



UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMERRI DE TIZI OUZOU
FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUES, COMMERCIALES
ET DES SCIENCES DE GESTION



MÉMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences
économiques

Option : Economie Monétaire et Bancaire

Sujet

*Le Rôle des banques étrangères dans le développement de
paiement électronique en Algérie, cas : TRUST BANK
ALGERIA, agence de Tizi-Ouzou215.*

Présenté par :

- ❖ BEN OUMELGHAR Nacer
- ❖ SERRAFI Youcef

Encadré par :

Mr. OUAZZI Azzedine

Devant le jury composé de :

- Président : SAM. Hocine. MCA. UMMTO.
- Examineur : KHAMMES. Abdennour. MAA. UMMTO.
- Rapporteur : OUAZZI Azzedine.

Année universitaire : 2019 / 2020



UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMERI DE TIZI OUZOU
FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUES, COMMERCIALES
ET DES SCIENCES DE GESTION



MÉMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences
économiques

Option : Economie Monétaire et Bancaire

Sujet :

*Le Rôle des banques étrangères dans le développement de
paiement électronique en Algérie, cas : TRUST BANK
ALGERIA, agence de Tizi-Ouzou215.*

Présenté par :

- ❖ BEN OUMELGHAR Nacer
- ❖ SERRAFI Youcef

Encadré par :

Mr. OUAZZI Azzedine

Devant le jury composé de :

- Président : SAM. Hocine. MCA. UMMTO
- Examineur : KHAMMES. Abdennour. MAA. UMMTO
- Rapporteur : OUAZZI Azzedine

Année universitaire : 2019 / 2020



REMERCIEMENTS

Remerciements

Nous remercions dieu, le tout puissant pour nous avoir prêté vie, aide, patience tout au long de notre cycle universitaire, de nous avoir donné le courage et la patience pour réaliser ce travail.

En ce moment précis, toutes nos pensées vont vers nos enseignants en reconnaissance pour leurs sacrifices et dévouements ainsi que pour leur soutien constant aussi pour nous avoir soutenu et guider vers la réussite.

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

Nous tenons à remercier Monsieur OUAZZI Azzedine qui a dirigé ce travail par son savoir et sa disponibilité permanente. Nous lui serons reconnaissants pour son aide précieuse, ses conseils avisés et les encouragements qu'il nous a sans cesse prodigué

On remercie également les membres du jury d'avoir accepté de juger notre travail



DEDICACES

Dédicaces

*En toute modestie et en toute reconnaissance, je dédie tous mes efforts traduits
dans ce mémoire*

*Aux deux êtres les plus cher au monde, mes parents qui n'ont pas cessé de
m'encourager en me prodiguant les précieux conseils sensibles à leurs amours.*

C'est avec émotion que je leur exprime toute mon affection.

Mes chers frères et sœurs

*Je dédie ce travail à mon cher ami et camarade « Youcef » je suis très
reconnaissant, Cela fût un énorme plaisir de travailler ensemble.*

*Pour finir j'adresse mes remerciements à mes très chers amis (es), et à tous
ceux*

qui ont contribué de loin ou de près à la réalisation de ce travail

Nacer

Dédicaces

Merci Allah (mon dieu) de m'avoir donné la capacité d'écrire et de réfléchir, la force d'y croire, la patience d'aller jusqu'au bout du rêve et le bonheur de lever mes mains vers le ciel et de dire "Ya RAHIM".

Je dédie ce modeste travail à celle qui m'a donné la vie, le symbole de tendresse, qui s'est sacrifiée pour mon bonheur et ma réussite, à la femme qui m'a donné le jour qui a protégé mon enfance, Ensoleillé mon adolescence, qui illumine chaque jour mon existence à celle qui m'a appris la force le courage et qui a fait de moi une bonne personne dans la vie, l'amour de ma vie ma mère.

À celle qui a allumé mon chemin et qui a rempli ma vie de belles surprises, ma sœur. Tes sacrifices, ton soutien moral et matériel, ta gentillesse sans égal, ton profond attachement est m'ont permis de réussir mes études.

À mon frère et chère camarade BEN OUMELGHAR NACER je suis très reconnaissant à sa compréhension et sa patience avec moi durant tout ce travail, avec un énorme plaisir que je te remercie.

À mes ami(es) et à tout ceux qui ont aidé à réussir cette modeste trajectoire.

Loucef



RÉSUMÉ

Résumé

Depuis l'avènement des nouvelles technologies d'information et de communication, les banques sont rentrées dans une course effrénée pour acquérir et maîtriser ces dernières afin de faire face à la concurrence et répondre aux exigences de leurs clients.

Le document qui suit a pour ambition de faire la lumière sur le processus de paiement électronique et le rôle de la Trust Bank Algérie dans le développement de ce dernier.

Les NTIC, est aujourd'hui le stade ultime de l'évolution de paiement électronique, elle offre aux entreprises une gamme de produits et services de plus en plus performants.

Le secteur bancaire en Algérie, n'est pas en reste. Les banques étrangères installées en Algérie, à savoir Trust Bank Algérie essayent d'accrocher **le wagon de la modernité** et mettent en place un ensemble de mesures pour réussir la modernisation de paiement électronique et la numérisation de ces activités afin d'étoffer son offre de produit et services. Les applications mobiles, les services de banque en ligne, les moyens de paiement électroniques et numériques. Il reste cependant à franchir un certain nombre d'obstacle. C'est dans ce sens que nous tenterons à travers ce travail de répondre à la question principale : quel est l'importance et le rôle de Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou dans le développement de paiement électronique en Algérie ?

Mots clés : paiement électronique, moyens de paiement électroniques Nouvelle Technologie d'information et de communication, activité bancaire, Algérie, Banques, digitalisation.

A decorative border resembling a scroll, with a grey shadow on the left and top edges. The border is white with a thin black outline and rounded corners. It features a vertical scroll on the left side and a horizontal scroll on the top right side.

LISTE DES ABRÉVIATIONS

Liste des abréviations

ABEF	Association professionnelle des banques et des établissements financiers.
ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
AGB	Gulf Bank Algérie
ARPCE	Autorité de Régulation de la Poste et des Communications Electroniques
ATCI	Algérie Télé-compensation interbancaire
BADR	Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
BCA	Banque Centrale d'Algérie
BCE	Banque Centrale Européenne
BDL	Banque de Développement Local
BEA	Banque Extérieur d'Algérie
BIAM	Banque Industrielle de l'Algérie et de la Méditerranée
BNA	Banque National d'Algérie
BNP	BNP Paribas Al-djazair
CCF	Crédit Commercial de France
CIB	Carte Interbancaire
CIC	Crédit Industriel et Commercial
CNEP-Banque	Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance- Banque
CPA	Crédit Populaire d'Algérie
CPI	Centre de Pré-compensation Interbancaire
CRM	Customer Relationship Management
C2C	Costume to Costumer
DAB	Distributeur Automatique de Billets
DDA	Dynamic Data Authentification
EMV	Europay Mastercard Visa (Système de Paiement)
ERP	Entreprises Ressources Planing
GAB	Guichet Automatique de Billets
GIE	Groupement d'Intérêt Économique
ICA	Interbank Card Association
NFC	Near Field Communication
NTIC	Nouvelle Technologie de L'information et de Communication
ONS	Office National de Statistique
PME	Porte-Monnaie Électronique

Liste des abréviations

PMV	Porte-Monnaie Virtuelle
PNB	Produit Net Bancaire
P2P	Personne à Personne
RES	Réseau Social d'entreprise
RFID	Radio Frequency Identification
RIB	Relevé D'identité Bancaire
RTGS	Real Time Gross Settlements
SAM	Sacure Application Module
SATIM	Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique
SGA	Société Générale Algérie
SMS	Short Message Service
SPA	Société par actions
TIC	Technologie de l'information et de Communication
TIP	Titre Interbancaire de Paiement
TPE	Terminaux de Paiement Électronique
WAP	Wireless Application Protocol
3G	3ème Génération
4G	4 ème Génération

A decorative border resembling a scroll, with a grey shadow on the left and top edges. The scroll is unrolled in the center, revealing the text.

LISTE DES TABLEUX

Liste des tableaux

Tableau N°1: Evolution du réseau bancaire algérien et de leur service en ligne	48
Tableau N° 2: les données essentielles pour l'utilisation mobile, internet et réseaux sociaux en Algérie en 2019	60
Tableau N° 3 : Evolution des indicateurs statistiques clés sur la connectivité de la population en Algérie en 2018 et 2019	61
Tableau N° 4 : vitesse moyenne de téléchargement en Algérie pour les connexions internet mobile et ADSL en 2019.....	61
Tableau N°5 : typologies des connexions mobiles	62
Tableau N° 6 : Indexe de comparaison de la connexion internet mobile en Algérie	63
Tableau N°7: population de plus de 15 ans possédant ou utilisant un produit ou service financier en 2019	64
Tableau N°8: dates de mise en place des systèmes de cartes interbancaires par les banques algériennes	78
Tableau N°9: l'évolution des cartes CIB en Algérie	79
Tableau N°10: Le nombre de DAB/GAB en Algérie de 2018 à 2019.....	80
Tableau N° 11: Nombre de transactions réalisées en carte par milliards de dinars en Algérie.....	80
Tableau N°12: répartition par secteur d'activité des transactions de paiement sur internet	81
Tableau N°13: chiffres clés de la banque.....	87
Tableau N°14: Les actionnaires de la Trust Bank Algérie.....	87
Tableau N°15: nombre d'effectifs de la TBA.....	88
Tableau N°16: Les membres du conseil d'administration.....	Erreur ! Signet non défini.
Tableau N°17: chargement et rechargements des cartes visa CONTACTLESS	96
Tableau N°18: La tarification de la CIB trust	99
Tableau N°19: la tarification de la carte TAWFIR et TAWFIR TASSAHOUMI	Erreur ! Signet non défini.
Tableau N°20: Fonctionnalités du service TB@NET	101
Tableau N°21 : fonctionnalités et avantages du service HISSABI PULL	102
Tableau N°22: Taille de l'échantillon.....	105
Tableau N°23: Répartition par sexe des clients interrogés	106
Tableau N°24: Age des clients de la banque.....	107
Tableau N°25: Répartition des clients par catégorie socio professionnelle	108
Tableau N°26: Les raisons du choix de la Trust Bank.....	109
Tableau N°27: la qualité de l'accueil téléphonique au niveau de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215	Erreur ! Signet non défini.
Tableau N°28: la qualité d'accueil du personnel de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215.	111
Tableau N°29: Connaissances des services de banque à distance	112
Tableau N°30: Connaissances de moyens de paiements électroniques	113
Tableau N°31: Mode de connaissances de services et moyens de paiement électronique	Erreur ! Signet non défini.
Tableau N°32: mode de communication habituel avec la banque.	Erreur ! Signet non défini.
Tableau N°33: Types des services abonnés.....	114
Tableau N°34: Types des moyens de paiement électronique abonnés.....	115
Tableau N°35: Types d'opérations utilisées par les clients	117
Tableau N°36: les raisons d'utilisation des services et moyens de paiement électronique.....	118
Tableau N°37: les facteurs qui dopent les opérations de paiement électronique	119

Liste des tableaux

Tableau N°38: Problèmes rencontrés lors de paiement sur internet par les moyens de paiement émis par la Trust Bank Algérie.....	120
Tableau N°39: l'utilité du paiement électronique sur l'activité des clients.	121
Tableau N°40: Degré de confiance envers les moyens de paiement électronique utilisés.....	122
Tableau N°41: le paiement électronique durant la Covid-19.....	123
Tableau N°42: Les services digitaux de la Trust Bank durant la COVID-19	124
Tableau N°43: Les services de la banque à distance durant la COVID-19....	Erreur ! Signet non défini.



LISTE DES FIGURES

Liste des figures

Figure N°1 : circulation d'un paiement par carte.....	25
Figure N°2 : Descriptif d'une carte bancaire	Erreur ! Signet non défini.
Figure N°3 : le réseau bancaire en Algérie en 2020.....	49
Figure N°4 : cycle de vie des produits bancaires	68
Figure N°5 : Easy Card by MasterCard de la TBA.....	Erreur ! Signet non défini.
Figure N°6 : Sexe des clients de la banque	106
Figure N°7 : Age des clients de l'agence	107
Figure N°8 : Répartition des clients par catégorie socioprofessionnelle.....	108
Figure N°9 : Les raisons du choix de la Trust Bank par les clients.....	110
Figure N°10 : La qualité de l'accueil téléphonique au niveau de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215.....	Erreur ! Signet non défini.
Figure N°11 : la qualité d'accueil téléphonique de l'agence.....	111
Figure N°12 : Connaissance des services de banque à distance.....	112
Figure N°13 : Connaissances des moyens de paiement électroniques	113
Figure N°14 : Mode connaissance de services et moyens de paiement électroniques.	Erreur ! Signet non défini.
Figure N°15 : Mode de communication des clients avec la banque.....	Erreur ! Signet non défini.
Figure N°16 : Types des services abonnés.....	115
Figure N°17 : les moyens de paiement électronique abonnés.....	116
Figure N°18 : Types d'opération utilisée par les clients	117
Figure N°19 : Les raisons d'utilisation des services et moyen de paiement électroniques.....	119
Figure N°20 : les facteurs qui dopent les opérations de paiement électronique.....	120
Figure N°21 : Problèmes rencontrés lors de paiement sur internet par les moyens de paiement émis par la Trust Bank.	121
Figure N°22 : l'utilité du paiement électronique.....	122
Figure N°23 : Degré de confiance envers les moyens de paiement électronique utilisés	123
Figure N°24 : le paiement électronique durant la Covid-19.....	124
Figure N°26 : Les services digitaux de la Trust Bank durant la COVID-19 face au besoin de la clientèle	125
Figure N°27 : Les services de la banque à distance durant la Covid-19	Erreur ! Signet non défini.



SOMMAIRE

Sommaire



INTRODUCTION GENERALE

Introduction générale

De profondes mutations ont marqué le 20^{ème} siècle, qui sont caractérisées par une série de transformations dans divers domaines telles que : l'innovation technologique, la mondialisation de l'économie ou encore la globalisation de leurs contenus. A l'origine de ce grand changement, le progrès des technologies de l'information et de la communication (TIC) accélérés par la révolution numérique et la convergence des industries de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel. Ainsi, les TIC constituent un enjeu majeur pour les pays en développement dans l'espoir d'accélérer la modernisation de leur économie et de combler les écarts qui se creusent de plus en plus avec les pays développés. De ce fait, la première décennie du 21^{ème} siècle a permis de prendre la mesure de la diffusion des outils de digitalisation et de leurs usages dans notre vie quotidienne. Les périphériques d'accès au réseau se multiplient de plus en plus pour toutes les générations.

Dans les années 1990, le monde financier avait connu une mutation profonde avec le phénomène couplé de globalisation financière et du développement rapide de la technologie¹ ; introduisant ainsi le concept des « 3D »² par le français Henri BOURGUINAT. Le secteur bancaire va donc subir une déréglementation au niveau des règles qui régissent les services bancaires ; une désintermédiation du financement des entreprises sur le marché financier et un décloisonnement quant à la nature des produits bancaires et de l'activité des banques. Cet essor du monde de la finance doit son existence, à l'adoption des technologies de l'information et de la communication (NTIC) par les banques afin d'améliorer leur rentabilité et la satisfaction des clients.

La promulgation de l'ordonnance n° 03/11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit, qui avait but de consolider le système et le régime déjà établi par la loi N°90- 10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, en introduisant de nouveaux principes. Le but de l'ordonnance est de renforcer la sécurité financière, améliorer notamment la qualité de système de paiement. Depuis l'application de la loi N°90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit plusieurs banques étrangères ont été installées en Algérie³.

¹ BOURGUINAT Henri. « Les vertiges de la finance internationale ». Editions ECONOMICA ; Paris ; 1987. Page 298.

² **3 D** : Déréglementation, Désintermédiation, Décloisonnement.

³ https://www.bank-of-algeria.dz/html/instructions_et_notes_aux_banque.htm consulté le 01/09/2020.

Introduction générale

Le développement de la technologie a amené les autorités monétaires à instaurer un système de paiement moderne, et à investir progressivement dans les nouvelles technologies de l'information et de communications (NTIC). Ces dernières sont devenues des moyens incontournables au développement de l'activité bancaire et l'amélioration du système de paiement en Algérie.

La modernisation de système de paiement en Algérie repose sur la création de la société d'automatisation des transactions interbancaires et de la monétique (SATIM), par la généralisation des nouveaux équipements, distributeurs automatiques de billets (DAB), guichets automatiques de banque (GAB), terminal de paiement électronique (TPE).

L'introduction des nouvelles technologies au sein d'une banque, n'est plus un choix mais plutôt une nécessité.

L'innovation des nouveaux moyens de paiement montre comment l'esprit créatif des banques peut conduire à plus de profit. Les immenses améliorations de la technologie de l'information ont conduit à de nouveaux moyens électroniques et numériques pour fournir des services financiers, phénomène connu sous le nom de paiement électronique ou e-paiement.

Le paiement électronique peut non seulement se substituer au chèque, mais peut remplacer aussi le numéraire.

La première forme de monnaie électronique et la carte de débit⁴, alors même qu'elle ne donne pas accès à un crédit, éventuellement différé. Les cartes de débits permettent aux clients d'acheter des biens ou des services en transférant directement des fonds de leurs comptes bancaires à ceux des commerçants concernés. Leurs usages souvent plus rapides encore que celui du numéraire, elle permet de réduire les coûts de transactions et sécuriser l'information.

Contrairement à l'Algérie, l'Europe plus précisément les pays scandinaves bénéficie d'ailleurs d'une avance technologique grâce à la carte à puce, qui garantit une meilleure sécurité de toute transaction⁵.

⁴ MISHKIN, Frederic. « Monnaie, banque et marchés financiers ». 8^e éd. Pearson Education France, 2007, p73.

⁵SYNALCOM. Les tendances de moyens de paiement en Europe. Disponible

sur : <https://www.synalcom.fr/tendances-moyens-de-paiement-europe/>. (Consulté le 20/10/ 2020).

Introduction générale

L'Algérie a multiplié depuis quelques années les initiatives tenant à favoriser l'accès au système de paiement électronique en tant qu'outils modernes de communication et d'échange. Les banques étrangères manifestent ces derniers temps une motivation ont optant pour l'innovation de ce système de paiement.

Problématique de recherche

L'intégration des nouvelles technologies d'information et de communication et de nouveau canaux de paiement par les banques étrangères installées en Algérie, est un atout majeur en termes de performance qui a modifié la nature des services bancaires notamment avec l'aspect de la digitalisation qui est l'une des principales préoccupations des banques ces dernières années.

A partir de ce constat nous avons posé la problématique suivante :

« Quelles est l'importance et le rôle de la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215 dans le développement du paiement électronique en Algérie ? ».

De cette réflexion découle d'autres questions tout aussi importantes les unes que les autres, à s'avoir :

- Quel progrès pour les paiements électroniques depuis le début de la crise sanitaire liée au COVID-19 que vit l'Algérie ?
- Quelle évaluation peut-on faire à la situation du paiement électronique en Algérie ?
- En quoi la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215, pourrait-elle propulser le développement de l'e-paiement ?

Hypothèses de recherche

Pour se faire, nous avons adopté pour les hypothèses qui se résument comme suite :

- **H1** : le paiement électronique est considéré comme un moyen incontournable qui permet aux banques d'améliorer la qualité de leurs services au profit de leurs clientèles.
- **H2** : l'apparition de la pandémie liée à la propagation du nouveau COVID-19, augmente considérablement l'application de l'utilisation de paiement électronique, et estime une implantation d'une culture bancaire chez les Algériens.

Introduction générale

- **H3** : le niveau d'appropriation et l'utilisation des services digitaux est satisfaisant au sein de la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215.

Motif du choix du sujet

Le choix de ce thème de recherche est justifié par sa relation avec notre formation, ensuite même si l'intégration des nouvelles technologies d'information et de communication dans le secteur bancaire est un phénomène qui date des années soixante-dix, le paiement électronique quant à lui est un processus qui est lancé officiellement en Algérie en 2016. A partir de ce constat, nous avons pris la décision de voir le degré d'intégration et de modernisation de paiement électronique en Algérie, et l'apport de la Trust Bank Algérie dans le développement de ce système de paiement.

L'intérêt du sujet

L'objectif de notre étude est de démontrer l'état de paiement électronique en Algérie et la contribution de la Trust Bank Algérie dans la modernisation et la dynamique de la monétique en Algérie.

Notre but est de donner quelques clés de lecture sur le rôle et l'apport de la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215 dans le développement de paiement électronique en Algérie.

Méthode de recherche

Afin de répondre à notre problématique et confirmer nos hypothèses de recherche, on va adopter les deux démarches suivantes :

- ✓ La démarche théorique ;
- ✓ La démarche empirique.

La première démarche se fera en ayant recours à des recherches documentaires en utilisant des ouvrages, des revues, des mémoires, cela nous permettra de présenter l'état de paiement électronique en Algérie et le rôle que joue la Trust Bank Algérie dans le développement de ce dernier.

La seconde, se fera à l'aide de stage pratique effectué au sein de l'agence Trust Bank Algérie de Tizi-Ouzou 215, et d'un questionnaire adressé aux clients de l'agence, cela nous permettra de collecter plus d'informations qui nous serviront dans la partie pratique de notre mémoire.

Introduction générale

Structure du mémoire

Afin de répondre à notre question principale, nous avons structuré notre travail en trois chapitres. **Le chapitre I**, sera consacré à l'évolution de système du paiement électronique, nous allons dans ce chapitre parlé des différents moyens de paiement électronique, aussi le paiement digital (paiement mobile) et son impact durant la crise sanitaire liée au COVID-19. **Le chapitre II**, lui sera consacré à l'état de paiement électronique en Algérie, nous allons traiter l'évolution du secteur bancaire en Algérie et l'intégration des NTIC, puis la digitalisation de l'activité bancaire et ses leviers en Algérie et enfin de la modernisation de paiement électronique en Algérie. **Le chapitre III**, aura pour objet notre étude empirique. Nous allons en premier lieu, donner une présentation générale de la Trust Bank Algérie et de l'organisme d'accueil Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215, ensuite, nous allons présenter les différents services et moyens de paiement électroniques au sein de la Trust Bank Algérie et enfin, nous allons analyser et interpréter les résultats de notre enquête.



***CHAPITRE 1 : L'ÉVOLUTION DE PAIEMENT
ÉLECTRONIQUE***

Chapitre I : L'évolution de système du paiement électronique

Introduction du chapitre I

Les formes de système et des moyens de paiement ont évolué avec le développement de l'activité économique. Les progrès constatés en matière d'intermédiation bancaire, le développement des institutions et la concurrence qui régissent le marché financier ont favorisé l'évolution des systèmes du paiement et la diversité de leurs instruments.

Par ailleurs, l'accroissement des nouvelles technologies combinées avec une concurrence accrue entre les banques et les autres établissements émetteurs de moyens de paiement qui sont de plus en plus dématérialisés, ces derniers tendent à évoluer encore dans des formes innovantes qui convergent vers les paiements électroniques et digital.

Le présent chapitre est subdivisé en trois (03) sections : la première abordera l'évolution de la monnaie et des moyens de paiement, nous exposerons par la suite, dans la deuxième section, certaines notions clés, indispensable à la compréhension de paiement électronique et sa modernisation. Enfin, nous présenterons dans la troisième section, le paiement mobile ainsi que son impact durant la crise sanitaire liée au COVID-19.

Section I : Evolution de la monnaie et des moyens de paiement

Les moyens de paiement et les systèmes de paiement sont appelés à se confondre. L'introduction des nouveaux moyens de paiement ne remplace pas nécessairement ceux déjà existant, l'histoire montre plutôt que chaque utilisation d'un nouveau moyen de paiement s'est inscrite en complément de ceux déjà existants.

1.1. Les notions préliminaires

Il est important de devoir assimiler un certain nombre de notion couramment utilisées.

1.1.1. Définition de paiement

Le paiement est un transfert d'une créance monétaire du payeur sur un tiers (la banque) acceptable par le bénéficiaire⁶. Donc l'opération de paiement consiste à retirer des fonds déposés sur un compte bancaire ou de demander le transfert au profit de soi-même ou d'une autre personne.

1.1.2. Définition du système de paiement

Le système de paiement comprend un ensemble de règle, d'instruction et de mécanismes techniques pour le transfert d'argent fait partie intégrante du système financier. Il est généralement fondé sur un accord entre participants au système et l'opérateur du système.

Selon la banque des règlements internationaux (B.R.I) «un système de paiement est un ensemble d'instruments, de procédures et des règles bancaires et particulièrement de système de transfert de fonds interbancaire (actif monétaire)qui assure la circulation de la monnaie, la compensation et le règlement des ordres de paiement». Donc le système de paiement regroupe l'ensemble des instruments et de procédures qui permettent le règlement des créances et des dettes, ainsi que les transferts de fonds entre agents économiques.⁷

1.2. Evolution des formes de monnaies

On comprend mieux les différentes fonctions de la monnaie et les formes qu'elles a prise dans le temps en examinant l'évolution du système de paiement.

⁶ DOMINIQUE. Rambure « Les systèmes de paiement », Ed, Economica, 2005, page 12.

⁷ <https://www.bis.org/cpmi/publ/d43fr.pdf> consulté le 02/09/2020.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

Le système de paiement a évolué durant des siècles, et avec lui les formes de la monnaie. Cette évolution est un important indicateur de ce que devient la monnaie.

1.2.1. Définition de la monnaie

La définition de la monnaie évolue avec l'évolution des techniques et des rapports entre les hommes et le rôle qui lui assigné. Il y'a autant de définitions que d'écoles de pensée, et chaque théoricien propose la sienne, selon le point de vue où il se place, il en donne des significations très différentes de celles des autres.

Nous privilégions, quant à nous, deux définitions :

La monnaie est « l'ensemble des moyens de paiement utilisables pour effectuer tous les règlements sur l'étendue d'un territoire »⁸.

La monnaie est : « un instrument technique de la rupture de troc ».⁹

1.2.2. De la monnaie de troc à la monnaie abstraite

Le troc consiste la première façon d'assurer le transfert de propriété d'un bien ou le paiement d'un service. Il porte sur l'échange direct de marchandise contre marchandise d'une valeur approximativement égale.¹⁰

En effet, dans un système de troc les besoins des acheteurs et des vendeurs doivent coïncider exactement en quantité et en qualité sur le lieu des échanges.¹¹ Les coéchangistes souhaitent obtenir un gain de satisfaction puisqu'ils peuvent établir des équivalences qui régleront les transactions conduisant ainsi à des transmissions réciproques de bien.

1.2.3. De la monnaie abstraite à la monnaie concrète ou matérielle

Pour remédier aux inconvénients de troc, il fallait donc trouver un moyen d'échange intermédiaire, c'est-à-dire un bien dont la valeur est généralement connue et admise de tous, de consommation courante et de conservation aisée.

⁸ RENAUD. R, « Les institutions financière françaises », 2ème édition, Revue banque, 1982, page12

⁹ CHAINEAU. A, « mécanismes et politiques monétaires », Edition Dalloz, 1973, page 8.

¹⁰ GENARD. A, « Economie générale », 2ème édition De-Boeck, Bruxelles, 1999, page 13.

¹¹ VERDIER. Marianne, « inter changes et tarification des systèmes de paiement par carte », Thèse de Doctorat en Science Social, Télécom paris Tech, 2008, page14.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

Avec l'apparition de la monnaie matérielle, nous sommes en présence d'un bien qui brise le troc et qui intervient réellement dans les échanges. Plusieurs phases se sont succédés :

1.2.3.1. La monnaie marchandise

Pratiquement toutes les civilisations ont utilisé dans leur histoire une forme primitive de monnaie désignée de façon globale par la notion de « monnaie marchandise ». Il s'agit d'un bien divisible (sel, coquillage, thé, tissu, tabac, hachette de cuivre en gaule...) pouvant se conserver, accepté comme ayant une certaine valeur d'usage.

Cette dernière, acquiert le pouvoir d'être un instrument de paiement qui repose sur convention sous entendue sur une acceptation. Celle-ci vient du fait que les individus ont confiance dans ces biens parce qu'ils sont persuadés que le bien en question sera accepté par les autres.

L'inconvénient d'un système de paiement fondé exclusivement sur des marchandises, est que cette forme de monnaie est encombrante et difficile à transporter, spécialement à grande distance.¹²

1.2.3.2. La monnaie métallique

Dès que les échanges économiques ont commencé à se développer avec une extension de la division du travail, et l'apparition des relations internationales régulières, l'apparition d'un nouvel instrument de paiement devient de plus qu'indispensable. Au départ, il s'agit des métaux archaïques (cuivre, bronze, fer, etc.) Caractérisés par leur abondance et leur poids lourd. Ce qui à provoquer par la suite leurs substitutions par les métaux précieux à savoir l'or et l'argent, ces derniers ont joué un rôle primordial dans les échanges du fait de leur éclat, leur couleur, leur densité, leur aspect et surtout de leur rareté. Ils se travaillent facilement et peuvent être « frappé » avec des marques assez fines et durables. Ils sont homogènes, divisibles et constituables.

1.2.4. De la monnaie matérielle à la monnaie dématérialisé ou symbolique (sans valeur intrinsèque)

D'une monnaie qui a une valeur en soi (l'or ou l'argent), à une monnaie sans valeur intrinsèque ou purement symbolique fixée par l'état, et se présentant sous une forme de plus en plus dématérialisée.

¹² MISHKIN, Frederic. Op. Cit, page 70.

1.2.4.1. La monnaie fiduciaire

Encore appelée espèce, elle est utilisée pour effectuer des règlements de proximité de faible montant. Elle est constituée par la monnaie divisionnaire et par les billets émis par la banque.

1.2.4.2 La monnaie scripturale

Les moyens de paiements dits « scripturaux » permettent d'engager un transfert d'unités monétaires entre le compte du payeur et le compte du bénéficiaire.

Les paiements scripturaux se caractérisent par l'intervention des prestataires de services de paiement qui tiennent les livres de compte de chacune des deux parties à la transaction.

D'une part, les inconvénients majeurs du papier-monnaie et des pièces sont qu'ils peuvent être volés et que leur transport en grande quantité est coûteux à cause de leur risque. D'autres parts, les besoins de l'économie avaient conduit les civilisations évoluées à inventer d'autres supports tels que le chèque et le virement. A côté de ces deux principaux instruments de monnaie scripturale, il faut citer aussi l'avis de prélèvement, le titre interbancaire de paiement (TIP), la lettre de change et le billet à ordre.

1.3. Définition des moyens de paiement

Les moyens de paiement se présentent sous des formes multiples. Ce sont donc des instruments qui permettent à un débiteur d'acquitter sa dette à l'égard d'un créancier. Chacun de ces instruments a des règles de fonctionnement et des circuits de traitement qui lui sont propres.¹³

1.3.1. Les principaux instruments de paiement

L'instrument de paiement et en fait la matérialisation de l'opération de paiement, cette forme tend à disparaître au profit des transactions informatisées et dématérialisées.

Nous pouvons distinguer les moyens de paiement suivant :

¹³ ANDREW Sheng, « Glossaire CSPK des termes utilisés pour les systèmes de paiement et de règlement BRI » paris, 2003 page 53.

1.3.1.1. Le chèque

Le chèque est un instrument de circulation de la monnaie scriptural, il représente le seul instrument de paiement papier.

Est un ordre adressé par une personne nommée " tireur", à un établissement ou une banque nommé "tiré", de payer une somme déterminée à une tierce personne appelée "bénéficiaire".¹⁴

1.3.1.2. Les catégories de cheque

Les chèques se présentent sous plusieurs formes, parmi celle-ci nous pouvons retenir :

1.3.1.3. Le chèque ordinaire

Il comprend obligatoirement les mentions suivantes :

- La somme en chiffres et lettres ;
- La dénomination sociale du tiré ;
- Les références du compte du porteur ;
- Le lieu du paiement ;
- La date et le lieu de création ;
- La signature du tireur

1.3.1.4. Le chèque barré

C'est un chèque frappé de deux barres parallèles au recto, et qui, à raison de ce barrement, ne peut être payé qu'à un banquier ou un des clients du tiré.¹⁵

1.3.1.5. Le chèque endossable

C'est un chèque dans lequel le porteur va signer en dos du chèque ce qu'on appelle l'endossement. Le porteur ou bien l'endosseur autrement dit le bénéficiaire peut désigner nominativement ou non désigné (à porteur).¹⁶

¹⁴ TOERNIG. Jean-Pierre. BRION. François. « Les moyens de paiement », édition PUF, Paris, 1999, Page 18.

¹⁵Idem.

¹⁶ Kamal CHEHRIT « dictionnaire des termes de finance, banque, bourse, assurance, impôt, fiscalité », édition GRAND ALGER LIVRE 2006, page 16.

1.3.1.6. Le chèque certifié

C'est un chèque pour lequel le tireur demande à la banque tirée de garantir la provision qui, dans ce cas, reste bloquée jusqu'au paiement.¹⁷ Le chèque certifié est peu utilisé. Il est remplacé par le chèque de banque.

1.3.1.7. Le chèque de banque

C'est un chèque émis par la banque qui garantit le paiement du porteur du chèque pendant toute la durée de sa validité. Il est tiré sur l'une des agences d'une même banque ou sur une autre banque.

