

UNIVERSITE MOULOU MAMMERI, TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES



Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du Diplôme de Master

En Sciences Economiques

Spécialité : Economie monétaire et bancaire

Sujet :

L'impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance bancaire : cas de la BDL et le CPA de Tizi-ouzou.

Réalisé par :

Kessi Yasmine

Slimani Ouiza

Encadré par :

M^{me} MATMAR Dalila

Devant les jurys composés de :

Présidente : M^{me} SALMI Samya

, UMMTO.

Examineur : M^r SAM Hocine

, UMMTO.

Rapporteur: M^{me} MATMAR Dalila

, UMMTO.

Promotion : 2018-2019

Remerciement

Nous tenons avant tout à remercier Dieu tout puissant de nous avoir donné la force et la volonté pour achever ce modeste travail.

Nous tenons tous particulièrement à adresser nos remerciements les plus vifs à notre promotrice, Mme Matmar Dalila qui nous a fait l'honneur de nous guider tout au long de son élaboration, nous sommes reconnaissantes, pour ces conseils précieux, son sérieux dans le travail et surtout sa patience.

Nous remercions également les responsables de la banque de développement local et le crédit populaire d'Algérie et leurs personnels pour leurs accueils et surtout M mouhoun et M Smadhi pour leurs conseils et leurs disponibilités permanentes.

Nous remercions le directeur de la maison de jeune « chelah mohend » de bouzequene M Kessai youcef et leur personnel pour leurs soutiens tout au long de la réalisation de ce travail.

Nos profonds remerciements pour les membres de jury qui ont accepté d'évaluer ce travail.

Nous ne pouvons-nous empêcher d'avoir une pensée pour ceux et celles qui ont répondu présents et nous ont offert leur soutien moral dans les moments difficiles et qui étaient à nos côtés pour partager avec nous les moments de joie.

Dédicace

Je remercie dieu de m'avoir donné le courage et la volonté pour faire ce modeste travail qui est le fruit d'un grand effort, que je dédie à :

Mes chers parents qui m'ont beaucoup aidée et soutenue durant ma vie et surtout dans mes études, que dieu les protèges

*Mes chers grands parents que dieu leur procure bonne santé et longue vie
A mon frère et ma petite sœur*

Mes oncles et leurs familles

Mes meilleurs amis qui m'ont donné leur amitiés

A ma binôme Ouiza et toute la famille Slimani

Tous ceux qui m'ont aidée de près ou de loin.

Yasmine

Je dédie ce modeste travail, comme preuve de respect, de gratitude et de reconnaissance à :

Mes chers parents, Aucun hommage ne pourrait être à la hauteur de l'amour dont ils ne cessent de me combler, que dieu leur procure bonne santé et longue vie.

A mon frère et à ma Sœur qui m'ont soutenu.

A mon cher mari Hakim celui qui s'est toujours sacrifié pour me voir réussir et à ma belle-famille.

A mes Amis

Tous ceux qui m'ont aidée de près ou de loin

A ma binôme Yasmine avec qui j'ai partagé les bons moments ainsi que les dures épreuves et à toute la famille Kessi.

Ouiza

Liste des Tableaux

Tableau n°1 : Évolution du capital social de la banque (1966-2010).....	66
Tableau n°2 : les technologies adoptées par les deux banques.....	71
Tableau n°3 : Les fonctionnalités d'un site web	72
Tableau n°4 : Niveau de satisfaction des responsables après l'adoption des nouvelles technologies.....	74
Tableau n°5 : les cartes interbancaires utilisées dans la banque	81
Tableau n°6 : Les formations effectuées pour les utilisateurs des TIC	81
Tableau n°7 : les attentes des clients sont mieux prises en compte, grâce aux TIC	82
Tableau n°8 : Portefeuille des particuliers	83
Tableau n°9 Portefeuille des entreprises	83
Tableau n°10 : automate le plus utilisé	84
Tableau n°11 : connaissance de l'existence de problème lors de l'utilisation de la carte interbancaire.....	85
Tableau n°12 : Coût de transaction par carte bancaire	86
Tableau n°13 : La préférence des moyens de paiement.....	87
Tableau n°14 : la convenance du plafond de retrait.	87
Tableau n°15 : Inscription pour effectuer les transactions bancaire électroniques (E-banking).....	88
Tableau n°16 : L'utilisation du système E- banking	89
Tableau n°17 : Les commissions à payer pour cette application.....	90
Tableau n°18 : Niveau de confiance que les clients ont pour les technologies	90
Tableau n°19 : La satisfaction des services offerts par la banque	91
Tableau n°20 : La différence avant et après l'adoption des technologies dans votre banque.....	92

Listes des figures

Listes des figures

Figure n°1 : Matrice d'intensité informationnelle selon les secteurs d'activité	8
Figure n°2: La place de système dans l'organisation	9
Figure n°3 : Les éléments de la communication.....	15
Figure n°4 : La performance dans un optique résultat	23
Figure n°5 : Exemple d'un réseau WAP.	47
Figure n°6 :Illustration du fonctionnement d'un SMS-Banking	48
Figure n°7 : Guichets automatiques des billets (GAB).....	51
Figure n°8 : Exemple de lettre de change.....	54
Figure n°9 : Exemple d'un Billet à ordre.	55
Figure n°10 :Niveau de motivation des employés dans les deux banques.....	71
Figure n°11 : les fonctionnalités d'un site web.....	72
Figure n°12 : La fréquence de la mise à jour de site bancaire.....	73
Figure n°13 : Sensibilisation de la clientèle de la banque.....	73
Figure n°14: Niveau de satisfaction des responsables après l'adoption des nouvelles technologies.....	74
Figure n°15 :Les raisons d'adoption des TIC.....	75
Figure n°16 :Adoption d'une stratégie de développement d'un système d'information.....	75
Figure n°17 : Améliorer la performance par rapport à l'intégration des TIC	76
Figure n°18 : Amélioration engendrée par l'intégration des TIC	76
Figure n°19 : L'utilité des TIC dans l'amélioration des services, et l'innovation bancaire ...	77
Figure n°20 : Niveau d'utilisation d'E-banking par la clientèle de la banque	77
Figure n°21 Niveau de risque d'effectuer son paiement par l'Ebanking	78
Figure n° 22 :Inconvénients de la banque moderne	78
Figure n°23 : les technologies d'information est de la communication sont plus avantageuses que le contact humain pour les relations bancaire	79
Figure n°24 :Niveau de satisfaction.....	79
Figure n°25 :Niveau d'utilisation des réseaux sociaux.....	80
Figure n°26 :Le bienfait des TIC sur le travail.....	80
Figure n°27 :Niveau des connaissances sur l'utilisation des TIC.....	81
Figure n°28 :Les formations effectuées pour les utilisateurs des TIC.....	82
Figure n°29 : Le portefeuille des particuliers.....	83
Figure n°30 : Le portefeuille des entreprises.....	84
Figure n°31 : Les automates utilisés par les clients.....	84
Figure n°32 :les problèmes rencontrés lors d'utilisation de la carte	85
Figure n° 33 : Les coûts de transaction que les clients s'en charge a payés pour le fonctionnement de la carte interbancaire.....	86
Figure n°34 :Niveau de préférence des moyens de paiement	87
Figure n°35 :La satisfaction des clients par rapport au plafond de retrait.....	88
Figure n°36 : Niveau des clients inscrit pour effectuer les transactions E-banking	88
Figure n° 37 :Niveau d'utilisation du système E-banking.....	89
Figure n°38 :Les commissions à payer pour cette application	90
Figure n°39 : Niveau de confiance que les clients ont pour les technologies(E-banking)	91
Figure n°40 : Niveau de satisfaction des services offerts par la banque.....	91
Figure n°41 :La différence avant et après l'adoption des technologies dans votre banque....	92

Liste des abréviations

ANGEM : Agence Nationale de gestion du Micro-crédit en Algérie
ANSEJ : Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes
AISA: Association Internationale Soufie Alàwiyya.
ARPT: Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications.
ATCI: Algérie Télé-compensation Interbancaire.
ATM: Automatic Teller Machine.
BADR : La banque de l'Agriculture et du Développement Rural.
BEA : La Banque Extérieure d'Algérie.
BDL: Banque de Développement Local.
BNA : La banque National d'Algérie.
BEL: Banque en ligne.
BIN: Bank identification Number.
CNAC : Caisse Nationale d'assurance chômage
BRI: Banque des Règlements Internationaux.
CERIST : Centre de recherche et d'information scientifique
CCP: Centres des Chèques Postaux.
CNEP : Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance-banque.
CNMA : Caisse Nationale de Mutualité Agricole.
CPA: Crédit Populaire d'Algérie.
CPI: Centre de Pré-compensation Interbancaire.
CVV : Valeur de vérification de la carte.
CVV2: ce sont les 3 derniers chiffres au verso de la carte.
DAB: Distributeur Automatique De Billets.
DZ-PACK : Le réseau de transmission de donnée.
E-banking: banque électronique.
EDI: Echange de Données Informatiques.
ETL: Extraction Transfert Loading.
FIP: File transfert protocole.
GAB: Guichet Automatique Bancaire.
GPRS: General Packet Radio Service.
IDI: l'indice de développement des TIC.
M-banking: banque mobile.
NIP: Numéro d'identification Personnel.
NFC: Near Field Communication.
MS-DOS: Microsoft Disk Operating System.
NTIC: Nouvelles Technologie de l'Information et de la Communication.
OCDE: L'Organisation de Coopération et de Développement Economiques.
PDG : Président Directeur Général
PC: Personal Computer.
PME: Porte-Monnaie Electronique.
PMV: Porte-Monnaie virtuel.
R&D: Recherche et Développement.
RIB: Relevé d'Identité Bancaire.
RTGS: système de règlement brut en temps réel de gros montants et de paiement urgent.
SATIM: La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique
SI: Système information.
SIT: Système Interbancaire de Télé-compensation.
SMTP: Simple Mail transfer Protocol.

Liste des abréviations

SMMP: Strategic Meetings Management Program

SPA: Société par action.

SWIFT: Society For World Wide Interbank Télécommunication.

TCP/IP: Transmission Control Protocol/Internet Protocol.

TI : Technologie d'information.

TIC: Technologies de l'Information et de Communication.

TPE: Terminaux de Paiements Electroniques.

TSI: Technologie et système d'information.

WAP: Wireless Application Protocol.

UIT: Union Internationale des Télécommunications.

3G : Troisième Génération. (Qui augmente les vitesses de téléchargement sur son mobile).

4G : quatrième Génération.

SOMMIRE

Introduction générale	I
Chapitre I : Présentation des TIC et la performance	1
Introduction	1
Section 01: Cadre théorique et émergence des TIC	2
Section 02 : La performance et les principes de mesure	19
Section 03 : Les TIC, au service de la performance de l'organisation	24
Conclusion	30
Chapitre II : L'intégration des TIC dans le système bancaire	31
Introduction	31
Section 01 : La banque et la nouvelle économie	31
Section 02 : Les principales TIC adoptées par le secteur bancaire	36
Section 03 : le rôle des TIC dans l'évolution des moyens de paiements.	46
Conclusion	58
Chapitre III : Impact des technologies d'information et de la communication sur la performance bancaire(TIC) cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou	59
Introduction	59
Section 01 : Présentation des deux banques	60
Section 02 : Démarche de la méthodologie de recherche	63
Section 03 : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête	64
Conclusion	86
Conclusion générale	
Bibliographie	
Annexes	
Table des matières	
Résumé	

Introduction Générale

Au cours des dernières années, les Technologies de l'Information et de la communication (TIC) sont devenues un nouveau vecteur de plus en plus important de la croissance économique de l'organisation, elles ont transformé la planète en un petit village. Ces TIC ont changé le comportement du personnel (structure transversale). L'association de l'informatique et des télécommunications a permis de circuler l'information dans le monde, celui qui la détient à le pouvoir, l'information est la matière première du futur. Elles ont un fort impact sur le quotidien des individus et notamment sur leurs usages et habitudes donc exigent des compétences élevées et la maîtrise¹.

La révolution technologique dans le domaine de l'information et de la communication qui a accompagné le processus de mondialisation des années 80 a entraîné le décloisonnement des marchés financiers, une circulation plus fluide des flux financiers grâce à la déréglementation, ainsi que l'interconnexion des différents réseaux d'information et de la communication. Les structures du marché et les formes de concurrence ont ainsi, connu un changement radical.

Le secteur bancaire est le plus lourdement touché par ce phénomène. En effet, grâce à ces nouvelles technologies de l'information et de la communication, les banques ont profondément modifié la nature des produits et services qu'elles offrent. Le recours à de nouveaux canaux d'accès à leurs services est devenu plus qu'indispensable, d'où l'apparition de la banque à distance. Cette nouvelle donne attire aujourd'hui l'attention tant, des établissements bancaires et financiers que des clients, qu'ils s'agissent des individus ou des organisations.

Les banques proposent de plus en plus de produits et services exclusivement en ligne, grâce à Internet, aux téléphones équipés de plus en plus d'applications dédiées aux différents services bancaires et à l'apparition d'une clientèle plus ouverte et plus adaptée à ces nouvelles technologies. De la simple ouverture et la consultation d'un compte, à la souscription d'un crédit, cette nouvelle vague, d'innovations a complètement bouleversé la relation banque/client. Ce dernier dispose désormais d'une banque virtuelle, et ainsi la contrainte de temps et de proximité géographique ne se pose plus.

La diffusion des TIC s'est fait plus rapidement qu'il ne l'avait été prévu, plus de la moitié de la population mondiale à aujourd'hui, accès aux TIC notamment grâce à la révolution de la téléphonie mobile. L'accès à ces nouvelles technologies devient plus aisé leur rôle dans le développement socio-économique des pays, notamment arabes, est une thèse de plus mise en avant. Actuellement les nouvelles économies, net économique, e-commerce, font l'objet de nombreuses recherches, c'est pourquoi l'évolution technologique a conduit les sociétés modernes à adopter des nouvelles formes de travail.

Aussi, les besoins du consommateur ont évolué dans le domaine bancaire, il est de plus en plus exigeant et connaisseur ; la demande n'est plus la même. Il attend un service réactif, personnalisé et de qualité. Les TIC sont une mine d'informations pour les professionnels bancaires pour mieux comprendre leur clientèle et la satisfaire en temps réel.

Il est vrai que les TIC prennent de plus en plus de place dans l'organisation des structures de service au niveau des banques surtout dans les pays développés où l'offre et la demande

¹Abdelkader RACHEDI, L'impact des TIC sur l'entreprise, Université de Saida - Magister 2006.



Introduction Générale

sont bien alignés par rapport au concept. Ainsi, de nombreuses études affirment que le secteur bancaire a su imprimer une certaine dynamique grâce à une meilleure définition des procédures en vigueur et une meilleure structuration du système en général ; l'intégration des TIC apporte une réponse supplémentaire au problème de la saturation des canaux naturels de distribution de services bancaires¹.

Le développement de la nouvelle économie dépend des connaissances et de la créativité de l'être humain que des ressources naturelles. Cette nouvelle tendance de l'économie mondiale se trouve en pleine mouvance c'est-à-dire, une mutation d'une économie de production à une économie d'information et de savoir. L'économie du marché est une économie de réseaux des services ou l'information est la source moyenne de création de la valeur ajoutée. Ainsi, le partage de l'information et le partenariat s'impose au sein de l'organisation. Face à ces exigences telles que (mondialisation, ouverture du marché, alliance et partenariat..), les organisations algériennes doivent s'adapter avec les outils appropriés. En cela les Technologies de l'Information et de la Communication, abréviation souvent utilisée (TIC) offrent une meilleure opportunité pour l'organisation algérienne.

