Une fois l'opération validée, il reçoit une réponse de confirmation ; en cas d'acceptation, un bordereau de paiement est automatiquement généré.¹³⁰

3.3. Les avantages du paiement électronique

Le service E-paiement offre plusieurs avantages aux clients

- Paiement des achats ou des factures n'importe où à n'importe quelle heure (accessible 24h/24 et 7j/7) ;
- Eviter les longues files d'attente et simplifier le paiement des redevances en quelques clics sans avoir à se déplacer ;
- Opérations sécurisées par service d'authentification en temps réel « SMS OTP » ;
- Service gratuit, aucune commission n'est facturée pour le paiement sur internet ;
- L'adhésion se fait à travers la signature d'un contrat d'adhésion pour devenir « WEB ACHETEUR ».¹³¹

¹³⁰Le site officiel de la BNA.

¹³¹ Idem.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

4. WIMPAY-BNA

WIMPAY-BNA est une application et une nouvelle solution mobile qui s'adresse aux particuliers, professionnels, et aux commerçants, est utilisable sur smartphones, pour des transferts en dinar vers un autre utilisateur de l'application. Une solution de paiement mobile basée sur le scan du QR-code.¹³²

4.1. Les fonctionnalités de l'application

L'application offre aux clients de la BNA un large éventail de fonctionnalités, telles que le paiement via des codes-barres intelligents, les virements entre utilisateurs de l'application, l'envoi de demandes d'argent, la gestion de budget, ainsi que la consultation du solde et de l'historique des transactions. Pour utiliser ces fonctionnalités de manière optimale, il est nécessaire de suivre le guide utilisateur WIMPAY-BNA.¹³³

4.1.1. Pour les clients entrepris

L'application permet aux entreprises d'accepter des paiements via des codes-barres intelligents dans le cadre du recouvrement de leurs prestations. Elle offre également des fonctionnalités de gestion des vendeurs et des points de vente, ainsi que la possibilité de consulter l'activité globale et l'historique des transactions effectuées.¹³⁴

4.1.2. Pour les clients particuliers, professionnels et commerçants

L'application permet d'effectuer des paiements à l'aide de codes-barres intelligents (QR codes), de réaliser des virements entre utilisateurs du service « WIMPAY-BNA », et d'envoyer des demandes d'argent à d'autres utilisateurs de la même plateforme. Elle propose également des fonctionnalités pratiques telles que le partage de l'addition et la gestion du budget, Consulter le solde, Consulter l'historique des transactions effectuées, Consulter l'historique des demandes de transferts d'argent.¹³⁵

¹³² Document interne de la banque BNA « mise en place de paiement mobile WIMPAY-BNA » n° d'ordre 2309, le 07 mars 2021, P1

¹³³ Document interne de la banque, Op.cit., P4

¹³⁴ Idem.

¹³⁵ Idem.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

4.2. Conditions d'accès au service « WIMPAY-BNA »

4.2.1. Bénéficiaires du service ¹³⁶

Le service « WIMPAY-BNA » est accessible aux catégories de clients suivantes :

- Les personnes physiques (particuliers et professionnels exerçant une activité libérale), ainsi que les associations ou autres entités titulaires d'un compte chèque.
- Les personnes morales, notamment les commerçants et les entreprises, titulaires d'un compte courant

4.2.2. Conditions d'utilisation

Pour utiliser le service, le client (particulier ou professionnel) doit disposer d'un solde suffisant sur son compte bancaire,¹³⁷ Mais aussi :

Prérequis pour l'accès à l'application ¹³⁸

- L'accès à l'application « WIMPAY-BNA » nécessite :
- La signature d'une convention d'adhésion au service « WIMPAY-BNA »
- Un abonnement actif au service « BNA.net » proposé par la banque.
- Un smartphone compatible (système iOS ou Android).
- Une connexion Internet fonctionnelle.
- Le téléchargement et l'installation de l'application sur le téléphone mobile.

Conditions d'utilisation du service « WIMPAY-BNA »¹³⁹

- Chaque adhésion est associée à un seul numéro de téléphone mobile pour les clients particuliers, professionnels et commerçants disposant d'un seul point d'encaissement.
- Les clients entrepris peuvent enregistrer plusieurs adresses e-mail dans le cadre de la création de plusieurs points de vente.

¹³⁶ Document interne de la banque, Op.cit., P 2.

¹³⁷ Document interne de la banque, Op.cit., P 2.

¹³⁸ Document interne de la banque, Op.cit., P 2.

¹³⁹ Document interne de la banque, Op.cit., P 3.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

- Un plafond de paiement est appliqué : le montant ne peut dépasser 10 000 DA par transaction et par jour.
- Les clients particuliers, professionnels ou commerçants ont la possibilité de modifier leur numéro de téléphone directement depuis l'application « WIMPAY-BNA ».

4.3. Modalités d'utilisation du service « WIMPAY-BNA »¹⁴⁰

4.3.1. Inscription au service : L'inscription au service « WIMPAY-BNA » se déroule en deux étapes :

- **Première phase :** Souscription au service « WIMPAY-BNA » via la plateforme BNA.net.
- **Deuxième phase :** L'enregistrement s'effectue en suivant ces étapes, à savoir :
 - Connexion à l'aide de l'identifiant « BNA.net » ;
 - Remplissage du formulaire d'identification (KYC), incluant notamment le numéro de téléphone de l'utilisateur ;
 - Saisie du code d'utilisation personnel ;
 - Acceptation des conditions générales d'utilisation ;
 - Validation de l'inscription à l'aide du mot de passe (OTP) reçu par SMS ou par e-mail.

¹⁴⁰ DJEBARA Numidia Mme BOULIFA Yamina ACHOUCHE Souad mémoire de fin de cycle « Monétique et banque à distance cas : du nouveau système de paiement WIMPAY » 2021 Université Mouloud MAMMERI Tizi Ouzou, p72

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Section 03. Analyse de l'évolution des moyens de paiement digitaux au sein de la BNA

Après la présentation de la Banque Nationale d'Algérie et de ses nombreux moyens de paiement numériques, cette section examinera et analysera l'évolution de ces moyens de paiement numériques depuis sa création jusqu'en 2024.

1. E-Banking

Tous d'abord nous examinerons le service d'e-Banking lancé en 2017 par la Direction Régionale de l'Entreprise (DRE) de la BNA à Draa Ben Khedda, en analysant l'évolution du nombre d'abonnements à ce service depuis sa mise en place jusqu'en 2024.

1.1. Analyse descriptive

D'après le tableau n°1 et la figure n°14, nous constatons que le nombre d'abonnements affiché une croissance continue entre 2017 et 2024, évoluant de 1 520 à 7 380 abonnements. Plus spécifiquement, une accélération notable de cette croissance est survenue entre 2019 et 2021, période durant laquelle le nombre d'abonnements a quasiment doublé, passant de 2 125 à 6 520. Parallèlement à cela, l'évolution annuelle de l'e-Banking a présenté des variations significatives : ainsi, après une progression de +28,29 % en 2018 et de +8,97 % en 2019, son adoption a connu une forte accélération en 2020 (+56,47 %) puis un pic spectaculaire en 2021 (+96,09 %). Néanmoins, cette phase d'expansion intense a été suivie d'un net ralentissement dès 2022 (+3,14 %), la croissance se stabilisant ensuite à des taux plus modérés en 2023 (+6,32 %) et en 2024 (+3,22 %), ce qui marque une décélération notable après la période de forte adoption.