1.3.1.8. Le chèque postal

Est un titre qui sert à faire fonctionner un compte courant postal, ce service a pris une importance considérable, chaque bureau de poste constituant l'équivalent d'un guichet bancaire, ce qui présente une très grande utilité, surtout dans les petites communes où il n'existe pas de succursale de banque de dépôt.

1.3.1.9. Le chèque de voyage

«Il s'agit d'un titre de paiement nominatif émis par une banque ou un organisme financier, imprimé et libellé dans une devise particulière, pour permettre au porteur de se faire payer une somme d'argent déterminée auprès d'un établissement ou d'une succursale de l'émetteur ».¹⁸

1.3.2. Le virement

Le virement est entièrement automatisable. Son traitement peut être intégré depuis l'émission par le client jusqu'aux banques concernées si des accords de standardisation et d'interopérabilité ont été passés entre les établissements concernés ou à l'échelle de la profession. Les fournisseurs et les clients de la société émettrice peuvent être incorporés à la chaîne de traitement. Il s'ensuit des gains de productivité considérables. Les coûts de transaction sont réduits au minimum (même s'ils nécessitent des coûts d'infrastructures

¹⁷ TOERNIG. Jean-Pierre. BRION. François. Op. Cit. Page 21.

¹⁸ Idem.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

considérables). A quoi s'ajoute pour le client le coût des jours de valeur dans les pays où l'on pratique cette méthode comptable.¹⁹

Le virement présente de nombreux avantages : il est facilement automatisable. Son utilisation est d'une grande simplicité. Son contenu informationnel est étendu. Mais son traitement nécessite une forte interopérabilité bancaire et donc de gros investissements. Il est également exposé aux risques de fraude et de vol.

Le virement est une opération de paiement par laquelle des fonds sont transférés électroniquement d'un compte à un autre. Il est exploité par un jeu d'écriture. Le compte du donneur d'ordre sera débité et celui du bénéficiaire sera crédité. Il implique une ou deux banques.²⁰

1.3.2.1. Les différents types de virement

On distingue plusieurs types de virement, à savoir :

1.3.2.1.1. Le virement intra-siège

Le virement intra-siège (interne à l'agence) se traduit par le transfert d'une somme déterminée du compte du donneur d'ordre à celui du bénéficiaire domicilié, auprès de la même agence d'opération se réalise par simple jeu d'écriture en débitant le compte du client donneur de la somme indiquée, et en créditant le compte de client bénéficiaire.

1.3.2.1.2. Le virement inter-siège

Dans le virement inter-siège (entre deux agences d'une même banque) le client donneur et le bénéficiaire sont domiciliés dans des agences différentes mais relevant dans la même banque.

1.3.2.1.3. Le virement inter-banque

Le virement inter-banque ou virement indirect est opéré par la banque dans le cas où le donneur d'ordre et le bénéficiaire sont domiciliés auprès de deux banques différentes.

Le transfert de sommes se fera par l'intermédiaire de la chambre de compensation au niveau de l'institut d'émission :

¹⁹ RAMBURE. Dominique. « Le système de paiement », Edition ECONOMICA, Paris, 2005, page 56.

²⁰ PIEDELVIÈRE. Stéphane. « Instrument de crédit et du paiement », 2^{ème} édition, Dollaz, 2001, Page 298.

- Le siège du donneur d'ordre après vérification de l'ordre débite le compte du client et crédite le compte compensation.
- Le siège du bénéficiaire, une fois qu'il reçoit le virement avec le bordereau du service de la compensation, passe les écritures en débitant le compte compensation et en créditant le compte de client bénéficiaire.

A la différence du chèque, le virement est un instrument de paiement très répandu pour effectuer des règlements internationaux à distance.

1.3.3. Le prélèvement

Est un moyen de paiement automatisé, adapté aux paiements récurrents, par exemple : paiement des factures d'électricité, dispensant le débiteur d'envoyer un document de paiement à chaque règlement.

Le prélèvement ou avis de virement est identique au virement à ceci près qu'il est émis par le créancier et non par le débiteur. Son contenu informationnel est plus complet que celui du virement puisqu'il dispose de l'autorisation préalable du débiteur.²¹ La décentralisation des ordres initiés par le créancier ou par la banque du débiteur lui confère une grande facilité d'utilisation. Comme il contient tous les éléments informationnels nécessaires à la transaction, il est particulièrement adapté au traitement informatique aussi bien par la banque que par le créancier (confirmation et réconciliation).

1.3.4. Le titre interbancaire de paiement (TIP)

Le titre interbancaire de paiement est un moyen créé en France en 1989.²² On peut définir le titre interbancaire de paiement comme une autorisation de prélèvement ponctuel en faveur d'un créancier pour un montant unique prédéfini, il ne s'agit en aucun cas d'une autorisation permanente. Le TIP a le format du chèque et comporte, en code, toutes les références de l'opération.

1.3.5. L'effet de commerce

C'est un moyen de paiement à distance destiné aux relations professionnelles. Selon le cas, le débiteur ou le créancier initie les échanges ; quand il s'agit du débiteur, l'effet de

²¹ RAMBURE. Dominique. Op. Cit, page 57.

²² MOSTAFA HASHEM SHERIF, « Paiement électronique sécurisés », édition presses polytechniques et universitaires romandes, 2007, p.39.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

commerce est appelé "billet à ordre". Dans l'autre cas, l'effet est appelé "lettre de change" ou "traite".

D'une manière ou d'une autre, le créancier remet les documents qu'il détient à sa banque, qui envoie l'effet de commerce à la banque du débiteur. Le billet à ordre est similaire au chèque tiré par le titulaire du compte chèque, avec obligation de paiement et la possibilité de réduction pour le bénéficiaire.

L'effet de commerce définis comme étant « un titre négociable qui constate l'existence au profit du porteur d'une créance à court terme et sert à son paiement. Les effets de commerce se caractériseraient par cinq éléments, la négociabilité, un objet monétaire, un engagement de payer, un paiement à court terme et un usage de recevoir le titre en paiement ». ²³ Il en existe deux sortes : la lettre de change et le billet à ordre.

1.3.5.1. La lettre de change

La lettre de change qui porte également le nom de "traite" est un effet de commerce dont l'usage remonte au moyen Age.

1.3.5.1.1. Définition de la lettre de change

C'est l'écrit par lequel un commerçant appelé tireur donne mandat à un débiteur appelé tiré de payer à une troisième personne, appelée preneur ou bénéficiaire (la plupart du temps un banquier), ou à l'ordre de celui-ci une certaine somme d'argent à une date déterminée. ²⁴

La lettre de change est utilisée comme moyen de paiement, souvent dans un pays étranger : par l'intermédiaire des banques, elle permettait dès le moyen Age, de payer dans la monnaie du pays (d'où le nom de lettre de « change »). Elle est aussi un moyen de crédit par l'escompte. Elle est donc très utilisée par les commerçants car donnant satisfaction au débiteur qui paiera à crédit, au créancier qui sera payé immédiatement en ayant recours à l'escompte, et à l'organisme bancaire qui en retire des intérêts.

- **Le tireur** : c'est celui qui émet la lettre de change et invite le tiré à payer.
- **Le tiré** : c'est celui qui doit payer à l'échéance la somme inscrite sur la lettre de change, il doit avoir une dette à l'égard du tireur, c'est cette dette qui constitue la provision.

²³ PIEDELVIÈRE. Stéphane, Op. Cit, page49.

²⁴ TOERNIG. Jean-Pierre. BRION. François. Op. Cit. Page 72.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

- **Le bénéficiaire** : c'est à lui que le tiré doit payer, il peut être le tireur lui-même ou une tierce personne.

Pour que la lettre de change soit valable, elle doit comporter un certain nombre de mentions, à savoir :

- La dénomination de lettre de change : insérée dans le texte même du titre ;
- L'ordre de payer une certaine somme en chiffres et en lettre ;
- Le nom de celui qui doit payer : suivi par des indications permettant au porteur de l'identifier ;
- Indication de l'échéance : une lettre de change peut-être tirée :
 - **A vue** : présentation de la lettre de change (un an après sa création au maximum).
 - **A un certain délai de vue** : la date de l'échéance est alors déterminée par celle de l'acceptation ;
 - **A un certain délai de date** : l'échéance est déterminée à partir de la date de création de la lettre de change ;
 - **A jour fixe** : le jour est indiqué comme l'échéance, si l'échéance n'est pas indiquée, la lettre de change doit être considérée comme payable à vue.

1.3.5.2. Le billet à ordre

Le billet à ordre est un mode de paiement commercial. Le bénéficiaire n'est payé qu'à la date d'échéance qui y figure.

1.3.5.2.1. Définition de billet à ordre

Est un titre par lequel un débiteur s'engage à payer un montant déterminé à une date déterminée, à un bénéficiaire ou à son ordre. La différence avec la lettre de change tient au fait, c'est que le débiteur et non pas le créancier qui rédige l'effet.²⁵

1.3.5.3. Les différences entre la lettre de change et le billet à ordre

- La lettre de change met en jeu trois personnes (tireur, tiré et bénéficiaire) ; le billet à ordre deux seulement (souscripteur et bénéficiaire) ;

²⁵ COMBE François, TACHEIX Thierry « L'essentiel de la monnaie ». Édition Gualino, Paris, 2011, P40.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

- L'acceptation ne se conçoit pas en matière de billet à ordre ; elle résulte de la simple rédaction de titre ;
- A la différence de lettre de change qui est commerciale par nature, le billet à ordre n'est commercial que s'il est souscrit par un commerçant, ou à l'occasion d'une opération commerciale, dans les autres cas, il est civil.

1.4. Les participants des systèmes de paiement

Les systèmes de paiement comprennent une suite d'opération qui fait intervenir une série de participants aux différents stades du processus. On distingue, les banques, centre de compensation, la banque de règlement.

1.4.1. Les banque

Les banques disposent d'une licence bancaire les autorisations à faire des paiements. La banque en tant qu'intermédiaire obligés entre les utilisateurs et les systèmes de paiement, elle assure la conception et le règlement des créances interbancaires.

1.4.2. Le centre de compensation

Une banque de compensation ayant un accès direct à la compensation est en mesure d'offrir à ses clients de meilleure condition en matière de délais de paiement, de frais de transaction, de gestion de trésorerie. La banque de compensation admet des ordres de paiement plus tard et crédite son client plus tôt.²⁶

1.4.3. La banque de règlement

Le dénouement des opérations de paiement nécessite l'intermédiation d'un établissement bancaire qui gère les comptes de clearing des banques participantes et fournit une monnaie commune.²⁷

Section II : la modernisation des moyens de paiement électronique

La dématérialisation des moyens de paiements électronique et de la monnaie forme les bases de la monétique. Dans cette dématérialisation la monnaie perd son côté concret pour

²⁶ RAMBURE. Dominique. Op. Cit, page 78.

²⁷ Idem.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

basculer vers des formes virtuelles avec la réduction de l'utilisation des éléments matériels et remplacés les intermédiaires par des flux numérique de manière à réduire la mobilité physique. L'événement de la dématérialisation a fait apparaître des nouveaux concurrents de la monnaie de la monnaie fiduciaire et scripturale.

2.1. Définitions de la monnaie électronique

Selon Dominique Plihond : « la monnaie électronique peut être définie comme l'ensemble des techniques informatiques, magnétiques, électroniques permettant l'échange de fonds sans support de papier ».²⁸

Selon la définition proposée par la Banque Centrale Européenne(BCE) : on appelle monnaie électronique « un moyen de stockage électronique de valeur monétaire reposant sur un support technique, qui peut être largement utilisé pour effectuer des paiements à des entreprises autres que l'émetteur, sans faire intervenir nécessairement des comptes bancaires dans la transaction, mais faisant fonction d'un instrument au porteur prépayé ».²⁹

Selon l'article L. 315-1 du code monétaire et financière français, « la monnaie électronique est une valeur monétaire qui est stockée sous une forme électronique, y compris magnétique, représentant une créance sur l'émetteur, qui est émise contre la remise de fonds aux fins d'opérations de paiement qui est acceptée par une personne physique ou morale autre que l'émetteur de monnaie électronique. ».³⁰

La monnaie électronique est une expression ambiguë désignant la monnaie scripturale qui circule par l'intermédiaire des systèmes informatiques dont se sont dotés les organismes bancaires. Le terme monnaie électronique est discutable car il ne s'agit pas d'une nouvelle forme de monnaie mais d'une nouvelle façon de gérer la monnaie scripturale.³¹

La monnaie électronique est une valeur monétaire mesurée en unités fiduciaires et stockées sous forme électronique ou dans une puce électronique détenue par le consommateur. C'est la forme binaire de monnaie scripturale car stockée dans un support amovible.

²⁸ PLIHOND, Dominique. « La monnaie et ses mécanismes », 4^e édition, la découverte, paris 2003, P17.

²⁹ Bulletin de la Banque de France, n°91, juillet 2001, p.52.

³⁰ PIEDELIEVRE Stéphane. « Instrument de crédit et de paiement », 8^{ème} édition, 2014, p387.

³¹ Alain Beiton et all. CURSUS Dictionnaire des sciences économiques. Arnand Colin Editeur, Paris 1991, P 217.

2.2. Définition du paiement électronique

Le paiement électronique peut être défini comme toutes formes de paiement qui s'effectuent de manière dématérialisée ou électronique. Cette définition est donc plus englobant, car couvrant toute la panoplie des transactions dématérialisées.

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

2.2.1. Évolution du paiement électronique

C'est en 1914, aux Etats Unis, le western union émet la première carte en métal, offrant le différé de paiement à ses clients privilégiés. Après l'apparition de cette carte, des compagnies pétrolières lancent leur propres cartes, utilisables à l'intérieur de leur réseaux de vente.³²

En 1917³³, l'initiative du géant américain de la distribution, Sears et Roebuck, qui eut l'idée d'utiliser un support normalisé pour gérer les informations concernant ses clients bénéficiant d'une ligne de crédit. EN 1985, la carte Discover verra, aujourd'hui l'une des cartes les plus privatives du monde, émise exclusivement aux Etats-Unis. Citons le programme de la compagnie pétrolière américaine Mobil Oil (1924), les premiers grands programmes de cartes qui à l'origine les pétroliers américains, avaient pour objectif la faciliter de paiement des achats du carburants et la fidélisation de la clientèle, mais la crise de 1929 et la deuxième guerre mondiale, ont freiné considérablement le développement de ce concept de paiement.

Le lancement des premières initiatives d'un nouveau moyen de paiement apparaissent après la seconde guerre mondiale, peu avant 1950 par une association interbancaire, sorte de bon d'achat papier utilisable comme du cash dans un réseau des magasins.³⁴

Dès 1951, la Franklin Bank à New York en fait une carte de crédit, et il faudra attendre 1966 pour que cette association se restructure au sein d'Interbank Card Association (ICA), qui deviendra Mastercard à la fin des années 1970, après la réussite d'un début d'internationalisation (Mexique, japon et Europe en partenariat avec le réseau Eurocard) en 1968.

³² GEIBEN. Didier et all. Op.Cit. Page 9.

³³ Idem.

³⁴ Idem.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

Les premiers cartes apparues sur le marché ont été des cartes dites accréditives également appelées (voyages et loisirs), et la fameuse carte américain Expresse et Diner's émise en 1958, puis des cartes bancaires.³⁵

En France, après les premiers apparitions d'Américain Expresse et Diner's³⁶, qui se voulait constituer un système élitiste, en 1967, Cinq banques françaises (BNP, CCF, CIC, Crédit Lyonnais, Société Général), lancèrent un produit commun, la carte bleu, dont l'objectifs était de proposer un instrument automatique pour les règlements bancaires de masse, tout en assumant une option de retrait liée à l'apparition des premiers distributeurs de billets vers 1970. En 1971, fut créé le groupement d'intérêt économique carte bleue qui, tout en laissant à chacun de ses membres sa liberté commerciale, avait pour vocation d'assurer la gestion des services communs nécessaires à l'exploitation du système. En 1977, la carte bleue était connectée au réseau internationale visa.

Enfin, le paiement électronique peut non seulement se substituer au chèque, mais peut remplacer aussi toute monnaie ayant un cours légal (numéraire), sous la forme de monnaie électronique, avec le développement de systèmes basé sur l'utilisation de cartes plastiques (cartes à piste magnétique dans un premier temps, puis cartes à microcircuit dites cartes à mémoire). On doit considérer la monnaie électronique comme un instrument très automatisé de mobilisation de la monnaie scripturale. Elle présente donc l'avantage d'une informatisation poussée, et de la mise en place de système de sécurité efficaces.

2.3. Système de paiement électronique

Système de paiement informatisé qui permet d'opérer un transfert de fond instantané d'un compte bancaire vers un autre.³⁷

L'e-paiement C'est le paiement sur les différents réseaux de communication comme internet qui désigne les moyens mis en œuvre pour payer sur internet. Outre la carte de paiement classique, on trouve aussi des moyens plus spécifiques comme les transactions entre particulier Customer to Customer (C2C).

³⁵ GEIBEN. Didier et all. Op.Cit. Page 10.

³⁶ TOERNIG. Jean-Pierre. BRION. François. Op. Cit. Page 33.

³⁷ https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/paiement_electronique. Consulter le 20/11/2020.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

On peut définir le paiement électronique comme toutes formes de paiement qui s'effectuent de manière dématérialisée, pour éviter de payer manuellement. Le paiement électronique devient donc de plus en plus répandu.

La monétique est liée au système de paiement elle évoque plusieurs concepts, dans ce qui suit, nous allons définir dans premier temps les notions citées ci-dessous :

2.3.1. La carte à puce (à piste magnétique)

Le terme « carte à puce » s'est ensuite substitué à la « carte monnaie ». C'est une puce sécurisée se présente sous la forme d'un rectangle de silicium dont la surface est inférieure à 25 mm². Cette taille, imposée par les contraintes de flexion induite par le support en PVC, réalise un compromis entre sécurité physique et à complexité du composant.³⁸

2.3.1.1. Historique de la carte à puce

En 1974³⁹, le français Roland Moreno dépose un tout premier brevet de la première carte à puce, destiné aux cartes de paiement (cartes bancaires, carte bleu, etc.).

En 1967⁴⁰, Jurgen Dethloff et Helmut Grottrup inventent le premier concept de carte mémoire.

Ces cartes ont évolué et une découverte vient révolutionner ce petit monde en 1997⁴¹ avec la création d'une carte à microprocesseur par Michel Ugon. Les générations les plus récentes de cartes de paiement, utilisant la norme EMV (Europay MasterCard Visa), et basé sur la technologie DDA (Dynamic Data Authentication), contiennent une clé privée et un crypto-processeur leur permettant de générer une signature unique lors de chaque transaction. Depuis 2008 toutes les cartes CB de paiement émises sont EMV/DDA.

2.3.2. Les distributeurs automatiques de billets et les Guichets automatiques de banque (DAB/GAB)

Les distributeurs automatiques de billets/ Guichet automatique de banque (DAB/GAB) firent leur apparition pour la première fois aux états unis dans les années 1960.

- **Distributeur automatique de billet**

³⁸ GEIBEN. Didier et all. « Cartes de paiement, Nouveaux enjeux et perspectives ». 2^{ème} Ed, paris, 2011, p126.

³⁹ <https://www.zonetronik.com/histoire-de-la-carte-a-puce/> consulté le 21/11/2020.

⁴⁰ GEIBEN. Didier et all. Op.cit. Page 125.

⁴¹ Idem.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

Est surtout un moyen d'externaliser le retrait d'espèces et de sortir ces derniers de l'engage bancaire améliorant ainsi la productivité et notamment la sécurité des opérations. Les DAB permettent d'effectuer plus d'opération comme le retrait, la délivrance d'un reçu détaillé de chaque opération.

- **Guichet automatique de banque**

Dans un GAB, le client peut notamment consulter le solde de son compte, procéder à l'édition de son relevé d'identité bancaire (RIB), faire un virement, déposer un chèque, procéder à un versement d'espèce.

2.3.3. Terminal de paiement électronique (TPE)

Le terminal de paiement électronique désigne tout appareil permettant de traiter un paiement par carte. C'est une machine dotée d'un clavier, d'un écran et d'un logiciel avec mémoire⁴².

Le TPE communique avec un serveur à distance pour authentifier les informations sur le titulaire de la carte et s'assurer que sa provision est suffisante pour régler son achat.

2.4. Typologie des cartes

Aujourd'hui, l'utilisation des cartes bancaires occupe une place de plus en plus importante dans les opérations financières grâce notamment au développement des transactions à distance

2.4.1. Les cartes de paiement

Le paiement par carte recouvre le domaine de la monnaie électronique, nous distinguons différentes catégories des cartes de paiement :

2.4.1.1. Les cartes bancaires

Pour les agents économiques les cartes bancaires (CB), ne représentent que des avantages en tant que moyen de paiement. Pour les banques La CB un instrument entièrement informatisé dont les coûts de traitement sont faible.

⁴² BOULEY, F. « moyen de paiement et monétique », édition EYROLLES, paris, 1990, P 130.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

Selon le conseil économique et social la CB est définie comme « l'ensemble des techniques informatiques, et magnétiques, électroniques et télématiques permettant l'échange de fonds sans support papier ». ⁴³

2.4.1.2. Le groupement d'intérêt économique (GIE) cartes bancaires

En 1984⁴⁴, naît le groupement des cartes bancaires, les banques françaises ont joint un rôle leur forces pour donner à leur clientèles et commerçants l'accès a tous les distributeurs de billets de chacune des cartes émises afin de réduire les coûts et développer la qualité des prestations offertes, ainsi réalisant l'interbancaireté, c'est-à-dire :

- L'homogénéité technique des émissions de cartes ;
- L'existence d'un réseau commun d'acceptation ;
- L'élaboration de procédures semblables.

2.4.1.3. Missions de cartes bancaires

La mission de cartes bancaires était de :

- Créer les conditions d'accès des membres au groupement et de vérifier leur aptitude financière à le devenir. ⁴⁵
- Fixer les normes et d'établir les règles permettant les échanges interbancaires, et de les faire appliquer par tous les acteurs et les représenter auprès des pouvoirs publics et des autorités de la concurrence et d'organiser les flux techniques et financières.
- Autorisation et compensation pour toutes les opérations lorsque la banque « émetteur » était différente de la banque « acquéreur » d'arbitrer les conflits entre membres à propos des contestations pouvant survenir et enfin de contribuer à la maîtrise de la sécurité. ⁴⁶

2.4.1.4. Les différentes fonctions de cartes bancaires

Les cartes bancaires peuvent comporter les fonctions suivantes :

⁴³ BOULEY, F. Op. Cit. P 130.

⁴⁴ GEIBEN, Didier et all. Op.cit. P 66.

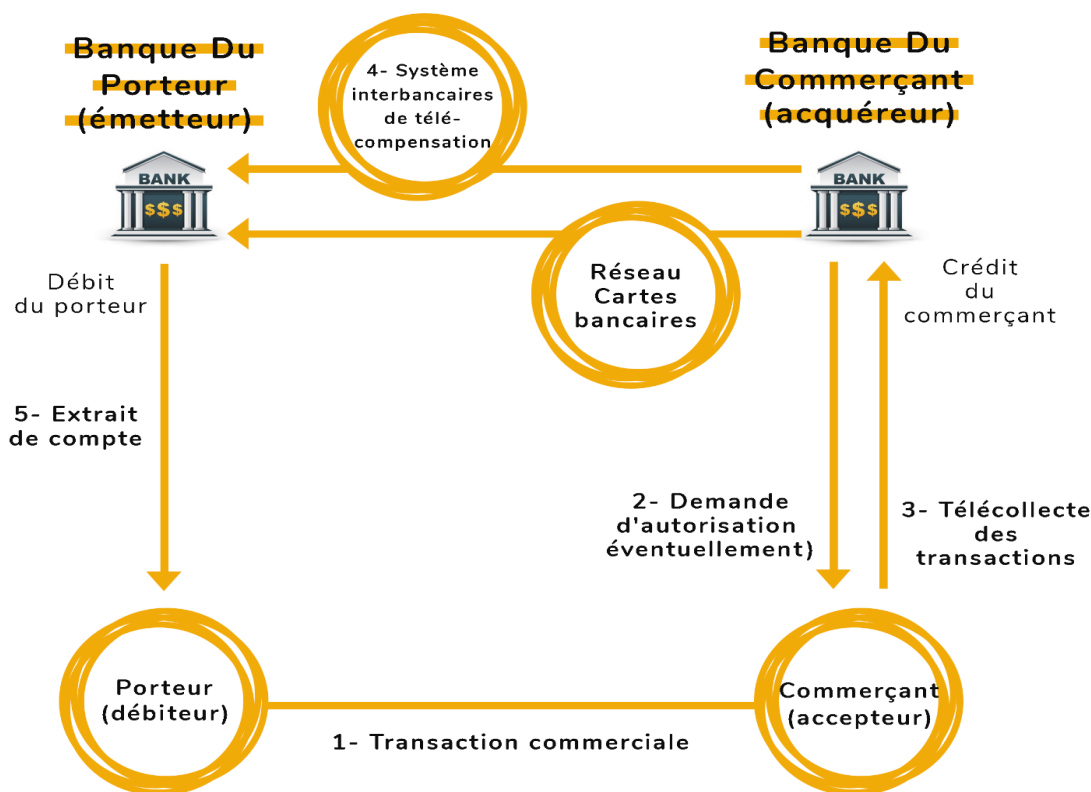
⁴⁵ Idem.

⁴⁶ Idem.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

- Le retrait, qui peut être limité aux distributeurs CB ou étendu également aux distributeurs portant la marque du réseau internationale auquel est affiliée la carte.
- Le paiement auprès de commerçants, affiliés CB ou au réseau internationale auquel est affilié la carte. Ce paiement pouvant être subordonné à l'obtention d'une autorisation auprès de l'émetteur (cartes à autorisation systématique).

Figure N°1 : circulation d'un paiement par carte



Source : Jean-Pierre Toernig et François Brion. « Les moyens de paiements ». Édition Duf, Paris, 1999, page 41.

La figure ci-dessus représente le circuit emprunté par les informations lors d'un paiement par carte.

Deux conditions sont essentielles pour le fonctionnement correct d'un système de paiement par carte : simplicité et facilité d'usage. Dans la mesure du possible, la communauté bancaire doit chercher à mettre en place des procédures de vérification et de validation identiques pour tous les types de cartes.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

2.4.1.4. Les Cartes de crédit / débit

Sont des produits récents, lancés par les banques pour reprendre des parts de marché sur le crédit renouvelable aux spécialisée. Après le crédit agricole, elles sont adaptées progressivement par les autres banques.⁴⁷

2.4.1.4.1. Carte de crédit

Emises par une banque ou une institution financière, elles permettent de régler des achats auprès des commerçants, qui sont affiliés au réseau émetteur de la carte. La carte de crédit permet d'automatiser complètement la gestion de la monnaie scripturale.

2.4.1.4.2. Carte de débit

Rattachée au compte-courant du titulaire, elle permet différentes options de gestion, débit immédiat, différé, paiement ou retrait simple en distributeur automatique de billet (DAB/GAB). A utilisation nationale et internationale.

2.5. Cartes de retrait

Une carte de retrait est celle qui permet exclusivement à son titulaire de retirer des espèces monétaires. Ces retraits s'opèrent par les distributeurs automatiques de banque (DAB).⁴⁸

2.6. Les instruments de paiement de la monnaie électronique

La monnaie électronique est véhiculée à travers deux nouveaux instruments de paiement : le porte-monnaie électronique et le porte-monnaie virtuel.

2.6.1. Porte-monnaie électronique (PME)

C'est un moyen de paiement, il s'agit de cartes contient une somme d'argent inscrite dans la puce. Prévu au départ pour cannibaliser les espèces, ce support est un nouvel agent de mobilisation d'une monnaie à la fois fiduciaire et virtuelle.⁴⁹

⁴⁷ GEIBEN. Didier et all. Op.cit., P 40.

⁴⁸ Dekeuwer-Défossez. Françoise. « Droit bancaire ». 5^{ème} édition. DALLOZ, paris, 1995, P61.

⁴⁹ TOERNIG. Jean-Pierre. BRION. François. Op. Cit. Page 90.

Un système de PME peut comporter :

- Des PME qui ne sont pas attachés à un compte bancaire, ils sont destinés à la clientèle de passage (touristes), et aux personnes n'ayant pas nécessairement un compte bancaire. Leur rechargement s'effectue que contre un autre moyen de paiement (cheque, espèces, paiement par carte...etc.).
- Des PME liés à un compte.
- Des PME couplés à une carte disposants des fonctions de paiement classique.⁵⁰

2.6.1.1. Fonctionnement de porte-monnaie électronique

Le fonctionnement des systèmes de porte-monnaie électronique s'appuie sur le concept Secure Application Module (SAM).

Le SAM est un dispositif matériel et logiciel capable :⁵¹

- De reconnaître et authentifier un autre SAM appartenant au même système de porte-monnaie électronique ;
- D'effectuer un transfert de valeur électronique avec un autre SAM de façon sécurisé, c'est-à-dire sans création ni perte de valeur électronique.

La carte PME constitue le SAM du porteur. Le SAM du commerçant peut être constitué :

- Soit d'une carte à microprocesseur « commerçant » insérée dans le terminal ;
- Soit d'un circuit électronique spécifique

2.6.1.2. Caractéristiques et avantages de porte-monnaie électronique

Le PME constitue de nombreuses caractéristiques et plusieurs avantages que nous allons citer ci-dessous.

2.6.1.2.1. Caractéristiques de porte-monnaie électronique

Parmi les principales caractéristiques de PME nous distinguons :

⁵⁰ TOERNIG. Jean-Pierre. BRION. François. Op. Cit. Page 91.

⁵¹ Idem.

- Les transactions de paiement sont réalisées de façon offline vis-à-vis du système bancaire ;
- Le rechargement du porte-monnaie permet d'augmenter la somme d'argent dans le porte-monnaie, et comme un porte-monnaie classique, en cas de perte du PME la somme stockée est perdue pour le porteur ;
- Le porte-monnaie électronique contient une somme d'argent utilisable à la manière d'espèce contenus dans un porte-monnaie classique ;
- Verrouillage et /ou remboursement de la carte en cas de perte, de vol ;
- La carte PME : carte mono fonction, carte multi fonction (carte PME associée à une carte de paiement ou de crédit).

2.6.1.2.1. Les avantages de porte-monnaie électronique

- Le PME offre des solutions de paiement aux consommateurs hors circuits bancaires traditionnels, en remplaçant les espèces.
- Il permet de diminuer le coût de traitement des paiements effectué en espèce.
- Il permet de diminuer le nombre des opérations réalisées en espèce.
- Le PME supprime pour le porteur et le commerçant les soucis liés à la monnaie fiduciaire.
- Le PME apporte la sécurité au commerçant en supprimant les opérations de remise des fonds en banque par une télécollecte.

2.6.2. Le porte-monnaie virtuelle (PMV)

Contrairement au porte-monnaie électronique le contenu de porte-monnaie virtuel n'est pas géré dans une carte ou un objet détenu par le porteur, mais dans un serveur informatique.⁵² Il permet de réaliser des achats en ligne, des paiements entre particuliers sans communiquer ses coordonnées bancaires.

2.6.2.1. Avantage de porte-monnaie virtuelle

Le PMV offre la solution aux paiements effectués à distance de petit montant sans imposer de terminal complexe pour cette utilisation.

Parmi les paiements concernés par le PMV nous allons citer :

⁵² TOERNIG. Jean-Pierre. BRION. François. Op.cit. page 99.

- Vente de bien de petit montant ;
- Vente à distance des services ;
- Restauration rapide (ex : pizza livré à domicile) ;

2.7. La monnaie virtuelle

La monnaie virtuelle est une sorte d'unité de compte stockée sur un support électronique ou numérique (ordinateur, serveur ou un réseau) comptabilisant les échanges. Cette monnaie a donc une valeur d'usage. Sa valeur n'est pas détenue physiquement par le porteur étant donné que son support, sa représentation et son mode de paiement n'ont pas de formes tangibles.

« Contenue dans des logiciels qui permettent d'effectuer des paiements sur des réseaux ouverts, en l'occurrence internet ». ⁵³

On appelle monnaie virtuelle le résultat de l'opération qui consiste à débiter un compte bancaire classique pour créditer un porte-monnaie électronique. Cette monnaie ne figure plus au crédit d'un compte bancaire classique et n'est matérialisé ni par des billets, ni par des pièces. Le porte-jeton, contient un certain nombre d'unités, utilisable pour régler un service particulier, contrairement au porte-monnaie qui contient une somme d'argent. L'exemple typique de porte-jeton est la télécarte. ⁵⁴

2.8. La monnaie numérique

La monnaie numérique est le passage de système centralisé à un système décentralisé, dans le système décentralisé la création et la gestion de la monnaie ne sera plus sous le contrôle des règlements des systèmes bancaires.

La monnaie numérique est un ensemble d'éléments cryptographique qui est transmise d'une personne à une autre par voie électronique et informatique. La plus célèbre de la monnaie numérique est le Bitcoin. ⁵⁵

⁵³ HASHEM SHERIF Mustapha et SERHROUCHNI. Ahmed, " la monnaie électronique". Edition EYROLLES, 2000, page 46.

⁵⁴ Jean-Pierre Toering, François Brion. Op.cit, P89.

⁵⁵ MERZ. Sebastien. « La technologie BLOCKCHAIN. ». Edition Bod. Paris, 2017, page 14.