L'Algérie s'investit depuis 1990 dans un environnement concurrentiel dans l'objectif de libéraliser son système bancaire et l'intégrer au niveau international, à travers la promulgation de la loi N°90-10 du 14 Avril relative à la monnaie et au crédit. Plusieurs réformes ont suivi cette promulgation touchant tous le système bancaire.

Dans ce cadre, les autorités bancaires algériennes se sont engagées dans de nouvelles techniques financières pour améliorer et développer ses systèmes et moyens de paiement, assurant la circulation de la distribution des services avec une grande efficacité. En effet, une mise en œuvre de modernisation du système de paiement s'est inscrite dans le développement de la monétique qui a pour but de faciliter les transactions commerciales et développer la bancarisation de l'économie, avec une plus grande efficacité et sécurité des services. Egalement, avec l'introduction de deux systèmes de paiement, de gros montants et de paiement de masse, conformes aux standards internationaux pour assurer le bon fonctionnement des fonds de façon sûre, rapide et sécurisée.

La monétique a connu de grandes mutations dans la plupart des pays développés dans le domaine de la gestion des instruments de paiement, par le passage d'instruments de paiement traditionnels tels que les espèces et le chèque à des instruments modernes comme les cartes bancaires. Cela s'explique par la migration des instruments de type papier vers des instruments de type électronique, dans le but de faciliter les services bancaire.

Intérêt, objet de recherche et choix de sujet

Les TIC font parties de notre quotidien, donc c'est un sujet d'actualité et il est évident que l'on cherche à utiliser les services qu'ils offrent et d'exploiter ces nouveaux outils.

Ainsi, l'objet de ce thème est de montrer que les TIC apportent des nouveautés au sein des deux banques de Tizi-Ouzou. Mais, l'objectif principal de notre recherche est d'expliquer si l'intégration des nouvelles technologies dans ces banques ont un impact ou pas sur leur performance. Le choix du secteur bancaire algérien comme objet de notre recherche n'est pas fortuit, car il est à l'épicentre de ces profonds changements dus à la banalisation des nouvelles technologies.

¹Op .cit p80.

Introduction Générale

Problématique

Pour comprendre la réalité de la contribution des TIC dans les banques en termes de performance, nous avons choisi de cerner notre étude au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou. Les inconvénients présentés par cette wilaya, les banques n'empêchent pas l'intégration d'une démarche des TIC, du moment que ces dernières permettent à l'organisation de garantir sa performance et sa concurrence sur le marché. Dans un tel contexte, notre problématique s'articulera autour de la question centrale suivante: **Quel est l'impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance bancaire : Cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou ?**

Cette question principale soulève des interrogations secondaires à savoir :

- ✓ **Quelles sont les TIC utilisés dans la banque?**
- ✓ **Pourquoi les banques utilisent-elles les TIC ?**
- ✓ **Quel est l'impact des TIC dans la performance bancaire ?**

Afin de répondre à ces questions nous nous sommes basés sur les hypothèses suivantes :

H1 :La réalisation des activités bancaires sont plus rapide avec l'intégration des TIC.

H2 :L'adoption des TIC dans les banques algériennes améliore la relation avec ses clients et facilite le travail des employés.

H3 : Les TIC impact la performance de la banque.

Méthodologie de recherche

Afin de répondre aux différentes questions posées précédemment et de vérifier la validité des hypothèses que nous avons émises dans ce mémoire, nous avons tout d'abord effectué une analyse théorique et empirique visant à construire un corpus conceptuel nous permettant d'appréhender facilement le sujet. Ainsi, nous avons effectué une recherche documentaire où nous avons pu consulter et exploré différents ouvrages et supports tels que : les dictionnaires, les livres, les revues et sites web, afin de collecter le maximum d'informations en rapport avec notre travail. Ensuite, nous avons effectué une analyse de terrain en menant une enquête, par questionnaire, auprès des deux banques BDL et CPA de Tizi-Ouzou. Les réponses au questionnaire ont été analysées par Excel 2010 et interprétées selon les données collectées sur le terrain.

Plan de travail

Le plan de travail de ce mémoire s'articule autour de trois chapitres où les deux premiers sont théoriques alors que le troisième chapitre est consacré au cas pratique. Pour notre travail, et dans les trois chapitres (théorique et empirique), nous avons utilisé la méthode descriptive et analytique qui nous a permis de collecter et interpréter les informations pour pouvoir tester nos hypothèses. Ainsi, le premier chapitre est destiné à la présentation des Technologies de l'Information et de la Communication et la performance ; Ensuite, le deuxième chapitre représente l'intégration des technologies de l'information et de la communication dans le système bancaire et enfin, dans le troisième chapitre nous avons centré notre travail sur le cas algérien où nous avons présenté l'Impact des technologies d'information et de la communication sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-ouzou, en se basant sur une enquête de terrain via un questionnaire.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Introduction

L'avènement des technologies de l'information et de la communication représente une innovation et une révolution majeure dans plusieurs domaines de la vie de tous les jours autant professionnelle que sociale.

En effet, les TIC sont maintenant au cœur des investissements des organisations pourtant, bien que ces technologies aient apporté une puissance de calcul en progrès permanent, elles ont également causé de profondes modifications dans la structure de l'économie mondiale. De plus, profiter aux nations les plus développées qui sont passés d'une économie traditionnelle, appuyée sur des ressources matérielles, à une nouvelle économie, fondée sur la création de la connaissance et ayant permis à l'humanité de vaincre les facteurs temps et espace, comme elles ont amélioré la performance des organisations a plusieurs niveaux.

La performance est une question centrale pour les organisations et leurs dirigeants. C'est aussi un concept fondamental en science de gestion, les études portant sur l'évaluation de la performance occupent ainsi une place importante dans cette discipline, et avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication, il devient difficile d'aborder la question de performance des organisations indépendamment de ces outils.

Dans ce chapitre, qui est partagé en trois sections, nous tenterons de comprendre, dans la première section, le cadre théorique et émergence des technologies d'information et de la communication en essayant de les définir, d'évoquer leur émergence, leur historique ainsi que les propagations des TIC en Algérie et dans le monde. La deuxième section, portera sur la performance et ces principes de mesure, enfin la troisième section, abordera le sujet des TIC au service de la performance de l'organisation.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Section1 : Cadre théorique et émergence des technologies de l'information et de la communication

L'entreprise bancaire est particulièrement attentive aux changements technologiques qui s'opèrent dans son environnement.

Le système d'information est au centre du fonctionnement de toute entité organisationnelle. Il représente un ensemble d'éléments participant à la gestion, au traitement, au transport et à la diffusion de l'information au sein d'une organisation.

1.1. Emergence des Technologies de l'information et de la communication (TIC)

Connus sous diverses nominations, telles que technologies de l'information(TI), nouvelle technologies de l'information et de la communication(NTIC), ou technologies et système d'information(TSI), les technologies de l'information et de la communication(TIC) sont nées au cours des tentes dernières années de la fusion des télécommunications, de l'électronique, de l'informatique et des technologies de numérisation de l'information (en particulier de l'information audiovisuelle) GOLLAC ET all 2003¹ dans cet ordre d'idée, LOIKINE associe l'émergence des TIC à la convergence des progrès dans deux domaines distincts KEFI,2002².

D'une part dans la maîtrise de la matière minérale et organique, à travers notamment le mariage de l'optique et de l'électronique, la lumière et des électrons (supports de l'information) et d'autre part, dans l'élaboration de nouveaux moyens de traitement de l'information.

Cette convergence a permis de créer des outils (et techniques) réalisant des performances inédites en matière d'enregistrement, de stockage, d'analyse et de transmission de l'information et c'est l'apparition des TIC.

1.2. Définitions des technologies d'information et de communication

En analysant les différentes littératures de management, on constate qu'il n'y a pas de consensus sur la définition des TIC BOUHANNA ,2004³. Cela est dû notamment à plusieurs facteurs tels que l'hétérogénéité et la complexité de ces technologies, leurs diverses utilisations (aussi bien dans la vie professionnelle que dans la vie privée).

Les organisations utilisant les TIC⁴ vont sortir du support physique vers un support immatériel, selon le grand dictionnaire terminologique⁵ les TIC sont un « ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évoluées du multi-

¹ GOLLAC M., AFRIAT, C., LOUE, J .F, (2003), « Qualification et prospectives : Les Métiers face aux technologies de l'information », Rapport du commissariat général du Plan, Avril, France.

² KEFI ABDESSALEM, H., (2002), « Evaluation des technologies et systèmes d'information : perspective organisationnelle, proposition d'une modélisation et étude de cas », Thèse de doctorat, Université PARIS-DAUPHIN

³ BOUHANNA, A., (2004), « Les enjeux des NTIC dans l'entreprise », Revue économie et management, N°3, Mars

⁴ Anciennement dénommé NTIC.

⁵ Office québécois de la langue française. Le grand dictionnaire terminologique Québec. Retrieved March 10, 2009.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

média et des télécommunications qui ont permis l'émergence de moyens de communication plus efficaces, en améliorant le traitement, la mise en mémoire, la diffusion et l'échange de l'information ».

« Les technologies de l'information et de la communication se définissent comme une technologie qui, initialement, a beaucoup de marge d'amélioration et, en fin de compte, est utilisée dans une grande proportion des activités productrices, car ses usages sont multiples et présentent de fortes et nombreuses complémentarités avec d'autres technologies existantes ou à venir » Li pscy et al (1998)¹.

CHAPRON² définit pour sa part les TIC comme suit : « Technologie de l'information et de communication : expression aux contours assez flous, apparue avec le développement du réseau de communication, désignant tout ce qui tourne autour d'internet et du multimédia. Elle recouvre également la notion de convivialité accrue de ces produits et services destinés à un large public de non-spécialistes, au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audiovisuel, les TIC s'adressent au plus grand nombre ».

Les TIC regroupent également les innovations réalisées en matière de volume de stockage et de la rapidité du traitement de l'information et son transport grâce au numérique et aux nouveaux moyens de télécommunication. Elle est un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger des informations, plus spécifiquement des données numérisées. La naissance des TIC est due notamment à la convergence de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel.

Cette convergence génère une multitude de nouvelles possibilités, les technologies de l'information et de la communication abolissent à leur tour de nouvelles frontières.

Les TIC sont donc une construction entièrement nouvelle, mais faite à partir d'éléments anciens.

1.2.1. La technologie

C'est l'ensemble de ressources nécessaires pour manipuler l'information, comme les ordinateurs, programme et réseaux nécessaire pour la convertir, la stocker, la gérer, la transmettre et la retrouver. C'est l'application d'une technique de conception à des réalisations d'un produit, la technologie est définie comme suit :

« La technologie est l'ensemble des savoirs susceptibles d'être mise en application dans des produits ou des processus nouveaux »³.

Ainsi « les technologies constituent des véritables stratégies déterminantes pour acquérir ou maintenir un avantage concurrentiel »⁴.

¹ Lipsey R.G., C. Bekar et K. Carlaw (1998a), what requires explantation ? in Helpman (1998), General purpose technologies and economic growth, MITpress, cambridge,Massachussets

²CHAPPRON ; B.(2006). Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente : glossaire.

³ François, J., « L'intelligence économique », 2eme édition, Edition d'organisation, Paris, 2001, p. 18.

⁴ Idem.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Il est nécessaire de signaler que les nouvelles technologies ne sont toutefois pas une fin en soi mais un moyen d'offrir au client des services nouveaux dans les conditions d'accès plus conviviales comme il souligne Didier Reynaud : « la technologie bien utilisée sera un outil d'aide à la vie mais ne sera pas la Vie »¹.

1.2.2. L'information et système d'information

Ce point traitera la place qu'occupe le système d'information dans la collecte, la diffusion et le traitement de l'information, et son indisponibilité dans toute organisation.

1.2.2.1 L'information

D'un point de vue technique, l'information est un signe, un symbole, un élément qui peut être transmis et stocké, qui a été travaillée par l'ordinateur. Elle est définie comme étant une donnée organisée, traitée, significative et utile pour orienter une décision, l'information est un élément qui permet de compter notre connaissance sur un objet, un événement, un concept. Cette information peut se présenter sous diverses formes : la forme écrite (fiche, document....), et la forme oral.

Davis. G.B, et al ont défini l'information comme étant : « une image des objets et des faits, elle corrige ou confirme l'idée qu'on se fixe. Aussi, l'information représente les données transformées sous une forme significatives pour la personne qui la reçoit, elle a une valeur réelle perçue pour ses décisions et ses actions ».²

Selon Melèse.J : « une information pour un être vivant (ou un automate) est tout signal, tout message toute perception qui produit un effet sur son comportement ou sur son état cognitif »³.

Les informations nous permettent donc de compléter nos connaissances sur des événements, des personnes ou des objets. Elle est la composante de base d'un système d'information, elle peut être définie comme étant un moyen qui permet à toute entreprise de s'adapter à son environnement. Elles peuvent exister sous plusieurs formes : écrites, picturales, orales ou sonores voire tactiles ou olfactives. En informatique, cette information est également appelée «donnée».

Elle va être conservée, traitée ou transmise à l'aide d'un support.

Pour qu'une information soit fonctionnelle, il faut qu'elle soit utilisable et de qualité. Pour s'en assurer, elle doit remplir trois conditions⁴ : la dimension temporelle, le contenu et la forme.

¹Badoc, M., Lavyassier, B. et Copin, E., « e-marketing de la banque et de l'assurance », 2eme édition, Edition d'organisation, Paris, 2000, p. 16.

²Davis.G.B, Olson.M.H, Ajenstat.J, « systèmes d'information pour le management », Ed : Economica, Paris, 1985.p 6.

³Melèse.J, « Approche systématique des organisations », Ed : Organisation, Paris, 1990.p.10.

⁴O'BRIEN, J., Les systèmes d'information de gestion, de bouck université, Bruxelles, traduit par JUY Mario et GILLET Saint AMANT, 1955, p: 38.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

- **La dimension temporelle** : L'information doit être régulièrement mise à jour et surtout être accessible et disponible à tout moment.
- **Le contenu** : L'information doit être fiable, exacte et précise. Elle doit provenir de sources sûres et vérifiées. Elle doit aussi être pertinente, adaptée et utile.
- **La forme** : L'information doit être claire. Son organisation doit permettre sa bonne compréhension. Cette condition a été facilitée grâce aux nouvelles technologies de l'information en permettant de les présenter sous des formes et supports variés.

L'information au sein d'une organisation possède de multiples sources. Elles peuvent être internes comme les documents comptables et financiers, les documents sociaux, les notes de services, les informations concernant les salariés ou bien externes comme les médias, les factures, la publicité, les lettres. L'information est donc considérée comme un outil de communication externe et interne, elle est très importante au sein des organisations. L'information permet d'assurer la coordination des différents services qui composent l'organisation. Elle contribue ainsi à la cohésion sociale. Les organisations doivent donc mettre en place des moyens qui vont lui permettre une bonne gestion de la masse d'informations qui circule en son sein.