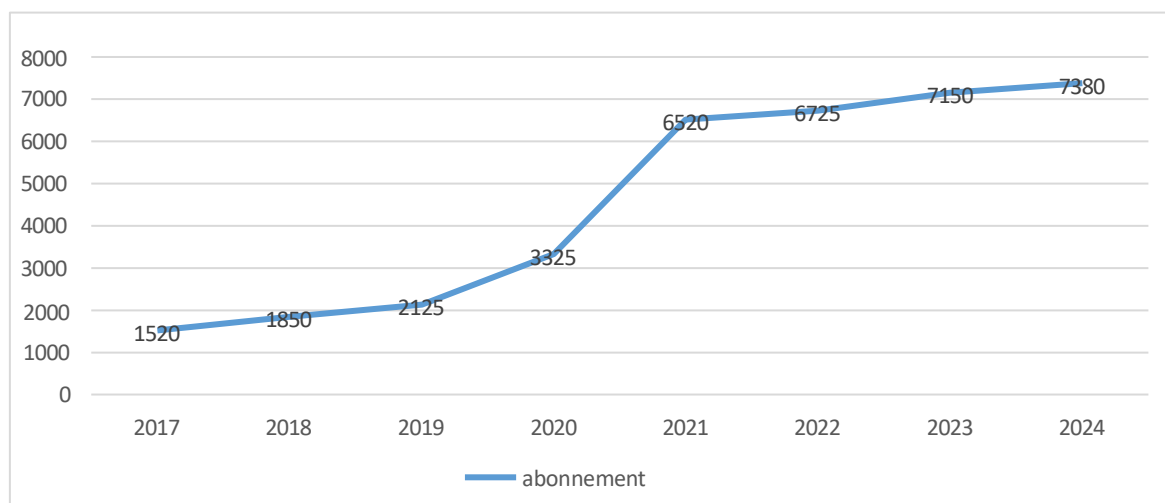
Tableaux 01. Evolution du nombre d'abonnements au E-Banking au sein de la BNA (2017-2024)

Année	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
abonnement	1520	1950	2125	3325	6520	6725	7125	7380
Le taux d'évolution de E-Banking	...	28,29%	8,97%	56,47%	96,09%	3,14%	6,32%	3,22%

Source. Élaboré par nous-même sur la base des données de l'agence de BNA n°584

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Figure 10. Représentation graphique d'abonnement au E-Banking



Source : élaboré par nous-même sur la base des données de l'agence de BNA n°584

2. Abonnement WIMPAY-BNA

La Banque Nationale d'Algérie (BNA) a mis en place son service de paiement mobile, WIMPAY, le 20 mars 2021. Concernant l'adoption de ce service dans la région de Tizi-Ouzou, on observe que 266 souscriptions ont été enregistrées sur une période allant du lancement du service jusqu'à la fin du mois de juin 2021. Cela signifie qu'en un peu plus de trois mois (du 20 mars à fin juin 2021), 266 clients de la BNA à Tizi-Ouzou ont activé et commencé à utiliser le service WIMPAY. Dans cette partie nous allons analyser l'évolution de l'abonnement de ce service de 2021 au 2024.

2.1. Analyse descriptive

Le nombre d'abonnements au service "WIMPAY" a connu une croissance continue et significative entre 2021 et 2024. En 2021, il y avait 12 352 abonnements, chiffre qui a augmenté à 18 079 en 2022, puis à 24 560 en 2023, pour atteindre 28 601 en 2024. Cette progression s'est accompagnée d'un taux d'évolution annuel en pourcentage qui montre un ralentissement de la croissance : après une hausse très marquée de 46,36 % entre 2021 et 2022, la croissance est passée à 35,85 % en 2023, puis à 16,45 % en 2024. Cette tendance suggère que le service a d'abord connu une phase d'expansion rapide avant d'entrer dans une période de maturité où le rythme de croissance se stabilise progressivement.

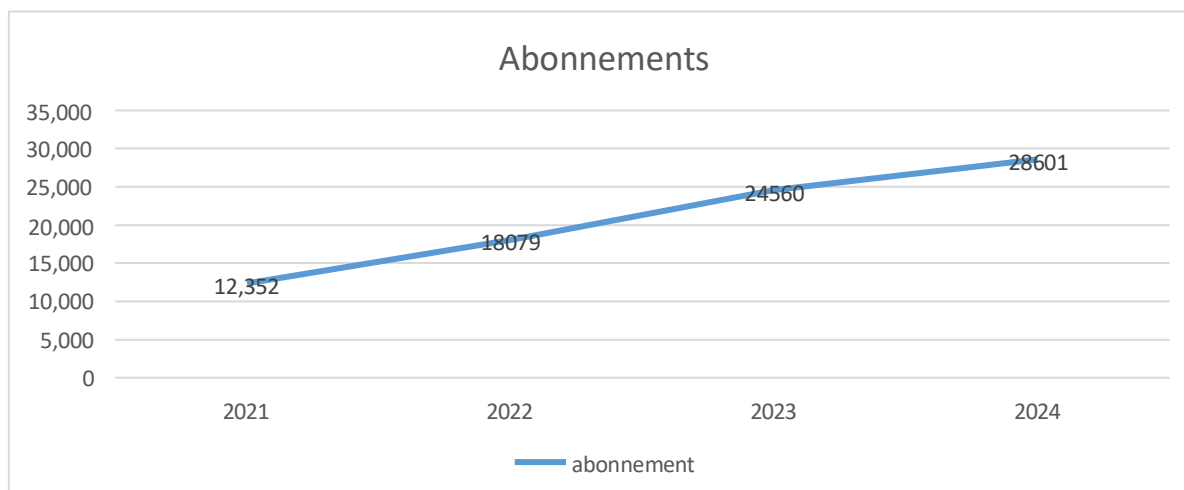
Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Tableaux 02. Evolution du nombre d'abonnements au WIMPAY au sein de la BNA (2021-2024)

Année	2021	2022	2023	2024
Nombre d'Abonnement	12352	18079	24560	28601
Le taux d'évolution de l'abonnement WIMPAY %	...	46,36%	35,85%	16,45%

Source. Élaboré par nous-même sur la base des données de l'agence de BNA n°584

Figure 11. Représentation graphique d'abonnement WIMPAY



Source. Élaboré par nous-même sur la base des données de l'agence de BNA n°584

3. La distribution des cartes CIB

Aujourd'hui les cartes interbancaires occupent une place centrale dans la modernisation du système bancaire. Destinée à faciliter les transactions financières, la carte CIB permet à ces détenteur d'effectuer des paiements électroniques, des retraits d'espèces et diverses opérations bancaires de manière simple et rapide. Dans ce point ce point nous allons analyser le nombre de cartes CIB distribuées par la BNA dans la région de DBK depuis 2019 jusqu'à l'année 2024.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