Section III : Le paiement mobile

L'introduction d'un nouveau moyen de paiement ne remplace pas nécessairement ceux déjà existants. L'histoire montre plutôt que chaque utilisation d'un nouveau moyen de paiement s'est inscrite en complément de ceux déjà existants.

Nous allons dans cette section parler de paiement mobile à travers son fonctionnement et les nouveautés qui s'offrent à lui, ainsi que l'importance et l'impact de ce paiement digital durant la crise sanitaire liée au COVID-19.

3.1. Le paiement mobile

Le paiement mobile recouvre l'ensemble des paiements effectués avec un appareil mobile pour l'initiation, l'autorisation et la confirmation d'un échange d'une valeur financière en retour de biens et de services, avec l'obligation d'être connecté à une ligne téléphonique pour effectuer l'opération de paiement à tout moment ou il y'a du matériel nécessaire pour effectuer l'opération. Ce mode de paiement transite par différentes modalités techniques, il peut utiliser une application spécifique ou la carte à puce stockée sur l'appareil, fonctionnant dans ce cas de manière similaire à une carte de crédit, il peut être relié à un compte bancaire et inclure des outils d'authentification et de sécurité.⁵⁶

De nos jours, les possibilités de paiement mobile sont très nombreuses et les nouveautés ne cessent d'apparaître, voici quelques-unes d'entre elles :

- Lecteurs de cartes bancaires pour Smartphone qui remplace les terminaux classiques ;
- Paiement en ligne grâce à des applications ou des sites, comme PayPal...etc. ;
- Paiement sans contact, comme avec Android Pay, Apple Pay...etc.

3.2. Le fonctionnement du paiement mobile

Grâce à plusieurs technologies, notamment la norme NFC (Near Field Communication)⁵⁷ permet à deux appareils de communiquer automatiquement entre eux quand

⁵⁶ DIMAHA, Oumaima. Le comportement du client marocain vis-à-vis les grandes tendances monétiques et l'industrie du paiement mobile au Maroc. Mémoire de fin d'étude pour l'obtention du diplôme l'ENCG. Université Cadi Ayyad, Ecole Nationale de Commerce et de gestion, page 28.

⁵⁷ GEIBEN. Didier et all. Op.cit., P 117.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

ils sont proches sans aucun recours vers des applications, ou connexion. Ce qui facilitera la réalisation de l'opération de paiement en toute sécurité, et facilité.

NFC : est une technologie dérivée du RFID (Radio Frequency Identification), les technologies RFID et NFC sont toutes deux conçues pour être des puces autonomes et pour transmettre des informations sans fil sur des courtes distances.⁵⁸

Sachant que ce nouveau mode de paiement est mis en place avec les cartes visas, Mastercard...etc. pour la lecture sur les Smartphones, en toute sécurité comme le paiement traditionnel via les cartes bancaires. Cette nouvelle forme de paiement recouvre trois fonctionnalités :

3.2.1. Le portefeuille mobile

Il s'agit d'une application installée sur le téléphone portable permettant de stocker des cartes bancaires, carte de fidélité ou autres informations.⁵⁹ Le portefeuille mobile peut être utilisé en mode porte-monnaie mobile, possédant les mêmes caractéristiques que la monnaie divisionnaire pour des paiements de faibles montants, mais aussi des transferts de personne à personne.

3.2.2. Le transfert mobile

Cette fonctionnalité permet par exemple le transfert de fonds pour des travailleurs étrangers ou une population migrante

3.2.3. Le paiement mobile

Cette dernière fonctionnalité recouvre plusieurs sortes de paiements, de gros ou petits paiements de proximité ou à distance, pour l'achat de biens ou services digitaux ou autres, à travers les canaux d'internet.⁶⁰

3.3. Les catégories de paiement mobile

Il existe deux catégories du paiement mobile, à savoir :

⁵⁸ <https://www.echosdunet.net/dossiers/technologie-nfc> consulté le 17/09/2020.

⁵⁹ <https://www.canada.ca/fr/agence-consommation-matiere-financiere/services/paiement/paiements-mobiles/portefeuilles-mobiles.html> consulté le 18/09/2019.

⁶⁰ Christophone De Almeida et Anthony. Moysan. « Le paiement mobile sans contact en France ». Mémoire de fin d'étude, pole paris alternance, 2013, page 7.

3.3.1. Le paiement de proximité

Grâce à ses caractéristiques multiples (accès à internet, mobilité...etc.) le téléphone portable offre à l'utilisateur les services présentés ci-dessous. Certains d'entre eux sont d'avantage liés à ce que nous avons appelé paiement mobile, d'autres au commerce mobile, mais ces offres pouvant se cumuler entre elles.

3.3.1.1. Le paiement

L'utilisateur a désormais la possibilité d'effectuer des transactions à partir de son téléphone portable des micros et des macro-paiements. Les micro-paiements utilisent une sorte de porte-monnaie (wallet) électronique mobile⁶¹ dont nous avons déjà discuté les caractéristiques et les avantages dans la première section.

3.3.1.2. La dématérialisation des cartes

L'appareil mobile peut dématérialiser tout type de carte afin de les stocker sur l'appareil. L'utilisateur peut choisir dans le menu la carte qu'il souhaite utiliser et sur laquelle portera l'action choisie (cumul de points fidélité, paiement, réduction ...).⁶²

3.3.1.3. Le stockage

Le téléphone peut remplacer intégralement un portefeuille grâce à sa fonction de stockage d'informations. En effet, la carte d'identité, carte vitale où autre information personnelle est facilement intégrable dans un Smartphone.

3.3.1.4. La communication

La communication entre objets, notamment grâce à des technologies sans contact clôture les services du wallet. Grâce aux fonctions de dématérialisation et de stockage, l'utilisateur peut utiliser son téléphone pour accéder à certains lieux ou informations.⁶³

3.3.2. Les services de distance

Le téléphone portable avec ses caractéristiques de mobilité et d'accès à des services en ligne (WAP, 3G, internet mobile), offre à l'utilisateur la possibilité d'utiliser les différents

⁶¹ CHAIX Laetitia « Le paiement mobile : perspectives économiques, modèles d'affaire et enjeux concurrentiels », Thèse de doctorat, UNIVERSITE NICE SOPHIA ANTIPOLIS 2014, p16.

⁶² Idem.

⁶³ Idem.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

services sur son téléphone portable en tout temps et lieu⁶⁴ (Ex : trust connect , cf. chapitre 3 de notre travail de recherche). Les services de distance sont caractérisés principalement par deux formes de services : les paiements en ligne et les transferts d'argent.

3.3.2.1. Le paiement en ligne

Est une forme de paiement très usuelle, déjà répandue du fait de la démocratisation de l'Internet et des paiements via l'ordinateur. De nombreux utilisateurs recourent à cette forme de paiement qui ne demande aucun investissement initial d'équipement ou de mise en place. Des applications sont téléchargées sur l'appareil mobile et gérées via les réseaux mobiles.⁶⁵

3.3.2.2. Les transferts de liquidités

Les transferts de liquidités sont les échanges de personne à personne (P2P). Les opérateurs de transferts de fonds ou tout autre acteur sont potentiellement intéressés par ce mode de transfert mobile qui allie rapidité, sécurité et simplicité.

P2P : permet l'échange de données entre deux appareils (information entre téléphone NFC, porte-monnaie électronique...).⁶⁶

3.4. Les types d'offre

De proximité ou de distance, nous considérons trois types d'offres pouvant se cumuler entre elles : le mobile wallet, le mobile enrichi et le mobile TPE.

3.4.1. Le mobile wallet (porte-monnaie mobile)

Un mobile wallet est une application stockée dans un appareil mobile qui fonctionne de manière similaire aux cartes de débit, est relié à des comptes bancaires et possède des outils d'authentification de sécurité.

Une certaine somme est créditée dans l'appareil en remplacement d'argent liquide. Ce service permet généralement au consommateur d'effectuer des achats de proximité, mais peut être également utilisé pour du P2P⁶⁷ en échange distant. Au-dessous d'un certain montant (tant qu'il n'y a pas à prendre contact avec le compte bancaire), le mobile wallet se comporte comme

⁶⁴ Idem.

⁶⁵ <https://www.e-marketing.fr/Thematique/retail-1095/Breves/Wallet-mobile-quelles-opportunités-marketing-340736.htm> consulté le 17/09/2020.

⁶⁶ <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/p2p/> consulté le 17/09/2020.

⁶⁷ Person-to-Person : mode de communication électronique directe.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

un porte-monnaie réel, la somme stockée ne demande aucun code de confirmation : si le téléphone est perdu, la monnaie est de même perdue⁶⁸.

Cette offre de porte-monnaie mobile est utile, mais reste trop limitée par rapport aux fonctionnalités du téléphone portable. C'est ainsi, qu'apparaît l'offre enrichie, qui peut reprendre ce service de porte-monnaie, en ajoutant d'autres services du mobile.

3.4.2. Le mobile enrichi

Ces offres permettent de justifier le choix du mobile plutôt que de la carte bancaire. Des offres liées au mobile se sont développées à l'aide des fonctionnalités du mobile : service de géo localisation, comparateur de prix, gestion de coupons, carte de fidélité...

Une application téléchargeable sur Smartphone lancée en 2010⁶⁹. Basé sur le service de géo localisation, permet à l'utilisateur de collectionner des points simplement en entrant dans certains magasins ou en scannant des codes-barres spécifiques. L'utilisateur reçoit au fil du temps des offres spéciales ou des coupons de réductions.

Dans un autre registre de service, notons l'application AisleBuyer sur iPhone. L'appareil photo disponible sur le Smartphone est utilisé afin de photographier le code barre du produit. L'application identifie le produit et accède à certaines informations relatives au produit (suggestions, commentaires d'autres utilisateurs, réductions). L'application permet au final d'acheter le produit en ligne toujours sur la base d'une photographie, cette fois-ci celle de la carte bancaire du client.

3.4.3. Le mobile TPE (terminaux de paiement électronique)

Les terminaux de paiement électroniques (TPE) ont évolué selon différents standards ou protocoles de communication (wifi, NFC), ce qui induit de nouveaux supports de transaction. Le Smartphone, de par ses nombreuses qualités, remplace ces terminaux et permet aux commerçants de réaliser des encaissements.

⁶⁸ Laetitia CHAIX, Op.cit, p19.

⁶⁹ Laetitia CHAIX, Op.cit., p19.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

Le mobile TPE permet de remplacer le terminal de paiement électronique⁷⁰ du commerçant de deux manières différentes : sans dispositif physique sur mobile ou avec un dispositif physique sur mobile.

- **Le mobile TPE sans dispositif physique connecté au mobile** : il s'agit d'une application qui produit une interface de TPE.

Le commerçant doit être affilié à une banque ou un établissement de paiement offrant ce service pour pouvoir réaliser un encaissement via l'application. Le porteur doit saisir les informations relatives à sa carte bancaire. Cette solution simplifie les démarches du commerçant qui n'a pas à investir dans un terminal de paiement spécifique. Seulement, côté consommateur, les démarches sont longues, ce qui ne facilite pas son acceptation ;

- **Le mobile TPE avec un dispositif physique** : ce service est plus compliqué à mettre en place, dans la mesure où il demande une architecture et une technologie complexe, les commerçants doivent équiper leur TPE des technologies permettant l'échange de données. Généralement il s'agit d'un dispositif permettant de lire les informations d'une carte bancaire. Ce service s'appuie sur le réseau développé des cartes bancaires pour permettre l'acceptation d'utilisation côté acheteur. L'utilisateur doit télécharger une application permettant la transmission, la sécurisation des données ainsi que l'émission de reçus envoyés par e-mail et SMS. Le téléphone portable est utilisé comme un TPE et l'utilisateur peut ainsi régler ses achats en imbriquant sa carte bancaire dans le boîtier square.

3.5. Les acteurs du système de paiement mobile

Les acteurs qui sont intégrés dans la mise en place des systèmes de paiement mobile :

3.5.1. L'utilisateur

L'utilisateur est la cible du service. Celui-ci est obligatoirement client d'un opérateur mobile (soit par abonnement soit par carte prépayée) et utilise les réseaux mobiles.

L'utilisateur du service de paiement mobile est représenté dans le cas des transactions de proximité par l'acheteur mais aussi par le vendeur (commerçant). Il s'agit des personnes émettant et recevant le paiement.

⁷⁰ Idem. P20.

3.5.2. L'émetteur d'application ou fournisseur du service

Les principaux fournisseurs du service de paiement sont les opérateurs mobiles et les banques. Cependant, de nombreux autres acteurs sont aussi intéressés à une entrée sur ce marché afin de diversifier leur offre, d'élargir ou de fidéliser leur clientèle, d'obtenir enfin de nouvelles sources de revenu. L'émetteur d'application est celui qui fournit le service de paiement (banque, société de transport, opérateur mobile). L'émetteur utilise généralement sa propre technologie pour sécuriser le paiement afin d'avoir le meilleur contrôle des transactions.

3.5.3. L'opérateur mobile

Le service de paiement mobile passe à travers les réseaux des opérateurs mobiles qui sont distribués soit par deux types d'acteur : les opérateurs mobiles avec réseau et les opérateurs mobiles avec réseau virtuel. Ainsi, ces acteurs semblent être difficilement transparents dans le processus de transaction du paiement mobile.

3.5.4. Les institutions financières

Les innovations bancaires, peu nombreuses se caractérisent soit par l'apparition d'une nouvelle offre soit par l'intégration de nouvelles technologies. Le paiement mobile regroupe ces deux formes d'innovations. Les banques ont ainsi à leur disposition un nouveau moyen attractif leur permettant d'accroître leurs revenus. Les banques ont commencé par offrir des services de mobiles bancaires, mais très vite elles se sont aperçues que les usages dépassent ce service.

3.5.5. Les nouveaux acteurs

D'autres acteurs proposent aussi cette offre de service. Pour n'en citer que quelques-uns, il s'agit principalement des constructeurs de téléphones/ terminaux mobiles, des émetteurs de cartes de crédit, des acteurs de l'internet, des sociétés responsables de la sécurité numérique et des sociétés de services en ingénierie informatique.

3.6. A l'ère de la pandémie, le paiement mobile au service de l'urgence sanitaire et sociale

Depuis l'essor des paiements mobiles en Afrique, les bénéfices de la digitalisation des paiements sont bien connus. Ils favorisent l'inclusion financière des populations les plus vulnérables, améliorent la sécurité et la rapidité des paiements, ou offrent une expérience utilisateur nettement améliorée. La crise épidémique du COVID-19 met en lumière le rôle

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

majeur que les services financiers digitaux peuvent également jouer dans les situations d'urgence.

En Europe, les paiements digitaux se sont révélés d'une grande efficacité pour maintenir, à distance, l'activité de certaines entreprises ou de certains professionnels durant l'épidémie. C'est par exemple le cas des restaurants, de certains commerces ou encore des professions médicales. Se faire payer à distance est indispensable pour des raisons sanitaires, mais aussi pour que ces activités s'arrêtent pas.

La digitalisation des paiements s'est également montrée capitale dans le maintien du commerce physique, grâce au paiement sans contact qui permet d'éviter les gestes de paiement à risque que sont la manipulation d'espèces ou la saisie du code secret sur les claviers des terminaux de paiement.

3.7. L'impact du COVID-19 sur le système des paiements

Depuis plusieurs années, les domaines des paiements sont contraints de se transformer, du fait de nouvelles initiatives réglementaires, de la concurrence de nouveaux acteurs (GAFAM, FINTECHS, etc.), de la modernisation des infrastructures techniques, de l'appropriation de nouvelle technologie (QR CODE), et de l'apparition de nouveaux comportements clients.

La crise sanitaire vient accélérer cette transformation avec le passage de nombreuses activités du "offline" vers le "online" rendant ainsi leurs frontières poreuses. La digitalisation à marche forcée qu'impose cette crise transforme les habitudes de consommation et représente un tournant majeur que tous les acteurs des paiements doivent saisir pour construire leur modèle de demain.

3.7.1. Les paiements durant la crise « du sans contact au non contact »

La crise sanitaire a induit un changement de comportement, forcé, dans le but de réduire le risque de propagation du virus. La commodité est soudain devenue une question de réduction des points de contacts technologiques et humains. Trois tendances notables ont émergé :

3.7.1.1. Montée en puissance du cashless et du contactless

Les mesures de distanciation sociale ont attisé les craintes des consommateurs quant à la transmission du virus via l'utilisation d'espèces les poussant à délaisser la monnaie fiduciaire

au profit de la monnaie scripturale. En France, les retraits aux DAB ont reculé de près de 60 % pendant la crise. Les paiements digitaux sont eux passés au premier plan et notamment le paiement sans contact. Sur 17 000 personnes interrogées dans 19 pays par Mastercard, 46% ont troqué leur carte haut de gamme contre une carte sans contact. Il semble que l'engouement pour le sans contact survivra au virus : 74% des personnes interrogées affirmant qu'elles continueront à utiliser cette facilité une fois la pandémie terminée⁷¹. Les portefeuilles numériques (Apple Pay, Google Pay) et autres interfaces de paiement sur Smartphone (détails de carte stockés, QR code) ont aussi explosé durant cette période. Cette crise vient ainsi renforcer la nécessité d'un débat en France sur l'avenir d'une « cashless society » sur le modèle des aspirations scandinaves.

3.7.1.2. Digitalisation de la relation client

Un autre changement notable, l'accélération du e-commerce. Ces nouvelles habitudes modifient la relation client et notamment celle du client avec sa banque. Cela se traduit par une forte baisse de la Fréquentation des agences, un besoin de disponibilité de service en continu et en temps réel et la possibilité de commencer ou de terminer des opérations sur tous les points de contact existants. Il est donc important pour les banques de maintenir un lien fort avec les clients qui souhaitent disposer de la même qualité de service peu importe les circonstances. Les banques doivent donc effectuer leur mue au travers d'une stratégie omnicanale qui place en son centre l'expérience client.⁷²

3.7.1.3. Augmentation de la fraude

La massification du télétravail et du e-commerce a mécaniquement augmenté les cybermenaces. Pour récupérer les données personnelles et bancaires de leurs cibles.⁷³

3.7.2 Les paiements après la crise

En dépit des répercussions profondes sur la population et l'économie, la crise sanitaire représente pour les banques une opportunité de repenser leur business model sur la base des défis relevés pendant cette période inédite.

⁷¹ <https://www.bladi.net/mastercard-paiement-sans-contact,68680.html> consulté le 19/09/2020.

⁷² <https://fr.statista.com/statistiques/1110636/taux-traffic-commerce-en-ligne-epidemie-coronavirus-covid-france/> consulté le 19/09/2020.

⁷³ <https://www.cgi.fr/fr-fr/blog/impact-covid19-activite-des-paiements> consulté le 19/09/2020.

3.7.2.1. Redéfinir la transformation digitale

L'adoption massive des moyens de paiements sans contact et plus particulièrement du paiement mobile confirme l'acculturation au digital. Le secteur des paiements doit accélérer sa transformation digitale pour répondre aux nouvelles attentes. Il est temps pour les institutions de s'approprier davantage les nouvelles technologies et de concevoir un système de paiement compatible avec des technologies telles que le paiement biométrique avec l'empreinte digitale comme a prévu de le proposer BNP Paribas à l'automne 2020⁷⁴ avec une nouvelle carte de paiement.

3.7.2.2. Remplacement des modèles de fraude

Une lacune connue dans la détection de fraude est liée à l'anticipation et l'incapacité à s'adapter rapidement. L'augmentation des fraudes (vol d'identité, contrôle de compte, escroqueries par paiements autorisés)⁷⁵ et notamment du phishing, représente un défi pour les modèles rétrospectifs. Dans un environnement en évolution rapide, la capacité à détecter et prévenir la fraude aux paiements est cruciale. Les acteurs de l'industrie des paiements doivent intensifier la mise en place de nouveaux modèles d'analyses prédictifs basés sur les nouvelles technologies (intelligence artificielle, blockchain et analyse big data) en vue de réduire les faux positifs qui les mobilisent grandement aujourd'hui. Par ailleurs, il est nécessaire d'assurer une authentification forte des ordres de paiements, permise par la réglementation, et miser sur une coopération approfondie en partageant les informations concernant les incidents, les technologies mais aussi en développant des techniques de prévention et de détection en temps réel basé sur une expertise collective des prestataires de service de paiements.

3.8. Importance de la digitalisation pendant la pandémie COVID-19

Les services financiers digitaux tels que le paiement mobile⁷⁶ jouent un rôle capital. En se substituant aux paiements en espèces, ils contribuent directement à lutter contre la propagation de l'épidémie. En outre ils permettent d'atténuer les effets secondaires de la distanciation sociale ou du confinement : ils garantissent le maintien des flux financiers malgré

⁷⁴ <https://www.lefigaro.fr/argent/bnp-paribas-va-lancer-une-carte-bancaire-a-reconnaissance-d-empreinte-digitale-20200624>. consulté le 20/09/2020.

⁷⁵ <https://publications.banque-france.fr> consulté le 20/09/2020.

⁷⁶ <https://www.sofrecom.com/fr/publications/mobile-money-et-urgence-sanitaire-et-sociale> consulté le 20/09/2020.

Chapitre I : l'évolution de système du paiement électronique

l'impossibilité de se déplacer et de se rencontrer. Ils constituent ainsi des instruments critiques dans le maintien de l'activité économique mais également sur le plan social.

Les banques ont rapidement adopté des mesures exceptionnelles visant à encourager l'usage des paiements digitaux, ces institutions se sont retrouvées au cœur de la lutte contre la COVID-19 et de la recherche de mesures innovantes pour enrayer l'épidémie. Ces mesures sont principalement de deux types :⁷⁷

- La gratuité totale ou partielle des frais d'usage des services de paiement : notamment via la suppression des frais de paiement de factures d'eau et d'électricité, ou la gratuité des transferts d'argent qui concerne plus d'une douzaine de pays en Afrique (ex. : R. D. Congo, Ouganda, Kenya) ;
- L'assouplissement des conditions d'accès et d'usage de ces services.

3.9. Les banques digitales face au COVID-19

Face à la crise sanitaire, l'ensemble des clients des banques et autres services financiers (particuliers, professionnels, entreprises) ont découvert les contraintes d'un confinement exceptionnel et expérimenté de nouveaux besoins. Dans ce contexte, la digitalisation et la transformation par la technologie des services financiers vont s'accélérer pour s'adapter à ces nouveaux besoins qui s'annoncent comme futurs modes de vie et de consommation.

Les banques digitales et en particulier les banques en ligne ont confirmé tout leur potentiel en offrant une expérience client sécurisée, fluide et l'autonomie désormais à leurs clients qui ont dû se réorienter massivement vers les canaux à distance pour interagir avec leur banque.

Le nombre de demandes d'ouvertures de comptes courant, comptes d'investissements et crédits à la consommation via les canaux digitaux a ainsi connu une forte progression pendant la crise liée au COVID-19.

Les nombres de services qu'elles offrent sur leurs sites internet et leurs applications mobiles permettent à leurs clients d'être fortement autonomes en cette période incertaine, source de besoin bancaire urgent : prêt à la consommation, changement de carte de paiement...etc.

⁷⁷ <https://www.sofrecom.com/fr/publications/mobile-money-et-urgence-sanitaire-et-sociale> consulté le 20/09/2020.

3.9.1. Les services adaptés à la crise actuelle

Les banques digitales ont initialement développé leurs offres à distance pour se différencier et répondre de manière innovantes aux nouveaux besoins de clients et nouveaux modes de consommation.

Parmi ces services adaptés à la crise actuelle, nous citons :⁷⁸

- **La banque en ligne** : réduction des frais bancaires ;
- **Néo-banques** : accès à un compte et une carte de paiement, ouverture fluide de compte en banques ;
- **Service de paiement** : accès plus aisé et en toute sécurité au e-commerce pour des petits montants, encaissement à distance...etc.

⁷⁸ Les banques digitales face au COVID-19 disponible sur : <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/fr/pdf/covid-19/fr-banques-digitales-face-covid19.pdf> consulté le 02/10/2020.

Conclusion du chapitre I

Les systèmes de paiements ont connu un développement très important par l'introduction de la monnaie électronique.

Les nouveaux systèmes financiers permettent de représenter la valeur économique sous une forme numérique à l'aide des dispositifs électroniques. La monnaie électronique est censée de remplir les mêmes fonctions que la monnaie scripturale, mais sans le risques, les inconvénients et les coûts associés à la manipulation.

Le « boom » technologique de cette fin de siècle, dans le domaine de l'information et des télécommunications a permis une véritable évolution de tout type du paiement. Elles se présentent sur les différents supports du paiement destinées dans leur totalité au paiement électronique et numérique.



***CHAPITRE 2 : L'ÉTAT DE PAIEMENT
ÉLECTRONIQUE EN ALGÉRIE***

Introduction au chapitre II

Le secteur bancaire algérien a connu de nombreux changements depuis l'indépendance, et il s'est amélioré plus depuis la promulgation de la loi 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.

En effet, ces changements ont été le fruit de l'adaptation des banques au nouvel ordre des systèmes financiers marqué par une ouverture de système bancaire qui s'est traduit par une accentuation de la concurrence, cette ouverture a été concrétisée par l'implantation des banques étrangères.

Le « boom » technologique dans le domaine de l'information et des télécommunications a permis d'automatiser les paiements et de faciliter le traitement des ordres de paiements dans les meilleures conditions de coûts, de rapidités et de sécurité. (Cartes visas, banques à distance...etc.).

Dans ce chapitre, nous allons aborder l'activité bancaire en Algérie et l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), ce dernier est structuré en trois sections.

Dans la première section, nous allons présenter un rappel du système bancaire algérien et l'intégration des NTIC, La deuxième section abordera la digitalisation de l'activité bancaires et ses leviers en Algérie. Dans la troisième section nous allons parler de la modernisation du paiement électronique en Algérie.

Section I : évolution du système bancaire algérien et l'intégration des NTIC

Le système bancaire algérien se propose de contribuer à la connaissance de l'un des aspects de l'évolution de l'économie algérienne. Il a paru préférable de faire d'abord une présentation qui tienne compte des différentes étapes historiques, traversées par le système bancaire algérien.

1.1. Aperçu historique de système bancaire algérien

Le système bancaire s'est construit en plusieurs étapes durant lesquelles la place et le rôle des banques ont pris des plus d'importance dans l'économie.

Le secteur bancaire algérien a évolué depuis l'indépendance jusqu'à ce jour, cela après avoir passé par plusieurs phases.

1.1.1. L'étape de récupération de la souveraineté 1962 à 1966

A partir de 1962 le secteur bancaire algérien a connu de profonds changements, les pouvoirs publics se sont efforcés à faire jouer à deux institutions, la banque centrale d'Algérie et la caisse algérienne de développement. Ces dernières avaient pour objectif la mise en place d'un système de financement pour différents secteurs de l'économie, la banque centrale d'Algérie n'a pu exercer son rôle qu'à partir de 1966 en raison de la présence des banques étrangères sur le territoire national. Durant cette période l'Algérie a concrétisé la récupération de la souveraineté monétaire par la création d'une monnaie nationale qui est le Dinar Algérien (DA) ainsi l'institution d'émission qui est la banque centrale d'Algérie (B.C.A).⁷⁹

1.1.2. L'étape de la nationalisation 1966 à 1970

Durant cette période, l'Algérie a opté pour la nationalisation des banques étrangères défaillantes, elle a donné naissance à trois (3) banques commerciales algériennes qui sont :

- La banque Nationale d'Algérie (BNA) : créée le 13 juin 1966, elle exerce alors toutes les activités d'une banque universelle avec un département spécialisé dans le financement de l'agriculture.⁸⁰

⁷⁹ <http://www.enssea.net/enssea/majalat/0903.pdf> consulté le 14/12/2020.

⁸⁰ AMMOUR. Benhalima. « Le système bancaire Algérien, textes et réalité », 2eme édition, Algérie, édition DAHLAB, 2001, p12.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

- Le Crédit populaire d'Algérie (CPA) : créé en 1966, est une banque universelle, l'établissement a pour mission de promouvoir le développement des secteurs de la santé et du médicament, du commerce et de la distribution, de l'hôtellerie et du tourisme, de la PME/PMI.⁸¹
- La Banque Extérieur d'Algérie (BEA) : créée le 01 octobre 1967, la BEA devait financer les opérateurs avec l'étranger, elle a repris successivement les activités de la société générale, de la Barclays Bank Limited, du Crédit du Nord et de la Banque Industrielle de l'Algérie et de la Méditerranée (BIAM).⁸²

Chacune de ces banques avait donc un rôle bien déterminé et un champ d'intervention bien défini.

1.1.3. De 1970 à 1982

Vu les contraintes⁸³ rencontrées par les autorités algériennes à partir des années 1970, ils ont décidés de confier aux banques primaires la gestion et le contrôle des opérations financières des entreprises publiques cette nouvelle spécialisation nécessitait, la réorganisation de toutes les structures financières du pays.⁸⁴

1.1.4. De 1978 à 1982

En 1978, le système bancaire cède le pas au trésor public dans le financement des investissements planifiés du secteur public. Le crédit à moyen terme bancaire est supprimé du système de financement des investissements planifiés, à l'exception de certaines activités (transport, services), les banques primaires n'intervenant plus que pour la mobilisation des crédits extérieurs. Cette mesure porte un dernier coup à la réforme de 1970.⁸⁵

⁸¹Guide des banques Algérie 2012 disponible sur : https://www.researchgate.net/publication/276268740_guide_des_banques_en_algerie_Guide_banks_in_Algeria consulté le 14/12/2020.

⁸² Idem.

⁸³Parmi les contraintes rencontrer par les autorités algériennes : « chevauchement des compétences » au niveau des banques primaires, car il était impossible sur le plan pratique, d'assoir une activité bancaire à une clientèle nationale sans assise extérieur et vice-versa.

⁸⁴ BOUMEDIENE, Nadia. « Les NTIC dans le marketing des services bancaires en Algérie », thèse de doctorat, science commerciale, Oran 2, 2017, P85.

⁸⁵ AMMOUR, Benhalima. « Le système bancaire Algérien, textes et réalité », 2eme édition, Algérie, édition DAHLAB, 2001, p22.

1.1.5. De 1982 à 1986

Cette période a été essentiellement marquée par la restructuration du secteur bancaire et la préparation de textes à caractère législatifs pour renforcer la spécialisation des banques en créant de nouvelles qui vont se charger d'un secteur plus précis. Dans ce cadre, il a été procédé à la création de deux autres banques primaires :

- La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) : créée le 16 mars 1982,⁸⁶ elle a repris les attributions de la BNA dans le domaine du financement du secteur agricole.
- La banque de Développement Local (BNL) avec comme point essentiel d'attache, le financement des unités économiques locales, missions précédemment assumée par la CPA.⁸⁷

1.1.6. De 1990 jusqu'à nos jours

Les banques sont devenues des entreprises commerciales et la banque centrale de par la loi 90-10 du 14 avril 1990 a retrouvé son rôle originel de banque central et les banques ont commencé à supporter des risques de par la nature nouvelle de leurs activités.

- L'article 44 de la loi 90-10 du 14/04/90 apporte les améliorations et modifications suivantes⁸⁸ :
- L'autonomie de la banque d'Algérie ;
- Une nouvelle organisation de la profession bancaire ;
- Les conditions d'ouverture en Algérie de bureaux de représentation des banques et d'établissements financiers étrangers ;
- La mise en place d'un marché monétaire ;
- La mise en place d'un marché de change ;
- Les conditions d'établissement des banques et des établissements financiers ainsi que celles de l'implantation de leurs réseaux.

⁸⁶ AMMOUR, Benhalima. Op.cit. p22.

⁸⁷ Idem.

⁸⁸ MANSOURI, Mansour. « Système et pratique bancaire en Algérie ». Alger. Édition distribution HOUMA, 2005, P.306.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

1.2. Modernisation du système bancaire algérien

L'Algérie applique un programme d'appui pour accompagner la modernisation et la libéralisation de son système bancaire. Ce programme a été mis en place de septembre 2001 à juin 2006, avec la participation des cinq banques publiques, en l'occurrence :

- La banque de l'agriculture et de développement rural (BADR).
- La banque de développement local (BDL)
- La banque extérieure d'Algérie (BEA)
- La banque nationale d'Algérie (BNA)
- Caisse nationale d'épargne et de prévoyance- Banque (CNEP)

Les agents économiques ont rencontré des difficultés dans leurs relations avec le secteur bancaire, pour faire face à ses difficultés, des efforts ont été fournis visant à :

- Faciliter les différentes démarches aux clients (retraits, transferts, paiement, crédit...)
- Réduire les files d'attentes ;
- Améliorer la qualité des services par l'augmentation de la productivité ;
- Réduire les délais de traitement des diverses opérations bancaires.

Au bout de la période déjà citée, allant de (septembre 2001 jusqu'à juin 2006) d'application du programme d'appui, ses objectifs semblent être atteints. De ce fait, de nouvelles mesures ont été introduites par ce programme de modernisation.

1.3. Évolution du réseau bancaire Algérien

Nous allons présenter le nombre d'agences bancaires au niveau national pour l'année 2020 suivi de la qualité de service en ligne dont disposent ses dernières.