1.2.2.1.1 Types d'information bancaire

Toute information peut être soit formalisée ou informelle :

- **L'information formalisée** : est une information par destination, son but est précisément d'informer, et son degré de formalisation varie d'une source à l'autre. D'une manière générale, les sources formalisées sont le fait d'un travail d'enrichissement, de valorisation, de synthèse de l'information (études de marché, revues de presse, enquête journalistiques, rapports annuels ...). Par conséquent, plus l'information est formalisée, plus sa gestation fut longue, c'est pourquoi sa fraîcheur est moindre, mais au contraire elle est plus aisément exploitable et opérationnelle, de même, plus elle est formalisée, plus son coût est élevé.
- **L'information informelle (non maitrisables)** : c'est tout type de communication d'information qui ne se fait pas par l'intermédiaire d'un support physique institutionnalisé. Cette information est souvent recueillie oralement ce qui veut la collecter un grand travail de contact, de concentration et de curiosité.

1.2.2.1.2. Le traitement de l'information

Le traitement de l'information est le processus de changement de l'information de toute manière détectable par un observateur. Le traitement est l'opération de transformation des données par changement de leur aspect et/ou modification de contenu par agglomération, par calcul, reformulation et commentaire....

De ce fait, il constitue la fonction la plus importante du système d'information car il entraîne la création d'information directement utilisable par les décideurs. Il porte essentiellement sur les hommes qui transforment les données en informations, significatives correspondant aux attentes des utilisateurs. Le défi pour cette opération est le caractère intangible de

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

l'information, c'est à dire son immatérialité, et vitalité. Ce qui signifie, qu'une information peut être importante de l'instant et n'avoir aucune importance quelque instant après¹.

Une fois traitée, l'information peut être diffusée sous trois formes²:

- **L'information orale** : c'est l'information qui se transmet directement entre les individus, le seul support de stockage permanent de cette information est le cerveau humain, ce qui rend difficile l'appréhension de son traitement. Cependant, il est possible d'enregistrer et de stocker cette information surtout sous forme magnétique.

- **L'information picturale (image, graphique, dessin...)** : cette information peut être sous forme d'une simple courbe ou des photographies en couleurs sur plusieurs types de supports ainsi : le papier ; les films ; les supports magnétiques, analogiques...

- **L'information écrite (ou texte)** : c'est l'information la plus utilisée dans les systèmes d'information des organisations sociales. Ses supports sont aussi nombreux mais le papier est actuellement le seul support utilisé.

1.2.2.1.3. Les objectifs de l'information

Parmi les objectifs de l'information on trouve, du côté des organismes financiers, la possibilité de mieux apprécier la portée de son effort, mieux situer son activité dans tout ce qui constitue la banque, mieux comprendre les problèmes de gestion qui ne sont pas seulement de domaine de la direction générale, puisque chacun est responsable, mieux comprendre les règles du jeu économique et la raison de certaines décisions concernant soit la gestion au jour le jour soit les projets importants, lutter contre le cloisonnement, c'est-à-dire tout le monde doit être informé.

Et du côté des salariées, les informations permettent de développer les relations interpersonnelles, en contribuant à une meilleure intégration des individus dans l'organisation, ainsi qu'à la concertation, le dialogue et la négociation, et de lutter contre la politique du secret.

1.2.2.2. Le système d'information

Ce point traitera de la place qu'occupe le système d'information dans la collecte, la diffusion et le traitement de l'information, et son indisponibilité dans toute organisation.

1.2.2.2.1. Définitions du système d'information

La définition de LAUDON K. et LAUDON L. Du système d'information est la suivante « Un système d'information est un ensemble de composantes inter-reliées qui recueillent de l'information, la traitent, la stockent et la diffusent afin d'aider à la prise de décision, à la coordination et au contrôle au sein de l'organisation»³.

¹SLAOUTI A, la revue des sciences commerciales, méthodologie d'identification des systèmes d'informations pertinents, INC, numéro 01, 2002, p: 111.

²HENRI Briand, JEAN –Bernard Crampes et les autres, les systèmes d'information analyse et conception, édition DUNOD informatique, paris, 1986, p: 20-21.

³LAUDON K. et LAUDON L. Management des systèmes d'information p.13.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Selon Hugues ANGOT¹, un système d'information est d'une part, un ensemble organisé d'éléments qui permet de regrouper, de classifier, de traiter, et de diffuser l'information sur un phénomène donné. D'autre part, c'est un réseau complexe, de relations structurées ou interviennent des hommes, des machines et procédures et qui a pour objet d'engendrer des flux ordonnés d'informations pertinentes, provenant des sources internes et externes à l'organisation et destiné à servir de base aux décisions. L'utilisation de moyens informatiques, électroniques, et de communication permet d'automatiser et de dématérialiser les opérations définies par les procédures de l'organisation.

Un système d'information se compose des ressources d'une organisation qui vont servir à récolter, structurer, saisir et stocker des données, pour, par la suite, transformer ces données en informations utilisables et les transmettre, les communiquer aux utilisateurs ou de les diffuser au sein de l'organisme sous une forme adaptée.

Un système d'information ne doit pas être confondu avec un système informatique qui lui est composé d'ordinateurs, de programmes, de logiciels au sein d'une organisation.

La mission du système d'information est de gérer les informations opérationnelles et décisionnelles et donc de faciliter l'échange de ces informations entre les différents acteurs de l'organisation. Il véhicule l'information au sein des organismes.

1.2.2.2. Typologie des systèmes d'information

Pour la plupart des organisations, il existe une variété de besoins d'informations. Le système d'information couvre trois grands domaines, qui se sont historiquement développés. Distinguant ainsi trois types de systèmes d'informations à savoir :

- **Système d'information opérationnel** : qui consiste en la collecte, la mémorisation et le traitement des données nécessaires à la conduite de l'activité afin d'automatiser certaines tâches opérationnelles dont l'objectif était de supprimer ou d'alléger des activités administratives répétitives ; actuellement, l'objectif de ces systèmes ne se limite pas à l'automatisation des fonctions existantes mais de repenser les processus de l'organisation en tenant compte des opportunités offertes par les technologies.

- **Système d'information d'aide à la décision** : les cadres supérieurs ont besoin de renseignements pour aider à la planification de leurs affaires afin de prendre des décisions. Et c'est le système d'information d'aide à la décision qui se charge de fournir des indicateurs pertinents sur l'activité, de mieux connaître les clients, d'offrir des outils d'analyse et de simulation, ainsi que la gestion de la connaissance.

- **Système d'information et de communication** : son rôle est de communiquer les informations en interne et les échanger avec les partenaires externes, c'est-à-dire de rendre les systèmes accessibles, via les technologies internet, aux acteurs internes (employés) et externes (clients) en fonction de leurs besoins.

¹ANGOT, H., Système d'information de l'entreprise, analyse théorique des flux d'information des cas pratiques, 3eme édition entreprise de Bouck, université, 1998, p : 15.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

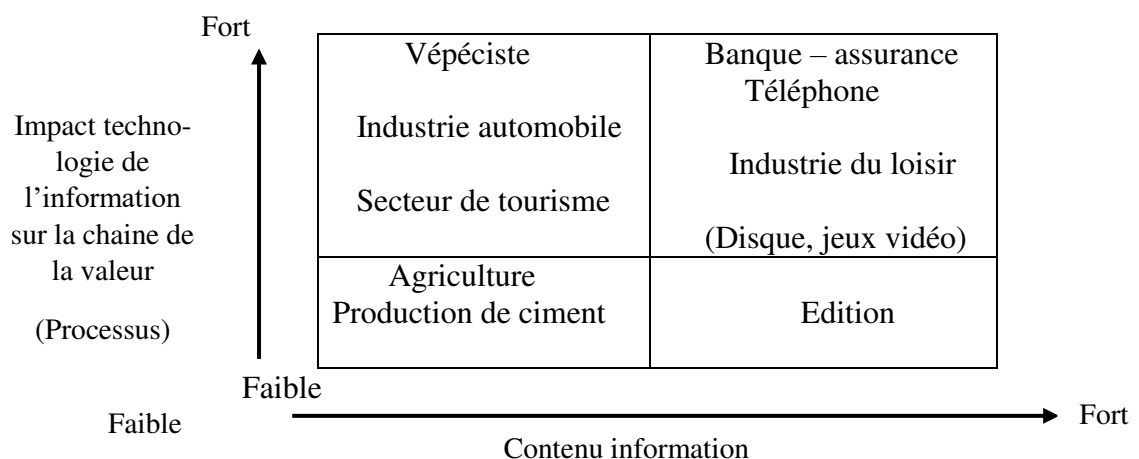
1.2.2.2.3. Les déterminants du système d'information

Un ensemble des facteurs explique l'évolution actuelle des systèmes d'informations, cette évolution est déterminée par l'environnement technologique et économique :

- **L'environnement technologique** : le développement des technologies offre en effet, des nouvelles opportunités aux organisations qui doivent la saisir pour répondre aux besoins de la clientèle et créer de la valeur ajoutée.
- **L'environnement économique** : il se caractérise par de nouvelles règles de compétition : marché mondial, organisation de certaine entreprise en réseau avec leurs clients et fournisseurs, création de nouveaux services à valeur ajoutée, notamment via le web. Cet environnement implique un accroissement des capacités de communication des organisations et explique l'accent mis sur les réseaux et sur la mise à disposition à distance des applications.

Le secteur d'activité dans lequel évolue l'organisation joue un rôle primordial sur l'orientation de son système d'information. Dans ce contexte, on propose une classification des secteurs d'activité selon leur intensité informationnelle.

Figure n°1 : Matrice D'intensité informationnelle selon les secteurs d'activité



Source : Delmond .M.H, Gautier. Y. P. J.M « management des systèmes d'information », Ed : DUNOD- France .2003

- Le premier axe correspond à l'impact des technologies de l'information sur la chaîne de valeur, c'est-à-dire les processus des activités opérationnelles (R&D, achat, production, logistique, vente, après-vente) et fonctionnelles (ressources humaines, contrôle de gestion, services généraux.)

- Le second axe mesure le « contenu informationnel » du produit ou du service. Celui-ci est maximal pour des activités comme la banque ou l'assurance et est en progression dans beaucoup de secteurs, du fait de l'évolution des services informationnels associés aux produits (comme l'achat et vente en ligne par exemple).

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

1.2.2.2.4. Les qualités de système d'information

Le système d'information comporte quatre qualités :

- **La rapidité**, il doit diffuser l'information rapidement car elle a une durée très périssable, les gestionnaires de bases de données ont permis via des réseaux locaux et publics de mettre à la disposition de tous les utilisateurs une masse d'informations mis à jour instantanément en une seule fois.
- **La fiabilité** (intégrité des informations), c'est à dire conforme à la réalité, ou le plus proche possible (attention aux rumeurs, aux bruits).
- **La pertinence** : le système d'information doit procurer à chaque agent toutes les informations dont il a besoin et uniquement celles-là.
- **La confidentialité** : tout doit être fait pour éviter les fuites (mot de passe, clé d'accès...).

1.2.2.2.5. La place du système d'information dans l'organisation

Le système d'information assure le couplage organisationnel entre les systèmes opérationnels et les systèmes de pilotage. Un de ces rôles essentiels est de maîtriser l'entropie dans le déroulement du processus de croissance de l'organisation. L'organisation est vue comme un système vivant et ouvert, intégré, dans un environnement lui-même composé d'autres systèmes avec lesquels il entre en interaction. On constate que le système d'information est donc un élément composant d'un système qui assure le couplage organisationnel entre les modules opérationnels qui assurent les prouesses de transformation des flux entrant en flux sortants créateur de valeur ajouté et les modules pilotes qui prennent les décision et contrôlent les résultats obtenues.

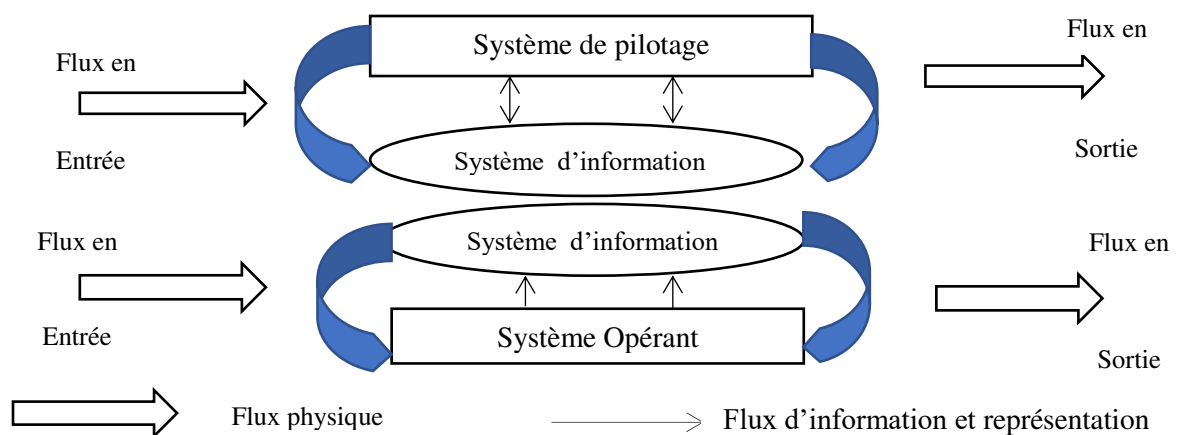


Figure n°2 : la place de système dans l'organisation¹

D'après la figure, le système d'information de l'organisation se situe entre deux sous-systèmes : le système opérationnel et le système de pilotage. Il assure le traitement des données pour produire des informations utiles au sous-système de pilotage et pour servir de base de la décision. Ces informations qui sont souvent liées entre elles, par exemple : le contrôleur de gestion gèrent des informations à partir des données de vente et de production. Il traite ensuite ces données pour aider au pilotage de l'entreprise. La qualité et l'exhaustivité des infor-

¹Mohamed Nedib Khelifi, méthode de conception d'un système d'information par ébauche systémique et aide à la décision, thèse de doctorat, Paris 12, 1988, P: 11

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

mations sont primordiales pour le système pour de pilotage. À ce niveau, les décideurs de l'entreprise sont confrontés à des réalités très complexes. Chaque sous-système du système d'organisation produit ses propres indicateurs et prend des décisions. Cependant, plus on se trouve en haut dans la pyramide, plus les informations, extérieures prennent de l'importance.

1.2.2.2.6. Les conséquences de système d'information

Un système d'information plus performant pour l'organisation, a des conséquences.

- **Difficultés supplémentaires** : même si l'on suppose que les différents partenaires se font suffisamment confiance pour collaborer efficacement, les extensions des systèmes d'information au-delà des frontières de l'entreprise posent de réels problèmes :

- **D'interopérabilité** : capacité des matériels et des logiciels à fonctionner ensemble via ces réseaux de communication.
- **D'interfonctionnement** : accès réciproque aux données et aux ressources nécessaires lors des « passages de relais » entre de multiples systèmes hétérogènes. La difficulté principale.
- de la mise en place d'une chaîne logistique intégrée réside dans l'existence de systèmes informatiques hétérogènes qui doit être adaptée par une mise en œuvre coûteuse.

- **Différents Critères d'évaluation** : la mise en place des systèmes de ce type obéit à des logiques d'optimisation conjointe de l'ensemble de la gestion des flux pour répondre correctement à ces objectifs, ils doivent concilier deux impératifs :

Celui de la rapidité de réponse (quick response) à la demande du client, répercutée tout au long de la chaîne ; cette notion de « quick response » a été élargie à la notion « deficient consumer response » où, grâce au traitement rapide des informations, on réduit les coûts de la chaîne d'approvisionnement tout en diminuant le délai de réaction ;

Celui de la sécurité de fonctionnement : parce qu'ils supportent les processus essentiels de l'organisation, ces systèmes d'information doivent pouvoir fonctionner en permanence, sans erreurs, en résistant aux tentatives d'utilisation frauduleuses (en particulier, en matière de paiement).