3.1. Analyse descriptive

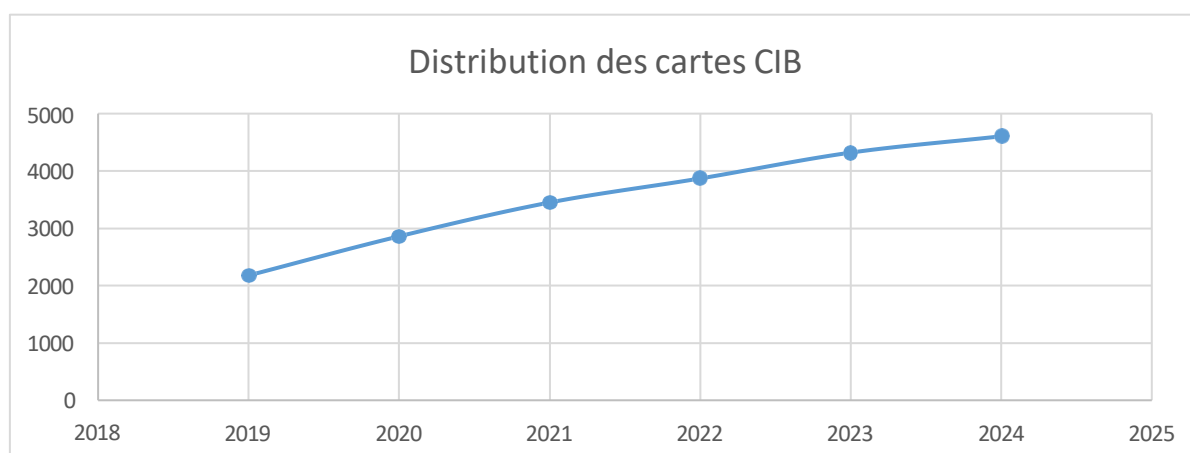
Le tableau montre une augmentation annuelle du nombre de cartes CIB émises entre 2019 et 2024, avec un total de 4 604 cartes en 2024, ce qui représente un doublement du nombre de cartes. Cependant, le taux de croissance annuel montre une tendance à la baisse, avec un fort taux de croissance entre 2019 et 2020. Le taux de croissance s'est accéléré progressivement de 2021 à 2024, probablement en raison de la modernisation du système bancaire ou de campagnes promotionnelles. Le taux de croissance s'est accéléré de manière significative à partir de 2022, probablement en raison de la saturation du marché ou de la stabilisation du taux d'acquisition de nouveaux clients. Malgré l'augmentation continue du nombre total de cartes, le taux de croissance reflète un marché en pleine maturité. Globalement, le tableau montre une tendance de croissance positive et soutenue sur six ans.

Tableaux 3. Evolution du nombre des cartes CIB au sein de la BNA (2019-2024)

Année	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Le nombre de carte CIB	2178	2860	3450	3869	4320	4604
Le taux d'évolution de nombre de cartes CIB en %	...	31,31%	20,62%	12,14%	11,00%	7,02%

Source. Elaboré par nous-même sur la base des données de l'agence de BNA n°584

Figure12. Représentation graphique de nombre de carte CIB distribuée



Source : élaboré par nous-même sur la base des données de l'agence de BNA n°584

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Section 4. Présentation et analyse des résultats du guide d'entretien

Dans le cadre de notre étude, un guide d'entretien a été élaboré afin de recueillir des données qualitatives auprès de l'agence BNA de DBK. Cette section vise à présenter la structure et les objectifs de ce guide, en expliquant les thématiques abordées ainsi que les choix méthodologiques ayant guidé sa conception. L'analyse des réponses obtenues permettra ensuite de mieux comprendre les pratiques, les enjeux et les perceptions au sein de l'agence, en lien avec notre problématique de recherche.

Dans cette section en va analyser les réponses obtenues lors du guide d'entretien collecté au sien de l'agence BNA de DBK n°584.

1. Le choix méthodologique du guide d'entretien

Dans le cadre de ce mémoire portant sur la digitalisation du secteur bancaire en Algérie : cas de la Banque Nationale Algérienne (BNA), il a été jugé pertinent de recourir à la méthode qualitative par entretiens semi-directifs. En effet, la digitalisation est un phénomène complexe, multidimensionnel, qui ne se limite pas à l'introduction d'outils technologiques, mais qui touche également les stratégies, les processus organisationnels, les pratiques managériales et les comportements des usagers (personnel et clientèle).

Le recours à des entretiens semi-directifs, fondés sur un guide d'entretien préétabli, permet de recueillir des données riches, nuancées et contextualisées auprès d'acteurs directement impliqués dans la transformation digitale de la BNA. Cette méthode offre l'avantage de laisser une certaine liberté de parole aux répondants, tout en assurant une cohérence dans la collecte des informations grâce à une trame thématique.

Les informations recueillies permettront d'analyser les perceptions, les expériences, les difficultés rencontrées, ainsi que les perspectives envisagées par les responsables ou cadres de la BNA. Elles viendront ainsi compléter les données secondaires collectées (rapports, communiqués, littérature académique) et contribuer à une compréhension plus fine et plus ancrée dans la réalité du processus de digitalisation bancaire en Algérie.

2. A qui est adressé notre entretien ?

Le guide d'entretien est destiné à être adressé à des personnes directement impliquées ou du moins bien informées de la stratégie et des actions de digitalisation au sein de la Banque Nationale Algérienne (BNA). Voici les profils les plus pertinents à cibler :

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

- Cadres ou responsables de la transformation digitale
- Responsables informatiques et techniques
- Responsables de la relation client / marketing
- Responsables des ressources humaines (s'ils sont éventuellement impliqués dans la formation du personnel aux nouveaux outils digitaux).
- Directeurs d'agence (ayant une expérience avec les outils digitaux)
- Experts ou consultants ayant travaillé avec la BNA sur des projets digitaux.

3. Construction du guide d'entretien

Les questions formulées dans le guide d'entretien ont été inspirées de l'analyse de la littérature académique et professionnelle relative à la digitalisation du secteur bancaire. Cette revue de la littérature a permis d'identifier les principaux axes d'analyse récurrents dans les travaux antérieurs, notamment en ce qui concerne les objectifs de la digitalisation, les outils et technologies mobilisées, les impacts organisationnels, les attentes des clients, ainsi que les défis liés à la mise en œuvre. En s'appuyant sur ces travaux, le guide a été structuré autour de thématiques pertinentes afin de favoriser la comparabilité des réponses et de garantir une certaine rigueur dans la collecte des données qualitatives. Cette approche permet d'assurer une cohérence entre le cadre théorique et la démarche empirique adoptée dans ce mémoire.