Tableau N°1: Evolution du réseau bancaire algérien et de leur service en ligne

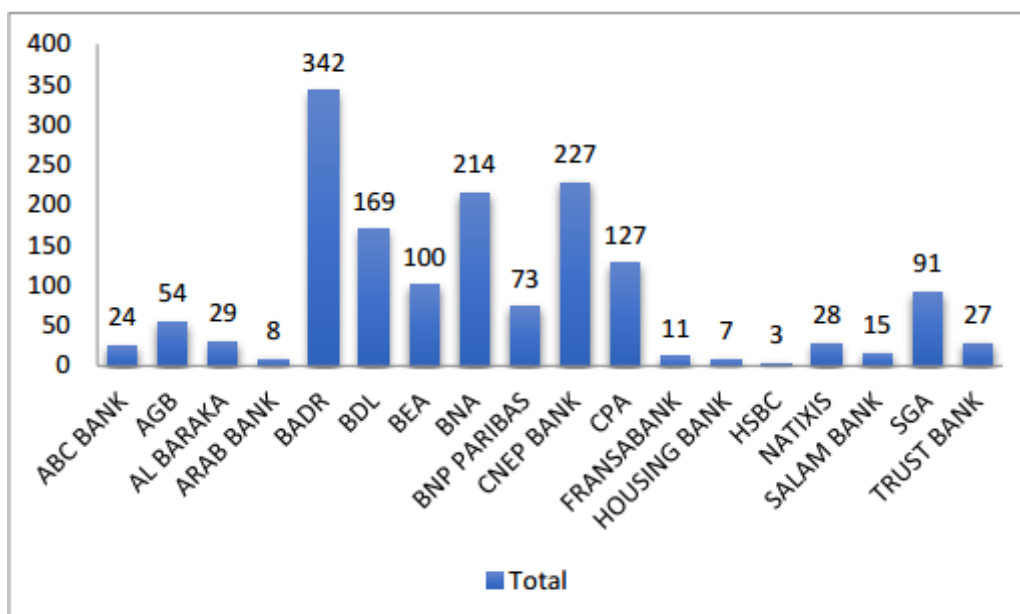
Les banques	Nombre d'agences	Service en ligne
BDL	169	5/5
SALAM BANK	15	5/5
BADR	342	2/5
BNA	214	1/5
TRUST BANK	27	5/5
CNEP BANQUE	227	1/5

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

BEA	100	1/5
CPA	127	1/5
HOUSING BANK	7	4/5
AL BARAKA	29	2/5
BNP PARIBAS	73	5/5
AGB	54	2/5
SGA	91	5/5
NATIXIS	28	5/5
FRANSABANK	11	1/5
ARABANK	8	1/5
HSBC	3	0/5
ABC BANK	24	4/5

Source : <https://nkheyar.com/banque/compte-courant>

Figure N°2 : le réseau bancaire en Algérie en 2020



Source : établi par nos soins, d'après les données de : <https://nkheyar.com>

Le réseau bancaire en Algérie est majoritairement couvert par les banques publiques. Le réseau d'agences des banques publiques est constitué de 952 agences sur un total de 1322 agences, soit 72% du réseau, contre 370 agences pour l'ensemble des banques privés installées en Algérie, soit 28%. Ceci est compréhensible, du fait que les banques publiques sont installées depuis les années soixante, contrairement aux banques privés qui sont arrivées, fin des années

quatre-vingt-dix, début des années deux mille. Cependant, certaines banques privées, ont fournis des efforts pour étoffer leur réseau d'agences telles qu'AGB avec 54 agences, BNP avec 73 agences et SGA avec 91 agences.

1.4. Conditions d'installations de banques étrangères en Algérie

L'un des principales décisions de la loi de 90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit est l'ouverture du système bancaire algérien sur le secteur privé nationale et étrangère. Depuis la promulgation de cette loi, plusieurs agréments ont été accordés par la banque d'Algérie pour l'implantation des banques étrangères en Algérie. Le conseil de la monnaie et du crédit (CMC) a accordé des autorisations à plusieurs établissements privés, la majorité d'entre eux sont étrangères tandis que les autres sont composés de banques

1.4.1. Les conditions majeures

Deux conditions majeures universellement admises et qui sont :⁸⁹

- Le capital minimum auquel devraient souscrire ces institutions ;
- L'honorabilité, la moralité et au professionnalisme des membres fondateurs et des personnels dirigeants de ces institutions.

1.4.2. Les conditions juridiques

La création des banques et des établissements financières doit être de droit algérien, et doit être constitué sous forme de société par action (SPA). Il n'existe pas de plafonds à la participation de non résidants à capital des institutions financière.⁹⁰ Ces dernier peuvent être constituée à 100 % par des non résidants ou en association entre les résidant et non résidants, sur la base d'une entente librement convenue entre partenaires.

1.4.3. Les conditions d'autorisation

L'entrée à l'activité d'une banque ou d'un établissement financière est conditionnée par l'obtention d'une autorisation de constitution, délivrée par le conseil de la monnaie et de crédit.⁹¹

⁸⁹ Règlement n°93-01 du 03 janvier 1993 fixant les conditions de constitution des banques et d'établissement financiers et d'installation de succursale de banque et d'établissement financier étranger.

⁹⁰ Idem.

⁹¹ Article 62 de l'ordonnance n°2003-11 relative a la monnaie et au crédit.

1.4.4. Les conditions d'agrément

L'agrément est accordé par décision du gouvernement de la banque d'Algérie si le requérant a rempli toutes les conditions de constitution ou d'installation telles que déterminées par la législation et la réglementation en vigueur, ainsi que les éventuelles conditions spéciales dont l'autorisation est assortie.

1.5. Introduction des NTIC dans les opérations bancaires en Algérie

Depuis l'avènement des réformes économiques, les banques algériennes ont fourni des efforts considérables, pour une plus grande modernisation des produits et services offerts à la clientèle. La technologie est apparue dans ce cadre comme un vecteur principal, qui fait l'objet d'une série d'actions vigoureuses au niveau interbancaire et à l'utilisation de chaque institution. Etant encore loin derrière ses voisins du Maghreb, un programme de modernisation, de développement et d'initiation de nouveaux moyens de paiement a été mis en œuvre par les banques algériennes en partenariat avec la société d'automatisation des transactions interbancaires et de la monétique (SATIM), pour favoriser le processus de la modernisation des moyens de paiement en Algérie.

L'introduction de la monétique en Algérie n'a pas débuté après les années 1990. En effet, elle a été envisagée par la plupart des banques bien avant, à différentes périodes dont la plus ancienne date de l'année 1975. A l'époque deux distributeurs de billet installés ont été opérationnels pendant une très courte durée. D'autres tentatives faites par la suite ont échoués et sont restées au stade expérimentale, seulement quelques projets ont vu la lumière, et parmi ces expériences réussies, nous citons l'expérience de crédit populaire d'Algérie (CPA), qui a commencé son activité monétique en 1989.

1.5.1. Définition des NTIC

Les technologies de l'information et de la communication sont définies « comme étant un ensemble de technologies permettant de communiquer à distance par voie électronique (câble, téléphone, internet, etc.....).⁹²

A. Le terme technologie

⁹² www.larousse.fr.com consulté le 10/12/2020.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

Désigne l'ensemble des savoirs, des procédés et des outils qui mettent en œuvre les découvertes et les applications scientifiques les plus récentes.

B. Le terme information

D'un point de vue technique, est un signe, un symbole ou un élément qui peut être transmis et stocké. Et aux sens de renseignement, on peut définir l'information comme des données qui apportent une connaissance ou un renseignement sur un objet ou sur un événement.

C. Le terme communication

Représente l'ensemble des techniques qui permettent l'émission et la réception quasi immédiate d'une information, audio (téléphonie) écrite et numérisés (télécopie, messagerie électronique, visuelle - vidéoconférence ou visioconférence). Il existe diverses définitions des TIC, on peut distinguer selon les auteurs les définitions suivantes :

Herbert SIMON donne une définition basée essentiellement sur les caractéristiques des TIC. Selon cet auteur ces technologies aident à rendre : « Toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique, existera également sous forme lisible par ordinateur ; les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques... ». ⁹³

Selon CHARPENTIER les TIC sont définies comme : « un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger de l'information, plus spécifiquement des données numérisées ». ⁹⁴

1.5.2. Les principales TIC utilisées dans les opérations bancaires algériennes

Le secteur bancaire est un domaine qui utilise beaucoup les TIC. En effet, ces technologies sont très utilisées dans les télécommunications, dans les moyens de paiement et même dans la fonction principale de services par la banque à distance.

1.5.2.1. Les nouveaux outils de la télécommunication

La télécommunication est un élément important pour la banque afin de développer ses démarches de conseil vis-à-vis de leur clientèle et leur relation avec les autres institutions. Les

⁹³ SAIM, Tahar. L'impact des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans la fonction ressources humaines (FRH), cas de la région transport ouest (RTO / SONATRACH), mémoire de magister, management des entreprises, Oran, université d'Oran, FSEGC, p232.

⁹⁴ Idem.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

NTIC ont apporté de nouveaux moyens plus performants. Parmi ces moyens, on peut citer la banque par fil et la banque par écran.

1.5.2.1.1. La banque par fil

Elle regroupe les deux éléments : le téléphone mobile et le fax.

A. Le téléphone mobile

Permet d'effectuer certaines opérations tels que : la consultation des soldes, réalisation des opérations bancaires, catégoriser les dépenses...etc. Il fonctionne 24h / 24, 7 / 7 est souvent très limitée.

B. Le fax

Le service consiste à informer les abonnés de leurs mouvements bancaires. L'abonné reçoit par fax son relevé des comptes détaillé de toutes les transactions effectuées par e-mail ou en ligne.

1.5.2.1.2. La banque par écran

Elle regroupe l'internet, l'intranet, l'extranet et les EDI.

A. L'internet

C'est le nom donné au réseau informatique mondial, reposant sur des protocoles d'échange standard qui est accessible pour tout le monde⁹⁵. Il permet de relier des banques entre elles par l'intermédiaire de différents canaux et supports (câble, lignes téléphoniques). Cela pour transmettre différents types d'informations (son, image et texte).

B. L'intranet bancaire

L'Intranet bancaire est le système d'information commun qui relie et que partagent l'ensemble des employés d'une même banque, aussi bien au niveau du siège que sur la totalité de son réseau d'agences. C'est l'ensemble des applications et des informations bureautiques et de télécommunication au service du fonctionnement interne de la banque.⁹⁶

⁹⁵ BOULENOUAR. Nassima Ouarda. « Les nouveaux supports de communication TIC : facteur de différenciation dans l'activité bancaire », mémoire de magister, école doctorale d'économie et de management, Oran, université d'Oran, FSEGC, P9.

⁹⁶ BOULENOUAR. Nassima Ouarda. Op.cit. P 9.

C. L'extranet

C'est une extension du système d'information d'une banque. C'est un réseau informatique privé. Pour qu'une banque puisse échanger et partager de manière sécurisée des informations avec ses partenaires (clients, d'autres banques...etc.). Il est basé aussi sur les mêmes protocoles que l'internet.

D. L'échange de données informatisé (EDI)

Est un outil au service de l'échange électronique consistant à transporter automatiquement de l'application informatique d'une entreprise à l'application informatique d'une autre entreprise, par des moyens de télécommunication. Mais l'EDI est d'abord un effort d'organisation consistant à analyser les procédures d'échanges et leurs flux de données pour les rationaliser, les codifier et en déduire une automatisation (machine to machine) des relations répétitives entre des acteurs qui communiquaient jusqu'ici par papier, fax ou message électronique (human to human). Le secteur bancaire utilise l'EDI de manière intensive, pour favoriser les échanges de masse avec les clients. Depuis de nombreuses années, il considère de plus en plus souvent cette technologie comme un vecteur important de service client. Parmi les avantages de l'EDI, on cite :⁹⁷

- ✓ Réduction des coûts de fonctionnement ;
- ✓ Réduction des délais d'exécution ;
- ✓ Une optimisation de l'organisation ;
- ✓ Une amélioration de l'activité ;
- ✓ Les virements des salaires et les prélèvements automatiques ;
- ✓ Le stockage et la représentation des banques des données autorisées ;
- ✓ L'échange de l'information entre la banque et le client, entre client eux même.

1.6. Avantages et inconvénients des NTIC

Les NTIC constituent une évolution voire une révolution pour l'humanité entière, elles ont permis un développement très important des activités économiques, une meilleure accessibilité aux différents produits et services pour les clients, mais aussi une rapidité et donc un gain de temps pour les différentes transactions. Cependant, ces outils révolutionnaires, présentent un certain nombre d'inconvénients.

⁹⁷ <http://www.comminfiltration.com/fr/edi>. consulté le 28/11/2020.

1.6.1. Les Avantages d'utilisation des NTIC

Les gains que nous pouvons attendre des TIC sont de tous les ordres.

- **Sur le plan économique** : elles sont le gage d'une meilleure productivité et d'une grande réactivité, et elles participent d'une dynamique de développement durable à laquelle ce gouvernement est attaché ;
- **Sur le plan politique** : elles sont un moyen formidable de faire tomber les murs trop nombreux que comporte encore la société, de s'affranchir des vieilles hiérarchies, de donner la parole à ceux qui ne l'ont pas. Elles contribuent également à instaurer de nouvelles relations entre le citoyen et l'administration ou les élus.
- **Sur le plan culturel et éducatif** : elles nous promettent une société où l'accès à la culture, au savoir, à l'information sera plus facile et plus largement partagé. Elles peuvent en outre jouer un rôle décisif au service de l'influence culturelle, et intellectuelle dans le monde.

1.6.2. Les inconvénients d'utilisation des NTIC

Les NTIC ont des inconvénients qui ont des répercussions sur notre société. Nous pouvons citer la présence des sites pour adultes, la diffusion de messages insultants à caractère racial ou ethnique.

Il s'agit notamment de la faiblesse de la culture informatique, en particulier dans le milieu scolaire et universitaire, l'inadéquation des infrastructures de télécommunications, de la saturation des centres téléphoniques, ce qui rend actuellement impossible l'accès au téléphone conventionnel, du monopole de l'opérateur national des télécommunications, le coût du matériel informatique et des télécommunications, de l'absence d'une politique de développement des NTIC.

La faiblesse du débit est de plus en plus dénoncée par la population (particuliers et entreprises). Face aux nombreux problèmes que rencontrent les NTIC il est urgent de trouver des approches de solution pour leur sauvegarde.⁹⁸

⁹⁸ www.academia.com. Consulté le 28/11/2020.

1.7. Les contraintes de développement des NTIC en Algérie

Le secteur bancaire Algérien connaît plusieurs contraintes sur l'intégration et l'utilisation des nouvelles technologies d'information et de communication. Elles trouvent leurs origines dans différents domaines que ça soit du point de vue économique ou même culturel.

1.7.1. Les contraintes techniques

Les banques algériennes restent limitées en matière d'innovation à cause : d'un manque d'expérience et de formation du personnel dans le domaine de la monétique, de la difficulté de centralisation des informations à cause de l'insuffisance des réseaux interbancaires, et des défaillances et problèmes fréquents que les clients constatent au niveau des différents DAB.⁹⁹

1.7.2. Les contraintes économiques et réglementaires

La force du secteur informel en Algérie, influence considérablement le développement des activités bancaires, à cause de la lourdeur du système bancaire. D'après l'Office national de statistiques (ONS)¹⁰⁰, le poids de l'économie informelle a atteint 40% du PNB en 2014 après des opérations d'assainissements lancées en Août 2012.

La réglementation bancaire en Algérie est telle qu'il existe une faible représentativité des banques privées à côté d'une forte représentativité des banques publiques. Cette structure constitue un obstacle au développement du système bancaire algérien à côté des restrictions faites sur les opérations en devises. Ces restrictions constituent l'une des raisons qui favorise le développement du secteur informel au détriment du secteur bancaire, alors que le développement du secteur bancaire est une condition sine qua non pour la réussite du processus de modernisation des moyens de paiement.

1.7.3. Les contraintes culturelles et religieuses

La société algérienne évolue dans un milieu où le « cash » est beaucoup plus utilisé que les paiements électroniques. Ce phénomène de préférence de l'argent liquide est lié principalement aux traditions et coutumes du pays. Ce qui explique également le faible taux de bancarisation, qui à son tour, découle du fait que les citoyens algériens ne font pas confiance aux banques et établissements financiers. D'un autre côté le poids de la religion musulmane

⁹⁹ CHENNTOUF, Tayeb. « L'Algérie face à la mondialisation. Alger ». Éditions CODESRIA, 2008, p.204.

¹⁰⁰ BELLACHE, Youghourta. « Le secteur informel en Algérie : approches, acteurs et déterminants », Les cahiers du CREAD n°105/106-2013, P159.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

pèse sur l'activité bancaire. L'Algérie reste un pays peu ouvert au tourisme, ainsi les banques algériennes évoluent en fonction des attentes de la population nationale. Celle-là encore timide dans la pratique bancaire, n'exprime pas une demande assez forte.

1.7.4. Les contraintes d'accès à l'Internet

L'accès à Internet reste quand même difficile en Algérie, et ce malgré l'augmentation du nombre d'abonnés à l'Internet.

L'internet est le socle du e-commerce. Même avec les efforts effectués, certaines régions accèdent difficilement à la connexion internet à cause de la mauvaise couverture réseau des opérateurs téléphoniques. L'accès à l'Internet est relativement cher, notamment l'achat d'un PC en plus du modem pour un citoyen lambda à cause de la faiblesse du pouvoir d'achat. La maîtrise de l'outil informatique est aussi relativement faible en Algérie.

Section II : La digitalisation de l'activité bancaire et ses leviers en Algérie

La digitalisation vient transformer parfois radicalement de nombreux métiers, elle est une suite logique de l'évolution technologique et plus particulièrement d'internet et de l'informatique. Parler de digitalisation, de transformation digitale ou de numérisation, revient à exprimer la même idée qui est une utilisation optimale des NTIC pour une amélioration des produits et services à destination des clients.

Cette section sera consacrée à l'étude du degré d'intégration de la digitalisation en Algérie par rapport aux entreprises mais aussi à la population. Nous allons aussi, voir le degré de digitalisation de l'activité bancaire en Algérie.

2.1. Définitions de la digitalisation

Au vu de la multiplicité des définitions du concept de digitalisation, nous allons essayer de soumettre quelques une d'entre elles.

« La digitalisation est le procédé qui vise à transformer un objet, un outil, un processus ou un métier en un code informatique afin de le remplacer et le rendre plus performant. La digitalisation est devenue un phénomène naturel qui combine l'apparition d'internet et les avancées quotidiennes informatiques ». ¹⁰¹

¹⁰¹ <https://www.alphalives.com/digitalisation> consulté le 10/01/2021.

« La transformation digitale peut se définir comme une révolution des pratiques, l'automatisation et la simplification des processus : vers une accélération et optimisation des flux d'échanges internes, et ceux entre la banque et ses clients ou partenaires, la digitalisation constitue un secteur de création de valeur et d'opportunités commerciales ». ¹⁰²

« Elle se réfère aux changements induits par le développement des technologies numériques 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 ». ¹⁰³

2.1. Les outils de la digitalisation

La digitalisation est rendu possible grâce à la présence d'un certain nombre d'outils que les entreprises peuvent utiliser selon leurs activités et leurs besoins. On peut citer entre autres :

2.1.1. 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. ¹⁰⁴ Celui-ci doit répondre favorablement à des critères de sécurité pour la protection des données et des informations qu'il stock et partage.

2.1.2. 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 (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), gestion paiement & comptabilité, gestion des ressources humaines, gestion logistique, gestion de chantiers, etc. ¹⁰⁵

¹⁰² AIT OUHAMMOU, Meriem ; AIT TALEB, Nezha ; KHARIF, Mohammed. Transformation digital : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume1, N°1, Janvier-Mars 2019. Page 200

¹⁰³ FERHANE, Fethi. L'impact du marketing digital sur la performance des entreprises : cas d'un échantillon d'entreprises algériennes. Thèse de doctorat, sciences économiques, SIDI BELABBES : université Djillali Liabes, 2018-2019, p 250.

¹⁰⁴ <https://www.syloe.com/glossaire/serveur-informatique/> consulté le 11/01/2021.

¹⁰⁵ <https://www.management-academy.tv/article/dfghjk> consulté le 11/01/2021.

2.1.3. Le site 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 actualisé¹⁰⁶

2.1.4. Les applications mobiles

Une application mobile est un programme autonome conçu pour s'exécuter sur un terminal mobile, comme un Smartphone ou une tablette tactile¹⁰⁷. Les spécificités techniques d'une application lui confèrent de nombreux avantages :

- L'exécution est plus rapide : 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 ;
- Certaines applications peuvent fonctionner hors ligne.

2.2. Les données de la digitalisation de l'activité bancaire en Algérie

La réussite de la transformation digitale des banques en Algérie est conditionnée par la réunion d'un certain nombre de facteurs qu'ils soient techniques, culturels et organisationnels. Pour ce faire, nous allons analyser ces derniers à partir des chiffres qui concernent les aspects suivants :

¹⁰⁶ <https://www.management-academy.tv/article/dfghjk> consulté le 11/01/2021.

¹⁰⁷ Idem.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

2.2.1. L'offre internet et mobile en Algérie

Tableau N° 2: les données essentielles pour l'utilisation mobile, internet et réseaux sociaux en Algérie en 2019

Population totale	Nombre de souscripteur à un forfait mobile	Nombre utilisateurs Internet	Nombre d'utilisateurs actifs Des réseaux sociaux	Nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux sur mobiles
42.34 Millions	49.53 millions	24.48 millions	23.00 millions	21.00 millions
73% d'urbaine	Taux de pénétration de 117%	Taux de pénétration 58%	Taux de pénétration 54%	Taux de pénétration 50%

Source : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Le nombre de souscripteur à un forfait téléphonique est supérieur au nombre total de la population avec un taux de pénétration de 117%, ce qui signifie que 17% des algériens soit 7.19 million détiennent plus de deux forfaits mobile. Le nombre d'utilisateur d'internet (mobil et ADSL) est de 24.48 million soit 58% de la population.

Ce chiffre est important en comparaison avec l'immensité du territoire algérien, mais si nous considérons le taux d'urbanisation de la population, cela reste faible. Si nous considérons que l'un des principaux outils de la digitalisation actuel est le smart phone, nous pouvons dire qu'avec un taux de pénétration de 50% pour les utilisateurs de réseaux sociaux sur mobile. L'Algérie, peut faire beaucoup mieux dans ce domaine.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

Tableau N° 3 : Evolution des indicateurs statistiques clés sur la connectivité de la population en Algérie en 2018 et 2019

Evolution entre janvier 2018 et janvier 2019	Population total en million	Souscripteur forfait mobile	Utilisateur d'internet	Nombre d'utilisateur actifs des réseaux sociaux	Nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux sur mobiles
Evolution en pourcentage	+1.6%	+4.00%	+17%	+9.5%	+11%
Evolution en nombre	+692000	+ 2 million	+3million	+2 million	+2million

Source : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Les données du tableau ci-dessus, montrent une croissance de l'ensemble des indicateurs vu dans le tableau numéro sur une année (de 2018 à 2019), cela indique que le marché algérien dans le domaine des TIC est à forte croissance, mais aussi que la population est de plus en plus réceptive à ce genre de produits et services, pour peu que la qualité des supports et des contenus soit à la hauteur.

Tableau N° 4 : vitesse moyenne de téléchargement en Algérie pour les connexions internet mobile et ADSL en 2019

Type de Connexion	Vitesse moyenne de connexion internet sur téléphone mobile	Modification moyenne de la connexion internet mobile entre 2018 et 2019	Vitesse moyenne de la connexion ADSL	Modification moyenne de la connexion internet ADSL entre 2018 et 2019
Vitesse moyenne de téléchargement en Algérie	5.85 MBPS	-21%	3.75MBPS	+7.8%
Vitesse moyenne de téléchargement dans le monde	25.08MBPS	+18%	54.33MBPS	+33%

Source : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

Nous constatons qu'en termes de qualité de réseau internet exprimé en vitesse moyenne de téléchargement mobile et ADSL (fixe), L'Algérie reste très loin de la moyenne mondiale avec des débits cinq fois inférieur en vitesse moyenne de connexion internet sur mobile et plus de quinze fois plus faible pour la vitesse moyenne de connexion ADSL.

Même si en une année, la vitesse moyenne de connexion ADSL s'est amélioré de 7.8%, contrairement, à la vitesse de connexion mobile qui elle a connu une dégradation de l'ordre de 21%. Ces chiffres peuvent être justifiés par l'utilisation d'une technologie de base et des infrastructures de couverture réseau peu nombreuse. Le manque de concurrence sur le marché de fourniture en internet, reste un frein considérable dans l'amélioration de la qualité du débit.

Tableau N°5 : typologies des connexions mobiles

Source : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.

Nombre total d'abonnement téléphonique en million	Pourcentage des abonnements prépayés en %	Pourcentage des abonnements post payés en %	Pourcentage des abonnements en réseaux 3G& 4G en %
49.53	91%	9%	66%

Le tableau ci-dessus nous indique les typologies des connexions internet mobiles en Algérie. Le premier constat, c'est que 91% des détenteurs d'un abonnement téléphonique sont en mode prépayé, donc sans engagement, contre 9% qui détiennent un abonnement post payé donc avec engagement. Les réseaux 3G et 4G représentent 66% des abonnements, le reste concerne le réseau GSM. La qualité du débit et de la couverture internet sont des facteurs clés qui conditionnent la qualité du réseau 3G, mais surtout 4G. Nous constatons aujourd'hui que même dans les grandes villes, le réseau 4G est de mauvaise qualité, voire inexistant.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

Tableau N° 6 : Indexe de comparaison de la connexion internet mobile en Algérie

Indexe de comparaison avec les autres pays*	Infrastructure d'internet mobile*	Accessibilité des services et matériels internet*	Les prédispositions des consommateurs*	Disponibilité de contenus et services pertinents*
55.93	46.06	76.60	55.10	56.47

Source : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.

* : l'échelle de notation est de 100. 100, étant la note maximale qui peut être attribuée.

Le tableau ci-dessus nous donne un référentiel d'un certain nombre de points de comparaison avec l'ensemble des pays du monde concernant la connexion internet mobile. Pour la qualité des infrastructures internet telles que les antennes relais par exemple, l'Algérie obtient un score de 46.06 points sur 100, ce qui la classe au-dessous de la moyenne mondiale. En comparaison avec le Maroc et la Tunisie qui ont respectivement 65.43 et 68.23. Pour l'accessibilité des services et matériels internet comme : le prix des forfaits internet mobile et ADSL, les bornes wifi et accessoires, etc. L'Algérie obtient un score assez élevé (76.60). Coté clients ou consommateurs, l'Algérie réalise un score tout juste moyen avec 55.10 par rapport à leurs prédispositions à utiliser internet, mais aussi investir dans les TIC, les facteurs culturels, religieux et sociaux ne semble pas être les premières causes de cet état de fait si nous faisons la comparaison avec le Maroc et la Tunisie qui réalisent des scores bien meilleurs avec respectivement¹⁰⁸ : 59.78 et 64.54.

Pour ce qui est de la pertinence des services et des contenus offerts aux consommateurs les différents opérateurs doivent faire des efforts supplémentaires pour améliorer le score réalisé par l'Algérie, ce dernier est juste au-dessus de la moyenne. Au final, l'Algérie, réalise un score global de 55.93 sur l'ensemble des facteurs sus cités, ce qui lui confère la 102eme sur 154 pays, comparativement au Maroc et la Tunisie qui se retrouvent à la 86^{ème} et 72^{ème} place.¹⁰⁹

¹⁰⁸ <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> consulté le 13/01/2021.

¹⁰⁹ Idem.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

2.3. La digitalisation de l'activité bancaire en Algérie et ses avantages.

Nous allons présenter en premier lieu une définition de la digitalisation de l'activité bancaire.

2.3.1. Définition de la digitalisation de l'activité bancaire

La technique qui permet le passage de l'information analogique au numérique au moyen des technologies de l'information,¹¹⁰ de sorte qu'elle puisse faire l'objet de traitements et d'échanges entre systèmes d'information via les réseaux numériques dans la banque et l'assurance et dans leurs systèmes d'information, mais aussi avec les équipements personnels des clients.

Ci-dessous un tableau qui résume, quelques chiffres clés sur l'utilisation de produits et services financiers en Algérie.

Tableau N°7: population de plus de 15 ans possédant ou utilisant un produit ou service financier en 2019

	Taux de bancarisation en Algérie	Pourcentage des personnes détenteur de carte bancaire	Paiement en ligne par mobile	Faire des achats et des Paiements des factures en ligne
Algérie	43%	3.2%	N/A	4.6%
Monde	69%	58%	40.4%	43.9%

Source : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.

Le tableau ci-dessus, nous renseigne sur le lien qui peut exister entre la digitalisation et l'activité bancaire à travers un certain nombre d'aspects. Le premier constat, c'est la faiblesse du taux de bancarisation en Algérie, cela est dû premièrement à la faiblesse du réseau bancaire en Algérie quand on sait que ce dernier est constitué de 1322 agences soit une agence pour 32.500 personnes. Mais aussi à la réticence et le manque de confiance envers les banques de la part des clients potentiels.

¹¹⁰ <http://www.revue-banque.fr/ouvrage/banque-assurance-digitales> consulté le 14/01/2020.

Les personnes de plus de 15 ans détenteurs de cartes bancaires est insignifiant, soit 3.2% de l'ensemble des personnes bancarisées, même chose pour les achats et paiement de factures en ligne qui ne totalisent que 4.6% des personnes bancarisées, ce qui est dérisoire. Ces phénomènes peuvent-être expliqués par un manque réel d'initiative de la part de l'ensemble des acteurs du secteur bancaire pour mettre en place des actions incitatives à une meilleure bancarisation en offrant des services et produits adaptés aux algériens.

Une réglementation bancaire rigide, qui ne laisse aucune place à l'initiative et la créativité des banques et peut-être un manque de culture bancaire des algériens.

2.3.2. Les principaux avantages de la digitalisation

La digitalisation comme toute évolution présente des avantages et des inconvénients pour ses utilisateurs, cela dépend, du degré de maîtrise de cette dernière, mais aussi de la pertinence de son utilisation.

2.3.2.1. Les avantages offerts aux entreprises

La digitalisation présente les avantages suivants pour l'entreprise :

- Gain de temps dans les processus et l'organisation ;
- Gain de productivité et donc de compétitivité ;
- Augmentation de la satisfaction client et réduction des coûts ;
- Une communication plus rapide et simplifiée entre les différents départements ce qui permet de diminuer les erreurs ;
- Des conditions de travail améliorées pour (les collaborateurs) ;
- Une analyse et une optimisation précise des dépenses et donc une augmentation de la rentabilité ;
- Mieux connaître ses clients grâce aux données collectées sur eux et adapter son offre en fonction des besoins & attentes, ce qui différencie l'entreprise de ses concurrents^{,111}
- Réduction des coûts de la communication grâce à un meilleur ciblage ;
- A travers de nouveaux outils, CRM (outils de gestion relation client), RES (Réseau social d'entreprises), de comptabilité, d'automatisation des processus, de traitement

¹¹¹ <https://www.management-academy.tv/article/dfghjk> consulté le 14/01/2020.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

automatique des données, il est plus facile qu'auparavant d'améliorer la performance d'une entreprise ;

- Les technologies numériques facilitent le traitement des données ;
- Les outils de la digitalisation sont de nature à augmenter la flexibilité des processus et à diminuer les temps de réaction, arguments concurrentiels de taille ;
- Ces technologies permettent d'offrir un service et des produits beaucoup plus personnalisés.

2.3.2.2. Les avantages offerts aux clients

Pour les clients la digitalisation offre aux clients les avantages suivants :

- En étant plus moderne, l'entreprise aura une meilleure image dans l'esprit des clients ;
- Une meilleure communication avec l'entreprise et donc une fidélisation plus importante ;
- Obtenir une offre plus personnalisée et pertinente en fonction de ses besoins ;
- La satisfaction client est plus grande.

2.3.2.3. Les inconvénients de la digitalisation

La digitalisation présente aussi des inconvénients tels que :

- Les soucis liés à la sécurité ;
- L'indisponibilité des opérations ;
- Le manque d'informations qualitatives ;
- Le manque de personnalisation ;
- Perte de temps ;
- Problème d'accessibilité ;
- Manque de commodité ;
- La dématérialisation est propice à la fraude (Dans le secteur bancaire il faut déployer des traitements pour garantir l'intégrité des signatures, la conformité, la validité et la cohérence des données).

2.4. Les acteurs clés qui participent à la digitalisation de l'activité bancaire en Algérie

La digitalisation de l'activité bancaire en Algérie est assurée par trois types d'acteurs, chacun d'entre eux participe selon leurs champs de compétences.

2.4.1. Les pouvoirs publics

Il s'agit essentiellement de la banque d'Algérie, du ministère des finances et du conseil de la monnaie et du crédit. Ces acteurs ont pour missions de veiller au respect de la réglementation bancaire et à la conformité des nouveaux produits et services bancaire à la législation algérienne.

2.4.2. Les autorités de régulation

Il s'agit essentiellement de la Société d'Automatisation Interbancaire et de Monétique (SATIM), de l'Association professionnelle des Banques et Établissements Financiers en Algérie (ABEF) et de L'Autorité de Régulation de la Poste et des Communications Electroniques (ARPCE). Ces différents organismes ont pour principale mission de veiller à la mise en place et l'entretien des différentes infrastructures qui permettent la fourniture et la commercialisation des différents produits et outils de la digitalisation.

2.4.3. Les banque

Il s'agit pour ces dernières d'adapter leur activité aux nouvelles technologies en proposant des produits et services à destination de leurs clientèles et en faisant en sorte que ces derniers soient en conformité avec les règles et conditions mises en place par les différentes autorités qui régulent le secteur bancaire et le marché des nouvelles technologies.