1.2.2.2.7. Les impacts du système d'information sur la banque

La banque cherche généralement à atteindre des objectifs en développant son système d'information : la réduction des coûts, une modification de l'organisation des processus. Le système d'information permet de diriger et de nourrir tous les organes de l'entreprise bancaire.

Les transmissions de l'information au sein de la banque sont rendues possible dans de nombreux secteurs d'activité et cela grâce aux technologies d'information et de communication utilisées.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

1.2.3. La communication bancaire

La communication bancaire (interne ou externe) est considérée comme une matière première pour réaliser sa stratégie prévue. C'est pour cette raison que la communication doit être au centre des préoccupations des dirigeants de banque.

1.2.3.1. Quelques notions relatives à la communication

Le concept de la communication globale est polysémique car il a été analysé par plusieurs disciplines et plusieurs auteurs.

1.2.3.1.1. La communication globale

La communication d'entreprise peut être définie comme la production d'information dans le milieu interne et externe, comme la création d'interfaces. La communication engage l'entreprise ou l'organisation en tant que système d'information et de décision dans son milieu. Elle organise et gère les flux d'informations qui circulent à l'intérieur de l'organisation (communication interne) ou entre l'organisation et son environnement (communication externe). Elle concerne les échanges d'informations qui lui permettent de fonctionner en tant que système et de se positionner dans son environnement »¹.

« La communication est l'ensemble des informations, les messages, les signaux de toute nature émis par l'entreprise en direction de ses clients actuels ou potentiels, des prescripteurs des distributeurs et toute autre cible dans un but commercial »².

« Le fait de communiquer étant celui de transmettre des informations dans le but d'obtenir de la part du destinataire, une modification du comportement ou d'attitude »³.

1.2.3.1.2. La communication interne

La communication interne est une des déclinaisons de la communication d'organisation.

Elle est la composante d'un système global d'organisation des flux d'informations et des échanges. La communication interne se charge de la conception des programmes d'information interne de l'organisation ou de l'un de ses secteurs ; conception de la politique d'information externe de l'organisation ; production de l'information ; administration et gestion du service de relations publiques. Cette dernière se résume souvent à informer et donner une meilleure compréhension de l'environnement professionnel, conduire ou accompagner le changement, renforcer la connaissance et créer l'adhésion pour, finalement, améliorer le climat général et les performances de l'organisation.

Donc la définition de la communication est l'échange d'informations et d'idées entre deux ou plusieurs personnes. Ce transfert d'informations, d'idées et d'instructions entre ces dernières, fait de la communication un pilier pour diriger l'organisation. C'est également la manière dont l'information circule dans l'organisation et qui se réalise à travers un réseau qui comporte au moins un émetteur, un canal de transmission et un destinataire (le récepteur).

¹Fendrevie .J et Findom, « Mercator », 5eme édition, Ed : Dalloz, paris, 1996.p11.

²Helfer J.P et ORSONT.J, « Marketing », 5eme édition, Ed : Vuibert ; paris ; 1998 p45.

³Helfer J.P et Orsont :Ibid.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

1.2.3.2. Les différents types de communication

La communication dite globale consiste en la coordination d'éléments indépendants en vue de favoriser la réalisation de la stratégie de l'organisation. Parmi les types de communication, on trouve :

1.2.3.2.1. La communication commerciale

Pour la communication commerciale, la construction de l'image de l'organisation n'est pas une fin en soi, elle ne trouve d'intérêt que si elle s'accompagne de la commercialisation de ses produits. Cette communication est celle de l'organisation sur ses marchés en tant que producteur ou distributeur. La publicité est une dimension du marketing qui permet la gestion optimale du couple produit, marché. Elle comprend l'ensemble des moyens mis en œuvre pour faire connaître un bien, un service ou une cause.

1.2.3.2.2. La communication institutionnelle

La communication institutionnelle s'applique à l'organisation en tant que personne morale. Elle vise à fournir une image forte de l'organisation et à la positionner sur des valeurs susceptibles de lui fournir un avantage concurrentiel. Cette forme de communication est la plus récente dans les organisations. Ses noyaux durs sont constitués par :

- Les relations publiques qui créent des occasions, des événements auprès des médias et Publics spécialisés pour bâtir ou entretenir une notoriété. Les relations avec la presse en font partie.
- Les relations extérieures qui visent à entretenir dans la durée et la continuité des relations d'intérêt mutuel avec les publics de l'organisation : pouvoirs publics, décisionnaires, diverses collectivités, écoles,
- Le lobbying : par un travail de veille envers la législation et la réglementation, l'objectif est de créer des relations avec les décideurs administratifs et gouvernementaux qui, sur un plan local, national ou international, décident des droits et des devoirs qui s'imposent aux organisations économiques.

1.2.3.2.3. La communication interpersonnelle

La communication interpersonnelle est basée sur l'échange entre un émetteur et un récepteur, c'est la base de la vie en société, c'est là que la compréhension est la meilleure, mais le nombre de récepteurs est limité à une seule personne, la rétroaction est quasi systématique, il y a notamment le téléphone, la conversation orale....

Mais la communication n'est pas uniquement orale, elle est aussi non verbale c'est-à-dire qu'elle passe aussi par le corps. Cette communication prend place dans notre quotidien chaque fois que nous sommes en relation avec quelqu'un, que ce soit pour une question, une demande, une remarque, une consigne....

Nous utilisons la communication interpersonnelle pour faire passer notre intention. Notre capacité à bien l'utiliser nous aidera beaucoup dans nos projets.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

1.2.3.2.4. La communication de masse

Il s'agit un émetteur (ou un ensemble d'émetteurs liés entre eux) s'adressant à tous les récepteurs disponibles. Ce type de communication a été conceptualisé avec l'apparition des notions d'organisation de masse dont les éléments sont la standardisation, le fordisme et la publicité. Il est considéré comme le moins efficace, car le bruit est fort, mais les récepteurs bien plus nombreux et dispose rarement d'une rétroaction.

1.2.3.2.5. La communication de groupe

Elle part de plus d'un émetteur s'adressant à une catégorie d'individus bien défini, par un message (communication) ciblé sur leur compréhension et leur culture propre. C'est celle qui est apparue avec les formes modernes de culture, souvent axées sur la culture de masse (société de consommation) dont la publicité ciblée est la plus récente et la plus manifeste. Les effets de la communication de groupe se situent entre ceux de la communication interpersonnelle et ceux de la communication de masse. La communication de groupe est aussi complexe et multiple car elle est liée à la taille du groupe, la fonction de groupe et la personnalité des membres qui le compose. Nous pouvons également intégrer cette notion dans la communication interne à une entité, les groupes peuvent alors être des catégories de personnels, des individus au sein d'un même service, Comme on peut l'intégrer à une communication externe ciblée, certains partenaires ou parties prenantes de l'entité.

1.2.3.3. Les moyens de communication

Pour exister sur le marché et attirer l'attention des clients, l'organisation cherche à trouver un moyen de communication, En plus des moyens écrits, oraux et audiovisuels (appelés aussi moyens médias et hors-médias) on peut aussi distinguer cinq grands outils :

1.2.3.3.1. La publicité

« On appelle publicité toute forme de communication non personnalisée utilisant un support payant, mise en place pour le compte d'un émetteur identifié en tant que tel. »¹.

La publicité peut servir de multiples objectifs, construire une image à long terme, développer la notoriété d'une marque, diffuser une information relative à une promotion ou un événement à court terme.

1.2.3.3.2. La promotion des ventes

La promotion est « l'ensemble des techniques destinées à stimuler la demande à court terme, en augmentant le rythme ou le niveau des achats d'un produit ou d'un service effectué par les consommateurs et les intermédiaires commerciaux »².

¹Kotler. P, Keller. K, Dubois. B et Manceau. D, « Marketing management », 12^e édition, éd : Pearson éducation, France, 2006.

²Kotler. P, Keller. K, Dubois. B et Manceau. D, op.cit.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

1.2.3.3.3. Les relations publiques

« Les relations publiques sont un ensemble de programmes mis en place par une entreprise ou un organisme, afin d'établir ou d'améliorer son image ou celle de ces produits auprès des différents publics qui sont à l'intérieur et à l'extérieur de l'institution, conditionnent son développement »¹. L'amélioration des relations commerciales avec la clientèle, figure dans de nombreux cas parmi, les orientations commerciales qualitatives diffusées aux responsables des agences par le siège. La volonté de rapprocher la clientèle de son agence passe par l'établissement de meilleures relations fondées sur ces idées. Les relations doivent être plus régulières et en particulier avec la clientèle représentant un fort potentiel de développement.

1.2.3.3.4. Le marketing direct : « Le marketing direct est un marketing interactif qui utilise un ou plusieurs médias en vue d'obtenir une réponse et / ou une transaction. »².

1.2.3.4. Les éléments de la communication

La communication est un véritable dialogue entre l'organisation et son environnement (clients, fournisseurs) qui se déroule avant et pendant la vente et pendant et après la consommation.

Pour communiquer efficacement, il faut comprendre les différents éléments du processus de communication qui sont :³

Le message : c'est l'ensemble de signes transmis par l'émetteur, leur objectif est d'échanger une idée, une opinion, un sentiment, un savoir... C'est une information qu'un individu veut transmettre à un autre pour provoquer la réponse ou la réaction souhaitée.

L'émetteur : c'est celui qui conçoit et envoie le message, c'est la personne qui détient la connaissance et la compétence.

Le récepteur (destinataire) : c'est celui à qui le message est destiné, il reçoit le message, le décode et réagit en conséquence.

Le canal : c'est le moyen de communication ou de transmission (réseaux informatique...) qui permet la circulation de message jusqu'au destinataire.

Le codage : c'est le mécanisme et l'ensemble de signes, qui traduit les idées. On peut dire que c'est le langage ou le symbole utilisé par un expéditeur ainsi leur signification pour qu'il soit clair.

Le décodage : consiste à attacher une signification au message reçu, c'est la façon dont le message est interprété.

Le bruit : Il englobe toutes les distorsions subies par le message lors de son envoi. Dans ce cas, le message émis ne correspond pas au message reçu.

Le feed-back (effet de retour ou rétroaction) : Il correspond à la réaction de la cible. Quand cette réaction va dans le sens désiré par l'émetteur, la communication a atteint son objectif, mais elle peut être également inexistante ou négative.

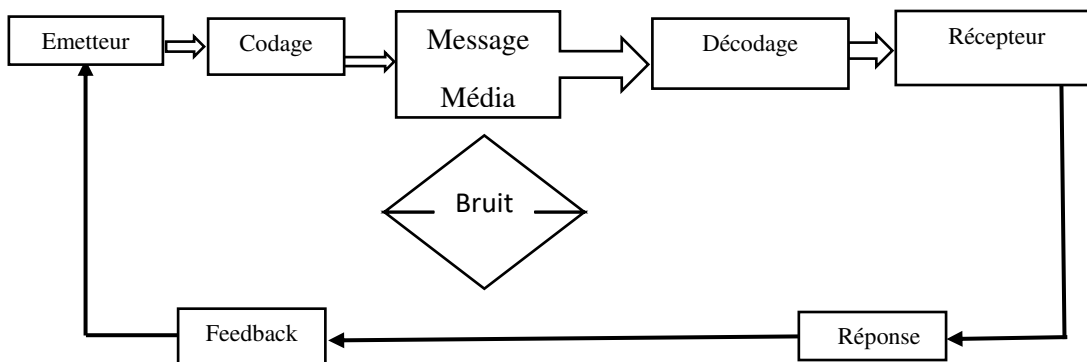
¹Kotler. P, Keller. K, Dubois. B et Manceau. D, Ibid.

²Kotler. P, Keller. K, Dubois. B et Manceau. D, Ibid.

³Kotler. P, Keller. K, Dubois. B et Manceau. D, Ibid..

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Figure n°3 : Les éléments de la communication



Source: Kotler. P, Keller. K, Dubois. B, Manceau. D «Marketing Management» 12eme edition, Ed: Pearson, France, 2006.

Ce modèle permet d'identifier les conditions d'une communication efficace. Le processus de communication décrit dans cette figure indique que : l'émetteur et le récepteur décrivent les partenaires de la communication ; le message et les médias en constituent les vecteurs, quatre autres correspondent à des fonctions : codage, décodage, réponse, feedback et le bruit induit dans la communication.

1.2.3.5. Les avantages de la communication

Les avantages de la communication interne sont nombreux et résident surtout dans la contribution au règlement des problèmes. Parmi eux on peut citer :

Pour la banque : Elle facilite une politique réaliste et adapte la structure aux objectifs ; elle assure la participation et réunit les ressources ; elle associe et mobilise les intelligences ; elle améliore les résultats.

Pour le personnel : Elle sensibilise, motive et crée l'adhésion ; elle assure la formation et favorise le développement personnel ; elle valorise l'écoute et améliore la qualité de vie.

Pour le service assuré par la banque : Elle améliore la qualité de service et augmente la productivité. On peut donc dire que la communication interne est l'un des grands secteurs de la communication des organisations, à côté de la communication externe. Sa mise en œuvre est du ressort du directeur des ressources humaines dans certaines organisations et de celui du directeur de la communication dans d'autres, dont la cohérence d'ensemble est tenue pour primordiale.

1.3. L'historique des technologies et de l'information de la communication (TIC)

« Depuis la création de l'informatique de production début des années 1960 jusqu'aux années 1980, l'expertise était purement technique : l'expert analysait la tâche automatisée et faisait développer le programme informatique adéquat »¹.

¹ JACQUE SAURET, *le cas des technologies de l'information et de la communication*, revue française d'administration publique, 2002, p446.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Depuis 1970, l'accélération dans la généralisation de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) a été l'un des faits les plus marquants, leur évolution est passée par plusieurs étapes à savoir : l'automatisation, l'intégration et la transformation de l'organisation, la communication et en fin l'interaction et l'automatisation et l'introduction des machines au sein de l'organisation afin de remplacer l'homme qui assurait des tâches et des procédures complexes, effectuées manuellement. C'est la première innovation technologique, elle a permis aux grandes organisations d'établir les grands systèmes de base supportant leurs activités. Les TIC n'avaient alors qu'un rôle de support, rendant automatiques les processus pour augmenter les gains de productivité.

A partir des années 1980 le rôle des TIC a évolué pour devenir plus stratégique puisqu'il permettait d'intégrer l'ensemble des informations au sein des organisations et ainsi diminuer les coûts de transaction internes.

A partir des années 1990 avec le développement de l'internet et l'augmentation considérable des capacités de traitement des outils informatiques et leur miniaturisation, le champ d'intervention de l'informatique a débordé des grands systèmes de production pour investir l'ensemble des activités administratives, Internet est devenu un médium incontournable pour les entreprises. Elle constitue la principale innovation technologique en offrant de nombreuses possibilités d'interactions pour les organisations. De plus, les ordinateurs personnels sont devenus des outils de communication et avec internet, de nouvelles innovations ont été permises pour les organisations.

L'invention du net : le web « Word Wide Web » est un système d'hypertexte qui permet aux utilisateurs de passer d'une page à une autre lorsqu'ils naviguent sur internet. C'est l'américain Tim Berners-Lee qui créa le web afin de faciliter l'accès à internet au grand public.

Enfin, le web 2.0 a fait son apparition dans les années 2000, ce qui a permis la bidirectionnalité et l'individualisation. D'autre part, grâce à cette nouvelle innovation technologique, il est possible de joindre d'avantage d'acteurs, qu'ils soient fournisseurs ou clients et de créer des communautés encourageant l'échange entre tous les partenaires. Cela a aussi accru les possibilités des plateformes pour permettre cette connexion, en tout temps et n'importe où, Le web 2.0 est l'avancement du web. Il est facile à utiliser et s'adresse au grand public »¹.