4. Présentation des résultats du guide d'entretien

Le présent guide s'articule autour de plusieurs étapes. Ces dernières sont reprises dans l'élément suivant.

4.1. Se présenter et présenter l'objectif de notre entretien

Notre mémoire a pour objectif d'analyser l'état des lieux de la transformation digitale au sein du secteur bancaire algérien, en s'appuyant sur le cas de la Banque Nationale d'Algérie (BNA), l'agence n°584 de Draa Ben Khedda (DBK).

Ce guide d'entretien a été élaboré dans le cadre d'une étude portant sur la digitalisation du secteur bancaire en Algérie, avec illustration de la Banque Nationale Algérienne. Il a pour objectif de recueillir des données qualitatives auprès d'acteurs du secteur afin de mieux comprendre les dynamiques actuelles, les enjeux rencontrés et les perspectives d'évolution liées à la transformation digitale des services bancaires. Structuré en six points principaux, le guide aborde successivement les grandes tendances de la digitalisation dans le secteur bancaire

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

algérien, la stratégie adoptée par la BNA en matière de digitalisation, les modalités de mise en œuvre opérationnelle, les impacts observés sur l'efficacité, la satisfaction client et l'organisation interne, les principaux freins rencontrés ainsi que les mesures prises en matière de cyber sécurité, et enfin les projets futurs et les recommandations pour améliorer la transformation digitale.

L'objectif de notre étude est de comprendre comment la BNA s'adapte aux nouvelles exigences numériques, les stratégies qu'elle emploie, les obstacles qu'elle rencontre et comment elle anticipe l'évolution du paysage bancaire numérique.

4.2. Interprétation des réponses

Les réponses recueillies révèlent des avancées significatives dans la digitalisation du secteur bancaire en Algérie, notamment grâce à la généralisation des paiements en ligne et à la disponibilité permanente des services, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Les clients manifestent des attentes croissantes en matière d'exigence et de personnalisation, bien que l'utilisation des services digitaux reste principalement limitée aux personnes déjà familières avec les outils numériques. La BNA s'inscrit dans une démarche structurée de digitalisation, déployant progressivement des solutions telles que la banque en ligne, les applications mobiles, les guichets automatiques intelligents et les portails web. Les services prioritaires digitalisés incluent la consultation des soldes, les relevés bancaires, les virements et le paiement des factures. Les départements commerciaux et de développement digital sont particulièrement impliqués, et la banque collabore également avec des prestataires externes pour faciliter cette transition. Sur le plan des résultats, la digitalisation a contribué à améliorer l'efficacité des services, la satisfaction des clients et les performances commerciales, même si l'engagement des utilisateurs reste perfectible. La BNA doit toutefois faire face à des obstacles technologiques, organisationnels, réglementaires et culturels. Pour y remédier, elle mise sur la mise à jour des systèmes de sécurité et la formation du personnel. L'avenir s'oriente vers l'innovation, avec des projets technologiques avancés et l'acquisition de nouveaux outils. Enfin, les répondants s'accordent à dire que la digitalisation peut renforcer la compétitivité de la BNA, à condition de proposer une offre adaptée et personnalisée, tout en insistant sur la nécessité d'améliorer l'éducation numérique de la population pour accompagner cette transformation.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

- **Généralités sur la digitalisation dans le secteur bancaire en Algérie**

On remarque plusieurs grandes tendances dans la digitalisation bancaire en Algérie, comme la hausse des paiements en ligne, la disponibilité des services 24h/24 et 7j/7, l'utilisation de l'intelligence artificielle personnalisée, et l'accès à l'open Banking. Les clients veulent de plus en plus des services digitaux adaptés à leurs besoins, surtout ceux qui savent déjà utiliser les outils numériques. Cela montre que le marché se segmente selon le niveau de maîtrise digitale des utilisateurs.

- **Stratégie de digitalisation de la BNA**

La BNA a une stratégie claire qui évolue régulièrement. Elle met l'accent sur le développement des paiements en ligne et a lancé des applications comme WIMPAY.

Parmi les initiatives, on trouve les banques en ligne, les applis mobiles, les guichets automatiques intelligents, et les portails web les objectifs sont d'attirer plus de clients, de leur offrir une gamme complète de services accessibles à tout moment, et de rendre la banque plus compétitive. La BNA travaille aussi avec des prestataires externes et des fintechs, ce qui montre qu'elle s'ouvre à l'écosystème numérique.

- **Mise en œuvre opérationnelle**

Les premiers services digitalisés sont la consultation des soldes, les relevés bancaires, les virements (internes et interbancaires), et le paiement des factures en ligne. Les départements qui s'occupent de cette digitalisation sont surtout le département commercial et la direction du développement digital.

- **Impacts de la digitalisation**

La digitalisation a rendu les services plus efficaces, a amélioré la satisfaction des clients et les résultats commerciaux de la BNA.

Elle a aussi changé l'organisation interne, notamment en termes d'emplois et de formation du personnel.

On remarque que de plus en plus de clients utilisent les services numériques, même si ce n'est pas encore généralisé à toute la clientèle.

- **Contraintes et défis**

Les principaux obstacles à la digitalisation sont technologiques, organisationnels, réglementaires et culturels, et ils concernent aussi bien les clients que le personnel.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

La banque prend la cyber sécurité très au sérieux, avec des mises à jour régulières des systèmes et une sensibilisation continue du personnel.

- **Perspectives et recommandations**

À l'avenir, la BNA prévoit d'acquérir de nouveaux systèmes high-tech et de continuer à développer ses services digitaux. La digitalisation est vue comme un moyen important pour renforcer la compétitivité de la BNA face aux autres banques publiques et privées. Pour accélérer la transformation digitale du secteur bancaire en Algérie, il serait utile de développer les incubateurs fin Tech et d'améliorer l'éducation numérique du public, afin que plus de personnes puissent utiliser facilement les outils digitaux.

4.3. Commentaire sur les résultats

Les résultats du guide montrent que la digitalisation dans les banques en Algérie avance bien, surtout avec le développement des paiements en ligne et la disponibilité des services à toute heure. En effet, cela facilite la vie des clients, augmente donc leur satisfaction, puisqu'ils peuvent désormais effectuer leurs opérations à n'importe quel moment sans se déplacer.

On remarque aussi que les clients veulent des services plus personnalisés, qui correspondent mieux à leurs besoins. Mais pour l'instant, ce sont surtout les personnes qui savent déjà utiliser les outils numériques qui utilisent ces services. Ça montre qu'il reste encore du travail pour qu'un nombre plus important de clients puisse en profiter.

La BNA semble bien organisée et a une stratégie claire pour avancer dans la digitalisation. Elle met en place des applications, des banques en ligne et des guichets intelligents, ce qui est positif. Elle collabore aussi avec des entreprises extérieures, ce qui montre qu'elle veut innover.

Les premiers services digitalisés sont ceux qui sont simples et très demandés, comme vérifier son solde, faire des virements ou payer ses factures en ligne. C'est normal de commencer par ces services pour habituer les clients.