2.5. Les leviers possibles de la digitalisation du secteur bancaire en Algérie

La digitalisation du secteur bancaire en Algérie nécessite la réunion d'un certains nombres de leviers pour la réussite de cette démarche. On peut citer entre autre : l'inclusion financière, les coûts, les innovations et la compétitivité.

2.5.1. L'inclusion financière

La digitalisation peut être un levier intéressant pour attirer les populations excluent des banques traditionnelles. L'inclusion financière qui a pour but d'attirer des personnes réfractaire¹¹² à l'idée de se bancariser, peut s'appuyer sur la digitalisation. Les populations jeunes et celles qui habitent dans des zones isolées peuvent trouver en la digitalisation un moyen d'intégrer le marché bancaire.

¹¹² <https://www.banquemondiale.org/fr/topic/financialinclusion/overview> consulté le 14/01/2021.

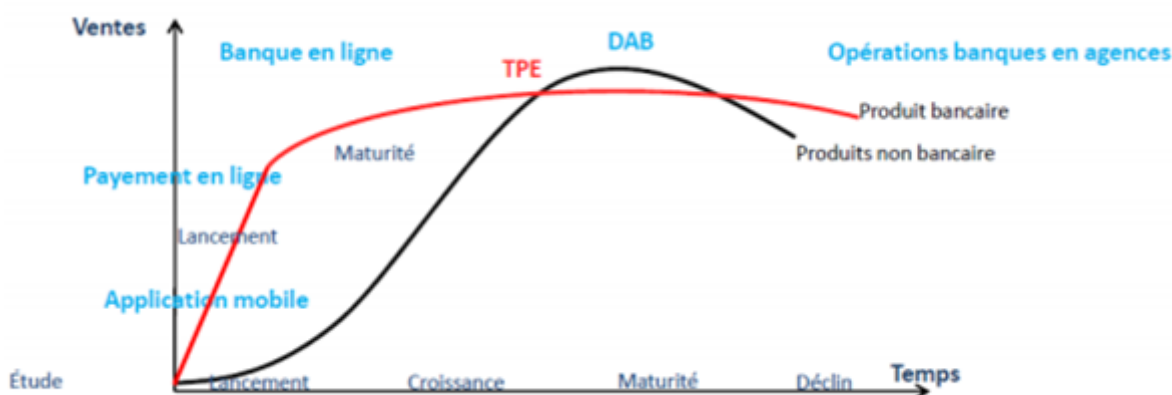
2.5.2. Les coûts

La digitalisation peut permettre aux banques de réduire les différents coûts en lien avec leur activité. L'exemple des agences 100% digitale est très intéressant dans ce sens. Les banques 100% digitales, ont permis aux banques de maîtriser leurs coûts de fonctionnement liés à la gestion des salaires et du personnel. Aussi, la digitalisation a permis la réduction des coûts liés au frais de gestion des comptes.

2.5.3. Les innovations

L'apparition de la digitalisation et ces différents outils et supports constituent un facteur de motivation pour les banques. Ces dernières sont obligées de rester toujours à l'affût des nouvelles technologies pour adapter leurs offres de produits et services. Les évolutions technologiques sont à l'origine de la sophistication des produits financiers et l'apparition de nouveaux concepts tels que. Le cycle de vie des technologies est une illustration de l'adaptation de l'activité bancaire aux évolutions technologiques.

Figure N°3: cycle de vie des produits bancaires



Source : GUETNI Sabah, Transformation digitale des banques en Algérie ; Master classe septembre 2018. INSAG Algérie.

La figure nous montre que l'ensemble des produits et services en lien avec la digitalisation et donc avec l'intégration des technologies les plus récentes sont au niveau des phases de lancement pour les applications mobiles, en croissance pour le paiement en ligne et la banque en ligne. Puis pour les DAB et TPE qui sont des moyens plus traditionnels, ils sont en phase de maturité et enfin pour les opérations de banque en agences, ces dernières sont en déclin.

2.5.4. La compétitivité

La transformation digitale a eu un effet important sur la compétitivité des banques, qui pour maintenir leur position concurrentielle sur leur marché ont consentis des investissements importants en termes d'outils de digitalisation afin d'adapter leurs produits et services aux exigences de leurs clientèles, mais aussi pour faire face à de nouveaux concurrents sur le marché financier tels que les monnaies virtuelles a l'instar du « Bitcoin ».

Section III : la modernisation du paiement électronique en Algérie

Dans cette section, nous allons traiter les différentes mesures qui participent à l'amélioration et la modernisation du paiement électronique en Algérie.

3.1. Les mesures d'amélioration des systèmes de paiement en Algérie

La première mesure d'amélioration des systèmes de paiements en Algérie est caractérisée par la mise en place, d'un système de paiement moderne reposant sur le système à règlement brut en temps réel de gros montants et celui de la télé compensation des instruments de paiement de masse. Ces deux systèmes vont faciliter le développement de l'intermédiation bancaire et la gestion des risques en assurant la sécurité et la rapidité des échanges et en conformités avec les normes internationales.¹¹³

La deuxième mesure assure la protection des déposants et le renforcement du contrôle et la surveillance par la réglementation prudentielle des établissements financiers en édictant des textes relatifs à la centrale des risques.

La troisième mesure et pour objectif d'assurer une meilleure participation au financement de l'économie, et de dynamiser les marchés des capitaux par l'introduction des nouveaux instruments de régulation de la liquidité bancaire afin de drainer l'épargne public, en vue de les mettre à la disposition des agents à besoin de financement.

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

¹¹³ <https://www.bank-of-algeria.dz> consulté le 23/10/2020.

3.2. Le système de paiements de gros montants (RTGS)

Les technologies sont très vite apparues comme les principales techniques de base nécessaire au développement et à la modernisation du travail des banques. Le traitement automatisé de l'information a, au cours des deux dernières décennies, transformé les tâches de production en mettant à la disposition du personnel bancaire des outils de rationalisation des procédures, de simplification des services administratifs et d'automatisation du guichet. Dans ce cadre, la gestion automatisée des moyens de paiement a pris un essor considérable¹¹⁴. Aujourd'hui, l'informatique et les télécommunications sont devenues des éléments essentiels de la dématérialisation des moyens de paiements.

3.2.1. Définition de système du paiement de gros montant (RTGS)

Le système à règlement brut en temps réel est qualifié de RBTR en français, et de RTGS en anglais (Real Time Gross Settlements), est un système¹¹⁵ de paiement dans lequel le traitement et le règlement des ordres s'effectuent en continu en temps réel (sans différé) et sur une base brute (transaction par transaction).

Ce sont des systèmes électroniques qui utilisent des réseaux de Télécommunication permettant un transfert d'informations en temps réel. Les règlements sont faits en monnaie centrale¹¹⁶ sur les livres de la banque centrale.

Le RTGS est opérationnel en Algérie depuis début février 2006 et sert aux paiements électroniques interbancaires portant sur les grandes sommes dont le seuil minimum ne peut être inférieur à 1 million dinars algérien (DZD).

3.2.2. Les objectifs de système RTGS

- Les objectifs du système RTGS sont les suivants :
- Une zone et une politique monétaire unique ;
- Supportant une exécution décentralisée des opérations ;
- Permet l'exécution rapide et sûre des paiements en monnaie de banque centrale en vue de prévenir le risque systémique ;

¹¹⁴ Jean-Pierre Toering, François Brion. Op.cit. Page79.

¹¹⁵ NAZERI.B, Coulibaly. « La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) », Centre Africain d'Etude supérieures en Gestion (CESAG), mémoire de fin de cycle, promotion 2002, p14.

¹¹⁶ La monnaie centrale représente les avoirs détenus sur les livres de la banque centrale.

- Gestion technique des comptes ouverts aux établissements financiers sur les livres des banques centrales participantes sur une seule plate-forme ce qui permet de réduire les coûts des opérations interbancaires ;
- Contrôle des opérations de fonds dont le montant est très important et du coup lutte contre le blanchiment d'argent.

3.2.3. Le fonctionnement du système RTGS

Le système algérien de règlements bruts en temps réel de gros montants RTGS¹¹⁷ est un système automatisé des paiements par ordres de virements. Ces ordres de virement sont effectués dans le système un par un et en temps réel (à la demande du client).

Le système RTGS est représenté par quatre piliers :

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

Les paiements effectués dans le système sont irrévocables de façon à assurer la libre utilisation des fonds reçus par un participant pour l'exécution de ses propres opérations. En cas de paiement par erreur, le participant concerné doit demander au participant qui réceptionné le virement de le lui renvoyer pour corriger l'erreur. La participation des banques, permet de doter le système bancaire national d'un outil efficace de prévention contre les risques systémiques de liquidité et de crédit en conformité avec les standards internationaux, les échanges de données entre les banques sont effectués via des messages SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication).¹¹⁸

¹¹⁷ Rapport de la banque d'Algérie (2006) « modernisation de l'infrastructure du système bancaire », page. 114 [http://www.bank-of-algeria.dz/chapitre_VI.pdf], consulté le 26/10/2020.

¹¹⁸ Idem.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

Le système RTGS se compose d'une plate-forme de production (équipements informatiques et logiciels de paiement) reliée à des plates-formes dites "participant" installées au niveau des banques. En outre, le système RTGS dispose d'une plate-forme de secours à chaud qui réplique les paiements et, en cas de problèmes rencontrés sur la plate-forme de production, prend en charge automatiquement la suite des opérations.

3.2.4. Les participants au système RTGS

- La banque d'Algérie ;
- Les banques ;
- Le Trésor public ;
- Algérie clearing pour les paiements à la bourse et le CPI (centre de pré compensation interbancaire) pour les paiements de masse.

3.3. Le système de télé-compensation de paiement de masse

La télé compensation est la dématérialisation tant des supports que des échanges. Il repose sur un système informatique d'échange de données numériques et d'images, limitant au maximum les échanges physiques des données et des valeurs. Il permet la réduction du délai de recouvrement des valeurs en le portant à un maximum de 5 jours, et assure ainsi la sécurité des paiements de masse.

3.3.1. Définition du système de paiement Algérie télé-compensation interbancaire (ATCI)

Le système de compensation électronique, dénommé Algérie télé-compensation interbancaire dit ATCI, est mis en place par la banque d'Algérie, il s'agit d'un système interbancaire de compensation électronique de chèque, effets, virements, prélèvements automatique et retraits et paiement par carte bancaire. Le système ATCI est géré par le Centre de Pré-compensation Interbancaire (CPI), société par actions filiale de la banque d'Algérie.¹¹⁹

Les objectifs visés par la mise en place d'un tel mécanisme sont nombreux, nous pouvons en énumérer :

- La réduction des délais de recouvrements interbancaires ;
- Développer les moyens de paiement modernes (prélèvements, opérations par carte) ;

¹¹⁹ Banque d'Algérie : Compensation des chèques et autres instruments de paiement de masse, disponible sur : www.Droit-Afrique.com consulté le 26/10/2020.

- La réduction des coûts des échanges interbancaires ;
- L'amélioration de la qualité et de la fiabilité des informations restitués.

3.3.2. Caractéristiques du système de paiement ATCI

Le système ATCI revêt les caractéristiques suivantes :

- Il s'agit d'un système complètement automatisé et dématérialisé reposant sur les échanges de transactions électroniques dématérialisées (chèques et effets). ;
- Le système ATCI est, auto protégé à travers la détermination de limites maximales autorisées de solde multilatéral débiteur qu'il contrôle en permanence ;
- Ce système est sécurisé contre la fraude et les risques opérationnels ;
- A chaque fin de journée de compensation, ce système calcul les soldes multilatéraux nets des participants et les déverses au système de règlement brut en temps réel, et paiement urgents (ARTS).

3.3.3. Fonctionnement du système ATCI

Le démarrage de ce système a eu lieu le 15 mai 2006. Le Centre de Pré-compensation Interbancaire, avec l'assistance technique étrangère, a procédé à l'installation des plates-formes de production sur les sites de raccordement des dix-neuf participants (dix-huit banques plus Algérie Poste). Le système de télé-compensation électronique a démarré, dans un premier temps, par la compensation des chèques suivie par les virements, en juillet 2006, et par les transactions monétiques en octobre 2006.¹²⁰

L'architecture du système ATCI comprend :

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

À la fin de mois d'avril 2009, ne transitent plus par les chambres de compensation manuelle que des virements globaux de salaires accompagnés des bordereaux de détail de salaires en attendant l'automatisation du règlement des virements dits multiples comprenant le

¹²⁰ https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapport_ba/chap_06_06.pdf P 110 consulté le 12/11/2020.

transfert automatisé de virements de salaires des entreprises vers les banques et des banques vers le système ATCI.

Le système ATCI. Sera un support pour tout type d'instructions de paiement de masse dématérialisées. A cet effet, il aura pour fonctions d'assurer :

- La fourniture d'information technique et financière aux participants ;
- La fourniture de la position courante sur demande d'un participant ;
- La gestion des demandes d'annulation d'opération de paiement ou ensemble d'opération (sous-remise- remise) ;
- La mise en œuvre d'un service de messagerie interbancaire sécurisé permettant, le routage des images de chèques et effets, ainsi que les messages d'information entre participant. L'échange de message entre un participant d'ATCI et vice versa.

3.4. Les autorités de gestion de la monétique en Algérie

Les banques algériennes ont vite pris conscience de l'importance de la mise en place d'un cadre national de monétique, d'où la naissance de la SATIM. Cela en vue de pallier aux problèmes des coûts d'exploitation élevés liés aux centres de traitements indépendants. C'est dans ce cadre qu'elles ont décidé de la mise en place du projet monétique national en optant pour la mise en commun des moyens.

3.4.1. Présentation de l'opérateur monétique Algérien « la société d'automatisation des transactions interbancaires et de la monétique (SATIM) »

La SATIM est une entreprise commune (filiale), a été créé en 1995 avec un statut SPA, mise en place avec la collaboration des banques publics, dont l'objectif principale est la mise en place d'un réseau monétique interbancaire dans le cadre de la modernisation des banques en Algérie.

La société d'automatisation des transactions interbancaires et de la monétique, est :¹²¹

- Une filiale de 07 Banques Algériennes : (BADR, BDL, BEA, BNA, CPA, CNEP, EL BARAKA), et de l'institution des assurances CNMA ;
- L'opérateur monétique interbancaire en Algérie pour les cartes domestiques ainsi qu'international ;

¹²¹ <https://www.satim.dz/la-satim> consulté le 08/12/2020.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

- 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 dix-neuf (19) adhérent dans son réseau monétique interbancaire, se composant de dix-huit (18) banques dont six (06) banques publiques et douze (12) banques privées ainsi qu'Algérie télécom ;
- La SATIM a connu une évolution conséquente ces derniers années, et une croissance soutenue sur ses services ;
- A ce jour, plus de 1350 automates bancaires et 24850 terminaux de paiement électroniques déployés sont connectés aux serveurs de la SATIM ;
- Plus de 34 sites Web marchands opérationnels sur sa plateforme, cette croissance est essentiellement due à l'impact de la carte CIB sur les habitudes d'achat des citoyens algérien

Plusieurs autres institutions participent au réseau Monétique Interbancaire, ce sont (Algérie-poste, SGA, BNP Paribas Al-Djazair, Housing Bank et Acro Bank. Cette Société,¹²² est promulguée par :

- La loi 88-04 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publique économiques ;
- La loi 88-04 du 12/01/1988 modifiant et complétant l'ordonnance 75-59 du 26/09/197, portant code de commerce et fixant les règles particulières applicables aux entreprises publiques économiques ;
- Le décret législatif 03-08 du 25/04/1993 modifiant ordonnance 75-59 du 26/09/197, portant code de commerce.¹²³

3.4.1.1. Les principales missions de la SATIM

Les principales missions de la SATIM sont :

- Œuvre au développement et à l'utilisation des moyens de paiement électronique ;

¹²²<http://www.made-in-algeria.com/news/satim> consulté le 10/12/2020.

¹²³ LAZREG Mohamed, Développement de la Monétique en Algérie, Réalité et Perspectives, Thèse Présentée pour l'obtention d'un diplôme de doctorat en sciences de gestion. UNIVERSITE ABOU BAKR BELKAID TLEMCEM. 2015.p70.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

- Accompagnement des banques dans la mise en place et développement des produits monétique ;
- Personnalisation des chèques, cartes de paiement et cartes de retrait d'espèces ;
- Assure les fonctions de connexion et de gestion des DAB/GAB ;
- Met en œuvre l'ensemble des actions qui régissent le fonctionnement du système monétique dans ses diverses composantes à savoir la maîtrise des technologies, l'automatisation des procédures, rapidité des transactions, etc....

3.4.1.2. Les activités de la SATIM

L'activité principale de SATIM porte sur le développement et la gestion d'une solution monétique qui repose sur une infrastructure et des équipements techniques sécurisés et connectés aux sites informatiques et/ou monétiques des banques et qui répond aux exigences de la norme internationale EMV et permet de se prémunir de toute tentative de fraude connue à ce jour. Ses activités se situent essentiellement sur trois (03) axes :

A. Chèque, la SATIM assure la prestation de personnalisation pour la majorité des établissements bancaires ;

B. Le retrait par carte interbancaire CIB, en 1997 la SATIM a lancé le retrait d'espèce à partir des DAB en mettant en place le Réseau Monétique Interbancaire (RMI) ;

C. le paiement par carte interbancaire, s'inscrit dans le cadre du projet de modernisation du système de paiement de masse et constitue l'un des maillons important pour le développement du secteur bancaire algérien.

2.2.1.3. La structure de la SATIM

Le réseau SATIM est structuré comme suit :

- Un centre serveur back office ;
- Un centre serveur front office ;
- Un serveur de compensation ;
- Une station de personnalisation de cartes.

2.2.1.4. Le réseau monétique interbancaire algérien (RMI)

Le réseau monétique interbancaire est lancé depuis 1997 par la SATIM, le RMI ne couvre que les prestations d'émission de cartes bancaires de retrait sur distributeur automatique

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

de billets (DAB). Le réseau monétique algérien permet aux banques (nationaux, étrangères, privées, publiques) d'offrir à l'ensemble de leur clientèle le service de retrait de billets sur DAB, et le service de paiement à partir de l'année 2005.

Autrement dit, le RMI est un système constitué d'un système central, de guichets automatiques de banques, de distributeurs automatiques de banques et de terminaux de paiement électronique.

Les deux principaux objectifs du RMI sont¹²⁴ :

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

2.2.1.5. Le rôle du réseau monétique interbancaire RMI

Le rôle du RMI se résume dans les points suivants :

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

2.3. Situation du paiement électronique en Algérie

Le système de paiement algérien a fait introduire des cartes bancaires par certaines banques à des périodes différentes, les premières banques à l'avoir fait sont la BEA, BNA, CPA, BADR, qui disposaient de cartes bancaires propres à elles, jusqu'à la création de la SATIM qui a mis à disposition de ses adhérents des cartes interbancaires.

¹²⁴ <https://www.satim.dz/la-satim> consulté le 08/12/2020.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

L'Algérie a connu une timide utilisation des paiements électronique depuis son lancement en 2016. Un retard de 10 ans¹²⁵ sur ces voisins (Maroc, Tunisie), dans le secteur de la monétique et de la dématérialisation du cash.

Tableau N°8: dates de mise en place des systèmes de cartes interbancaires par les banques algériennes

Les banques	BEA	CPA	BNA	BADR	BDL
Cartes de retraits avant la création de la SATIM	1989	1989	1989	1994	–
Cartes de retrait après la création de la SATIM	1999	2000	2001	2000	2002

Source : YAICI. F, « La mise à jour des systèmes d'information dans le domaine bancaire et financier », 2004, P15.

2.3.1. Les cartes émises

Algérie poste détient un nombre important de cartes émises en Algérie, avec 260000 cartes confectionnées depuis le mois de juin 2020¹²⁶. Cet établissement exécute une stratégie de lancement commerciale actif avec un nombre de cartes émises significatifs et en croissance rapide.

Les différentes cartes bancaires émises par les banques algériennes et Algérie Poste :

- La carte de retrait simple de la poste, qui ne permet que de faire des retraits sur l'ensemble des automates d'Algérie Poste.
- **La carte classique :** elle permet de réaliser les services de paiement et de retrait interbancaire. Elle est destinée aux clients disposant d'un revenu régulier.

¹²⁵ <https://www.ntic-dz.com>. Consulté le 13/12/2020.

¹²⁶ <https://www.algerie-eco.com>. Consulté le 13/12/2020.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

- **La carte gold** : elle permet de réaliser les mêmes opérations que la carte classique. Cependant, elle offre un plafond de retrait plus important. Elle est destinée aux clients hauts de gamme.

La carte EDAHABIA : carte de débit émise par Algérie Poste conforme à la norme, permettant à son titulaire d'effectuer des opérations de retraits, de libre-service bancaire et de paiement sur TPE et par internet (règlement des factures de consommation de d'électricité et gaz, l'achat de divers articles et produits exposés dans la boutique en ligne d'Algérie poste...etc.).¹²⁷

Les cartes visas : C'est une carte interbancaire qui permet à son détenteur d'effectuer le règlement de ses dépenses, de consulter son solde, d'effectuer des virements de compte à compte, de commander de chéquier, de régler l'achat de biens ou prestation de service des commerçants ou des prestataires de service adhérant au système de paiement par carte Visa internationale à l'étranger. Il sert aussi à effectuer des opérations en devise ou en monnaie locale, auprès des appareils de distribution automatique, toutes ces opérations peuvent être effectuées à tout moment. Cette carte de retraits et de paiement à deux codes confidentiels : le premier pour les opérations sur guichets automatique de la banque, et le deuxième pour les opérations de paiement sur internet.

Tableau N°9: l'évolution des cartes CIB en Algérie

Année	2012	2013	2014	2015	2016	2017	09/2018
Nombre de carte CIB émises	110066	173131	238083	391853	566520	978933	1056018

Source : par nos soins à travers des données recueillies de, www.bank-of-algerie.com, satim-dz.com

La présentation du tableau N°3 de la période allant de 2012- septembre 2018 est comme suit :

Durant la période 2012-2018, nous constatons que le constat de l'évolution des cartes CIB en circulation ne connaît pas d'explosion d'année en année, mais plutôt une augmentation progressive

2.3.2. Le Parc DAB/GAB

¹²⁷ <https://edcarte.poste.dz>. Consulté le 13/12/2020.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

Le parc DAB/GAB s'élargit avec les banques qui en installent un peu partout, pour ce qui est du nombre de distributeurs, ce dernier est passé de 1441 distributeurs en 2018 à 1621 distributeurs de l'année 2019.

Tableau N°10: Le nombre de DAB/GAB en Algérie de 2018 à 2019

Années	Nombre de DAB/GAB installé
2018	1441
2019	1621

Source : réalisé par nos soins à travers des données sur <https://www.algerie-eco.com>

Le nombre de DAB/GAB en Algérie a connu une augmentation de 180 distributeurs de 2018 à 2019.

Tableau N° 11: Nombre de transactions réalisées en carte par milliards de dinars en Algérie

Année	(DAB/GAB)/TPE	Nombre de transaction	Volume de transaction en milliards de DA
2019	TPE	274.624	1.92
	DAB/GAB	9.929.652	189.31

Source : réalisé par nos soins à travers des données sur <https://www.algerie-eco.com>

Le tableau mentionné ci-dessus, nous montre que les transactions effectuées en 2019 via TPE sont due à la généralisation progressive de l'usage des TPE dans les espaces commerciaux. A fin 2019, le nombre de TPE en exploitation est passé à 23.726 terminaux (+54,33%) par rapport à fin 2018. Le retrait par DAB/GAB a progressé aussi en 2019, soit une hausse de 16,24 par rapport à 2018.

2.4. Le paiement sur internet en Algérie

Le paiement sur internet par carte CIB, est officiellement opérationnel en Algérie depuis le mois d'octobre 2016.¹²⁸ Dans une première phase, le service a été ouvert pour les grands facturiers; les sociétés de distribution d'eau, d'énergie, (gaz, électricité), de téléphonie fixe et

¹²⁸ <https://giemonetique.dz> consulté le 05/12/2020.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

mobile, les compagnies d'assurances et de transport aérien. Aujourd'hui 63 Web marchands sont adhérents au système de paiement sur internet par carte interbancaire.

Le nombre des transactions du paiement sur internet en 2019 en utilisant la carte CIB, a atteint 202.480 transactions, avec un montant global de 503,87 millions de dinars, contre 176.982 transactions d'une valeur de 332,59 millions de dinars en 2018.

Suite à l'adhésion d'Algérie poste au GIE Monétique et la réalisation de l'interopérabilité CIB/EDAHBIA, entrée en production depuis janvier/2020, les statistiques publiées engloberont l'activité du paiement sur internet en Algérie, durant la période allant de 2016 jusqu'à octobre 2020 :

Tableau N°12: répartition par secteur d'activité des transactions de paiement sur internet.

Année	Télécom	Transport	Assurance	Electricité/Gaz
2016	6536	388	51	391
2017	87286	5677	2467	12414
2018	138495	871	6439	29722
2019	141552	6292	8342	38806
Jusqu'à octobre 2020	3148667	8822	4617	64791

Source : par nos soins à travers des données de la GIE Monétique

Le tableau ci-dessus, nous montre que 3.226.897 opérations ont été effectuées depuis le lancement du paiement sur internet en Algérie,

2.5. Le paiement électronique en Algérie durant la crise liée au COVID-19

Une augmentation remarquable des différents indicateurs des services électroniques au cours de l'année coïncidant avec l'éclosion de l'épidémie de corona. En effet, le nombre des transactions de paiement électroniques à travers les deux cartes (CIB et EDHABIA), effectuées par des utilisateurs de différents secteurs du 1^{er} janvier 2020 au 30 mars 2020¹²⁹, s'élève à 444.531 transactions, soit la moitié du nombre des opérations de l'ensemble de l'année 2019 (873.679 transactions). Les montants totaux d'argent résultant des transactions exécutées

¹²⁹ Selon le communiqué de l'administrateur du GIE Monétique, MESSAOUDENE, Madjid, indiqué à l'APS.

Chapitre II : l'état de paiement électronique en Algérie

au cours de huit premiers mois de 2020, s'élevaient à plus de 2,9 milliards DA, tandis que le résultat depuis le début du paiement électronique de 2016 à 2019 s'élevait à 1,1 milliards DA.

Les applications développées par Algérie Poste et mise à la disposition de ses clients, ont largement contribué à favoriser l'utilisation des outils du paiement électronique, exemple de l'application BARIDI MOB, qui a réalisé au cours de huit premiers mois de 2020 plus de 476.000 transactions. L'application a enregistré un montant records de 6,6 milliards de dinars, dépassant les transferts de 2019 qui s'élèvent à 2 milliards de dinars.¹³⁰

¹³⁰ Chiffre de la GIE monétique.

Conclusion chapitre II

A travers ce chapitre nous avons exposé les spécificités de l'activité bancaire, nous avons aussi parlé des technologies de l'information et de la communication utilisée dans le système bancaire et la modernisation du paiement électronique en Algérie , nous pouvons conclure dans ce chapitre, que de nos jours, malgré les obstacles que le paiement électronique rencontre en Algérie, l'implantation des banques étrangères participent à développer au mieux le secteur bancaire algérien et monétique.

L'introduction des banques étrangères dans le secteur bancaire en Algérie est d'actualité, cela doit permettre à moyen et long terme au secteur bancaire algérien de se mettre au niveau des autres pays.

L'Algérie, comme tous les autres pays en voie de développement, commence à intégrer les paiements électroniques néanmoins, il existe toujours des insuffisances en terme d'utilisation.

**CHAPITRE 3 : PAIEMENT ÉLECTRONIQUE
AU SEIN DE TRUST BANK ALGÉRIE,
AGENCE DE TIZI-OUZOU 215**

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Introduction au chapitre III

L'objet de notre recherche est de démontrer l'importance de la Trust Banque Algérie agence Tizi-Ouzou 215 dans la modernisation et le développement de paiement électronique, et spécifiquement les différents moyens de paiement électronique et services commercialisés par cette banque. Il s'agit aussi, pour nous, d'identifier leur disponibilité, leurs degrés d'intégration, ainsi que leurs utilisations par les clients dans la commune de Tizi-Ouzou.

Afin de réaliser notre étude empirique, nous avons fait le choix d'exploiter deux outils de collecte d'information qui sont : le questionnaire et l'entretien avec les responsables de l'agence et cela dans le but d'essayer d'apporter des réponses à notre question principale.

Le présent chapitre qui se veut être une analyse des principaux résultats obtenus de l'enquête est composé de trois sections : la première section est consacrée à la présentation de la Trust Bank en générale et de l'organisme d'accueil, la seconde section traite les différents services et moyens de paiement électroniques émis par la Trust Bank, et dans la troisième section, nous allons interpréter les résultats et les conclusions auxquelles nous sommes arrivées.

Section I : Présentation de la Trust Bank Algérie et l'organisme d'accueil agence de Tizi-Ouzou « 215 ».

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Trust Bank Algérie de par sa vocation de banque universelle, a développé ses activités autour de plusieurs axes métiers : opérations domestiques, commerce extérieur (Trade Finance – Correspondent Banking), monétique locale et internationale, financement des sociétés (Corporate Finance), Retail banking, les opérations de trésorerie et autres.

Cette section sera consacrée à la représentation de la TBA en générale et l'agence d'accueil TBA Tizi-Ouzou (organigramme, ses réseaux).

1.1. Présentation de la Trust Bank Algérie

TRUST BANK ALGERIA est membre du Groupe NEST INVESTMENTS HOLDING, LTD qui est basé à Chypre et dont le capital est détenu en majorité par les membres de la famille « Abu Nahl ». Nest Investment Holding, Ltd a investi dans divers secteurs d'activités, notamment les services financiers, l'assurance, la réassurance, le développement de l'immobilier, l'industrie et le tourisme et a enregistré des succès importants notamment dans les pays du Moyen Orient.¹³¹

Le groupe est présent par ses filiales dans vingt-deux (22) pays dont : Algérie, Etats-Unis d'Amérique, Espagne, Angleterre, Qatar, Chypre, Bahreïn, Jordanie, Liban, Palestine, Arabie Saoudite...etc.

Outre Trust Bank conforte sa présence en Algérie à travers cinq autres entreprises, il s'agira de :

- ✓ Trust Algeria Investments ;
- ✓ Trust Algeria assurances et réassurance ;
- ✓ Trust industries ;
- ✓ Trust Real Estate ;
- ✓ Wold Trade Center Algeria.

Trust Bank Algérie est une banque de droit algérien à capitaux privés. Dont l'activité a démarré en avril 2003, sous la forme de société par action (SPA) avec un capital initial de 750 millions de dinars et est devenue opérationnelle le 06 avril 2003.¹³²

¹³¹ Rapport annuel 2019 de Trust Bank Algérie.

¹³² Rapport annuel 2019 de Trust Bank Algérie.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Le capital social de la Trust Bank Algérie a été augmenté à 130000000000 DZD en 2012, puis à 17194000000 DZD au 31 décembre 2019 et ce conformément à la réglementation fixant le capitale minimum des banques et établissements financiers en Algérie.

Tableau N°13: chiffres clés de la banque

Indicateur	2017	2018	2019	Var 2017-2019 %
Nombre de compte clients	31515	45 611	56 541	44,26%
Produits bancaires	4 338 590	6 029 126	6 663 118	34,88%

Source : Réalisé par nous-mêmes à travers des données sur : <https://www.trustbank.dz>.

D'après le tableau ci-dessus, nous constatons une évolution significative du nombre de compte clients ouverts sur trois ans (2017, 2018, et 2019), même chose pour les produits bancaires avec des évolutions respectives de 44,26% et 34,88%. Cela est le résultat de la satisfaction appréciable des clients de la Trust Bank.

Tableau N°14: Les actionnaires de la Trust Bank Algérie.

Actionnaires	%
Trust Algeria Investment Co	53.16
Qatar General Insurance and Reinsurance	20
Autres	5.41
Jamal Kamel A. Abunahl	5
Trust Algeria Assurances Réassurances	5
Jordan Expatriates Investments Holding Company	4.88
Ghazi Kamel Abdelrahman Abu Nahl	4.27
Trust International Insurance – Compan (Palestine)	1.63
Trust International Insurance – Company (Cyprus) LTD	0.65
Total	100%

Source : rapport annuel 2019 de la TRUST BANK. P12.

Plus de 73% du capital de Trust Bank est détenu par : Trust Algeria Investment Co et Qatar General Insurance and Reinsurance.

Deux des trois actionnaires majoritaires, sont des entreprises de droit algérien : Trust Algeria Investment Co (53.16%) et Trust Algeria Assurances Réassurances (5%).