L'innovation est devenue une nécessité doublée d'un défi pour les entreprises souhaitant maintenir ou améliorer leurs performances et se démarquer face à la concurrence et la compétition.

L'Algérie est en pleine progression en ce qui concerne son usage des nouvelles technologies, c'est en tout cas ce que révèle le dernier classement établis par l'Union internationale des télécommunications, ou l'Algérie apparaît à la 103^{ème} place en 2016 après avoir été 112^{ème} en 2015, gagnant ainsi 9 places².

¹Aubert B et all, l'innovation, et les technologies de l'information et de communication, HEC Montréal, octobre, 2010, P7.

²Rapport Union internationale des télécommunications, 2018.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Toujours selon ce classement, l'Algérie est le troisième pays « le plus dynamique » au monde, puisqu'il a réussi à améliorer sa position de plusieurs degrés en une année.

En effet, selon les derniers chiffres de l'Autorité de Régulation de la Poste et des télécommunications (ARPT), l'Algérie enregistre des niveaux relativement élevés d'abonnements à la téléphonie mobile et à l'internet. Le taux de pénétration du mobile en Algérie a avoisiné les 100% en 2015¹.

1.4. Caractéristique des technologies de l'information et de la communication (TIC)

Nous présentons quelques caractéristiques importantes propres aux TIC. Si elles n'épuisent pas toute la complexité des phénomènes en cause, ces caractéristiques constituent des éléments essentiels pour comprendre, en particuliers les conditions qu'exige l'intégration optimale des TIC dans la dynamique des organisations et dans la vie quotidienne de chacun :

- Les technologies mises au point font appel à la fois aux différentes disciplines traditionnelles (informatique, mathématique, électronique, physique, science des matériaux, chimie...) et aux sciences humaines et sociales, notamment dans le cadre du développement de leurs usages. Ce caractère remet en cause la typologie traditionnelle des domaines de recherche et nécessite la mise en place de nouvelles structures multidisciplinaires.
- Les TIC ne sont pas liés à un seul ou même à plusieurs secteurs économiques. Elles interviennent dans l'ensemble des secteurs, notamment dans celui des organisations traditionnelles. Elles concernent tous les métiers. La maîtrise de l'information et de sa diffusion devient essentielle à tous les niveaux de la vie professionnelle ou personnelle.
- Les TIC sont de puissants vecteurs de globalisation diffusant sur l'ensemble de la planète de plus en plus d'information de manière peu coûteuse et motivante. L'interactivité de leurs usages tend à réduire les frontières et les distances. Par ailleurs, l'interconnexion des réseaux de télécommunications et d'Internet a créé une union de la planète. Il assure la communication et la diffusion immédiate de l'information et facilite le travail coopératif ainsi que la délocalisation de développement, notamment des logiciels.
- Le marché des TIC change avec une stratégie définie à l'échelle de la planète. Ces groupes disposent des moyens financiers très importants, et peuvent imposer à l'ensemble du marché des lois et règles de fait.
- Les évolutions engendrées par les technologies de l'information et de la communication constituent un phénomène fixe et de grande richesse. Les individus sont tous directement ou indirectement concernés par ces vecteurs de communication et d'information. Par ailleurs, les liens de corrélation limités entre les réseaux de transmission de l'information et les autres réseaux (bancaire, financier, électronique...) constituent un facteur important d'irréversibilité.
- Au-delà des domaines d'application naturels que sont les télécommunications ou l'informatique, ces technologies sont intégrées dans la majorité des produits et des professionnels ou de la vie quotidienne (automobile, transports, électroménager, Systèmes de protection, agroalimentaire...).

En plus de ces caractéristiques, Herbert Simon (prix Nobel des sciences économiques 1978) a prédit que les TIC aideront à rendre toute information accessible aux hommes, sous

¹Rapport Autorité de la réglementation de la poste et des télécommunications, Algérie, année, 2015.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

forme verbale ou symbolique lisible par ordinateur, les livres et mémoires seront des mémoires électroniques.¹

1.5. Les différents types des TIC

Selon L'OCDE ²le secteur des TIC est la somme de trois secteurs, Le secteur informatique le secteur électronique et le secteur des télécommunications. On distingue donc les catégories suivantes relatives aux secteurs des TIC :

Le secteur informatique : dans lequel on a la machine de bureau, l'ordinateur personnel, les grands ordinateurs, serveurs, matériels de réseaux, périphériques et cartes

Le secteur électronique : ou figurent les composants électroniques, semi-conducteurs, circuits imprimés, équipements de l'électronique grand public (téléviseurs récepteurs radio lecteurs de disques magnétoscopes) instruments de mesure instruments de navigation ...

Le secteur de télécommunication : constitué des équipements professionnels de transmission commutateurs relais terminaux destinés aux usagers câblent fibres optiques ...

1.6. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le monde

L'essor des TIC est fondé sur les avancées technologiques et scientifiques dans les domaines de l'information, l'électronique et des télécommunications. Globalement l'évolution des TIC se déploie en plusieurs étapes qui sont les suivantes³ :

En 1960 l'apparition de l'automatisation de la logistique administrative (comptabilité, paie, facturation, gestion des stocks.....). En 1970 a vu l'apparition de l'automatisation de la production industrielle (robotique...), l'automatisation du travail individuel de bureau (passage de l'information centralisée à l'informatique répartie et distribuée). En 1980 et l'automatisation des processus de communication (mise en réseau des systèmes informatiques et micro-ordinateurs, développement des échanges de données informatisées...) en 1990 et enfin, l'automatisation des échanges (e-commerce) en 2000.

Le secteur des TIC connaît de profondes mutations dans le monde numérique d'aujourd'hui, qu'il s'agisse de l'adoption de nouvelles technologies, de l'arrivée de nouveaux acteurs, une gamme toujours plus diversifiée d'applications est proposée aux utilisateurs, particuliers comme l'entreprise, pour répondre à leurs besoins en matière d'information, de communication. Le rapport de référence annuel de l'Union Internationale de Télécommunications⁴ (UIT) « Mesurer la société de l'information », Indique que le monde est de plus en plus connecté et révèle qu'il existe encore de vastes possibilités

¹Simon, H., cité par Bouhenna, A. dans « Les enjeux des NTIC dans l'entreprise », Université de Tlemcen2010, p3.

²selon l'OCDE (2002).

³A.Mokrane, diffusion et impact des TIC, thèse de doctorat en sciences économiques, université de Tizi-ouzou, 2015.page 64.

⁴L'UIT est l'institution spécialisée des Nations Unis pour les TIC.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

d'investissement en vue de connecter ceux qui ne le sont pas encore¹. L'UIT utilise l'indice de développement des TIC (IDI) qui est une valeur repère composée de onze indicateurs, permettant de suivre et de comparer les progrès accomplis en matière de TIC dans différents pays et dans le temps.

Les principaux objectifs de l'indice IDI sont de mesurer le niveau et l'évolution dans le temps des progrès en matière de TIC au sein des pays, ainsi que l'expérience de ces pays par rapport à d'autres, et les progrès accomplis en matière de développement des TIC, tant dans les pays développés que dans les pays en développement, enfin, le potentiel de développement des TIC ou la mesure dans laquelle les pays peuvent utiliser les TIC pour améliorer la croissance et le développement.

Entre 2010 et 2015, l'IDI s'est amélioré dans tous les pays, les résultats montrent une augmentation de l'IDI dans tous les pays et bien que ces résultats traduisent une amélioration continue de l'accès aux TIC et de leur utilisation, ils révèlent également l'hétérogénéité du développement des TIC dans les pays développés et les pays en développement.

1.7. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) en Algérie

Les TIC constituent un enjeu majeur pour les pays en voie de 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. Dans ce contexte, l'Algérie a multiplié depuis quelques années les initiatives tendant à favoriser l'accès à ces technologies en tant qu'outils modernes de communication et d'échanges. Mais si l'usage de l'Internet comme technologie de l'information et de la communication se généralise de plus en plus en Algérie, son implication dans le développement économique reste très limitée. Ceci est sans doute dû, en grande partie à l'absence d'une politique de formation et de recherche sur les moyens et les méthodes à adopter pour l'intégration de cette technologie dans les différents secteurs de l'activité économique.

1.7.1. Aperçu sur l'historique de l'internet en Algérie

Internet a fait son entrée en Algérie en 1991. En 1993, le CERIST (Centre de recherche et d'information scientifique) une structure universitaire publique devient l'unique fournisseur d'accès aux services Internet. Puis en 1995, Internet a connu un plus large essor et une plus grande démocratisation. Ensuite, vient l'année 1998 qui dévoile la volonté des décideurs à ouvrir le domaine aux opérateurs privés. En 1999, l'exploitation d'Internet est réellement ouverte aux concurrents privés qui, en mars 2000 ont atteint le nombre de 18 fournisseurs de services Internet. Durant le troisième trimestre 2000, de nouveaux agréments ont été délivrés à dix (10) nouveaux opérateurs. Actuellement, plus de 80 entreprises sont agréées. Les autorisations d'agrément sont délivrées par l'Autorité de régulation de la poste et des télécommunications (ARPT). Au début du mois de juin 2000, durant la réunion du Conseil des Ministres, les débats sur des services souples et flexibles de télécommunications et d'Internet étaient parmi les sujets prioritaires. Le secteur des télécommunications est en trains de vivre de pro-

¹Rapport Union international des télécommunications, année 2016.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

fonds changements mais est très en retard par rapport à l'évolution de l'Internet dans le monde¹.

1.7.2. L'Algérie fait son rattrapage grâce à l'internet mobile :

L'Algérie tend à se rapprocher du niveau de développement des Technologies de l'information et de communications de ses voisins marocains et tunisiens. Elle est classée par l'UIT dans la catégorie des pays dynamiques dans ce domaine, grâce à l'avènement de l'Internet mobile.

L'Algérie a considérablement amélioré son classement dans le rapport de l'Union internationale des télécommunications (UIT) « Mesurer la société de l'information 2016 », publié récemment, mais demeure toujours mal classée, en se plaçant à la 103^{ème} place sur un total de 175 nations comparées. Ce rapport qui constitue un recueil de données et des analyses les plus fiables, mesure le niveau global développement des TIC dans le monde à travers les indicateurs.

A l'échelle régionale, l'Algérie est au bas du classement en Afrique du Nord, la Libye étant exclue de l'évaluation pour l'édition 2016. C'est la Tunisie qui se place en leader régional ; 4^{ème} en Afrique (95^{ème} mondiale) derrière l'Ile Maurice (73^{ème} mondial), les Seychelles (86^{ème}) et l'Afrique du Sud (88^{ème}). Le Maroc s'est offert la 2^{ème} place en Afrique du Nord (5^{ème} sur le continent et 96^{ème} mondiale), suivi de l'Egypte (100^{ème} mondiale).²

Malgré les efforts fournis par l'état algérien afin de rattraper son retard, le système de paiement algérien était critiqué car il faisait apparaître des faiblesses entre autres, une faible utilisation des moyens de paiement ; les ingérences administratives dans les banques publiques affectent négativement la fiabilité et la sécurité des paiements bancaires ; le manque de sécurité juridique et de fiabilité des informations. Pour conclure, on peut dire que l'utilisation des TIC, surtout l'internet et l'usage des nouveaux instruments de paiement en Algérie ont du mal à se développer malgré le fait que l'utilisation de ces technologies permette au pays de développer son économie.

1.7.3. L'impact de l'utilisation des TIC sur l'économie algérienne :

L'efficacité des TIC modernes remonte au début des années 80 avec la naissance des PC et la très rapide implantation de l'échange des documents informatisés (EDI). Ce dernier a bouleversé et imposé le remaniement de nombreuses administrations, en permettant de franchir la première grande marche qui conduit à abolir les deux grands obstacles auxquels fait face toute organisation : le temps et l'espace.

De manière globale, les TIC ont eu un impact important au sein des organisations et ont joué un rôle déterminant dans leur modernisation et dans leur quête de compétitivité économique.

¹Ministères de la poste des technologies d'information et de communication.

²L.DOUDI et C. KHENTOUT et M. DJOUDI « place de l'Algérie dans le monde des TIC ».

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Section 2 : la performance et les principes de mesure.

Le terme de la performance véhicule un sens différent selon les utilisateurs. La performance est le résultat de l'action, la mesure de la performance peut être entendue comme la mesure des résultats obtenus.

2.1. Définition de la performance

La performance peut être appréhendée par la notion de rentabilité financière, elle renvoie directement à la mesure des fonds ou des capitaux propres. Or dans le secteur bancaire, cette notion de capitaux propres recouvre des définitions et des objectifs assez différents. Elle est à la fois un accroissement du chiffre d'affaires et des bénéfices dans l'organisation, elle répond à un certain nombre d'atouts qui vont des qualités de l'innovateur, à la capacité de mobilisation des moyens financiers, à l'arbitrage judicieux de la combinaison des facteurs, au succès d'une insertion commerciale et à la pérennité de l'unité de la production dans la concurrence....

LORINO PHILLIPE, « la performance dans l'organisation est tout ce qui, et seulement ce qui, contribue à améliorer le couple valeur-coût (à contrario, n'est pas forcément performance ce qui contribue à diminuer le coût ou à augmenter la valeur, isolément) ; elle est tout ce qui, et seulement ce qui, contribue à atteindre les objectifs stratégiques »¹.

Le mot performance est polysémique il prend des sens changeant, mais que l'on peut toujours rattacher à l'un ou / et l'autre des trois sens primaires ci-dessous².

Elle se traduit par un résultat : la performance est donc le résultat d'action coordonnée, cohérent entre elles, qui ont mobilisé des moyens (personnel investissement), ce qui suppose que l'organisation dispose d'un potentiel de réalisation (compétences personnelles, technologies, organisation.....).

La comparaison traduit par le succès de l'action : la notion de performance étant positive, la performance est donc une notion relative (résultat d'une comparaison), multiple (diversité des objectifs) et subjective (dépendant de l'auteur qui l'évalue).

Elle s'apprécie par une comparaison : la réalisation est comparée aux objectifs, grâce à un ensemble d'indicateurs, chiffrés ou non.

La performance est évaluée grâce à des indicateurs quantitatifs ou qualitatifs de résultat. Les indicateurs peuvent exprimer un rapport entre un résultat obtenu et des moyennes mis en œuvre (ils mesurent dans ce cas des degrés d'efficacité), ils peuvent exprimer un rapport entre un résultat obtenu et un objectif visé (il mesure dans ce cas un degré d'efficacité)³.

¹BELHAMZI Amina. (2003), Système de mesure des performances des agences bancaires (cas de la CNEP Banque), Banque d'Algérie, Ecole supérieure de Banque, Mémoire en vue de l'obtention du diplôme supérieur des Etudes Bancaires (D.S.E.B), P.18.

²B. DORIATH et C. GOUJET, *Gestion prévisionnelle et mesure de la performance*, éd. DUNOD, Paris 2005, P. 166

³ DE BOISLANDELL Henri Mahi, Dictionnaire de gestion vocabulaire : concept et outil, economica Edition, Paris, 1998, p 318-319.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Les performances d'une organisation, sont indiquées par le rapport entre le coût et la performance des ressources mises en œuvre, le taux d'emplois des capacités de travail qu'elles représentent, des indicateurs de maîtrise des processus de travail et des contributions »¹.