La digitalisation a eu des effets positifs, à l'instar d'une plus grande efficacité et d'une plus grande satisfaction des clients. Néanmoins des problèmes persistent : des difficultés techniques, des règles à suivre, et aussi des habitudes culturelles qui ralentissent l'adoption. La banque fait attention à la sécurité, ce qui est très important, et elle forme aussi ses employés pour mieux gérer ces changements.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Pour l'avenir, la BNA ambitionne de poursuivre ses efforts d'innovation et d'amélioration de ses services digitaux. Toutefois, la réussite de cette démarche repose également sur une meilleure formation de la population aux outils numériques, condition indispensable pour assurer une adoption efficace et généralisée de ces nouveaux services.

Chapitre 3. Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA (Agence n°584 de Draa Ben Khedda)

Conclusion

En conclusion, ce chapitre nous a permis de mieux comprendre le rôle essentiel que joue la Banque Nationale d'Algérie dans le paysage économique du pays, notamment à travers son agence de Draâ Ben Khedda numéro 584. Nous avons vu que la BNA, forte de son histoire et de son organisation solide, s'efforce de répondre aux besoins variés de sa clientèle en offrant des services adaptés et innovants. L'étude des moyens de paiement numériques, tels que l'e-Banking et l'application BN@tic, montre clairement la volonté de la banque de s'inscrire dans la modernité et de faciliter les opérations bancaires au quotidien. Cette digitalisation contribue non seulement à améliorer la qualité du service, mais aussi à renforcer l'inclusion financière en Algérie. Ce stage au sein de l'agence 584 a ainsi été une opportunité enrichissante pour observer concrètement ces dynamiques et mieux saisir les enjeux actuels du secteur bancaire algérien.

Conclusion générale

Conclusions générale

Au terme de ce mémoire, il apparaît clairement que la digitalisation est aujourd'hui un levier essentiel de transformation pour le secteur bancaire, tant à l'échelle mondiale qu'en Algérie. Bien que le processus soit encore en cours de développement dans le pays, les efforts déployés pour moderniser le système bancaire par l'adoption des technologies numériques témoignent d'une réelle volonté d'adaptation aux exigences actuelles d'efficacité, de compétitivité et de satisfaction client.

La problématique à laquelle nous avons tenté de répondre tout au long de ce travail s'articulait autour de la question suivante : dans quelle mesure la digitalisation transforme-t-elle les processus internes, l'offre de services et la relation client dans le secteur bancaire algérien, et quels sont les principaux défis et enjeux rencontrés par les banques, notamment la Banque Nationale d'Algérie (BNA), dans la mise en œuvre de cette transformation ? Cette interrogation a permis d'aborder la digitalisation comme une dynamique multifacette, qui ne se limite pas à l'introduction de nouveaux outils technologiques, mais engage des changements structurels, organisationnels, humains et réglementaires.

La démarche méthodologique adoptée pour répondre à cette problématique s'est construite autour de trois volets complémentaires. Premièrement, une approche théorique, basée sur une revue de la littérature spécialisée, a permis de cerner les concepts clés et d'identifier les enjeux actuels de la digitalisation dans le secteur bancaire. Deuxièmement, une étude de cas pratique a été menée au sein de l'agence n°584 de la BNA à Draâ Ben Khedda, afin d'observer sur le terrain les outils numériques déployés, les changements internes observés et les efforts de modernisation réalisés. Enfin, une enquête qualitative, fondée sur des entretiens semi-directifs auprès des employés de l'agence, a apporté un éclairage précieux sur les perceptions, les résistances et les leviers de succès de la transformation digitale.

L'étude de cette agence a permis de constater l'intégration progressive des outils numériques dans les pratiques de gestion et les services bancaires. Ces évolutions impactent non seulement la relation avec la clientèle, mais aussi l'organisation interne et la performance globale de la banque. Nous avons ainsi pu mettre en évidence des avancées importantes, telles que la mise en place du e-Banking, des applications mobiles et des systèmes de paiement innovants, tout en soulignant certaines limites liées aux infrastructures, à la culture organisationnelle et à la formation des ressources humaines.

La digitalisation ne se limite pas à l'adoption de nouvelles technologies ; elle nécessite une réinvention profonde du modèle bancaire traditionnel, un accompagnement du changement et

Conclusions générale

une refonte des processus métiers. Ce chemin reste toutefois semé d'obstacles, notamment en matière de cybersécurité, d'inclusion financière et de gestion des compétences.

Pour réussir cette transformation digitale, les banques algériennes doivent donc mettre en place une stratégie globale, axée sur l'innovation, la formation continue du personnel, une écoute attentive des besoins des clients, ainsi que le respect d'un cadre réglementaire strict. Ce défi structurel, s'il est relevé avec discernement, pourrait non seulement renforcer la performance du secteur bancaire, mais aussi contribuer significativement à la modernisation économique du pays.

Au terme de cette étude, plusieurs recommandations peuvent être formulées afin de soutenir et accélérer la transformation digitale du secteur bancaire en Algérie, en particulier celle de la Banque Nationale d'Algérie (BNA). Nous proposons les suivantes :

- Moderniser l'infrastructure technologique et sécuriser les données pour garantir des services digitaux fiables et protégés.
- Améliorer l'ergonomie et la performance des services numériques afin d'offrir une meilleure expérience client.
- Former les employés et promouvoir la culture digitale pour assurer l'adhésion et l'efficacité de la transformation.
- Encourager l'innovation et adapter le cadre réglementaire pour favoriser l'émergence de solutions numériques inclusives.

Références bibliographiques

1. OUVRAGES

- BELVAUX Bertrand, NOTEBAERT Jean-François (2018). *Crosscanal et Omnicanal*. 2e édition, Malakoff. Paris : Dunod.
- BLAKSTAD, S & ALLEN, R. (2018). *Révolution Fintech : Inclusion universelle dans le nouvel écosystème financier*, Palgrave Macmillan.
- BOUYAKOUB, F. (2003). *L'entreprise et le financement bancaire*, Éditions Casbah, Alger.
- Catherine Karyotis. *L'essentiel de la banque*. L'extenso éditions.
- CHABAULT, Denis. *Introduction à la gestion : La transformation digitale*. Université Paris Saclay.
- DOV, O. (1990). *Pratique des marchés financiers*, Édition Dunod, Paris.
- FRANCOIS GUERANGER. (2009). *La finance islamique : une illusion traitée comme la finance éthique*, Paris, coll. Marchés financiers, Dunod.
- HADDAD, S., & MOKHTARI, S. (2015). *Comprendre la banque : Organisation et fonctionnement*. Bouira : Pages Bleues Internationales.
- HAYEN, R. (2020). *Fintech : L'impact et l'influence de la technologie financière sur le secteur bancaire et financier*, édition indépendante.
- MARIQUE, E. et DE PIERPONT, G. (2021). *L'essor et les défis de la digitalisation des entreprises*.
- NAAS, A. (2003). *Le système bancaire algérien : de la décolonisation à l'économie de marché*, Maisonneuve et Larose, Paris.
- NARASSIGUIN, Philippe. (2019). *Fiches de Monnaie, banque et financement de l'économie*, p.170.
- SHAH, M., et CLARKE, S. (2009). *E-Banking Management: Issues, Solutions and Strategies*, Information Science Reference, New York.
- VENTRE, D. et GUILLOT, P. (2023). *Interceptions des communications électroniques : Histoire, technologies, politique*, ISTE Group.