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Au 31-12-2019, la banque a enregistré un effectif global de 595 collaborateurs répartis par catégorie socioprofessionnelle comme suit :

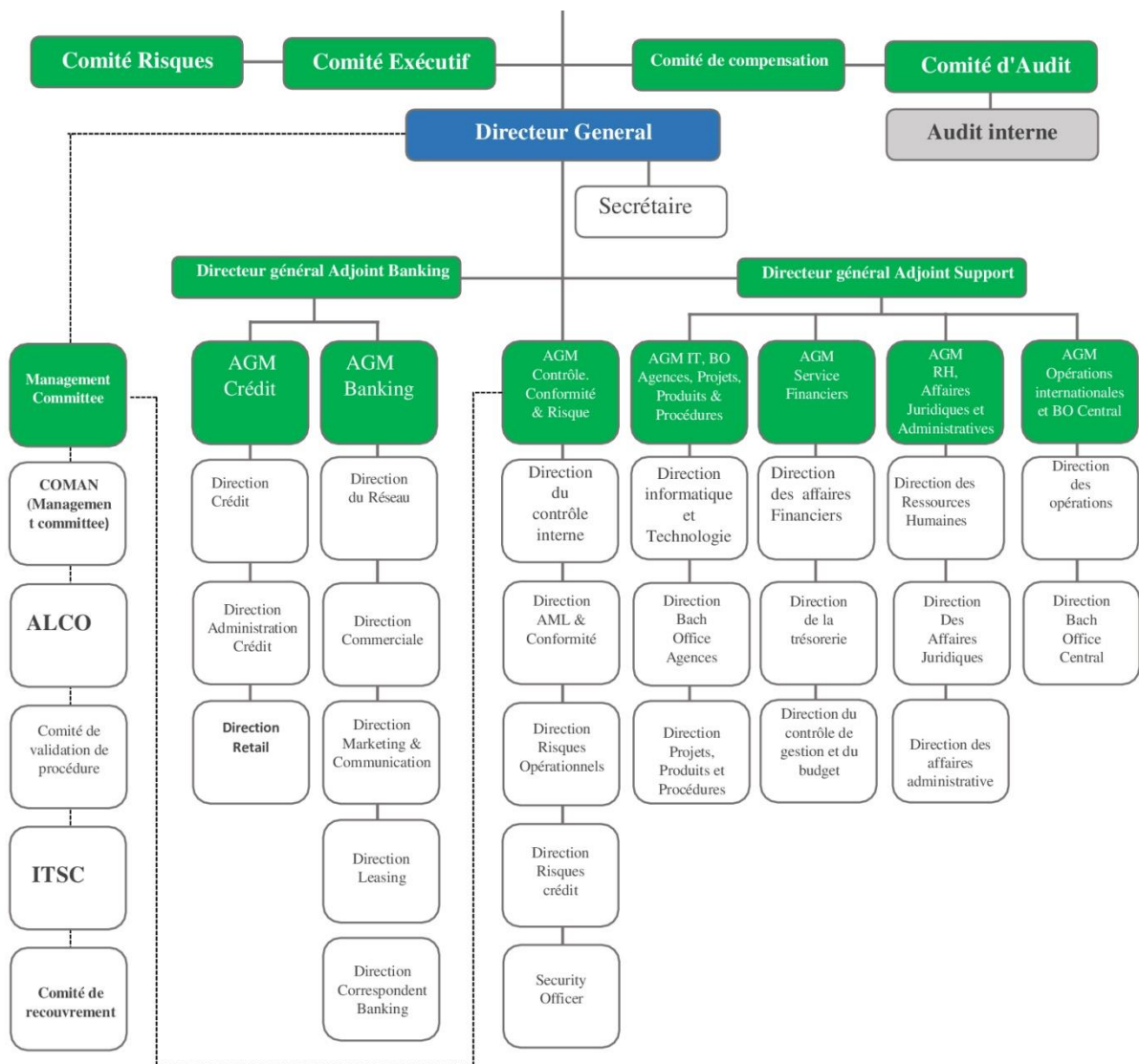
Tableau N°15: nombre d'effectifs de la TBA

CATEGORIES SOCIO- PROFESSIONNELLES	NOMBRE EFFECTIF 2018	NOMBRE EFFECTIF 2019
Cadre	374	469
Maitrise	133	108
Exécution	19	18
Total effectifs	526	595

Source : <https://www.trustbank.dz> consulté le 10/12/2020.

D'après le tableau ci-dessus, nous remarquons que la banque a enregistré un effectif global de 595 collaborateurs en date de 31/12/2019 répartie par différentes catégories socioprofessionnelles par rapport à 526 effectifs daté en 2018.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215



Source : rapport annuel 2019 de la Trust Bank.

1.2. Le Conseil d'Administration

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Le Conseil d'Administration détermine les orientations de l'activité de la banque et veille à leur mise en œuvre.

1.2.1. Direction générale

La direction générale de la Trust Bank Algérie est représentée, par : Monsieur Djamel BOULEDJNET, Directeur Général et quatre (04) Assistant General Manager.

Les comités de la direction générale sont des comités internes de la banque habilitée à statuer sur les différents aspects managériaux de la banque. Ces comités se réunissent périodiquement :

- Comité de Management ;
- Comité ALCO ;
- Comité Risk Management (RMC) ;
- Comité Validation de Procédures ;
- Comité Informatique (ITSC) ;
- Comité Crédit et Recouvrement Direction Générale ;
- Comité Hygiène et Sécurité.

1.3. Réseaux de la Trust Bank Algérie

Le réseau d'exploitation de la Trust Bank Algérie est composé actuellement de 27 agences opérationnelles réparties comme suit :

- Dix (09) agences au centre ;
- Neuf (09) agences à l'est ;
- Sept (06) agences à l'ouest ;
- Cinq (04) agences au sud et à ses portes.

1.4. Les objectifs de la Trust Bank Algérie

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Dans le cadre de sa vocation de banque universelle et de sa politique globale de modernisation et de développement, Trust Bank veille à rester fidèle à ses engagements vis-à-vis de sa clientèle en matière d'amélioration de sa qualité de service et de diversification de sa gamme de produits. A ce titre elle s'est investie ces dernières années dans le déploiement de sa gamme de produits monétiques, « banque à distance » ainsi que dans la commercialisation des produits spécifiques à marge.

1.5. Activité commerciale de la Trust Bank Algérie

La Trust Bank Algérie s'est résolument tournée vers le développement de la communication digitale à travers les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram et Twitter) en développant tant des contenus et visuels en matière de communication commerciale pour vanter les produits et services de la banque que sur le plan institutionnel, Trust Bank Algérie est classée parmi les premières banques privées suivie sur les réseaux sociaux avec 53061 abonnés au 31/12/2019¹³³ Lancement d'une campagne publicitaire de grande envergure durant la période estivale à travers les supports de communication suivants :

- Diffusion spot radiophonique pour accompagner la promotion de vente Carte VISA ;
- Affichage publicitaire sur les panneaux de l'aéroport International d'Alger (pour VISA – MASTERCARD) ;
- Affichage publicitaire au niveau des panneaux du Centre commerciaux Bab-Ezzouar et ARDIS (Carte CIB et les services de banque à distance) ;
- Affichage publicitaire Mobile sur Bus (pour le produit Mon Loyer : produit destiné à financer les loyers des locataires de bien immobilier à usage d'habitation) ;
- Diffusion d'un spot télévisuel institutionnel sur les chaînes nationales à forte audience lors de la coupe d'Afrique CAN 2019.

1.6. La place de la Trust Bank Algérie sur le marché bancaire algérien

Fort de son expérience dans le domaine financier, le groupe Trust a marqué son entrée en Algérie par la création de la Trust Assurance puis de sa filiale Trust Investissement qui avait pour mission de financer les différents projets de développement dans le pays. Le marché financier algérien est prometteur. L'Algérie dispose d'un important potentiel d'investissement dans le secteur financier. Malgré la présence d'une vingtaine de banques privées et des six

¹³³ Rapport annuel 2019 du Trust Bank Algérie.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

publiques sur le territoire national, le taux de bancarisation est loin d'être saturé. Il y a de la place pour les banques actuelles, pour l'extension du réseau et pourquoi pas pour d'autres banques. La Trust Bank s'est fixé l'objectif de contribuer à la croissance de l'économie algérienne, d'une part, et de prendre de l'essor et de se développer, d'autre part.¹³⁴

La concurrence ne gêne pas la Trust Bank, du moment que jusqu'aujourd'hui elle est restée loyale. Les mêmes produits et services sont proposés partout. Mais ce qui caractérise une banque par rapport à une autre sur le marché bancaire algérien, ce sont la qualité de service, l'accueil et le mode de traitement des opérations qu'elle propose à ses clients. C'est justement sur ce point qu'elle se base pour asseoir sa position et concurrencer les autres banques. Avec toutes ces ambitions, la Trust Bank est sans doute une banque d'avenir.

1.7. Présentation de l'agence d'accueil (Tizi-Ouzou).

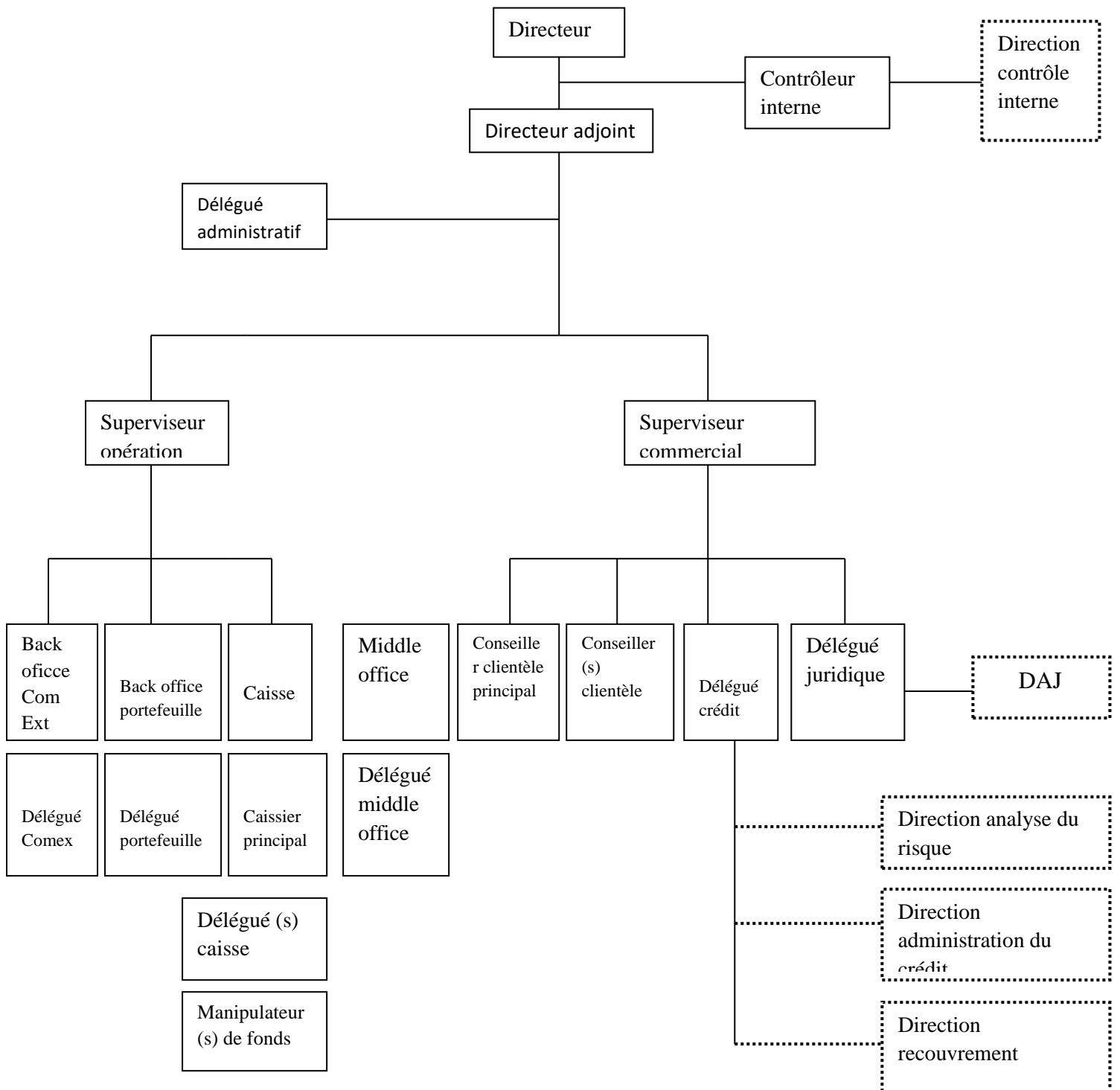
L'agence est la cellule de base d'exploitation de tout établissement bancaire. Se trouvant en contact direct et permanent avec la clientèle, celle-ci a pour mission de mettre en œuvre la politique globale tracée par la direction générale de la banque.

Notre stage pratique s'est déroulé au sein de la Trust Bank Algérie agence 215 installée à la ville de Tizi-Ouzou en date de 12/08/2020. Celle-ci est une agence de première catégorie, qui vise à offrir des services conformes aux attentes d'une clientèle de plus en plus exigeante.

¹³⁴ AIT ABDELLAH. K. BACHA. D, « la mesure de la satisfaction client dans le secteur bancaire », mémoire de fin d'étude, science commerciale, UMMTO, 2014-2015, P65.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Organigramme Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215



Source : document interne de l'agence.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Section II : les services et moyens de paiement électronique au sein de la Trust Bank Algérie.

Trust Bank Algérie de par sa vocation de banque universelle, a développé ses activités autour de plusieurs axes métiers, elle s'est investie ces dernières années dans le déploiement de sa gamme de produits innovants, notamment la monétique domestique et internationale et la banque à distance.

Dans cette section, nous allons présenter les services et les différents moyens de paiement électronique émises par la Trust Bank, leurs avantages et fonctionnement.

2.1. Les missions et les objectifs de la structure monétique au sein de la Trust Bank Algérie.

La structure monétique prend en charge l'aspect technique et transactionnel des porteurs (cartes bancaires nationales et internationales) ainsi que le matériel monétique (GAB / TPE / site web marchand).¹³⁵

2.1.1. Les missions de la structure monétique

La structure monétique a pour missions principales :

- D'assurer le suivi et le paiement des opérations et factures liées à la monétique nationale et internationale ;
- De suivre le rapprochement comptable des opérations VISA, MasterCard et CIB (charges à payer, rapatriement, écart GAB, ...) ;
- D'analyser les comptes monétique et présenter les justificatifs nécessaires des suspends détectés sur ces derniers ;
- D'assister les agences avec leurs clients dans leurs opérations bancaires sur Internet, GAB et TPE ;
- D'assister les clients, via le service Trust Assistance, pour tous types de réclamation monétique ;
- D'assurer le bon fonctionnement du matériel monétique (GAB/TPE) 24h/24 et 7j/7, ainsi qu'assister les agences pour règlement les problèmes détectés sur ces derniers ;

¹³⁵ Rapport annuel 2019 de la Trust Bank Algérie.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

- D'installer les TPE chez les commerçants ainsi que leur assurer une formation et assistance en cas de besoin.

2.1.2. Les objectifs de la structure monétique au sein de la Trust Bank Algérie

Cette Structure a pour objectif de mettre à jour et en place de nouveaux services, qui vont non seulement lui permettre d'avoir plus de visibilité sur les opérations quotidiennes effectuées par sa clientèle mais aussi faciliter les opérations monétique des clients et leur permettre d'effectuer de nouvelles tâches à distance, sans même avoir à se déplacer en agence, Parmi les objectifs réalisés et ceux en cours de la structure monétique, nous citons :

- Développement d'une approche pour la réconciliation CIB et détection des écarts GAB
- Mise en place des outils de réconciliation VISA et MasterCard
- Intégration de la technologie Contactless sur les cartes VISA, MasterCard et CIB
- Acquisition international sur le parc TPE (devenir acquéreur VISA/MasterCard)
- Elargir notre parc national de TPE
- Déploiement du logiciel Proview sur tous les parcs GAB de la TBA
- Sécurisation du parc GAB
- Acquisition international sur le parc GAB

2.2. Le paiement sans contact au sein de la Trust Bank Algérie.

A travers l'Easy Card et les cartes visa sans contact (classique, gold, platinum), TBA renforce la sécurité des transactions sur internet conformément aux normes les plus exigeants

2.2.1. Cartes visa sans contact

Les cartes visa sans contact (classique, Gold, Platinum) sont des cartes internationales nominatives reliées directement au compte en devises du client, Trust Bank est la première banque qui propose la dernière technologie de paiement par carte, cette dernière est simple, habile et facile à utiliser, elle permet à sa clientèle d'éviter d'introduire la carte sur le TPE et GAB et sans aucun contact le paiement est accepté, l'opération sans contact est plafonnée à 30 euro.¹³⁶

¹³⁶ <https://www.trustbank.dz/index.php/2015-04-11-19-56-47/la-master-card-travel/59-gamme-visa-card> consulté le 20/11/2020.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

2.2.1.1. Fonctionnement des cartes visa sans contact

Son fonctionnement est simple et pratique, elle permet d'effectuer :

- Des paiements en ligne en toute sécurité grâce au dispositif Verified By Visa (VBV)
- Régler les achats sur les terminaux de paiement électroniques (TPE).
- Retrait d'argent à l'étranger facilement et en toute tranquillité sur les GAB portant le logo VISA.
- Paiement des voyages sur internet et régler les dépenses.

2.2.1.2. Avantages des cartes visa sans contact

- Une grande liberté d'utilisation avec des plafonds de retrait et paiement appréciables.
- Des garanties d'assistance et d'assurance à travers le monde, adaptés à la carte.

La carte visa platinum offrent des avantages exclusifs, elle se classe dans la catégorie « carte de prestige », elle répond aux attentes de la clientèle adhérente aux services personnalisés sur mesure à travers :

- Un service d'assurance "Extension de garantie" offert par Visa International permettant aux porteurs Platinum une extension à deux (02) années de la garantie constructeur ou distributeur des produits achetés par cette carte ;
- Un service d'assurance "Protection d'achat" offert par Visa International aux porteurs de la carte couvrant les produits achetés contre la perte, le vol ou la détérioration accidentelle sur une période de 30 jours ultérieurs à l'achat ;
- Les services Conciergerie ;
- Remises exceptionnelles sur les boutiques de luxes et les palaces.

Tableau N°16: chargement et rechargements des cartes visa CONTACTLESS

	Visa classique	Visa Gold	Visa Platinum
Chargement initial minimum	300 euros	1000 euros	5000 euros

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Chargement maximum souhaitée	2500 euros	5000 euros	7500 euros
-------------------------------------	------------	------------	------------

Source : Réalisé par nos soins-même à travers des données sur : <https://www.trustbank.dz>.

2.2.2. EASY CARD

La Trust Bank élargie sa gamme de produit par un produit innovant et unique¹³⁷ en Algérie « la Easy Card by Mastercard ».

La Easy Card est un moyen de paiement numérique international dématérialisé permet à la clientèle, de faciliter, et surtout de sécuriser leurs transactions de paiement sur internet.¹³⁸

L'Easy card :

- Est constituée comme une carte de paiement international, d'un numéro, d'une date de validité ainsi que d'un code Card Validation Code (CVC2). Cependant, son numéro est éphémère et à usage unique.
- A une durée de validité maximale de deux (02) mois à compter de sa date d'émission et son montant peut atteindre 500 euros. Les porteurs de cette carte peuvent effectuer des achats dans la limite des 500 euros.
- Peut être utilisée pour régler l'ensemble des achats effectués sur internet, dès lors que le web marchand accepte le paiement par carte MasterCard.

2.2.2.1. Les caractéristiques de l'Easy Card

- Une sécurité renforcée pour les paiements en ligne ;
- Une plus grande quiétude d'esprit pour un prix symbolique ;
- Un moyen de paiement prisé ;
- Une transaction de paiement en ligne unique.

2.3. Mastercard Travel

La carte MasterCard Travel est une carte internationale libellée en euros, émise et commercialisée par Trust Bank pour sa clientèle de particuliers. C'est une carte anonyme, dont le nom du porteur n'y figure pas (carte prépayée). Elle peut être utilisée dans tous les

¹³⁷ <https://www.trustbank.dz/index.php/2015-04-11-19-56-47/la-master-card-travel/102-easy-card> consulté le 25/11/2020.

¹³⁸ <https://www.express-dz.com/2020/07/15/trust-bank-lance-la-easy-card-premiere-carte-virtuelle-en-algerie> consulté le 25/11/2020.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

DAB/GAB et les établissements possédant des TPE et affichant leur appartenance au réseau MasterCard Worldwide. Elle permet à son titulaire d'effectuer, et à concurrence du solde de la carte, les opérations suivantes¹³⁹ :

- Retrait d'espèces dans les Distributeurs Automatiques de Billets portant le logo MasterCard ;
- Règlement d'achats de biens ou de services chez les commerçants et établissements affichant le logo MasterCard ;
- Règlement d'achats de biens ou de services sur Internet ;
- La carte MasterCard Travel est délivrée avec une durée de validité maximum de 24 mois.

2.3.1. Le plus de la MasterCard Travel :

- Une sécurité garantie grâce à la technologie Mastercard et un code confidentiel obligatoire à chaque opération ;
- Un plafond de paiement pouvant aller jusqu'à 1500 €/mois ;
- Permet de déterminer son budget et contrôler ses dépenses en fonction des limites de la carte ;
- Permet d'effectuer des achats dans les magasins et sur internet aisément et en toute sécurité ;
- Permet de disposer de son argent à tout moment dans le monde entier dans la monnaie locale du pays où se trouve le porteur de cartes ;
- Rechargement par tranches de 100 € en agence ;
- Suivi des opérations sur le compte via internet grâce au service TB@NET et HISSABI.

2.3.2. Conditions d'octroi de la carte Master-Card Travel :

L'octroi de la carte s'effectue à la demande du client sous conditions :

- Ouverture des comptes devises, compte de chèque et compte épargne ;

¹³⁹ Document interne de la banque.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

- Signature du contrat porteur d'octroi de la carte MasterCard Travel ;
- Versement et maintien d'un solde sur le compte devises suffisant pour effectuer le chargement nécessaire sur la carte ;
- Versement et maintien d'un solde sur le compte de chèque permettant le prélèvement des commissions frais et taxes liés à la carte MasterCard Travel (abonnement, rechargement, opposition, réédition du code confidentiel.
- Le compte d'épargne doit être alimenté de 20 000 DA minimum, sa durée devra être au minimum égale à la durée de validité de la carte.

2.4. La carte interbancaire CIB Trust

La carte CIB est une carte domestique de retrait interbancaire et de paiement en monnaie locale (Dinar Algérien). Sa durée de validité est de 24 mois. Elle permet le paiement des achats sur internet ou sur les TPE, ainsi que les opérations de retraits 24h/24 sur les distributeurs automatiques de billets dans tout le réseau monétique interbancaire.¹⁴⁰

Tableau N°17: La tarification de la CIB trust

Types de cartes	Carte CIB/HT	Seuil hebdomadaire GAB et TPE	Revenus mensuelles
Carte gold	Gratuite	2000 00 DA	≥ 50000 DA
Carte classique	Gratuite	1000 00 DA	< 50000 DA

Source : www.trustbank.dz.

D'après le tableau ci-dessus, nous remarquons que les conditions d'octroi de la carte gold sont un peu élevées par rapport à la carte classique.

2.5. Carte trust affaire

¹⁴⁰ www.trustbank.dz. Consulté le 17/12/2020.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

La carte « Trust Affaire » est une carte CIB de paiement et de retrait interbancaire qui permet aux professionnels et aux gérants d'entreprises de payer les dépenses liées à leur activité en toute simplicité par DAB/GAB, TPE ou via Internet.¹⁴¹

La carte « Trust Affaire » offre les avantages suivants :

- Désigner plusieurs porteurs de cartes sur le même compte ;
- Bénéficier d'une carte Trust affaire sécurisée à un prix attractif ;
- Régler les dépenses en toute simplicité (DAB/GAB, TPE et Internet) ;
- Maitriser son budget en temps réel.

2.6. La carte TAWFIR et TAWFIR TASSAHOUMI

C'est une carte domestique de retrait interbancaire en dinars algériens, délivrée aux titulaires de comptes épargnes classiques ou spécifique, dument habilités. Elle permet à son titulaire d'effectuer pendant sa validité, des opérations de retrait sur DAB/GAB.¹⁴²

2.7. Les services émis par la Trust Bank Algérie

Trust Bank Algérie offre à sa clientèle divers services à distance qui leurs permet d'effectuer de nombreuses opérations (virement, consultation de solde...etc.), via internet avec leurs téléphone mobile, PC, tablette.

2.7.1. La banque à distance

Nous allons présenter les différents services de la banque à distance au sein de la Trust Bank Algérie.

2.7.1.1. TB@NET

Est un service qui permet aux clients de la banque d'accéder à la consultation de ses comptes à distance, « via internet ». Ce service présente un certain nombre d'avantage, à savoir :

- Facilité d'utilisation : une simple connexion et un code personnalisé ;
- Rapidité et instantanéité : accès aux comptes en temps réel ;

¹⁴¹ www.trustbank.dz. Consulté le 17/12/2020.

¹⁴² Idem.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

- Sécurité et confidentialité : la confidentialité des opérations (consultations et messagerie) sera garantie par un système de cryptage très performant.
- Service disponible 7j/7 et 24h/24
- Permet au client de gagner du temps par un simple clic.

Tableau N°18: Fonctionnalités du service TB@NET

TB@NET Perso	TB@NET Pro
Consulter les soldes des comptes	Consulter les soldes des comptes
Editer les relevés de comptes ou les télécharger sous format PDF, Excel, CSV.	Editer les relevés de comptes ou les télécharger sous format Excel
Consulter les taux de changes commerciaux des différentes devises.	Consulter les taux de changes commerciaux des différentes devises
Consulter les coordonnées de toutes les agences du réseau Trust Bank Algérie.	Consulter les coordonnées de toutes les agences du réseau Trust Bank Algérie
Consulter les taux d'intérêt d'épargne « TAWFIR »	Consulter les taux d'intérêt d'épargne « TAWFIR »
Echanger des messages avec la banque.	Echanger des messages avec la banque.
	Consulter les encours de LC, cautions et avals

Source : www.trustbank.dz.

Le tableau ci-dessus, nous montre les différentes fonctionnalités du service TB@NET. Le TB@NET perso est destiné pour les particuliers, et le TB@NET pro pour les professionnels et entreprises.

2.7.1.2. TB@NET+

C'est un service qui permet à la clientèle de la Trust Bank (particuliers et professionnels) d'effectuer différentes opérations sans avoir déplacé à la banque tels que :

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

- Virement simple de compte à compte : inter-agence, intra-agence, par télé compensation ou RTGS ;
- Virement de masse ;
- Commande de chèque de banque.

Ce service présente de nombreux avantages dont, la facilité de l'utilisation, l'exécution des virements en temps réel et la garantie de sécurité des opérations par un système de cryptage très performant.

2.7.1.3. TB@MAILING

C'est un service qui permet la réception des e-mails contenant les avis d'exécution des principales opérations effectuées quotidiennement sur les comptes bancaires.

2.7.1.4. HISSABI PUL

Est un service qui permet aux clients de la banque d'accéder aux informations de leurs comptes grâce à l'envoi de requêtes via SMS.

Tableau N°19 : fonctionnalités et avantages du service HISSABI PULL

Fonctionnalités	Avantages
Consultation du solde des comptes (cheque, commerciale, épargne, devise).	Un service simple et facile à utiliser
Demande d'un mini relevé des derniers mouvements pour les comptes chèques et commerciaux.	Un service compatible avec tout type d'appareille téléphonique
Consultation des taux de change billets de banque ou financiers	Un service sécurisé et possédant un code confidentiel modifiable selon la demande du client
Consultation du solde de la carte Mastercard	Permet au client de gagner du temps, « par un simple SMS le client est informé de la situation de son compte et bénéficie des services cités ci-dessus ».
Consultation des trois derniers mouvements de la carte Mastercard	Service disponible 7j/7, 24h/24

Source : réalisé par nous-mêmes à l'aide des documents interne de la banque.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

2.7.1.5. HISSAI PUSH :

Ce service permet à la clientèle de suivre les mouvements de leurs comptes, et rester en constante connectivité avec la banque grâce à la réception automatique de SMS à chaque transaction effectuée sur un compte :

- Paiement par carte CIB sur TPE ;
- Réception de carte CIB ;
- Disponibilité du carnet du chèque ;
- Transmission de Swift d'ouverture Credoc et de règlement Credoc Transmission de Swift de règlement de transfert libre ;
- Réception de remise documentaire ;
- Activation des cartes internationales ;
- Rechargement de la carte MasterCard Travel ;
- Utilisation de la carte internationale (retrait DAB) ;
- Utilisation de la carte internationale (paiement TPE et internet).

2.7.1.6. TRUST CONNECT

C'est une application mobile qui permet aux clients de la Trust Bank (particuliers, professionnels et entreprises), d'accéder à leurs espaces personnalisés sur leur mobile en profitant des fonctionnalités suivantes :

- Situation des comptes ;
- Consultation des transactions par intervalle de dates et par type de carte ;
- Consultation des cotations devises ;
- L'exécution des virements vers d'autres comptes ;
- Commande de chéquier ;
- Localisation des agences et GAB de la Trust Bank ;
- Situation des échéances.

2.7.1.8. FAWRI Rechargement

Ce service vous permet de Recharger votre carte Mastercard par SMS sans avoir à vous déplacer en agence, en envoyant une requête via le service HISSABI.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

2.7.1.9. TBA Mobilité

C'est un service gratuit, permet aux clients de faire des opérations bancaires lors de ses déplacements (versements, retraits, virements...).

Section III : Présentation et analyse des résultats de l'enquête

L'analyse et l'interprétation des résultats de l'enquête par questionnaire auprès des clients de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215 nous a permis de ressortir l'importance de cette banque dans le développement et la diversification des différents services et moyens de paiement électroniques destinés aux clients.

Dans notre étude, nous avons opté pour un questionnaire adressé aux clients de la Trust Bank Algérie agence Tizi-Ouzou 215.

Avant d'aborder l'analyse, nous présentons dans le point suivant la méthodologie de l'enquête.

3.1. Méthodologie de l'enquête et présentation de l'échantillon

Notre enquête a coïncidé avec l'ouverture effective de l'agence 215 Trust Bank Algérie au niveau de la ville de Tizi-Ouzou en date de 12/09/2020.

Nous avons opté pour le questionnaire car c'est le moyen qui nous a permis de récolter les informations nécessaires pour expliquer, comprendre et répondre à la question de notre sujet de recherche.

Notre stage a connu des ruptures avec l'apparition et la propagation de la pandémie COVID-19 au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou.

3.1.1. Présentation du questionnaire

Durant notre enquête, nous avons opté pour un questionnaire fermé distribué par le biais de le Co-encadrant au sein de l'agence. Constitué de 5 pages et de 19 questions (dichotomiques et à choix multiples) et subdivisé en cinq (5) rubriques, que nous présentons comme suit (voir annexe N°01) :

- La première partie traite des questions personnelles sur la personne à qui le questionnaire a été destiné.
- La seconde rubrique sur la connaissance des services et des moyens de paiement par les clients et ce pour mieux cerner leur comportement et adaptations à ces nouveautés.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

- La troisième partie traite de la digitalisation par rapport aux clients, pour avoir plus de détail sûr concernant les moyens qu'ils utilisent.
- La quatrième partie pour avoir des informations sur les raisons d'utilisation de paiement électronique par les clients.
- En fin, la digitalisation de l'activité bancaire face à l'apparition de la pandémie COVID-19.

3.1.2. La détermination de notre échantillon

Pour ce qui est de notre enquête, la taille de notre échantillon est de 60 clients puisque c'est le nombre des clients qui existent au niveau de la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215. Ce chiffre est le résultat de l'ouverture récente de cette agence.

Tableau N°20: Taille de l'échantillon.

Taille de l'échantillon	Nombre de réponse
60	37

Source : Réalisé par nous-mêmes

Après avoir récupéré les questionnaires adressés aux clients de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215, nous sommes arrivées à un taux de collaboration de 61.67%, soit 37 de réponses, pour les 60 questionnaires initialement distribués.

Nous sommes passés à l'étape suivante qui consiste à traiter et interpréter les différentes réponses obtenues.

Le traitement des différents résultats recueillis dans le cadre de notre enquête a été effectué sur le logiciel Microsoft Excel 2007. Nous avons créé une base de données pour traiter l'ensemble de nos questions, elle est composée de 37 lignes représentant les clients de notre échantillon et 18 colonnes pour l'ensemble des questions qui composent notre questionnaire (voir annexe N°1).

Afin de faciliter le traitement de ces données, nous avons codé chaque proposition de réponse avec des numéros qui correspondent aux nombre de propositions.

Après avoir présenté précédemment la méthodologie et les outils utilisés pour mener notre enquête, nous allons présenter et analyser les résultats issus du dépouillement et d'analyse des données fournies par le questionnaire que nous avons réalisé.

3.2. Analyse et interprétation des résultats

Nous avons choisi d'analyser les résultats de notre enquête en traitant les questions selon la rubrique à laquelle ils appartiennent.

3.2.1. Analyse de la partie personnelle

La première partie concernant la rubrique personnelle, et conçue pour distinguer la nature des clients de notre échantillon.

3.2.1.1. La répartition de l'enquête par sexe.

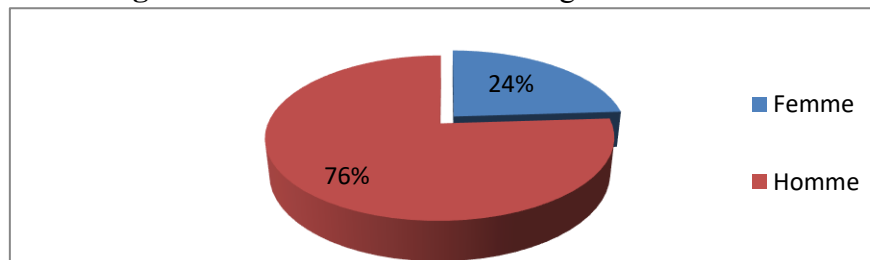
Ce tableau montre le sexe des clients interrogés (Homme ou femme).