2.2. Notions voisines de la performance

Le mot performance est souvent confondu avec les notions voisines d'efficacité, d'efficience et d'effectivité.

2.2.1. L'efficacité

Dans le langage courant de la gestion, on parle de l'efficacité lorsqu'on veut mettre en relation les résultats et les objectifs, or une banque est dite performante lorsqu'elle atteint les objectifs fixés par les managers au début de l'action, il s'agit de la préoccupation essentielle des responsables elle signifie que les actions menées ont permis de répondre « aux principaux constituants stratégiques »².

L'efficacité est le meilleur rapport possible entre le degré de réalisation des objectifs et les moyens mis en œuvre pour l'obtenir, l'efficacité est la capacité à obtenir un résultat.

En répondant à la question suivante : est-ce que l'objectif est atteint ? Une nouvelle question vient d'apparaître existe-t-il une autre alternative plus efficace pour atteindre les mêmes résultats ? Donc l'efficacité examine le rapport entre l'effort et la performance.

De ce fait plus les résultats seront proches des objectifs visés, plus le système sera efficace. D'une manière plus claire nous pouvons résumer l'efficacité dans la formule suivante : **Efficacité = résultat atteints/objectifs visés**

2.2.2. L'efficience

Par efficience, on entend le rapport entre les biens ou les services produits d'une part et les ressources utilisées pour les produire, d'autre part.

Dans une opération basée sur l'efficience, pour l'ensemble des ressources utilisées, le produit obtenu est maximum, ou encore les moyens utilisés sont minimaux pour toute qualité et quantité donnée de produits ou de services, l'efficience correspond donc à la meilleure gestion possible des moyens et des capacités en relation avec les résultats.

Pour MICHEL KALIKA : « l'efficience est mesurée par la qualité des ressources utilisées pour produire une unité donnée de production »³.

Ainsi nous pouvons simplifier la mesure de l'efficience dans la formule suivante :

$$\text{Efficience} = \text{résultats atteints/moyens mis en œuvre}$$

¹TREILLE Jean-Michel, Le pilotage l'entreprise opérationnel de, d'organisation Edition, paris, 2004, p 254.

²MICHEL, Barabe et OLIVIER Meller, *Manager*, DUNOS, Paris, 2006, P. 346.

³KALIKA, Michel, *Structures d'entreprises, Réalités, déterminants et performances*, éd. Economica, Paris, 1998, P. 211.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

2.2.3. L'effectivité

L'effectivité va plus loin encore dans l'évolution en se prononçant sur le triptyque objectifs /moyens/résultats. C'est-à-dire, en remontant jusqu'aux finalités qui sont à l'origine même de l'activité dont on cherche à juger la performance. Selon JEAN LOUIS LE MOIGNE : il s'agit alors de vérifier si l'on fait effectivement ce que l'on veut faire¹. En définitive nous pouvons conclure que le concept d'effectivité est le degré de satisfaction par rapport au résultat obtenu on peut donc le résumer sous la formule :

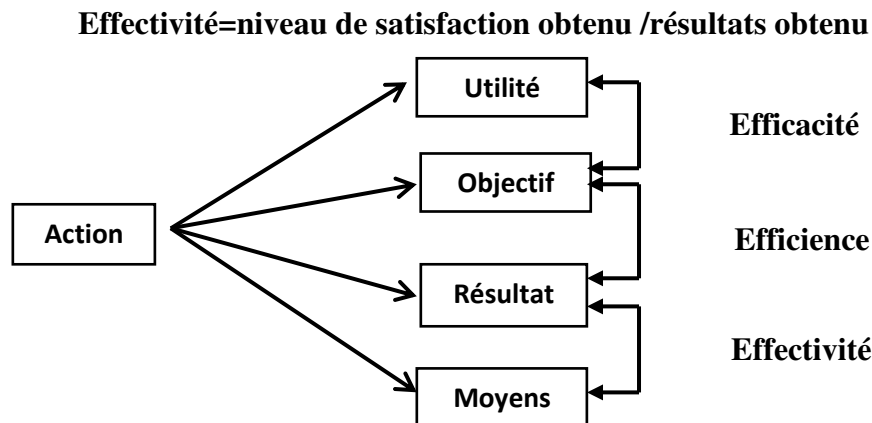


Figure n°4: La performance dans un optique résultat (WEISS, 1999

Pour synthétiser ce qui vient d'être avancée, on dira que la performance est le résumé des résultats économiquement mesurables obtenus par une organisation, une entité, un groupe ou une personne, à la suite d'activités ou d'essais dont on juge généralement la valeur en fonction de trois critères différents (mais complémentaires) : l'utilité de ce qu'elle vise (pertinence) pour les différentes parties prenantes (propriétaires, clients, personnel, société...), l'ampleur de ce qu'elle obtient (efficacité/résultats ou efficacité tout court), et la manière dont elle a obtenu (efficience).

2.3. Les différents types de la performance

La performance peut être étudiée dans plusieurs secteurs, à savoir le secteur financier, économique, social, organisationnel, technique, managériale et stratégique, commercial et global.

2.3.1. La performance économique

Désigne celle engendrée en réduisant les coûts par la maximisation du chiffre d'affaires, de la rentabilité des investissements et de son produit net. Ce type de performance est mesuré selon des composants à court et à long terme.

¹J.L.LEMOIGNE : *L'évaluation des systèmes complexe*. In : *Système de mesure de la performance* ; Harvard expansion, 1999 ; P. 20.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

2.3.2. La performance sociale

Cette performance est définie comme le niveau de satisfaction atteint par l'individu participant à la vie de l'organisation.

2.3.3. La performance financière

En premier lieu elle semble facile à énoncer car la finance étant par substance plus quantitative que qualitative, un outil de mesure plus facile à élaborer.

En second lieu, la performance financière reproduit indirectement les résultats de différents services, dont elle exprime la partie perceptible dans l'organisation.

2.3.4. La performance technique

Désigne la manière avec laquelle l'organisation utilise efficacement les ressources disponibles, le degré d'innovation dans le système de gestion, le processus de production et enfin des produits et les services produits par elle-même.

2.3.5 La performance managériale

Peut être définie comme étant la capacité du manager à répartir son temps et à coordonner les trois principaux éléments, à savoir l'esprit de conception, l'habileté d'exécution, la conciliation et la gestion des contradictions.

2.3.6. La performance organisationnelle

Est définie comme étant les mesures portant directement sur la structure organisationnelle et non sur ses conséquences éventuelles de nature sociale ou économique.

Michel Kalika « les mesures portant directement sur la structure organisationnelle et non pas sur ses conséquences éventuelles de nature sociale ou économique ces indicateurs sont intéressants dans la mesure où ils permettent de discerner les difficultés organisationnelles au travers de leurs premières manifestations avant que les effets induits par celles-ci ne soient ressentis d'un point de vue économique »¹.

KALIKA avance trois facteurs de l'efficacité organisationnelle :

Le respect de la structure formelle : le non-respect de la structure annoncée par la direction peut traduire un mauvais fonctionnement au sein de l'organisation.

Les relations entre des services : la recherche de la minimisation des conflits reflète un besoin de planification essentiel à l'efficacité.

La qualité de la circulation de l'information : l'organisation doit développer des systèmes d'information permettant l'acquisition crédible et exhaustive primordiale au bon fonctionnement de l'organisation.

¹KALIKA, Michel, *Structures d'entreprises, Réalités, déterminants et performances*, éd. Economica, Paris, 1998, P. 213.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

2.3.7. La performance commerciale

Peut être considéré comme étant la capacité d'une organisation à satisfaire des besoins de sa clientèle offrant des produits et services conformes aux attentes des consommateurs.

2.3.8. La performance globale

Peut être définie comme une recherche pour équilibrer le poids des différentes performances et prendre en compte les intérêts de chaque partie prenante.

2.3.9. La performance stratégique

Constitue un objectif primordial et pour se faire, l'organisation doit fixer des objectifs stratégiques appropriés, à savoir l'amélioration de la qualité des produits d'adaptation d'un marketing original et de l'adaptation d'une technologie plus performante.

En effet la performance peut être considérée comme étant le fruit d'un processus animé par la motivation des acteurs qui combine les ressources et compétences disponibles pour réaliser des objectifs pertinents dans un environnement socio organisationnel donné.

2.4. La mesure de la performance

La mesure de la performance représente un bloc de techniques de contrôle, affectées à s'assurer que les réalisations des différents centres de responsabilités dans l'organisation sont semblables aux règles établis par chacun d'eux et à appliquer des stratégies dans le cas où les réalisations s'écartent sensiblement des normes choisies¹.

L'évaluation des performances implique des notions et des conditions de mesure. Elle nécessite aussi la mise en place d'un système de motivation pour le personnel. La mesure de la performance est donc : le mécanisme par lequel les dirigeants s'assurent que les ressources sont obtenues et utilisées avec efficacité et efficience pour réaliser les objectifs de l'entité. Elle s'appuie sur un système d'information et elle est conçue pour maîtriser la gestion d'une entité, c'est-à-dire pouvoir mesurer et contrôler les risques et les performances analysés dans un environnement soumis à l'incertitude.

La performance peut être également mesurée :

- A posteriori : Il s'agit de mesurer le degré de performance atteint ou le degré de concrétisation des objectifs. Il s'agit d'un constat fait grâce aux indicateurs de résultat ou la communication des données.
- A priori : Il s'agit en fait de mesurer la simultanéité de réalisation des objectifs et de permettre de réagir, et ce par des actions correctives. Cette mesure est possible grâce à des indicateurs de suivi ou les indicateurs de pilotage.

2.4.1. Les principes de la mesure de la performance

Evaluer la performance des entités n'est pas une tâche facile à réaliser. Elle doit être objective, réelle, simple et compréhensible. Sur ce, deux principes importants doivent être respectés lors de la mesure de la performance : principe de pertinence et principe de contrôlabilité.

¹GIRAUD F. et alii, *Contrôle de Gestion et Pilotage de la performance*, Gualino Editeur, France, 2002, P. 72.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

2.4.1.1. Principe de pertinence

La mesure de performance d'une entité est considérée comme pertinente si elle oriente le comportement du manager dans le sens des objectifs de l'entreprise. Ce qui veut dire que tous les objectifs individuels doivent converger vers un but commun, à savoir l'atteinte de la performance globale de l'organisation¹.

2.4.1.2. Principe de contrôlabilité

Ce principe repose sur l'hypothèse d'un partage clair et sans ambiguïté des responsabilités. La mise en place de ce principe ordonne l'existence d'objectifs explicitement établis pour être contrôlables.

2.4.1.3. Autres principes

En plus de ces deux principes essentiels de la performance, on distingue d'autres principes, un peu moins cités, mais qui comportent de même une valeur ajoutée non négligeable, à savoir le principe de fiabilité qui permet de s'assurer que les mêmes situations produisent les mêmes valeurs, et le principe de simplicité et de lisibilité qui s'assure que les méthodes utilisées et les indicateurs choisis pour la mesure de la performance soient commodément compréhensibles, enfin le principe de sélectivité qui assure un meilleur choix des indicateurs à utiliser pour que les managers ne soient pas coulés avec des indicateurs qui peuvent être creux.

La technologie d'information et de la communication permet aux organisations d'être plus performante et plus compétente, à moindre coût et avec un degré de réalisation des objectifs fixés.

Section 3 : Les TIC, au service de la performance de l'organisation

Les technologies de l'information et de la communication connaissent aujourd'hui un développement rapide dans la production comme dans les services. Outre les nouvelles activités dont elles sont porteuses, Les TIC constituent un facteur d'évolution des rapports sociaux, des emplois et des métiers.

Elles accompagnent une série de transformations concernant la stratégie, le contenu et l'organisation du travail, les formes de management, les formes de concertation et de négociation.

3.1. La performance des TIC sur l'organisation

La performance des technologies d'information et de communication a permis en premier lieu l'évolution du travail, l'évolution des compétences et enfin la construction de nouvelles structures bancaires.

¹GIRAUD F. et alii, *Contrôle de Gestion et Pilotage de la performance*, Op. cit, P. 72.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

3.1.1. L'impact des NTIC sur les conditions du travail

L'introduction des TIC dans les organisations conduits à s'interroger sur leurs possibles effets sur le travail et les conditions de sa réalisation. En effet, il convient plutôt de parler d'interaction entre les technologies et le travail. Car les nouvelles technologies changent bien sûr le travail, mais des nouvelles organisations du travail appellent en retour l'émergence d'outils adaptés à un contexte en évolution. Les perceptions de l'impact sur les conditions de travail sont très variées et dépendent beaucoup des types de TIC, « traditionnelles » ou « récentes ».

« En effet, les impacts directs ou induits des TIC sur les conditions de travail sont nombreux et variés, à la mesure de la pluralité de leurs fonctions et des contextes de mise en œuvre. La course à l'innovation dont elles ont fait l'objet devant se poursuivre à court et moyen terme, leurs impacts vont certainement continuer à s'étendre et à se renforcer ».¹

« Paul Osterman est l'auteur de « l'impact des technologies de l'information sur les postes de travail est les spécialités des personnels » au fur et à mesure que les technologies de l'information modifient la façon de travailler, elles affectent le profit de compétences exige des collaborateurs et leur lieu de travail. Transformation qui affecte à son tour la formation et l'apprentissage, et aussi les compétences de l'encadrement »².

Cette perception favorable est aussi le reflet d'une affirmation peu discutée : les TIC ont amélioré les conditions de travail. Si la fondation européenne pour l'amélioration des conditions de vie et de travail constate une corrélation positive entre l'utilisation de l'ordinateur et la satisfaction professionnelle, une telle appréciation n'a cependant pas fait l'objet d'études approfondies.

Le changement permanent dont les TIC sont à la fois objets et facteurs implique que leurs effets sur les utilisateurs sont rarement étudiés.

3.1.2. Evolution des compétences dans l'organisation

La compétence est définie comme la capacité à résoudre un problème (à réaliser une activité) dans un contexte professionnel donné, de façon à répondre aux exigences de l'organisation.

Nous regroupons en quatre familles les compétences demandées dans la société de l'information

3.1.2.1. Des compétences du savoir-faire opérationnel

Par exemple, pour certains, la maîtrise des outils liés aux TIC et leurs différents champs d'application (traitement de texte, tableur, capacité à effectuer des recherches sur les réseaux

¹Tristan Klein, Daniel Ratier, L'impact des TIC sur les conditions de travail, centre d'analyse stratégique, Direction générale Du travail, France, Février 2012, p 9.

²MORTON Michael S. S Michael, l'entreprise compétitive au future : technologie de l'information en transformation de l'organisation, Édition d'organisation, paris, 1995, p 9.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

de communication, communication par messagerie, capacité à produire un document comportant du texte, des tableaux, des images).

3.1.2.2. Des compétences de connaissances professionnelles

Compétences professionnelles de métier (savoirs scientifiques, savoirs techniques de la fonction, savoirs techniques de produit ...).

3.1.2.3. Des compétences stratégiques de résolution de problème

Elles font appel à l'acquisition de mécanismes mentaux. Il s'agit de savoir par exemple interpréter et finaliser les cahiers des charges, hiérarchiser les actions à entreprendre pour en dégager les priorités ...

3.1.2.4. Des compétences sociales

Il s'agit de connaître les règles et les procédures des institutions, plusieurs savoirs sont alors mobilisés (savoir sur l'organisation économique et sociale de l'organisation, savoir sur l'organisation en réseau ...).