2. ARTICLES

- BIOT-PAQUEROT, G. et al. (2021). « La création de valeur des Fintechs dans l'offre de services bancaires et financiers : entre déshumanisation et réhumanisation », *Innovations*, Vol 1 (n°64), pp. 209-235.
- EJBARI Ridouane et ZARKI Badr Eddine ; Revue de littérature « La digitalisation dans le secteur bancaire : Concepts, avantages, inconvénients, défis et perspectives »
- BRAHAMI, M.A., & BELGHABA, M.A.A. (2022). « Transformation Digitale et Usage du Numérique : Quel engagement des entreprises algériennes ? », *Journal of Economics and Management*, Vol. 06 / N°: 01, p. 1-15.
- DEGRYSE, C. (2016). « Impacts sociaux de la digitalisation de l'économie », *Etui*.
- DINIZ, E. (1998). « Web Banking in USA », *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 3, N° 2.
- ERRAGZI, F. & ELABBASSI, O. (2024). « La transformation digitale et la résilience organisationnelle dans le secteur public marocain », *International Journal of Economic Studies and Management*, 42, p. 213.
- GARTNER (2022). « Digitalization », CRC Press, Floride, p. 3.
- KOO, Y. & WATI, P. (2010). « Toward an Understanding of the Mediating Role of "Trust" in Mobile Banking Service », *Journal of Universal Computer Science*, Vol.16-N°13.
- KULDEEP, S. R. (2019). « The Impact of E-banking on the Use of Banking Services and Customer Satisfaction », Vol. 3-N° 4, p. 21.
- MONNET, P. (2007). *Technique bancaire-historique*, Paris, p. 2.
- MOUMTAZ, K. & MOUDINE, Ch. (2024). « Contribution de la digitalisation à l'amélioration de la performance bancaire », *African Scientific Journal*, Vol. 03, N° 26, pp. 0969–0986.
- NOUI, N., DOUFFI, M. & CHOUBAR, L. (2023). « Vers le E-banking sécurisé en Algérie », *Revue Cahiers Économiques*, Vol.14, N°01, pp. 96–111.
- Refafa, B. (2020). « La monétique en Algérie, développement et perspectives », *Université Dr Moulay T, Saida*.
- VIAL, G. (2019). « Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda », *Journal of Strategic Information Systems Review*.

3. MÉMOIRES ET THÈSES

- ADRAR Zahira, BOUCHERBA Wassila mémoire de fin d'études « Transformation digitale et diversification des exportations en Algérie », Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2024.
- AISSOU Mounia, AIROUCHE Ania. Mémoire de fin d'étude « L'impact de la digitalisation des services bancaires sur la clientèle : cas des paiements électroniques dans le transport aérien », Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2022/2023.
- ALILAT Amel. Mémoire de fin d'études « Essai d'analyse sur la contribution de la "nouvelle économie" dans l'émergence des territoires », Université de Bejaia, 2021/2022.
- ATOUI Nadjib, REKKOUCHE AbdEnour. Mémoire de fin d'études « Conception et Réalisation d'un Système E-Banking », Université Ferhat Abbas Sétif 1, 2016/2017.
- BELAYEL Thilleli, BENHAMMA Siham. Mémoire de fin d'études « La procédure d'octroi d'un crédit d'investissement : cas BADR, Agence N°362 Sidi-Aich », Université de Bejaia, 2021/2022.
- BEN ZIDANE, Y. Mémoire de fin d'études « La Lutte contre le blanchiment d'argent : Cas Algérie Gulf Bank », Université Mouloud Mammeri, 2021.
- BENMALEK, R. « Le système bancaire algérien », Maîtrise, Université de Toulouse, 1999.
- DJEBARA Numidia, BOULIFA Yamina, ACHOUCHE Souad. « Monétique et banque à distance : cas WIMPAY », Université Mouloud Mammeri, 2021.
- HEDJAR Syphax. « La digitalisation dans les banques publiques : Cas de la BNA », Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2020/2021.
- KABBOU Hadjer, IDIR Katia. « La transformation digitale : Étendue et impact sur les métiers bancaires », Université Abderrahmane Mira de Bejaia.
- KHALED Bennacer, FERIEL Abider. « L'effet de l'E-Banking sur la performance financière des banques », Université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2023/2024.
- LHADJ MOHAND M. « Intégration de la digitalisation et impact sur la performance financière », Université de Tizi-Ouzou, 2021.
- MESSAOUDI Romaiassa, HADDAD Basma. « Impact des fintech sur l'activité bancaire », Université de Bejaia, 2024.

- OUANE, MM. « Les moyens de paiement en Algérie », Thèse, Université Mouloud Mammeri, 2020.
- SALIFOU M., TRAORE A. « Modernisation du système de paiement : cas BADR », Université Mouloud Mammeri, 2022.
- YAHIAOUI A., SI MOUSSA K. « Digitalisation des services bancaires : Cas BNA Tizi-Ouzou », Université Mouloud Mammeri, 2021.

4. WEBOGRAPHIES

- <https://www.oracle.com/fr/big-data/what-is-big-data/> (consulté le 21/05/2025)
- <https://datascientest.com/intelligence-artificielle-definition> (consulté le 21/05/2025)
- <https://www.nticweb.com/web/10443-la-digitalisation-du-systeme-bancaire-en-plein-essor-en-algerie.html> (consulté le 04/02/2025)
- <https://www.algerie-eco.com/2017/10/26/algerie-poste-173-gab-basculer-nouveau-systeme> (consulté le 26/04/2025)
- <https://www.bna.dz/fr/particulier-ebanking/> (consulté le 08/05/2025)
- www.cnma.dz
- Site officiel de la BNA
- Site officiel de la poste algérienne
- <https://www.capital.fr/economie-politique/risque-de-credit-definition-types-et-evaluation-1431056>
- <https://celencia.fr/quels-sont-les-enjeux-de-la-digitalisation-bancaire/>
- <https://orientation.schoolmouv.fr/conseils/digitalisation-banque-assurance>

Annexe

Annexe 01. Guide d'entretien.