Tableau N°21: Répartition par sexe des clients interrogés

Sexe des clients	Effectifs en %
Femme	24%
Homme	76%
Total général	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire

Figure N°4: Sexe des clients de l'agence



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

D'après le tableau et la présentation graphique ci-dessus, nous remarquons que la quasi-totalité des clients interrogés sont des hommes 76% (28 personnes) et le reste sont des femmes 24% (9 personnes), cela veut dire que le nombre des femmes interrogées est faible par rapport aux hommes.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

3.2.1.2. La répartition de l'enquête par âge des clients de l'agence.

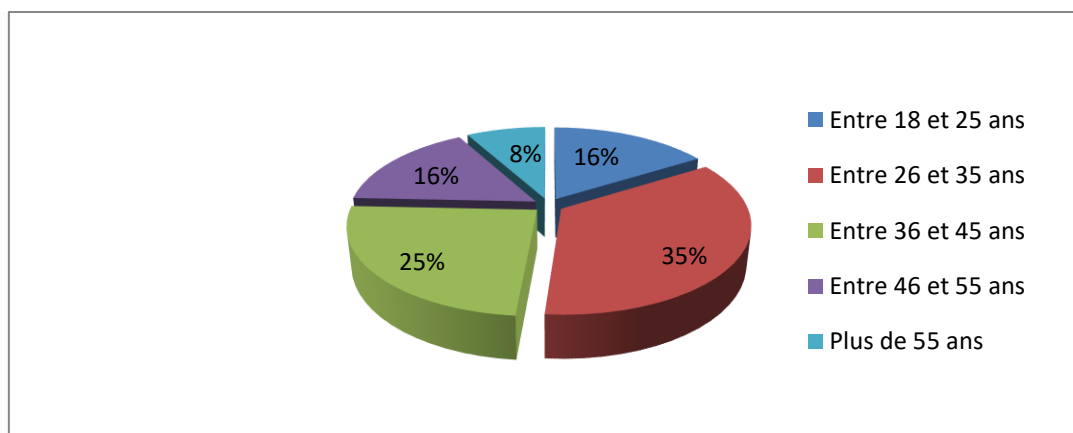
Ce tableau montre l'Age des clients de l'agence interrogés.

Tableau N°22: Age des clients de l'agence

Age des clients	Effectifs en %
Entre 18 et 25 ans	16%
Entre 26 et 35 ans	35%
Entre 36 et 45 ans	25%
Entre 46 et 55 ans	16%
Plus de 55 ans	8%
Total général	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°5: Age des clients da l'agence



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

D'après le tableau et la représentation graphique ci-dessus, nous remarquons que les tranches d'âge de 26 à 55 ans représentent 75% de la clientèle de l'agence qui peut correspondre à des actifs ayant des sources de revenus et donc bancarisés. Les 18-25 ans peuvent correspondre aux étudiants, représentent 16% de la clientèle de l'agence. Généralement, ils sont peu bancarisés, car sans revenus ou avec des faibles revenus, donc les banques ne le considèrent pas comme des clients rentables et attractifs. Les plus de 55 ans peuvent correspondre aux retraités, ils représentent quant à eux 8% de la clientèle de l'agence. Cette catégorie a ces habitudes, généralement détentrice d'un compte courant postal.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

3.2.1.3. Répartition des clients de l'agence par catégorie socio professionnelle

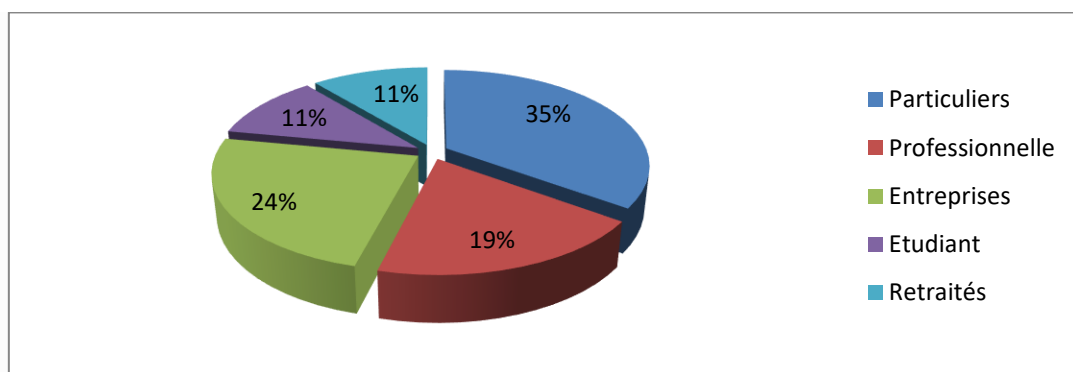
Le tableau ci-dessous montre la catégorie socio professionnelle des clients de l'agence interrogés.

Tableau N°23: Répartition des clients par catégorie socio professionnelle

Catégorie socio professionnelle	effectifs en %
Particuliers	35%
Professionnels	19%
Entreprises	24%
Etudiants	11%
Retraités	11%
Total général	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°6: Répartition des clients par catégorie socioprofessionnelle



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Le tableau et la présentation graphique ci-dessus expriment les catégories socio professionnelles des clients de l'agence. Le segment particulier est représenté par les particuliers, étudiants et retraités, soit 57% de la clientèle de l'agence. Alors que le segment entreprise est composé des entreprises et les professionnels soit 43% de la clientèle de l'agence.

Selon les résultats, il est noté qu'une forte majorité des clients interrogés sont des particuliers et entreprises activant dans différents domaines, cela peut se justifier par l'image que dégage la Trust Bank, qui s'est positionnée comme une banque de cadres supérieurs. Aussi nous constatons un faible taux de bancarisation des retraités et étudiants, il va sans dire qu'un jeune étudiant n'a pas les mêmes besoins bancaires qu'un quadragénaire dirigeant d'une

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

entreprise. Cela peut être justifié aussi par la qualité des produits et moyens de paiement destinés généralement aux personnes disposant de revenus et de capitaux importants.

3.2.2. Analyse des raisons du choix de la banque et la connaissance des services et moyens de paiement électroniques émis par la Trust Bank Algérie

Cette rubrique a pour objectif d'analyser l'intérêt du choix de l'agence ainsi que le mode de connaissance des services et moyens de paiement électroniques émis par la banque.

3.2.2.1. Analyse des raisons du choix de la Trust Bank

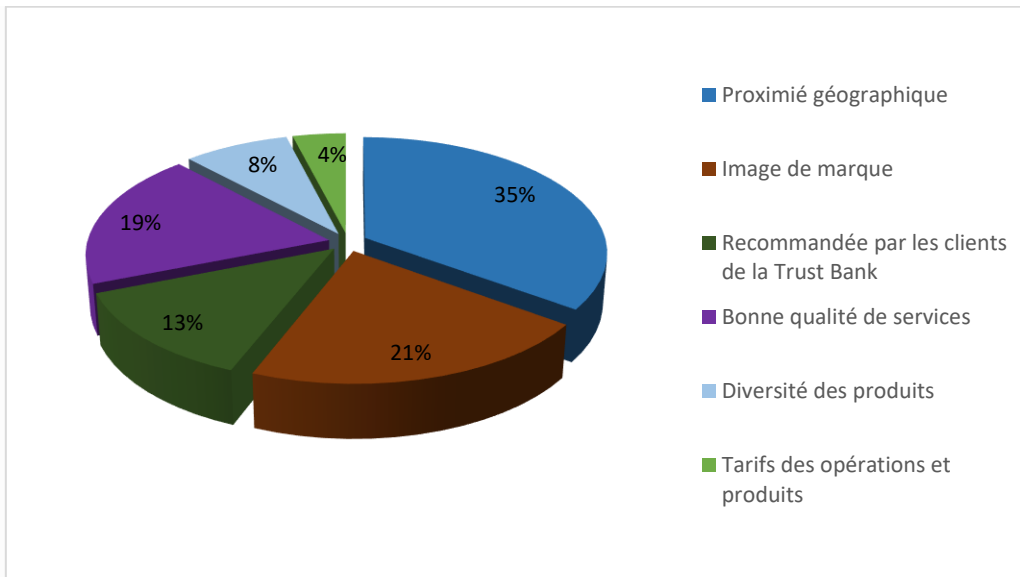
Le tableau ci-dessous montre les raisons du choix de la Trust Bank par les clients de l'agence interrogés.

Tableau N°24: Les raisons du choix de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215

Les raisons du choix de la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou par les clients	Effectifs en %
Proximité géographique	35%
Image de marque	21%
Recommandée par les clients de la Trust Bank	13%
Bonne qualité de services	19%
Diversité des produits	8%
Tarifs des opérations et produits	4%
Total général	100%

Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°7: Les raisons du choix de la Trust Bank par les clients



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

D'après les résultats traités ci-dessus, nous constatons que le premier critère qui influence le choix des clients est la proximité pour 35% d'entre eux.

21% conditionne leur choix par l'image de marque, 19% par la bonne qualité des services, 13% des clients interrogés expliquent leur choix par rapport aux échos favorables dont l'agence jouit (recommandée par d'autres clients). 8% des clients motivent leur choix par la diversité des produits et services offerts par l'agence et 4% par le coût et tarifs des opérations bancaires.

Le premier facteur de choix et celui de la proximité géographique de la banque, il est donc important que l'agence soit à l'écoute de sa clientèle pour mieux cerner leurs besoins. L'image de marque et la qualité des produits et services bancaires commercialisés par l'agence viennent en seconde position. Il est donc primordial pour l'agence d'adapter son offre aux spécificités de sa clientèle, mais aussi assurer une qualité irréprochable pour maintenir son image. Enfin, notre échantillon accorde une faible importance à la diversité des produits et services bancaires mis à leur disposition par l'agence.

Enfin, notre échantillon accorde une faible importance à la diversité des produits et services bancaires mis à leur disposition par l'agence, cela peut être justifié par la tarification élevé de ces derniers par rapport aux moyens de paiement classiques.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

3.2.2.2. La qualité d'accueil du personnel de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215.

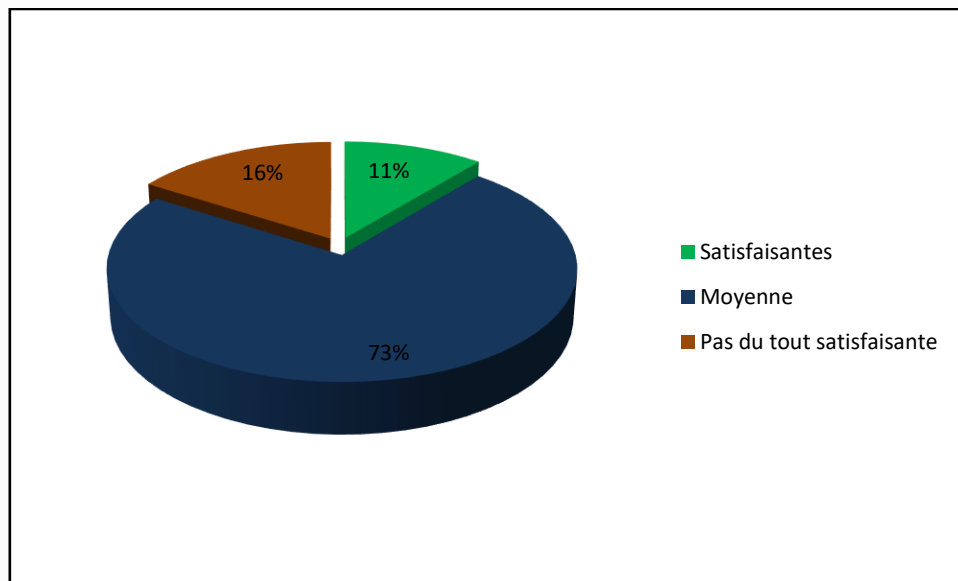
le tableau ci-dessous, montre l'évaluation de la qualité d'accueil du personnel de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215.

Tableau N°25: la qualité d'accueil du personnel au niveau de l'agence

la qualité d'accueil du personnel au niveau de l'agence	effectifs en %
Satisfaisantes	11%
Moyenne	73%
Pas du tout satisfaisante	16%
Total général	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°8: la qualité d'accueil du personnel au niveau de l'agence



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

D'après la présentation graphique et le tableau ci-dessus, nous remarquons que la majorité des clients interrogés jugent la qualité d'accueil du personnel de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215 est moyenne avec un taux 73%, alors que 16% des clients trouvent que la qualité d'accueil du personnel est pas du tout satisfaisante et 11% de la clientèle de l'agence la trouve satisfaisante.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Autant l'accueil physique au niveau de l'agence ne répond pas aux exigences des clients avec un taux d'insatisfaits de 89%. Il est important pour l'agence de faire le nécessaire pour améliorer l'accueil en agence afin de consolider l'avantage de proximité.

3.2.2.3. La connaissance des services de banque à distance par les clients interrogés.

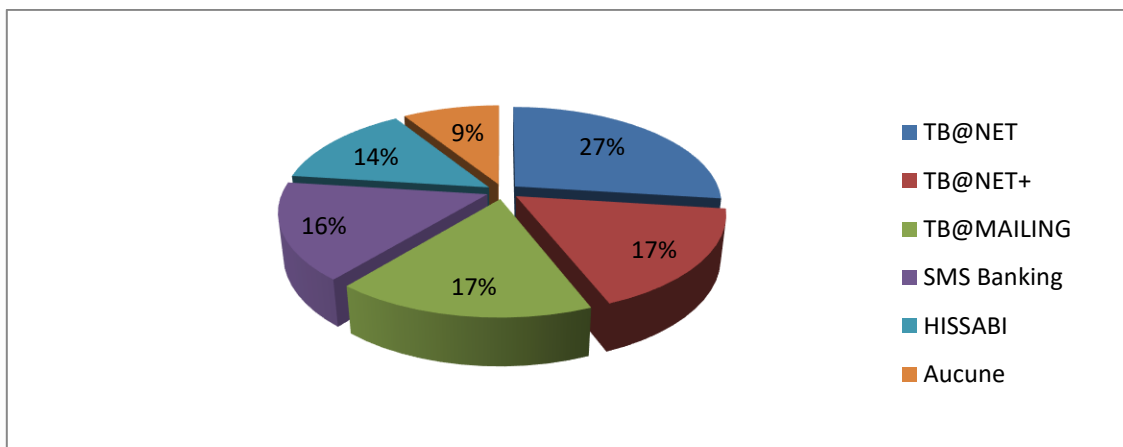
Le tableau ci-dessous, montre la connaissance des services de banque à distance

Tableau N°26: Connaissances des services de banque à distance

Services	effectifs en %
TB@NET	27%
TB@NET+	17%
TB@MAILING	17%
SMS Banking	16%
HISSABI	14%
Aucunes	9%
Total	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire

Figure N°9: Connaissance des services de banque à distance



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Les résultats présentés ci-dessus montrent que 27% des clients interrogés ont eu connaissance de l'existence de services TB@NET. 17% connaissent le service TB@NET+ et 17% connaissent le service TB@MAILING. 16% des clients interrogés affirme connaître le service SMS Banking et 14% seulement de connaissance au service HISSABI.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Cela veut dire que les clients de la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215 ne sont pas bien informés de l'ensemble des services.

Le pourcentage de 27% pour TB@NET, il est dû au fait que ce dernier est plus simple d'accès à tout moment via internet pour effectuer diverses opérations à savoir (avoir diverses informations financières, édition des relevés de compte...). 17% de connaissance au service TB@NET+ est dû au fait que ce service est gratuit et facile à l'utilisation. 16% seulement de connaissance au service SMS Banking et 14% au service HISSABI, cela peut être justifié par le fait de manque d'utilisation et de rechargement des moyens de paiement nationale (CIB Trust) et internationale (visa card/MasterCard) que la banque propose.

3.2.2.4. La connaissance des moyens de paiement électroniques par les clients interrogés

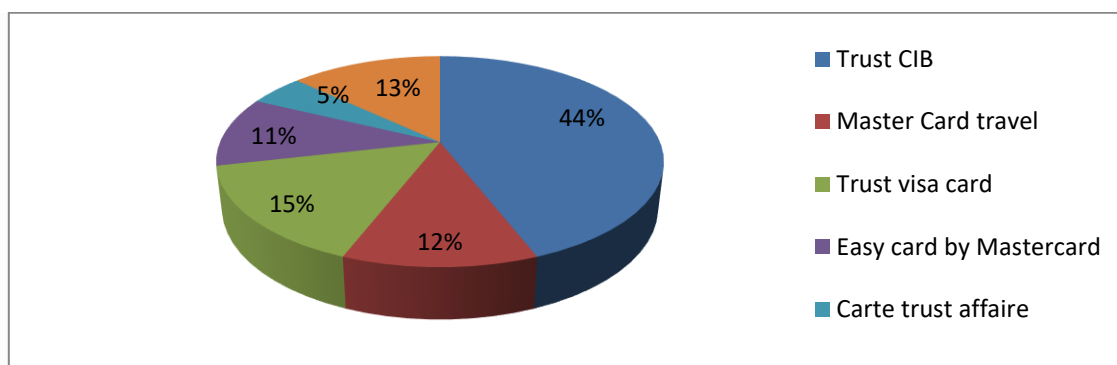
Le tableau ci-dessous montre la connaissance des moyens de paiement électroniques par les clients interrogés

Tableau N°27: Connaissances des moyens de paiements électroniques

Les moyens de paiement électroniques de la Trust Bank	Effectifs en %
Trust CIB	44%
Master Card travel	12%
Trust visa card	15%
Easy card by Mastercard	11%
Carte trust affaire	5%
Carte TAWFIR et TAWFIR TASSAHOUMI	13%
Total général	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°10: Connaissances des moyens de paiement électroniques



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Les résultats présentés ci-dessus montrent que 44% des personnes interrogées ont eu connaissance de l'existence de la carte CIB. 15% des clients interrogés connaissent le produit trust visa card. Pour 13% des clients interrogés ont eu connaissance de la carte TWFIR et TAWFIR TASSAHOUMI. 11% des clients connaissent le nouveau moyen de paiement numérique Easy card by Mastercard. Enfin, 5% des clients connaissent le produit carte trust affaire.

Nous constatons que le moyen de paiement électronique le plus connu au niveau de l'agence est la carte inter bancaire (CIB). Cela signifie également, que l'agence ne communique pas trop sur les moyens de paiement à l'international, mais concentre ses efforts sur les moyens nationaux. Ça peut aussi être à cause du comportement des clients qui ignorent l'existence des cartes visa ou master card, car ils ne voyagent pas souvent, ou que les frais de gestion soient élevés.

3.2.3. Analyse des différents outils et services utilisés par les clients et la raison de leur utilisation.

3.2.3.1. Analyse des services de banque à distance auxquelles les clients sont abonnés.

Dans cette partie nous allons analyser les raisons et motifs d'utilisation de différents moyens de paiement et les services de banque à distance.

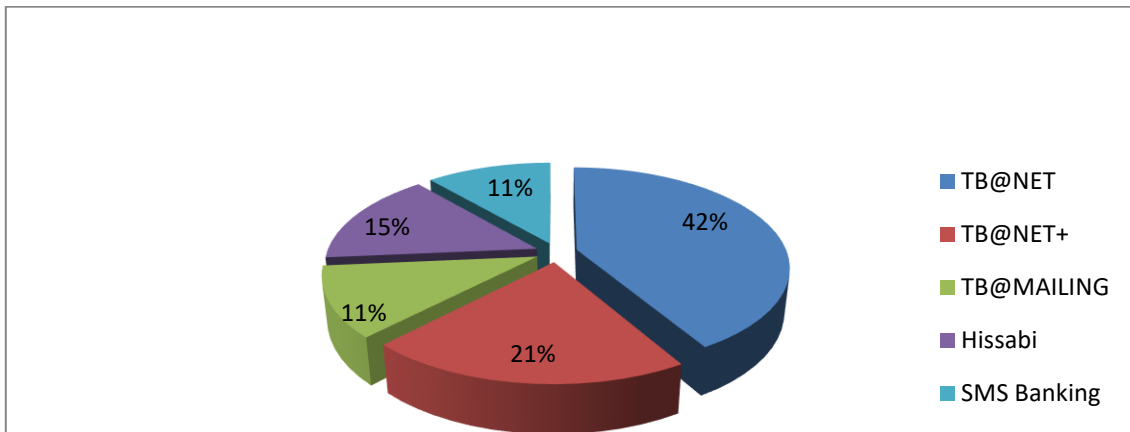
Tableau N°28: Types des services abonnés.

les services de banque à distance auxquelles les clients sont abonnés	effectifs en %
TB@NET	42%
TB@NET+	21%
TB@MAILING	11%
HISSABI	15%
SMS Banking	11%
Total général	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Figure N°11: Types des services abonnés.



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Les données traitées ci-dessus représentent le pourcentage des modes de service de banque à distance utilisés par les clients pour effectués différentes opérations via internet ; on remarque que 42% des clients utilisent le service TB@NET. 21% des clients interrogés utilisent le service TB@NET+. 15% optent pour le service HISSABI et le reste des clients utilisent SMS Banking et TB@MAILING avec 11%.

Le pourcentage 42% affirme qu'une grande partie des clients de l'agence détenir un abonnement (TB@NET) pour accéder aux services de la banque à distance. Du fait que ce dernier est gratuit et facile à l'utilisation.

3.2.3.2. Analyse des moyens de paiement électronique auxquelles les clients sont abonnés

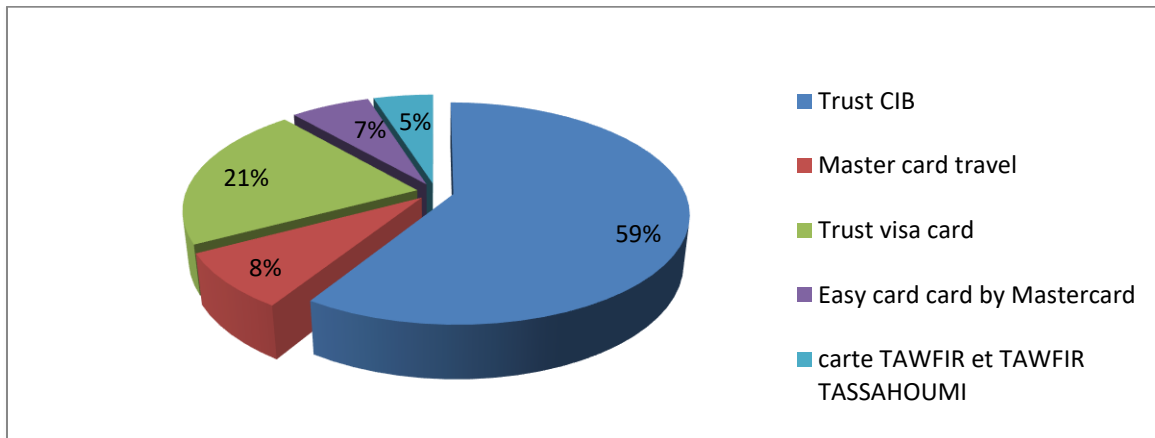
Le tableau ci-dessous, montre les différents moyens de paiements électroniques auxquelles les clients sont abonnés.

Tableau N°29: Types des moyens de paiement électronique abonnés

les moyens de paiements électroniques auxquelles les clients sont abonnés	effectifs en %
Trust CIB	59%
Master card travel	8%
Trust visa card	21%
Easy card card by Mastercard	7%
carte TAWFIR et TAWFIR TASSAHOUMI	5%
Total général	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°12: les moyens de paiement électronique abonnés.



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

D'après les données illustrées ci-dessus, nous remarquons que la majorité des clients interrogés utilisent la carte CIB avec un taux 59%. 21% des clients utilisent visa card. Nous remarquons une faible utilisation de la carte Master card travel par les clients interrogés avec 8% et l'Easy card avec un taux de 7%. Pour le reste des clients interrogés utilisent la carte TAWFIR et TAWFIR TASSAHOUMI avec un taux de 5%.

Cela veut dire que la quasi-totalité des clients interrogés optent pour les moyens de paiement électronique national (carte CIB) avec 59%, et une faible utilisation de la monétique internationale à savoir visa card, easy card. Cela peut se justifier par la tarification élevée appliquée par la banque pour l'octroi de ces moyens, qui nécessite aussi l'ouverture des comptes en devises avec des revenus importants.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

3.2.4. Analyse des types d'opération utilisées par les clients interrogés de l'agence et l'utilité de paiement électronique sur leur activité

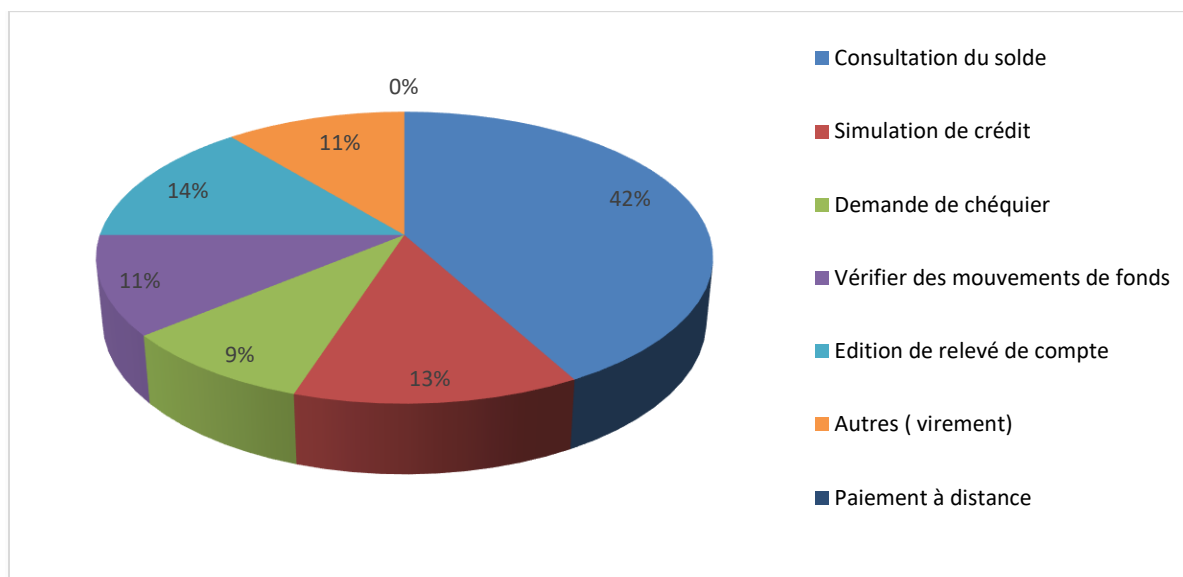
Le tableau ci-dessous montre les différentes opérations utilisées par les clients interrogés en utilisant les différents services et moyens de paiement électroniques émis par la

Tableau N°30: Types d'opérations utilisées par les clients

Types d'opération utilisée par les clients	Effectifs
Consultation du solde	42%
Simulation de crédit	13%
Demande de chéquier	9%
Vérifier des mouvements de fonds	11%
Edition de relevé de compte	14%
Autres (virement)	11%
Paiement à distance	0%
Total général	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°13: Types d'opération utilisée par les clients



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Les données illustrées ci-dessus mettent en avant les différentes opérations effectuées par les clients en utilisant les services et moyens de paiement électroniques (trust connect, Trust

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

CIB, visa card... etc) mis en place par la Trust Bank. Ces dernières montrent que la majorité des clients les utilisent pour les opérations de consultation de solde avec un taux de 42%. Pour 14% des clients interrogées les services et moyens de paiement électroniques sont aussi utilisées pour l'édition de relevé de compte. 13% des clients l'utilisent aussi pour la simulation de crédit. 11% pour vérifier les mouvements de fonds et 9% pour la demande d'un chéquier. 11% des clients interrogées utilisent ces produits pour d'autres services qui sont fournis comme le retrait d'argent et l'ordre de virement.

Cela veut dire que les clients de l'agence utilisent les services et les moyens de paiement électroniques à savoir (l'application mobile Trust Connect, carte CIB...) pour effectuer pratiquement les mêmes opérations qu'au niveau de l'agence. 42% des clients les utilisent pour consultation du solde, cela peut être justifié par le fait de sa grande utilité pour les clients.

3.2.4.1. Les raisons d'utilisation des services et moyens de paiement électroniques par les clients interrogés

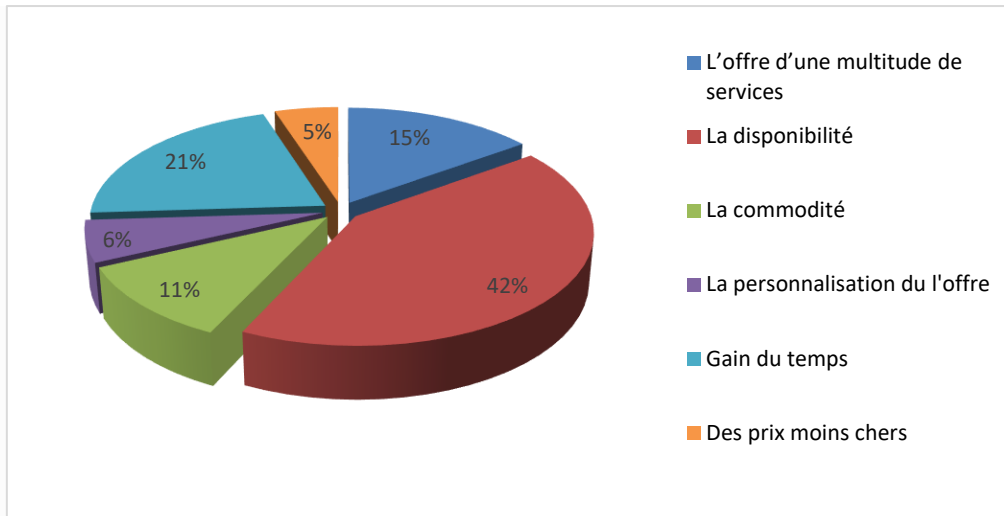
Le tableau ci-dessous montre les raisons d'utilisation des services et moyens de paiement électroniques

Tableau N°31: les raisons d'utilisation des services et moyens de paiement électronique

Les raisons d'utilisation des services et moyens de paiement électroniques	effectifs en %
L'offre d'une multitude de services	15%
La disponibilité	42%
La commodité	11%
La personnalisation du l'offre	6%
Gain du temps	21%
Des prix moins chers	5%
Total général	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°14: Les raisons d'utilisation des services et moyen de paiement électroniques



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

D'après les résultats montrés ci-dessus nous constatons que 42% des clients interrogés ont opté pour les services et moyens de paiement émis par la Trust Bank vue la disponibilité de ces derniers et 21% par rapport au gain du temps. 15% optent pour ces services et moyens de paiement électroniques en raison de la multitude du choix, 11% en raison de la commodité.

Concernant cette partie, l'analyse de paiement électronique par rapport aux clients, a pour but de mieux cerner leurs comportements et leurs adaptations à cette nouveauté.

3.2.4.2. Analyse des facteurs qui dopent les opérations de paiement électroniques

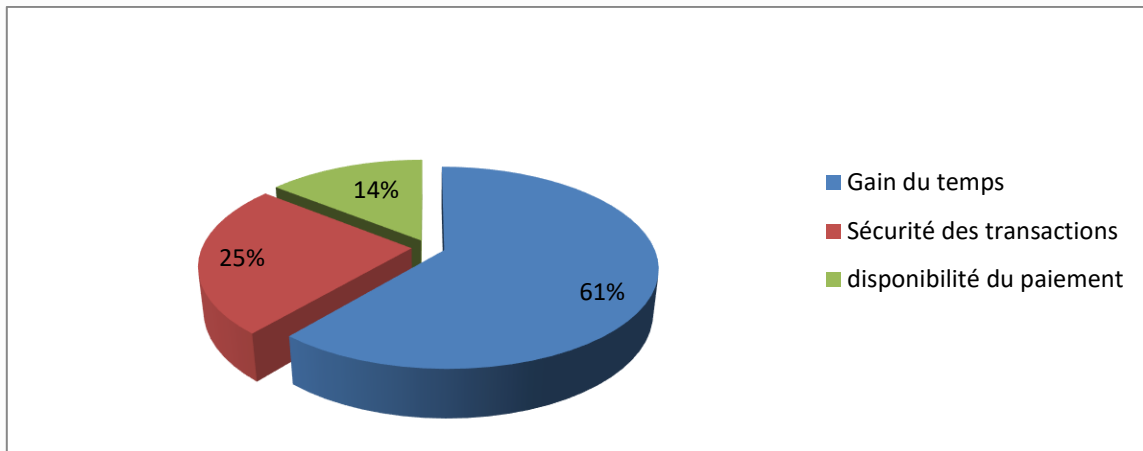
Le tableau ci-dessous montre les facteurs qui dopent les opérations de paiement électroniques

Tableau N°32: les facteurs qui dopent les opérations de paiement électronique

les facteurs qui dopent les opérations de paiement électronique	effectifs en %
Gain du temps	61%
Sécurité des transactions	24%
disponibilité du paiement	14%
Total général	100%

Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°15: les facteurs qui dopent les opérations de paiement électronique



Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

D'après le tableau et la figure ci-dessus, nous remarquons que la majorité des clients interrogés avec un taux 61% trouvent que le gain du temps est l'un des facteurs qui dopent les opérations de paiement électronique et 24% des clients ont répondu par la sécurité des transactions. Les autres clients ont répondu par la disponibilité du paiement comme élément qui dope les opérations des paiements électroniques.