3.1.3. Construction de nouvelles structures bancaires

Dans ce point on traite de l'impact des technologies d'information et de communication sur le personnel de la banque ainsi que sur la transformation de l'activité bancaire.

3.1.3.1. L'impact des technologies de l'information et de la communication (TIC) sur le personnel de la banque

La nouvelle position de la banque à l'issue des changements à la fine pointe de la technologie bancaire signifiait qu'elle ne pourrait plus compter sur un réservoir « prêt à l'emploi » de personnes qualifiées, mais que les compétences devraient être initiées.

Cependant, un problème émerge lié au fait que la mémoire des anciennes structures et les fonctions chez le personnel et les anciennes habitudes de travail, poussent les cadres à introduire des tâches ou procédures de l'ancien système qui ne sont pas nécessaires. Les compétences anciennes sont tellement plus confortables.

La nouvelle structure bancaire nécessite également un nouveau personnel doté de compétences nouvelles. A présent, on s'en rend compte que le succès des mesures de « recyclage des compétences » est diversement considéré. Par exemple, certains employés sont insatisfaits dans leurs nouvelles fonctions, et certains ne cadrent pas avec les fonctions pour lesquelles ils ont été formés. Il reste des « vides » dans les effectifs, surtout dans les fonctions d'appui comme les technologies de l'apprentissage, ou des domaines de gestion de projets, la politique de multimédia et de hauts niveaux de spécialisation dans les technologies multimédia font défaut. Il s'agit de fonctions spécialisées qui n'existaient pas avant les changements et qui doivent encore être remplies.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Un problème culturel se pose, qui est le contrat psychologique avec la banque que les employés ont gardé de l'ancienne organisation. Les employés se considèrent vraiment comme des « Banquiers » Travaillant dans le secteur bancaire, même si leurs nouveaux postes sont axés presque exclusivement sur la vente¹.

3.1.3.2. La transformation de l'activité bancaire

Elle se manifeste dans le fonctionnement interne de la banque, dans sa relation avec les sous-traitants et les clients :

- Le développement des télétransmissions et de la messagerie électronique favorise un travail interactif entre les unités de production et les centres de décision, ce qui améliore le pilotage économique de l'entreprise.
- L'installation de micro-ordinateurs auprès des salariés du front office permet de saisir des informations à la source et une intégration en temps réel des données successives, qui allège la charge du back office et améliore la productivité.
- Une nouvelle architecture informatique va permettre, à court terme, une centralisation de la gestion de données sur une même entreprise et va permettre aussi d'éviter des retards dans l'imputation d'Operations.
- Des logiciels d'aide à la décision seront mis à la disposition des commerciaux, sur serveurs décentralisés, pour anticiper et limiter les risques liés à telle ou telle opération et à tel ou tel segment de client. Techniquement, le système généralisé d'échanges d'images-chèques entre les banques ou entre banques et entreprises est possible, mais il n'est volontairement pas appliqué pour éviter des baisses d'effectifs brutales.

3.2. La performance des TIC sur la rentabilité

Pour une banque, le principal défi consiste à assurer et améliorer sa rentabilité et la performance de ses investissements dans la technologie. Ceci peut avoir lieu en combinant plusieurs facteurs : le cout, le revenu et la profitabilité.

En effet, les banques à distance suscitent autant l'intérêt des acteurs bancaires et financiers que les clients qu'ils soient des individus ou des entreprises. La flexibilité d'accès accélérée par la disponibilité d'une connexion Internet de plus en plus performante et la présentation d'une meilleure qualité des services bancaires encourage l'attraction de nouvelle clientèle et la création de nouveaux revenus en tenant compte des capitaux investis qui demeurent assez élevés et de leurs amortissements.

3.2.1. Le coûts

Les coûts des transactions sont avant tout ceux de la négociation, de l'établissement du contrat. Les gains peuvent venir d'une organisation du travail collectif sur les réseaux et par des réunions à distance. On démontre que ces gains résultent de la réduction du délai moyen d'achèvement du travail collectif et d'une densification du calendrier de travail productif des personnes. Réactivité commerciale et réduction des temps morts dans l'emploi du temps des

¹<https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/5385d1ecd9806.pdf> consulté le 11/05/2019.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

personnes en relation avec l'extérieur sont les deux points sur lesquels les réseaux permettent de réduire les coûts de transaction.

3.2.2. Consultation des revenus de la clientèle via les TIC

L'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication génère aussi de nouveaux flux de revenus. En effet, plusieurs opérations qui ont été gratuitement traitées aux guichets sont aujourd'hui automatisées et effectuées selon la demande du client en contrepartie d'une commission.

Les banques innovantes octroient à leur clientèle des services de paiements à distance ou en ligne leurs permettant un gain de temps, sans se déplacer et surtout à des prix abordables.

3.2.3. La rentabilité

La création de nouveaux profits dépend de moins en moins du temps du travail et du temps utilisée pour la puissance des agents qui sont mis en mouvement pendant la durée du travail. L'énorme efficacité de ces agents est, à son tour, sans rapport aucun avec le temps de travail immédiat que coûte la production. Celle-ci dépend bien plutôt du niveau général de la science et du progrès de la technologie ou de l'application de cette science à la production.

3.3. La performance des TIC sur la concurrence

Confronté à une concurrence internationale forte et accrue, le secteur bancaire cherche à répondre aux nouveaux besoins de traitement et de transmission de l'information en termes d'accessibilité et de rapidité, de mettre en réseaux les banques et leurs clients et de flexibiliser l'organisation bancaire. Le domaine bancaire a connu de profonds bouleversements, sans doute plus remarquables que ceux de tout autre secteur : dérégulation, concurrence accrue mais aussi modification des activités et des coûts d'exploitation face à une clientèle plus exigeante, mieux formée et informée.

Le nouveau contexte concurrentiel a visiblement stimulé le renouvellement de la conception du métier de banquier, ses pratiques et son image.

Au cours de ces dernières années, le marketing des services, longtemps à la recherche de légitimité académique, a trouvé une reconnaissance claire de ses spécialités. Le marketing bancaire, composante du domaine des services, retire de cette évolution un renforcement prometteur.

3.3.1. Impact des TIC sur la concurrence de la banque

Les banques qui adoptent des relations électroniques personnalisées avec chaque individu (client), peuvent bénéficier d'un avantage concurrentiel par rapport à leurs concurrents qui sont moins avancés sur le plan technologique et qui sont orientés vers le processus transactionnel.

En effet, afin de se procurer un avantage concurrentiel, la banque est invitée à faire une combinaison de ces quatre facteurs :

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

L'investissement de base raisonnable : Les investissements initiaux en TIC par la banque doivent être bien étudiés afin de recouvrer ses dépenses et les rembourser et voire si le projet sera rentable ou pas.

Le produit financier rentable : Il est indispensable de s'assurer que les investissements qu'adoptera la banque soient rentables et génèreront des profits...

L'image valorisante d'une banque innovante : Chaque banque essaye d'innover par la création de nouveaux produits et des nouvelles méthodes de distribution.

La disponibilité de service : Les services (ordinateurs, réseaux...) et les informations (données, fichiers...) doivent être accessibles aux personnes autorisées quand elles en ont besoin.

La Sécurité : Les échanges à travers notamment l'internet ont rendu également nécessaire le développement de propriétés nouvelles, la paternité et la traçabilité de l'information. La sécurité fait donc appel à différentes techniques complémentaires dont, le chiffrement de l'information, et la protection contre des signaux parasites compromettants (Sécurité électronique), enfin la protection contre les intrusions dans les logiciels, mémoire ou banque de données (Sécurité informatique).

Les innovations technologiques ont exercé une intense pression sur l'ensemble de l'activité bancaire. Ces mutations ont bien métamorphosé l'organisation du travail au sein de la banque. Elle tend à adopter des compétences initiées et instruites en matière de nouvelles technologies. Le fonctionnement interne de la banque est transformé avec l'installation des logiciels sophistiqués. L'évolution du portefeuille client demeure le critère principal caractérisant une banque concurrente confrontée à une compétitivité internationale accrue. Cette dernière a changé entièrement l'activité bancaire mondiale.

Chapitre I : Présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Conclusion :

Au terme de ce chapitre nous pouvons conclure que le domaine des technologies de l'information et de communication reste très évolutif vu l'essor que permet ce secteur en matière d'innovation qui ne cesse de se confirmer. Il permet de se familiariser avec les différentes notions liées au TIC, la banque et performance.

Les technologies de l'information et de la communication offrent des nouveaux moyens de service, de diffusion et de savoir

De part ces différents spécificités, et à travers l'adoption de nouveaux modèle managériaux et de nouvelles formes organisationnelles, ces technologies peuvent être sources d'une plus grande flexibilité, d'une innovation accélérée, d'une meilleure satisfaction des clients, d'une plus forte compétitivité et par conséquent des meilleurs résultats financiers pour l'organisation.

Nombreux dirigeants qui sont aujourd'hui conscients et concernés à la fois par l'arrivé des TIC s'interrogent sur la façon d'en tirer le meilleur parti et être performants.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

Introduction

Quelle que soit la dimension de l'organisation, sa forme juridique et son activité, elle doit avoir des finalités exprimées et inexprimées qui varient selon sa vocation et sa situation concurrentielle des compétences, humaine, technologique et financière.

On constate que l'environnement de l'organisation bancaire s'est transformé, il est passé d'un état stable à un état de changement permanent, ce qui a donné naissance à ce que l'on appelle : « la nouvelle économie ».

La place des TIC dans les organisations devient aujourd'hui l'objet d'études ou d'analyses profondes et variées, la dernière décennie du 20^{ème} siècle a vu l'émergence de diverses technologies.

Les TIC représentent, à travers les différents outils, qui sont aujourd'hui indispensable dans les nombreuses activités des organisations quel que soit sa taille, un avantage concurrentiel pour la banque.

L'objet de ce deuxième chapitre est de présenter trois points essentiels qui sont :

- Le système bancaire et la nouvelle économie,
- Les principales technologies de l'information et de la communication adoptées dans le secteur bancaire,
- Le rôle des technologies de l'information et de la communication dans l'évolution des moyens de paiement.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

Section 1 : Le système bancaire et la nouvelle économie

Le système bancaire joue un rôle déterminant de soutien à l'activité économique comme c'est le cas dans plusieurs pays émergents et en développement. Le rôle des banques dans le financement des investissements productifs est d'autant plus accru en raison du faible niveau de développement des marchés financiers.

A l'ère de la mondialisation, les banques se sont retrouvées face à une forte concurrence alors que certaines banques en sont encore à l'utilisation du système traditionnel. Cette conjoncture fut provoquée par l'émergence de nouvelles technologies, ces nouveaux services furent conçus tout autant aux particuliers qu'aux professionnels ainsi qu'aux organisations ; Avec l'instauration d'internet, de nouveaux acteurs entrent en jeu et déclenchent la dispense de la présence physique des infrastructures et des banques traditionnelles.

1.1. Définition du système bancaire

L'ensemble des banques, secondaires ou commerciales, d'une même zone monétaire forment un système bancaire piloté par une banque particulière appelée banque centrale, qui contrôle l'ensemble des banques, assure l'émission de billets et définit la politique monétaire.

1.1.1. Définition de la banque

Le petit Larousse définit une banque comme étant un établissement privé ou public qui facilite les paiements de particuliers et des entreprises, avance et reçoit des fonds et gère les moyens de paiement.¹

Au sens légal, actuel du terme, la banque est l'organisme financier dont la fonction essentielle est de recevoir des dépôts en vue de les prêter sous formes d'avances aux pouvoirs publics, aux entreprises industrielles, commerciales et agricoles pour le besoin de leur fonds de roulement, pour des investissements à moyen et à long terme, ainsi qu'à des particuliers pour leurs besoins personnels.²

Les banques sont considérées comme des organisations ou établissements qui font habituellement fonction de recevoir du public, et des fonds sous forme de dépôts en opération d'escompte, en opération de crédit ou en opération financières. La banque est un intermédiaire financier qui redistribue, sous forme de crédit, les fonds qu'il collecte auprès des agents économiques en vue de réaliser un profit³. Pour pouvoir exercer, cette institution financière doit posséder un agrément qui est délivrée par l'état et validé par les institutions spécifiques.

1.1.2. Le rôle des banques

Depuis la fin des années 1980, l'industrie des technologies de l'information et de la communication a connu de profondes mutations à travers le monde. Le développement de ce

¹Le Petit Larousse, Grand Format, éd. Larousse, Paris, 2001.

²R. WAUTHY et P. DUSHESNE, Economie financière : opération de banque et de bourse, Ed. La Procure, Namur 1983, p.9.

³Christin bourdanove : « lexique de la théorie économique ». fernando martos 1992.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

domaine a métamorphosé d'une part, les données externes, ce qui a nécessité la redéfinition de l'économie qui s'est orientée vers la valeur de l'immatériel et l'intangible et d'autre part les données internes, puisque de nouveaux concepts et structures d'organisation sont apparus après l'intégration des nouveaux outils de l'information et de la communication.

Le rôle des banques consiste à collecter les capitaux disponibles pour son propre compte et les utiliser sous sa responsabilité à des opérations de crédit.

1.1.2.1. La collecte des dépôts

Les dépôts bancaires sont des fonds reçus du public sous forme de dépôt avec le droit de disposer pour son propre compte mais à charge de les restituer (art 111 de la loi n° 90.10 du 14 /04/1990 relative à la monnaie et au crédit).

La notion des dépôts sous-entend : les dépôts à terme (compte à terme, bons de caisse), les dépôts à vue (compte chèques, compte courant et comptes sur livrets d'épargne), enfin les déposants qui représentent les particuliers et les entreprises (commerçants, industriels...). Les fonds déposés dans divers comptes constituent l'essentiel des ressources de la banque qui lui permettent d'accorder des crédits.

1.1.2.2. La distribution des crédits

Les fonds recueillis par la banque auprès de ses clients déposants sous forme de dépôts à vue (mouvants) ou à terme (stables) constituent des ressources importantes qui ne doivent pas rester immobilisées dans ses caisses, la loi lui permet de les utiliser en partie, sous son entière responsabilité à accorder des crédits aux agents économiques dignes de confiance qui ont besoin de capitaux pour investir dans différentes activités.

En gardant l'autre partie des sommes collectées et en centralisant les demandes de crédits, le banquier peut se permettre l'utilisation de tous les capitaux quels que soit leur montant et la durée de leur responsabilité.

1.1.3. Les différents types de banque virtuelle

Avec le développement des nouvelles technologies et notamment d'Internet, la banque a vu se développer un nouveau système appelé la banque virtuelle. Le principe de cette banque est simple : il permet de gérer ses comptes et services en ligne, que ce soit depuis le site de la banque ou depuis une application mobile.

1.1.3.1. La banque à distance :

La banque à distance peut être définie comme étant : toute activité bancaire, destinée à un client se déroulant à partir d'un point de service électronique (téléphone, micro-ordinateur, téléviseur, distributeur automatique de billets, guichet automatique de banque), tout en utilisant son système de télécommunication tel que le réseau téléphonique minitel ou internet.

Elle a pour vocation d'octroyer des services financiers à distance par des détaillants non bancaires tout en utilisant les nouvelles technologies, principalement pour effectuer des

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

paiements, des transferts et des épargnes sans que le client ne s'y rend au guichet des agences bancaires.

La banque à distance met à la disposition des clients la possibilité d'accéder à certains services financiers sans se déplacer. Elle offre aussi, pour le système financier, une expansion sans mettre en place des agences « en dur » en particuliers dans les zones rurales et une possibilité de réduire les coûts de certaines opérations (crédit, transfert...). L'apparition de la banque à distance a modifié les stratégies des établissements financiers et a aidé à améliorer leurs performances. Elle constitue une réponse technique et stratégique à l'innovation technologique et aux nouvelles conditions économiques.