Questions du guide

I. Généralités sur la digitalisation dans le secteur bancaire

1. Selon vous, quelles sont les grandes tendances de la digitalisation dans le secteur bancaire en Algérie ?

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

2. Comment percevez-vous l'évolution des attentes des clients vis-à-vis des services bancaires digitaux ?

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

II. Stratégie de digitalisation de la BNA

3. La BNA a-t-elle une stratégie clairement définie en matière de digitalisation ?

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

4. Quelles sont les principales initiatives numériques mises en œuvre ces dernières années ?

- Banques en ligne ?
- Applications mobiles ?
- Guichets automatiques intelligents ?
- Portails web ?
- Autres

5. Quels sont les objectifs recherchés par la BNA à travers la digitalisation ?

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

III. Mise en œuvre opérationnelle

6. Quels services ont été les premiers digitalisés au sein de la BNA ?

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

7. Quels départements sont impliqués dans le pilotage de la digitalisation ?

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

8. Avez-vous collaboré avec des prestataires externes ou des fintechs ?

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

IV. Impacts de la digitalisation

9. Quels sont, selon vous, les principaux impacts de la digitalisation sur :

- L'efficacité des services ?
- La satisfaction des clients ?
- Les performances commerciales ?
- L'organisation interne (emploi, formation du personnel, etc.) ?
- Autres

10. Avez-vous observé une augmentation de l'usage des services numériques par les clients ?

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

V. Contraintes et défis

11. Quels sont les principaux freins à la digitalisation rencontrés par la BNA ?

- Technologiques ?
- Organisationnels ?
- Réglementaires ?
- Culturels (clients ou personnel) ?

12. Comment la BNA gère-t-elle la cyber sécurité et la protection des données ?

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

VI. Perspectives et recommandations

13. Quels sont les projets futurs en matière de digitalisation à la BNA ?

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

14. Pensez-vous que la digitalisation peut renforcer la compétitivité de la BNA face aux autres banques (publiques ou privées) ?

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

15. Quels conseils donneriez-vous pour accélérer ou améliorer la transformation digitale du secteur bancaire en Algérie ?

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

Table des matières

Remerciement.

Dédicace.

Sommaire.

Liste des figures.

Liste des tableaux.

Liste des abréviations.

Introduction générale..... 02

Chapitre 1 : Cadre conceptuel de la digitalisation dans le secteur bancaire.....

Introduction 07

Section 01 : Notions clés sur la digitalisation08

1. Définition des concepts clés08

1.1. Digital..... 08

1.2. La digitalisation..... 08

1.3. Numérisation.....09

1.4. Transformation digitale et ces étapes 10

1.4.1. Définition de la transformation digitale 10

1.4.2. Les étapes de la transformation digitale..... 11

1.5. Le Big data..... 13

1.6. L'intelligence artificiel 15

Section 02 : Présentation de la banque..... 16

1. Définition de la banque 16

2. Les types des banques 17

2.1. La banque centrale..... 17

2.2. La banque commerciale 18

2.3. La banque d'investissement 19

2.4. Banque universelle20

2.5. Banque islamique20

3. Rôle de la banque.....	21
4. Les risques bancaires.....	22
4.1. Risque de crédit	22
4.2. Risque du marché	23
4.3. Risque de liquidité.....	23
4.4. Risque opérationnelle.....	23
4.5. Risque de conformité.....	23
5. La banque en ligne	23
6. Les Fintech	24
Section 03 : L'évolution de la transformation digitale.....	26
1. Définition de la transformation digitale	26
2. Historique de la transformation digitale	27
2.1. Les prémices de TIC	27
2.2. L'essor de l'informatique personnelle	27
2.3. L'avènement d'internet.....	27
2.4. Révolution mobile	28
2.5. La montée en puissance des réseau sociaux.....	28
2.6. Le cloud computing et la mobilité.....	28
2.7. L'intelligence artificielle et l'internet des objets.....	28
2.8. L'essor de la 5G.....	28
3. Les outils de la digitalisation	29
3.1. Les serveurs	29
3.2. Les logiciels métier	29
3.3. Les sites internet.....	29
3.4. Les applications mobiles.....	30
3.5. Newsletters.....	30
Section 04 : Les enjeux de la digitalisation bancaire et son apport à la performance du	
secteur.....	31
I. Les atouts et les limites de la digitalisation bancaire.....	31
1. Les avantages	31
1.1. Les avantages apportent au banque	31

1.1.1.	Gaine de temps.....	31
1.1.2.	Nouvelles possibilités	31
1.1.3.	Réduction des couts d’intermédiation et de transaction	31
1.1.4.	Extension géographique.....	32
1.1.5.	Différenciation des produits.....	32
1.1.6.	Gestion de la relation client-banque	32
1.2.	Les avantages apportent aux clients	32
1.2.1.	Disponibilité permanente 24h/24.....	32
1.2.2.	Offre transfrontalière	32
1.2.3.	Plus de fonctionnalité proposées.....	33
2.	Les limites	33
2.1.	L’absence de contact humain... ..	33
2.2.	La fraude	33
2.3.	Le blanchement d’argents	34
2.4.	La complexité et la sécurité.....	34
II.	Les enjeux de la digitalisation bancaire	35
1.	Perte de monopole	35
2.	La fonction GRH souvent néglige	35
3.	Le renforcement des règlementations	36
4.	L’exclusion bancaire	36
5.	Le chômage	36
III.	La relation entre la digitalisation et la performance bancaire.....	37
	Conclusion	39

Chapitre 2 : État des lieux de la transformation digitale dans le secteur bancaire algérien.....

Introduction

Section 01 : Présentation du secteur bancaire algérien... ..

1.	Évolution du système bancaire algérien	42
1.1.	Le système bancaire algérienne de l’Indépendance a 1985... ..	42
1.1.1.	La récupération de la souveraineté nationale et la création de l’institut d’émission (1962-1964).....	43
1.1.2.	La mise en place de système bancaire nationale (1963-1967).....	43

1.1.3.	Le système bancaire et la planification financier (1968-1985).....	43
1.2.	Le système bancaire algérienne de 1986 jusqu'à la fin de 1990... ..	44
1.2.1.	La loi de 19 août 1986 portant régime des banques et des crédits	45
1.2.2.	Loi du 12 janvier 1988 modifiant et complétant la loi bancaire du 19 août 1986.....	45
1.2.3.	Loi sur la monnaie et le crédit du 14 avril 1990.....	46
1.3.	Le système bancaire algérien de 1990 à nos jours.....	47
1.3.1.	L'ordonnance n°01-01 du 27 févriers 2001... ..	47
1.3.2.	L'ordonnance n°03-11 du 26 aout 2003... ..	47
1.3.3.	L'ordonnance n°10-04 du 26 aout 2010... ..	48
2.	Structure actuelle du système bancaire.....	48
2.1.	La banque d'Algérie (la banque centrale).....	48
a.	Organisation de la Banque d'Algérie.....	48
b.	Rôle et missions de la Banque d'Algérie	49
2.2.	Les banques et les établissements financier	50
2.2.1.	Distinction entre banques et établissements financiers	50
2.2.2.	Les opérations bancaires autorisées	50
a.	Les banques publique.....	51
b.	Les banques privées.....	52
c.	Les établissements financiers	54
Section 02 : L'évolution de la digitalisation dans le secteur bancaire algérien.....		57
I.	L'évolution des services et produits numériques	57
1.	E-Banking.....	58
1.1.	Définition du E-Banking... ..	58
1.2.	Le début de E-Banking en Algérie.....	59
2.	Société de Transactions Interbancaires et d'Automatisation Bancaire Electronique (SATIM)	59
2.1.	Mission de SATIM.....	60
3.	Les cartes d'Algérie Poste	62
3.1.	Les cartes interbancaires de retraits (cartes CCP).....	62
3.2.	Les cartes interbancaires de paiements CIB classique et gold.....	62
3.3.	La carte EDAHABIA	62
3.3.1.	Les services offrent par la carte EDAHABIA	63