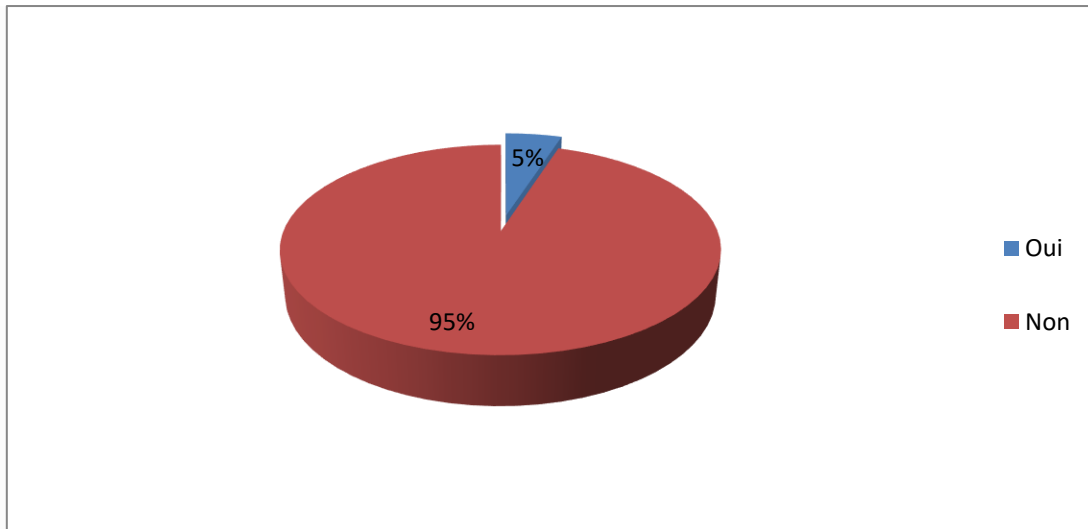
3.2.4.3. Problèmes rencontrés lors de paiement sur internet par les moyens de paiement émis par la Trust Bank.

Tableau N°33: Problèmes rencontrés lors de paiement sur internet par les moyens de paiement émis par la Trust Bank.

Problèmes rencontrés lors de paiement sur internet	Effectif
Oui	5%
Non	95%
Total	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°16: Problèmes rencontrés lors de paiement sur internet par les moyens de paiement émis par la Trust Bank.



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

La présentation graphique et tableau ci-dessus montrent que la quasi-totalité des clients interrogés n'ont pas rencontrés des problèmes lors des transactions effectuées sur internet via les produits émis par la Trust Banque.

Seulement une minorité des clients interrogés (5%) ont eu des problèmes lors d'utilisation de ces moyens à savoir le blocage de la carte, ou le non aboutissement de la carte.

3.2.4.4. Analyse de l'utilité du paiement électronique sur l'activité des clients interrogés.

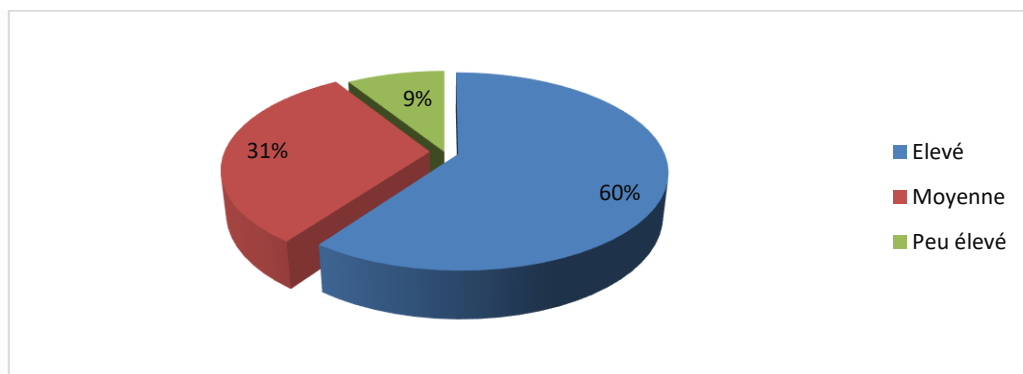
Le tableau ci-dessous montre l'utilité du paiement électronique sur l'activité des clients interrogés.

Tableau N°34: l'utilité du paiement électronique sur l'activité des clients.

L'utilité du paiement électronique sur l'activité des clients interrogés	effectifs en %
Elevé	60%
Moyenne	31%
Peu élevé	9%
Total général	100%

Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°17: l'utilité du paiement électronique.



Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

D'après le tableau et la représentation graphique ci-dessus expriment l'avis des clients interrogés quant à l'utilité de paiement électronique par rapport à leurs activités et besoins. Les résultats ci-dessus montrent que 60% des clients de notre échantillon trouve que le paiement électronique est nécessaire pour leurs activités et besoins et 31% des clients le trouve que c'est moyennement nécessaire, alors que 9% ont répondu un peu.

. Cela peut être justifié par le gain du temps qui est parmi les facteurs qui dopent les opérations de paiement électroniques.

3.2.4.5. Analyse de degré de confiance des clients interrogés envers les moyens de paiement électronique utilisés.

Le tableau ci-dessous montre le degré de confiance des clients interrogés envers les moyens de paiement électroniques utilisés

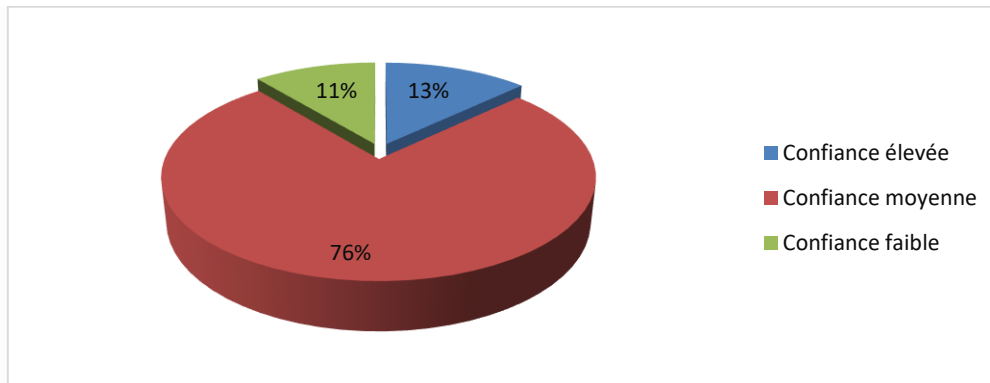
Tableau N°35: Degré de confiance envers les moyens de paiement électronique utilisés

Degré de confiance envers les moyens de paiement électroniques utilisés par les clients	Effectifs en %
Confiance élevée	13%
Confiance moyenne	76%
Confiance faible	11%
Total général	100%

Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Figure N°18: Degré de confiance envers les moyens de paiement électronique utilisés



Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Les données citées ci-dessus montrent que 76% des clients font confiance moyenne aux moyens de paiement électroniques qu'ils utilisent, alors que 13% des clients ont une confiance élevée envers ces derniers. Par contre 11% des clients interrogés ont peu de confiance en ces derniers.

Le degré de confiance des clients de l'agence a ces moyens de paiement électronique que la banque propose est peut-être justifié par la sécurité, la facilité d'utilisation et la sophistication de ces derniers.

3.2.5. Analyse de l'impact du COVID-19 sur l'utilisation de paiement électronique et la digitalisation bancaire

Concernant la dernière partie nous allons analyser la digitalisation de l'activité bancaire face à l'apparition de la pandémie COVID-19.

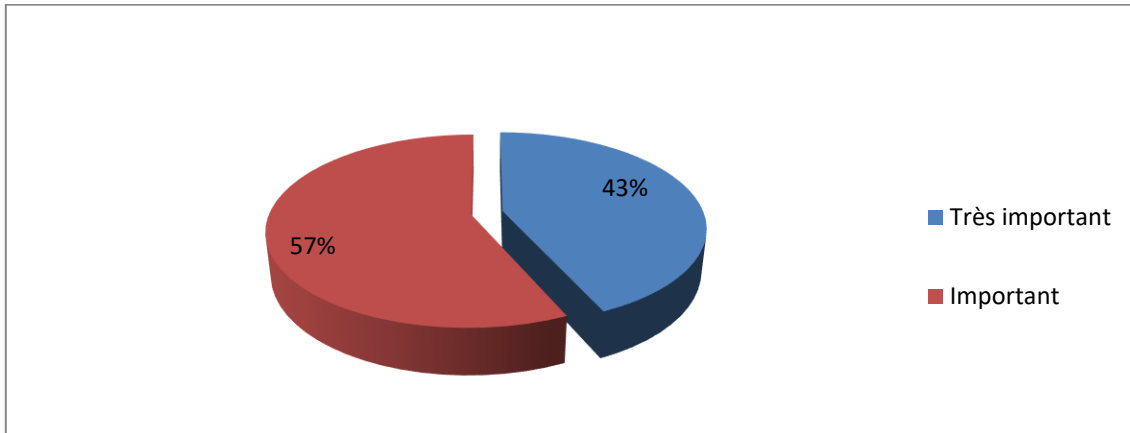
Le tableau ci-dessous montre le paiement électronique durant la crise actuelle

Tableau N°36: le paiement électronique durant la Covid-19

Le paiement électronique durant la COVID-19	Effectifs en %
Très important	43%
Important	57%
Total général	100%

Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°19: Les services de la banque à distance durant la COVID-19.



Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Les données ci-dessus expriment l'avis des différents clients quant à l'utilité de paiement électronique avec l'apparition de la COVID-19. Les résultats ci-dessus montrent que 57% des clients de notre échantillon trouvent que le paiement électronique est important surtout avec l'apparition de la pandémie COVID-19 alors que 43% ont répondu « très important ». Il est évident que la crise sanitaire que nous vivons actuellement a prouvé l'importance, mais surtout la nécessité et l'urgence pour les banques de généraliser le paiement électronique. Les restrictions de déplacements et la possibilité de transmission de ce virus par les objets (pièces et billets de monnaie, entre autres), sont la preuve que ces outils doivent être démocratisés pour une meilleure diffusion auprès de la clientèle.

3.2.5.1. Les services digitaux de la Trust Bank durant la COVID-19

Le tableau ci-dessous expriment l'avis des clients interrogés quant à l'utilité de la digitalisation de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215 avec l'apparition de la COVID-19

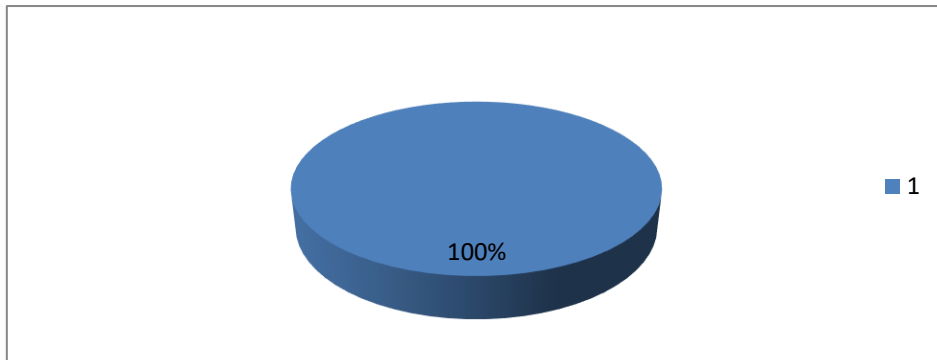
Tableau N°37: Les services digitaux de la Trust Bank durant la COVID-19

Les services digitaux de la Trust Bank durant la COVID-19	Effectifs en %
Oui	100%
Non	0%
Total	100%

Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Figure N°20: Les services digitaux de la Trust Bank durant la COVID-19 face au besoin de la clientèle



Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

La présentation graphique et le tableau ci-dessus expriment l'avis des clients interrogés quant à l'utilité de la digitalisation de la Trust Bank agence de Tizi-Ouzou 215 avec l'apparition de la COVID-19. Les résultats ci-dessus montrent que la totalité des clients de notre échantillon trouvent que la digitalisation de la banque a permis de faire face à leurs besoins.

La recherche de la transformation de l'activité bancaire a été pendant longtemps et reste l'objectif stratégique majeur des banques. D'après les résultats de l'analyse 100% des clients trouvent que la digitalisation est d'un apport important de la transformation de l'activité de la banque surtout depuis l'apparition de la pandémie COVID-19.

Les résultats nous ont amené à relever que le rapprochement des clients à l'égard des outils digitaux est plus présent avec l'apparition de la pandémie.

3.2.5.2. La généralisation du paiement à distance

Le tableau ci-dessous montre l'avis des clients interrogés sur la généralisation du paiement à distance avec l'apparition de la pandémie liée au COVID-19

Tableau N°38: La généralisation du paiement à distance

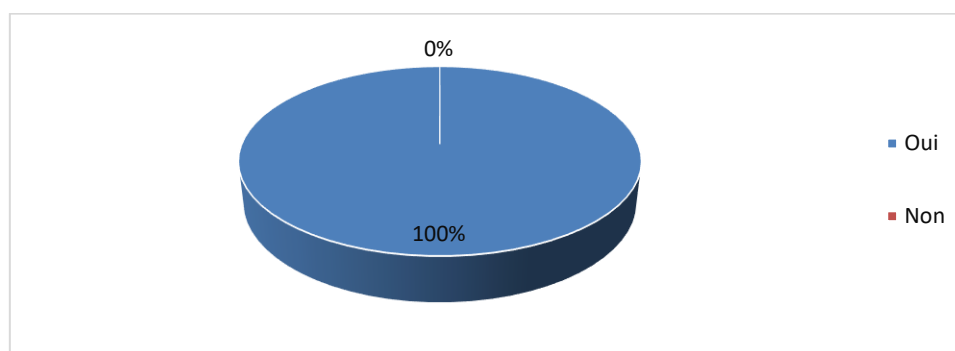
la généralisation du paiement à distance	Effectifs en%
--	---------------

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Oui	100%
Non	0%
Total	100%

Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Figure N°21 : La généralisation du paiement à distance



Source : par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Le tableau et la présentation graphique ci-dessus expriment l'avis des clients interrogés quant à l'importance et l'utilité de la généralisation du paiement à distance avec l'apparition de la pandémie liée au COVID-19. Les résultats ci-dessus montrent que la totalité des clients de notre échantillon trouvent que les services et les moyens de paiement à distance leur permettra de faire face à leur besoin durant la crise actuelle.

D'après les résultats de l'analyse 100% des clients trouvent que la généralisation du paiement à distance est d'un apport important de la transformation de l'activité bancaire depuis l'apparition de la pandémie COVID-19.

Conclusion du chapitre III

Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215

Le système bancaire a connu un développement important et la digitalisation jouent un rôle croissant dans l'évolution des métiers bancaires.

Nous avons mené notre enquête auprès de la Trust Banque Algérie agence 215 sises à la commune de Tizi-Ouzou, pour pouvoir répondre à la problématique de notre sujet de recherche.

L'objectif de notre étude avait pour finalité d'étudier l'apport de la Trust Bank Algérie dans l'amélioration et la modernisation du paiement électronique et l'intégration du processus de la digitalisation dans le système bancaire, les nouveautés apportées à ce dernier, notamment en plein crise sanitaire du COVID-19. Aussi nous avons comme ambition d'étudier les nouveaux moyens disponibles aux seins de l'agence, tels que les applications bancaires, les moyens de paiement.

En effet, l'intégration des nouvelles technologies par la Trust Bank Algérie agence 215 Tizi-Ouzou, a pour objectif d'améliorer l'activité bancaire, ainsi que la relation avec leurs clients, notamment par la mise en place de nouveaux canaux de distribution. Néanmoins, l'utilisation de ces nouveaux modes reste faible, le client algérien reste timide face à cette technologie et moyens de paiement dans des opérations standards. Les clients de notre échantillon confirment la dominance des canaux traditionnels tels que la carte Trust CIB.

*Chapitre III : le paiement électronique au sein de la trust Bank Algérie
agence de Tizi-Ouzou 215*

A decorative frame resembling a scroll, with a grey shadow on the left and top edges. The frame has rounded corners and a small scroll-like detail at the top right. The text is centered within the frame.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Conclusion générale

Le système bancaire en tant qu'intermédiaire financier intervient comme élément fondamental du processus de développement des systèmes de paiements et de la croissance économique.

L'installation des banques étrangères jouent un rôle fondamental dans le financement de l'économie. De même le système de paiement utilisé par ces établissements est considéré comme un indice important de l'évolution économique et monétiques des pays, ce dernier est composé d'établissement financière intermédiaires, de moyens de paiement, de procédures de paiement et de recouvrement.

L'usage de paiement électronique est devenu un atout majeur dans le développement des activités commerciales des entreprises, de nouveaux canaux de distribution sont mis en place par les TIC pour créer une synergie entre les canaux de distribution traditionnelles et digitale dans l'objectif d'augmenter leur chiffre d'affaires, leurs parts de marché et améliorer leur performance commerciale.

L'intégration des NTIC dans l'activité bancaire s'est avérée primordial en termes de performance et de différenciation. Les bouleversements induits par les NTIC au niveau de fonctionnement de la banque et de son activité sont aujourd'hui visibles. En effet, ces technologies ont ouvert un nouvel horizon pour les banques en changeant de façon profonde et durable la nature de leurs services financiers.

Avec ces technologies innovantes, les banques algériennes ont pris leur envol dans l'évolution électronique, via ces multiples canaux destinés à l'accès aux différentes prestations de services bancaires (DAB, GAB, TPE, carte bancaire...), cela au profit de leur clientèle.

En effet, la modernisation des moyens de paiement électronique par l'intégration des NTIC dans le secteur bancaire est un passage obligé pour que les banques puissent prétendre à la fidélisation de la clientèle et à la compétitivité. En interne comme le domaine relationnel, le bon usage des NTIC figure parmi les innovations susceptibles de faire la différenciation entre les banques.

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous avons mené une étude sur le paiement électronique, et l'importance de la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215 dans le développement et la modernisation de ce dernier. De ce fait, pour répondre aux objectifs que nous nous avons fixés, il a fallu suivre une démarche méthodologique.

Conclusion générale

Pour pouvoir répondre à notre question principale nous avons partagé notre travail en trois chapitres. Le premier chapitre était consacré à donner une image globale du système de paiement électronique et l'évolution de ces instruments et moyens de paiement. Nous avons aussi traité le paiement digital (paiement mobile), son fonctionnement, ces catégories et son impact durant la crise actuelle liée au COVID-19.

Dans le second chapitre nous nous sommes attardés à donner une image globale du système bancaire algérien et un aperçu de son évolution dans le temps depuis l'indépendance. Nous avons aussi traité l'intégration des NTIC ainsi que le phénomène de digitalisation de l'activité bancaire. Nous avons fini par traiter le paiement électronique en Algérie.

Le chapitre trois qui constitue le cœur de notre travail est une enquête d'investigation auprès de la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215. Notre recherche a été menée à l'aide d'un questionnaire durant notre stage pratique.

Notre recherche nous a permis d'arriver à un certain nombre de conclusions concernant le degré et l'état de paiement électronique en Algérie et l'apport de la Trust Bank Algérie dans le développement de ce dernier. Nous sommes arrivés aux conclusions suivantes : la Trust Bank Algérie s'adapte aux développements des nouvelles technologies et l'amélioration de nouveaux moyens et techniques de paiements électroniques. Notre échantillon montre qu'une forte majorité des clients interrogés sont des particuliers et entreprises activant dans différents domaines, ce qui justifie l'image de marque que dégage la Trust Bank Algérie. Aussi nous avons remarqué que la Trust Bank Algérie agence de Tizi-Ouzou 215 est plus réceptive à la digitalisation.

Concernant les clients, ces derniers sont réticents par rapport aux moyens de paiement électronique, à savoir (Easy Card, Visa Card, Mastercard). Ils préfèrent se déplacer aux agences pour effectuer les différentes opérations et avoir des renseignements.

A ce sujet, en tenant de répondre à notre problématique nous pouvons dire que le degré d'intégration de paiement électronique et l'utilisation de ces différents outils et moyens de paiement reste en phase de développement et celle-ci utilisent peu la numérisation. De ce fait, il nous est impossible de confirmer l'**hypothèse 1**, qui stipule que « le paiement électronique est considéré comme un moyen incontournable qui permet aux banques d'améliorer la qualité de ses services au profit de sa clientèle ». Du fait que nous n'avons pas assez d'éléments pour la confirmer. Pour les deux hypothèses restantes, elles sont confirmées, dans la mesure où

Conclusion générale

l'agence présente un éventail d'outils digitaux (applications téléphoniques, site internet). Aussi la totalité des clients de l'agence interrogés se sont initiés à l'utilisation des outils digitaux avec l'apparition de la pandémie liée au COVID-19, ce qui augmente considérablement l'application de l'utilisation de paiement électroniques, et estime une implantation d'une culture bancaire chez les clients.

Toutefois, ce travail comprend certainement des insuffisances et des lacunes qui demandent à être améliorés dans le futur.



BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

Ouvrages

- ❖ Alain Beiton et all. CURSUS Dictionnaire des sciences économiques. Armand Colin Editeur, Paris 1991.
- ❖ AMMOUR. Benhalima. « Le système bancaire Algérien, textes et réalité », 2eme édition, Algérie, édition DAHLAB, 2001.
- ❖ ANDREW. Sheng, « Glossaire CSPK des termes utilisés pour les systèmes de paiement et de règlement BRI » paris, 2003.
- ❖ BELLACHE. Youghourta. « Le secteur informel en Algérie : approches, acteurs et déterminants », Les cahiers du CREAD n°105/106-2013.
- ❖ BOULEY. F. « moyen de paiement et monétique », édition EYROLLES, paris, 1990.
- ❖ CHAINEAU. A. « mécanismes et politiques monétaires », Edition Dalloz, 1973.
- ❖ CHEHRIT. Kamal « dictionnaire des termes de finance, banque, bourse, assurance, impôt, fiscalité », 2^{ème} édition. Edition grand-Alger livres (G.A.L), Alger, 2006.
- ❖ CHENNTOUF, Tayeb. « L'Algérie face à la mondialisation. Alger ». Éditions CODESRIA, 2008
- ❖ COMBE François, TACHEIX Thierry « L'essentiel de la monnaie ». Édition Gualino, paris, 2011.
- ❖ Dekeuwer-Défossez. Françoise. « Droit bancaire ». 5^e éd. DALLOZ, paris, 1995.
- ❖ DOMINIQUE. Ramburre « Les systèmes de paiement », Ed, Economica, 2005.
- ❖ GEIBEN. Didier et all. « Cartes de paiement, Nouveaux enjeux et perspectives ». 2^{ème} Ed, paris, 2011.

ANNEXE

- ❖ GENARD.A, « Economie générale », 2^{ème} édition De-Boeck, Bruxelles, 1999.
- ❖ HASHEM, SHERIF Mustapha. SERHROUCHNI, Ahmed, « la monnaie électronique ». Edition EYROLLES, 2000.
- ❖ Jean-Pierre Toering, François Brion. « Les moyens de paiements ». Édition PUF, paris, 1999.
- ❖ MANSOURI, Mansour. « Système et pratique bancaire en Algérie ». Alger. Édition distribution HOUMA, 2005.
- ❖ MERZ. Sebastien. « La technologie BLOCKCHAIN ». Edition Bod. Paris, 2017.
- ❖ MISHKIN, Frederic. « Monnaie, banque et marchés financiers ». 8^e éd. Pearson Education France, 2007.
- ❖ MOSTAFA HASHEM SHERIF, « Paiement électronique sécurisés », édition presses polytechniques et universitaires romandes, 2007.
- ❖ NAZERI.B, Coulibaly. « La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) », Centre Africain d'Etude supérieures en Gestion (CESAG), mémoire de fin d'étude, promotion 2002.
- ❖ PIEDELVIERE. Stéphane. « Instrument de crédit et du paiement », 2^{ème} édition, Dollaz, 2001.
- ❖ PLIHOND, Dominique. « La monnaie et ses mécanismes », 4^e édition, la découverte, paris 2003.
- ❖ PIEDELIEVRE Stéphane. « Instrument de crédit et de paiement », 8^{ème} édition, 2014.
- ❖ RAMBURE. Dominique. « Le système de paiement », Edition ECONOMICA, paris, 2005.
- ❖ TOERNIG. Jean-Pierre. BRION. François. « Les moyens de paiement », édition PUF, Paris, 1999.

Thèses de doctorat

- ❖ BOUMEDIENE, Nadia. « Les NTIC dans le marketing des services bancaires en Algérie », thèse de doctorat, science commerciale, Oran 2, 2017.
- ❖ CHAIX Laetitia « Le paiement mobile : perspectives économiques, modèles d'affaire et enjeux concurrentiels », Thèse de doctorat, UNIVERSITE NICE SOPHIA ANTIPOLIS 2014.
- ❖ FERHANE, Fethi. « L'impact du marketing digital sur la performance des entreprises : cas d'un échantillon d'entreprises algériennes ». Thèse de doctorat, sciences économiques, SIDI BELABBES : université Djillali Liabes, 2019.
- ❖ LAZREG Mohamed, « Développement de la Monétique en Algérie, Réalité et Perspectives », Thèse Présentée pour l'obtention d'un diplôme de doctorat en sciences de gestion. UNIVERSITE ABOU BAKR BELKAID TLEMCEN.2015.
- ❖ VERDIER. Marianne, « inter changes et tarification des systèmes de paiement par carte », Thèse de Doctorat en Science Social, Télécom paris Tech, 2008.

Mémoire de magister et de master académique

- ❖ AIT ABDELLAH. K. BACHA. D, « la mesure de la satisfaction client dans le secteur bancaire », mémoire de master, science commerciale, UMMTO, 2015.
- ❖ BOULENOUAR. Nassima Ouarda. « Les nouveaux supports de communication TIC : facteur de différenciation dans l'activité bancaire », mémoire de magister, école doctorale d'économie et de management, Oran, université d'Oran, FSEGC.
- ❖ Christophone De Almeida et Anthony. Moysan. « Le paiement mobile sans contact en France ». Mémoire de master, pole paris alternance, 2013.
- ❖ DIMAHA, Oumaima. « Le comportement du client marocain vis-à-vis les grandes tendances monétiques et l'industrie du paiement mobile au Maroc ». Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme l'ENCG. Université Cadi Ayyad, Ecole Nationale de Commerce et de gestion.
- ❖ SAIM, Tahar. « L'impact des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans la fonction ressources humaines(FRH), cas de la région transport ouest (RTO / SONATRACH) », mémoire de magister, management des entreprises, Oran, université d'Oran, FSEGC.

Revues

- ❖ AIT OUHAMMOU, Meriem; AIT TALEB, Nezha ; KHARIF, Mohammed.
« Transformation digital : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines ». Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume1, N°1, Janvier-Mars 2019.

Site Internet

- ❖ www.larousse.fr.
- ❖ www.zonetronik.com.
- ❖ www.echosdunet.net.
- ❖ www.canada.ca.
- ❖ www.e-marketing.fr.
- ❖ www.linternaute.fr.
- ❖ www.bladi.net.
- ❖ www.fr.statista.com
- ❖ www.lefigaro.fr.
- ❖ www.alphalives.com.
- ❖ www.syloe.com.
- ❖ www.management-academy.tv
- ❖ www.revue-banque.fr.
- ❖ www.management-academy.tv.
- ❖ www.comminfiltration.com
- ❖ www.banquemondiale.org.
- ❖ www.bank-of-algeria.dz.
- ❖ www.sofrecom.com.
- ❖ www.larousse.fr.com.
- ❖ www.academia.com.
- ❖ www.trustbank.dz.
- ❖ www.enssea.net.
- ❖ www.synalcom.fr.
- ❖ www.satim.dz.

- ❖ www.made-in-algeria.com.
- ❖ www.algerie-eco.

Document interne de la banque

- ❖ Rapport annuel 2019 du Trust Bank Algérie.

Autre document

- ❖ Guide- des banques-Algérie-2012.
- ❖ Rapport de la banque d'Algérie (2006) « modernisation de l'infrastructure du système bancaire », page. 114 [http://www.bank-of-algeria.dz/chapitre_VI.pdf], consulté le 26/10/2020.
- ❖ Règlement n°93-01 du 03 janvier 1993 fixant les conditions de constitution des banques et d'établissement financiers et d'installation de succursale de banque et d'établissement financier étranger.
- ❖ Article 62 de l'ordonnance n° 2003-11 relative a la monnaie et au crédit.

ANNEXE NUM 01

Questionnaire

Madame, Mademoiselle, Monsieur

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Economiques, option : Economie Monétaire et Bancaire, nous sollicitons votre contribution pour la réalisation d'une enquête sur le rôle des banques étrangères dans le développement de l'e-paiement (paiement électronique) en Algérie cas : TRU.

A cet effet, et pour bien mener notre enquête, nous vous prions de bien vouloir nous aider en répondant à ce questionnaire

Ce questionnaire restera confidentiel et utilisé à des fins strictement scientifiques.

N.B : Veuillez s'il vous plait côcher (X) les cases qui vous conviennent

01 : partie péronnelle.

1. vous êtes :

Homme Femme

2. Quel âge avez-vous ?

- Entre 18 ans et 25 ans
 Entre 26 ans et 35 ans
 Entre 36 ans et 45 ans
 Entre 46 ans et 55 ans
 Plus de 55 ans

3. Quelle est Votre catégorie socioprofessionnelle ?

- Particuliers Etudiant
 Professionnels Retraités
 Entreprises Autres, précisez.....

02 : choix de la banque et le mode de connaissance des services et moyens de paiement électronique émis par la Trust Bank Algérie

4. Pourquoi avez-vous choisi la Trust Bank Algérie ?

- Bonne qualité de services
- Image de marque
- Diversité des produits
- Tarif des opérations et produits
- Recommandée par les clients de la TRUST BANK
- Autre, précisez.....

(Cochez la ou les cases correspondantes à votre choix)

5. Comment évaluez-vous la qualité d'accueil du personnel de l'agence Trust Bank Algérie ?

- Satisfaisantes Moyennes Mauvaises

6. Quels sont les services de banque à distance cités ci-dessous dont vous avez connaissance ?

- TB@NET
- TB@NET+
- TB@MAILING
- HISSABI
- SMS Banking

7. Quels sont les moyens de paiement électronique cités ci-dessous dont vous avez connaissance ?

- Trust CIB
- Trust visa card
- Master Card travel
- Easy card by Mastercard
- Carte trust affaire
- Carte TAWFIR et TAWFIR TASSAHOUMI

8. Quelle sont les services de banque à distance auxquels vous êtes abonnés ?

(Cochez la ou les cases correspondantes à votre choix)

- TB@NET
- TB@NET+
- TB@MAILING
- HISSABI

- SMS Banking

9. Quels sont les moyens de paiement électronique cités ci-dessous auxquels vous êtes abonnés ?

- Trust CIB
- Trust visa card
- Master Card travel
- Easy card by Mastercard
- Carte trust affaire
- Carte TAWFIR et TAWFIR TASSAHOUMI

**10. Pour quel type d'opération utilisez-vous ces services et moyens de paiement ?
(Cochez la ou les cases correspondantes à votre choix)**

- Consultation du solde
- Simulation de crédit
- Demande de chéquier
- Vérification des mouvements de fonds
- Edition de relevé de compte
- Autre, précisez.....

11. Pour quelles raisons opteriez-vous pour les services et moyens de paiement électroniques émises par la TRUST BANK ?

- L'offre d'une multitude de services
- La disponibilité
- La commodité
- La personnalisation de l'offre
- Gain du temps
- Des prix moins chers

03 : Paiement électronique et les clients

12. Quelles sont à votre avis les facteurs qui dopent les opérations de paiement électronique

- Gain du temps
- Sécurité des transactions
- Disponibilité du paiement électronique à tout moment
- Tarifs des transactions appliquées
- Autre, précisez.....

13. Avez-vous rencontré des problèmes de paiement électronique par les moyens de paiements auxquels vous êtes abonnés :

- Oui Non

Si votre réponse est "non" allée directement à la question suivante

Si oui, de quel type :

- Double facturation Transaction échouée de sécurité une arnaque
 Autres, précisez.....

14. Trouvez-vous que le paiement électronique est nécessaire pour vos activités et besoins ?

- Beaucoup
 Moyennement
 Un peu
 Pas du tout

15. Veuillez qualifier votre degré de confiance que vous avez envers les moyens de paiement électronique que vous utilisez :

- J'ai beaucoup de confiance J'ai confiance
 Je suis indifférent J'ai peu de confiance
 Je n'ai aucune confiance

La COVID-19 et la digitalisation

16. Avec la pandémie du COVID-19, considérez-vous que le paiement électronique soit :

- Très important
 Important
 Peu important
 Pas du tout important

17. avec la pandémie du COVID-19, les services digitaux de la Trust Bank ont-ils permis de faire face à vos besoins :

- Oui Non

18. êtes-vous pour la généralisation du paiement à distance

- Oui
 Non

A decorative border resembling a scroll, with a grey shadow and rounded corners, framing the central text.

TABLES DES MATIERES

Tables des matières

Tables des matières

Le développement de la technologie a amené les autorités monétaires à instaurer un système de paiement moderne, et à investir progressivement dans les nouvelles technologies de l'information et de communication (NTIC).