3.4. Les terminaux de paiement électronique TPE.....	64
3.5. Les distributeurs automatiques des billes DAB.....	65
3.6. Le guichet automatique de banque GAB	67
Section 3. Les obstacles et les défis de la digitalisation et les solutions à promouvoir.....	68
1. Analyse des obstacles et des défis	68
1.1. Contraintes législatives et réglementaires.....	68
1.1.1. Complexité réglementaire.....	68
1.1.2. Protection des données personnelle.....	69
1.1.3. Lois sur la cybercriminalité.....	69
1.1.4. Conformités aux normes internationale.....	69
1.2. Contrainte sois-économiques	70
1.2.1. Taux de bancarisation.....	70
1.2.2. Education financier	70
1.2.3. Inclusion financier.....	71
1.2.4. Sensibilisation à la sécurité des transactions électronique.....	71
1.3. Les contraintes infrastructurelle	71
1.3.1. Couverture interne.....	71
1.3.2. Accès aux services bancaires	72
1.3.3. Point des services alternatifs	72
1.3.4. Accessibilité aux personnes handicapées	72
1.3.5. Connectivité mobiles.....	72
2. Analyse de politique gouvernementales visant à promouvoir la digitalisation bancaire	73
2.1. Simplification des réglementations.....	73
2.2. Promotion de l'inclusion financiers	73
2.3. Soutien aux fintech	73
2.4. Modernisation de l'infrastructure	73
2.5. Campagnes de sensibilisation	73
2.6. Collaboration avec les institution financières	74
2.7. Protection des consommateurs	74
Conclusion.....	75
Chapitre 03 : Etude de cas : Analyse du processus de digitalisation au sein de la BNA	

(Agence n°584 de Draa Ben Khedda)	
Introduction	77
Section 01 : Présentation de l'agence de Draa Ben Khedda numéro 584.....	78
1. La Banque National d'Algérie	78
1.1. Mission et objectif de la banque Nationale d'Algérie	82
a. Les missions	82
b. Les objectifs	83
2. Présentation de l'agence de Draa Ben Khedda numéro 584.....	84
Section 02 : Les moyens de paiements digitaux au sein de la Banque National	
d'Algérie	87
1. L'E-Banking BNA	87
1.1. BNA net	87
1.2. La plateforme E-Banking de la BNA	87
1.3. Les Packs de services du E-Banking BNA	88
1.3.1. PACK « NET »	88
1.3.2. PACK « NET+ »	88
2. Application E-Banking Bn@Tic.....	89
2.1. Présentation de l'application Bn@tic	89
2.1.1. L'accès à l'espace public	89
2.1.2. L'accès à l'espace authentifié.....	90
3. Le paiement électronique BNA.....	92
3.1. Présentation de paiement électronique	92
3.2. L'utilisation du paiement électronique	93
3.3. Les avantages de paiement électronique	93
4. WIMPAY-BNA	94
4.1. Les fonctionnalités de l'application.....	94
4.1.1. Pour les clients entrepris	94
4.1.2. Pour les clients particuliers, professionnels et commerçants	94
4.2. Conditions d'accès au service « WIMPAY-BNA »	95
4.2.1. Bénéficiaires du service	95
4.2.2. Conditions d'utilisation.....	95

4.3. Modalités d'utilisation du service « WIMPAY-BNA »	96
4.3.1. Inscription au service	96
Section 03. Analyse de l'évolution des moyens de paiement digitaux au sien de la BNA...97	
2. E-Banking... ..	97
1.1. Analyse descriptive	97
2. Abonnement WIMPAY-BNA	98
2.1. Analyse descriptive	98
3. La distribution des cartes CIB	99
3.1. Analyse descriptive	100
Section 4. Présentation et analyse des résultats du guide d'entretien... .. 101	
1. Le choix méthodologique du guide d'entretien.....	101
2. A qui est adressé notre entretien ?	101
3. Construction du guide d'entretien.....	102
4. Le guide d'entretien.....	102
4.1. Se présenter et présenter l'objectif de notre entretien	102
4.2. Interprétation des réponses	103
4.3. Commentaire des résultats	105
Conclusion.....	107
Conclusion générale	109
Référence bibliographique.....	111
Annexes	117
Résumé.....	131

Résumé

Le secteur bancaire est considéré comme l'un des secteurs les plus transformés numériquement. Pour les banques, la digitalisation est apparue comme une nécessité pour leur survie. Ce mémoire étudie la transformation digitale du secteur bancaire algérien, en mettant l'accent sur l'agence numéro 584 de Draâ Ben Khedda. Il explore l'impact des technologies numériques sur l'organisation interne, les services bancaires et la relation client. À travers une étude de cas et un guide d'entretien, il analyse les avancées réalisées, les outils adoptés, ainsi que les obstacles rencontrés, notamment en matière de formation, d'infrastructure et de résistance au changement. L'objectif est de comprendre comment les banques algériennes modernisent leurs pratiques pour rester compétitives.

Mots clés : digitalisation, transformation digitale, banque, banque en ligne, produits digitaux.

Abstract

The banking sector is considered one of the most digitally transformed sectors. For banks, digitalization has emerged as a necessity for survival. This thesis examines the digital transformation of the Algerian banking sector, with a focus on branch number 584 in Draâ Ben Khedda. It explores the impact of digital technologies on internal organization, banking services, and customer relations. Through a case study, it analyzes the progress made, the tools adopted, and the challenges encountered, particularly in terms of training, infrastructure, and resistance to change. The aim is to understand how Algerian banks are modernizing their practices to remain competitive.

Keywords : digitalization, digital transformation, Bank, online Banking, digital products.

ملخص

يُعتبر القطاع المصرفي من بين أكثر القطاعات تحوُّلاً رقمياً. وقد أصبحت الرقمنة ضرورة حتمية لبقاء البنوك. يدرس هذا البحث التحول الرقمي في القطاع المصرفي الجزائري، مع التركيز على الوكالة رقم 584 في ذراع بن خدة. يستعرض تأثير التقنيات الرقمية على التنظيم الداخلي، والخدمات المصرفية، والعلاقة مع الزبائن. ومن خلال دراسة حالة، يُحلل التقدم المحرز، والأدوات المعتمدة، والعقبات التي تم مواجهتها، ل سيما فيما يتعلق بالتكوين، والبنية التحتية، ومقاومة التغيير. الهدف من ذلك هو فهم كيفية تحديث البنوك الجزائرية لممارساتها من أجل الحفاظ على قدرتها التنافسية. الكلمات المفتاحية: الرقمنة، التحول الرقمي، البنك، الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، المنتجات الرقمية.