La révolution technologique en matière d'information et de communication a permis l'apparition de nouvelles formes de distribution de services bancaires telle que la banque à distance, et a obligé les établissements financiers à adopter des stratégies de distribution multi canal. En effet trois options sont possibles en matière de stratégie bancaire :

- La stratégie multi canal indifférenciée consiste à laisser aux différentes catégories de clientèle un choix complet en leur offrant tous les produits par tous les canaux (GAB et DAB) guichet conseiller privé banque à distance ce qui est séduisant pour le client mais conduit à un investissement maximum,
- La Stratégie multi canal différenciée consiste à orienter les clients vers les canaux les mieux adaptés à leurs besoins avec l'exemple d'un système de tarification directe,
- La Stratégie mono canal qui consiste à permettre à la banque de proposer une gamme de produits limitées mais à des tarifs compétitifs et un accueil 24h sur 24 et 7jour sur 7.

1.1.3.2. La banque en ligne (BEL) :

Avec l'apparition des banques virtuelles qui représentent un avantage concurrentiel majeur pour les banques traditionnelles, le réseau d'agences de proximité a fortement été altéré, un certain type de clientèle préfère la perspective d'accéder à leurs comptes et d'effectuer des opérations bancaires sans la nécessité de se déplacer et parfois avec une meilleure qualité de services.

En particuliers, des banques et des courtiers en ligne ont permis d'acheter et de vendre des titres en temps réel. La banque en ligne désigne l'ensemble des services bancaires assurés par voie électronique (électronic, banking) et par internet (consultation des comptes, virement, achat des produits financiers).

De plus, la banque en ligne offre plusieurs services tels que la possibilité de consulter l'état de son compte à tous les moments de la journée, effectuer des virements, imprimer des relevés d'identité bancaire (RIB) et entrer en communication par l'intermédiaire de message avec des conseillers financiers.

Mais ce service est bien souvent payant et les prix varient d'une banque à une autre.

1.1.3.3. Vers une banque universelle : Les banques universelles ou globales sont de gigantesques conglomérats financiers, regroupant les différents métiers des banques de détail,

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

les banques de financement et d'investissement et des banques de gestion d'actifs. Elles s'appellent une banque à tout faire (une banque généraliste).

Cette notion englobe le développement et converge avec la banque électronique mais avec des services complets. C'est encore l'envergure de la gamme des produits et services offerts et non l'extension géographique que vise la désignation universelle, puisque les clients deviennent de moins en moins en contact avec leur agence.

L'ensemble des prestations bancaires offertes par la banque universelle, sont les opérations de crédit ou les opérations à l'actif du client, la gestion de fortune et le conseil en placement, le service de paiement, les transactions sur titre, l'émission des emprunts, et l'analyse financière.

Cette partie fut consacrée pour l'identification des différentes formes d'innovations dans les technologies de l'information et de la communication en général et celles instaurées dans le secteur bancaire en particuliers. Il est orienté vers l'adoption et la mise en exécution de la banque électronique « e-banking ». Favorisée par le développement d'Internet et des réseaux de télécommunication, qui ont métamorphosés le paysage bancaire et son activité, la fonction de gestion des moyens de paiement a été transformée par l'apparition de nouveaux systèmes de contrôle; pour cela, la banque moderne est invitée à adopter un nouveau système d'évaluation des critères de performance tels que la rentabilité, la concurrence, qui sont fortement influencés par l'apparition de nouveaux métiers et canaux de distribution et l'usage des technologies innovantes.

1.2. La nouvelle économie

L'évolution des technologies de l'information et de la communication à bien mené à la naissance de ce que l'on appelle actuellement la nouvelle économie, cela témoigne du grand débat qu'il y a entre de nombreux auteurs et depuis plusieurs années sur le sujet.

Selon Pierre Jacquet (2001), l'expression de la nouvelle économie est devenue tellement courante qu'elle est utilisée pour présenter tout ce qui tourne autour des nouvelles technologies de l'information et de la communication¹.

1.2.1. Définition de la nouvelle économie

Le terme de nouvelle économie renvoie selon Olivier Bomsel (2001) au processus de diffusion dans le tissu industriel des gains de productivités associés aux technologies de l'information et de la communication (TIC), autrement dit de la numérisation de l'information, de son traitement dynamique et de son transport sur des réseaux à hauts débits (internet).²

¹Pierre Jacquet, « Nouvelle économie du virtuel au réel », RAMES, 2001, p27

²Olivier Bomsel, « nouvelle économie, économie Numérique, Netéconomie », édition Dalloz, CERNA, Paris, 2001, p5.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

Alors que pour Patrick Artus « la nouvelle économie est un ensemble d'évolutions et de mécanismes : apparition des TIC, notamment internet; de nouveaux biens et services liés à ces technologies; incorporation de ces nouvelles technologies dans le processus de production de l'ensemble des biens et services, y compris ceux de la vieille économie (automobile, chimie, transports...); réorganisation des entreprises autour des formes plus flexibles; modification de la nature des rémunérations et hausse des bourses... ». ¹

Ça sous entends qu'une organisation qui commercialise ses produits à travers internet, un homme d'affaire qui surveille l'évolution des cours boursiers par le biais de son téléphone portable, une multinationale qui utilise l'internet pour tous les types de communication entre ses filiales ; sont quelques indicateurs de la nouvelle économie.

1.2.2. L'évolution de la nouvelle économie

L'évolution de la nouvelle économie est passée par une succession d'étapes et chaque étape dans l'évolution des sociétés est liées à l'économie, nous pouvons retracer l'évolution économique des sociétés industrielles depuis le milieu du 19^{ème} siècle à travers trois périodes principales. Il faut savoir que chaque période est marquée par un ensemble de changements et de modifications sur la structure sociale et la réalité économique. ²

- **La première période** : elle se situe entre 1850 et 1910 environ, était essentiellement orientée vers, le transfert et le traitement des marchandises ainsi que les ressources naturelles.
- **La deuxième période** : elle a commencé à partir de 1920 et s'est poursuivi jusqu'au milieu des années 1970. Elle s'est caractérisée par une richesse produite ainsi que par des progrès technologiques, elle s'est basée sur de nouvelles idées et sur la production des machines, avec l'apparition de nouvelles industries importantes, comme l'automobile et la machine-outil.
- **La troisième période** : elle commence à partir des années 1970. Elle se caractérise par l'arrivée des technologies fondamentalement nouvelles à forte concentration, l'informatique, la robotique ainsi que les télécommunications. Par ailleurs, la nouvelle économie est justifiée par trois grandes évolutions qui sont : l'accroissement continu des emplois consacrés à la production ; au traitement et transfert de la connaissance et à l'information. Une tendance qui ne concerne pas seulement les secteurs de haute technologie, mais elle recouvre progressivement l'ensemble de l'économie et approfondit la part du capital tangible et une grande partie du capital intangible qui est constitué sous forme d'investissement, dans la formation, l'éducation, la recherche et développement, l'information et la coordination ; C'est-à-dire les investissements consacrés à la production et à la transmission de la connaissance des technologies de l'information et de la communication.

1.2.3. Les caractéristiques de la nouvelle économie

En générale la nouvelle économie se caractérise par l'absence de l'inflation qui s'explique par l'application de la politique monétaire restrictive qui permet le maintien d'un

¹Christian biales, « la nouvelle économie en questions », Chaire supérieure en économie et gestion ,20Novembre 2007, p 38.

²Mehran Ebrahimi « la nouvelle économie : promesses, réalités et tendances », cité par bouhloul Amina « impact des NTIC sur la structure organisationnelle des entreprises »université de Bejaïa 2011.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

taux d'intérêt bas ainsi que par le plein emploi surtout avec la prolongation de la scolarité et l'augmentation du taux d'activité féminine.

Parmi ses caractéristiques, la nouvelle économie englobe plusieurs secteurs dont, les télécommunications et les activités internet de business to business et business to consumer. Les coûts d'investissement initiaux très élevés et les coûts variables très faibles. La mondialisation qui met potentiellement tous les secteurs économiques en situation de concurrence et qui se trouve favorisée par l'évolution du modèle des changes. Les accords récents sur les échanges internationaux. Et enfin les orientations de l'état sur certains avantages, accompagnés par le développement des autorités décentralisées, auxquelles les états ont transféré leurs compétences dans les domaines d'activités des banques centrales, comme l'audiovisuel et les télécommunications.

On peut dire que la nouvelle économie peut être considérée comme étant une nouvelle révolution industrielle, qui a fait des transformations majeures dans les structures productives, les structures de consommation et les modes d'organisation de l'économie mondiale. La nouvelle économie concerne toutes les évolutions actuelles, qui par leur émergence et leur diffusion ont fait naître des comportements économiques nouveaux et suscite de profonds changements structurels. Pour faire face aux défis de la nouvelle économie, les entreprises bancaires adoptent de nouvelles formes organisationnelles qui, en général, se caractérisent par la souplesse et la flexibilité de ses structures organisationnelles afin de mieux répondre aux mutations technologiques.

Section 2 : Les principales TIC adoptées par le secteur bancaire

Au début du 21^{ème} siècle, le monde économique s'est ouvert, il est poussé par des mutations d'une économie de production à une économie d'information et de savoir.

Vu les opportunités qu'offrent les technologies de l'information et de la communication l'organisation, de quelle taille qu'elle soit, petite ou moyenne, doit s'adapter aux différents outils informatiques appropriés.

Nombre de choses ont changé depuis les dernières décennies, les nouvelles technologies et le progrès dans les domaines scientifiques, culturels et sociaux ont considérablement changé le monde.

La banque change depuis toujours. Le développement de l'internet, avec la généralisation du haut débit et des réseaux interactifs, a modifié les relations entre la banque, ses clients et les autres acteurs du marché. S'ajoute à cela, l'émergence de nouvelles avancées technologiques et l'apparition de nouvelles opportunités dans de nombreux secteurs d'activités. Le secteur bancaire semble le plus impacté par l'apparition du e-banking.

2.1. Les outils des technologies de l'information et de communication

Les TIC regroupent l'ensemble des ressources nécessaires pour échanger et partager les informations entre les différents membres d'une entreprise bancaire avec des outils de gestion des données.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

2.1.1. L'ordinateur :

Est une machine informatique qui permet de manipuler des données sous forme binaire (ou bits), cette machine permet de traiter des informations selon des séquences d'instruction prédéfinies.

2.1.2. Les logiciels :

Un ordinateur sans programme n'est pas utilisable, il est nécessaire de lui donner les informations pour qu'il collabore, il faut d'abord lui expliquer ce qu'on attend de lui et en suite lui donner les instructions pour agir. L'ensemble de ces instructions s'appelle programme, et l'ensemble des programmes, dont on dispose sur un ordinateur qui s'appelle logiciel, le programme doit être écrit dans un langage que l'ordinateur peut comprendre.

Tout ordinateur est constitué d'un ensemble de programmes qu'on appelle système d'exploitation ou logiciel de base. Ce système d'exploitation est livré avec l'ordinateur par le constructeur. L'utilisateur peut ajouter des programmes spécifiques et personnels.

2.1.2.1. Les logiciels de base ou système d'exploitation :

C'est un ensemble de programmes de contrôle et de traitement qui permet la gestion des différentes tâches assurées par l'ordinateur. C'est en fait l'intermédiaire logique entre l'utilisateur et l'ordinateur. On cite comme système d'exploitation le Windows, Linux...

2.1.2.2. Les logiciels d'application :

Ce sont les programmes élaborés afin de répondre aux besoins spécifiques. Les logiciels d'application sont spécialisés, il existe des logiciels traitants des problèmes standards tels que les langages de programmation (Java, html, python, ...) et les outils de la bureautique (Microsoft office, Open office, Libre office...).

2.1.3. Les outils de la télécommunication :

La télécommunication est un élément important pour la banque dans ses relations avec les clients et les autres institutions. Les nouvelles technologies ont apporté de nouveaux moyens performants, ses composant sont : le téléphone fixe, le téléphone mobile, le téléfaxe et le réseau informatique.

2.1.3.1. La téléphonie :

Le téléphone est un outil de communication qui permet de transmettre la voix humaine pour une conversation à distance. Dans le monde de la téléphonie, il s'agit surtout de la numérisation, mais aussi de l'extension des fonctionnalités des centrales de l'intégration des messageries. Nous avons classé le téléphone dans le domaine des TIC même s'il a plus d'un siècle d'existence.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

2.1.3.1.1. Le téléphone fixe :

Le téléphone c'est un appareil de communication initialement conçu pour transmettre des voix entre utilisateurs à travers des câbles et des circuits électriques. C'est un ancien outil et son utilisation a tendance à disparaître de plus en plus à cause de l'émergence de la téléphonie mobile.

2.1.3.1.2. Le télécopieur :

C'est un appareil électronique qui a pour rôle de convertir les images et les textes en impulsion électrique afin de les transmettre à un destinataire.

2.1.3.1.3. La téléphonie mobile :

Le téléphone mobile ou cellulaire est un appareil de télécommunication qui permet de communiquer par voix, texte, vidéo sans être relié par câble et tout en étant mobile.

2.1.3.2. L'informatique :

Elle est une discipline englobant les technologies nécessaires au traitement électronique de l'information¹. Celle-ci se compose de deux grandes catégories, celles liées au matériel (hardware) et celles liées au logiciel (software). Elle peut aussi être définie comme étant la théorie du traitement de l'information à l'aide de programmes mis en œuvre sur ordinateur.

Elle regroupe l'ensemble des systèmes d'informations ou de logiciels. Donc « L'ordinateur est une machine automatique de traitement de l'information obéissant à des programmes formés par des suites d'opérations arithmétiques et logiques »².

2.1.3.3. Le réseau informatique :

Il s'agit d'un ensemble de moyens matériels et logiciels mis en œuvre pour assurer l'échange des informations entre les ordinateurs. Le réseau informatique est constitué de quatre outils à savoir l'internet, l'intranet, extranet et le minitel.

2.1.3.3.1. Internet :

« Constitue un moyen de diffusion qui gagne en popularité ces dernières années. Ce moyen efficace, rapide et peu coûteux pour faire passer des informations destinées à divers publics et favorise la communication bien qu'il contribue, parfois, à augmenter l'infobésité * »³. Selon notre recherche l'internet est un réseau informatique mondial constitué d'un ensemble de réseaux privés, régionaux et nationaux les uns reliés aux autres par le protocole de communication TCP/IP et qui coopèrent dans le but d'offrir une interface unique à leurs utilisateurs.

¹Bezbakh, P. et Gherardi, S., « dictionnaire de l'économie », Larousse, Paris 2000.

²Dictionnaire Larousse Bordas, Édition 1997. p. 295. Codé sous forme numérique.

³Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, 2015, Paris, P88.

*l'infobésité est issue de la contraction entre les termes « information » et « obésité ». Elle désigne la surcharge d'informations à laquelle nous sommes tous les jours confrontés. Exemple : l'infobésité sur internet est souvent un obstacle à la recherche d'information.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

C'est un système d'échange de documents électroniques : Textes, fichiers images, sons et séquence audio-visuelles.

Différents services sont proposés par internet, dont les plus importants sont : la communication entre les utilisateurs s'effectue à l'aide d'un échange de courriers électroniques (E-mail). Ainsi qu'à travers des forums de discussion thématique (News, Usenet), la diffusion d'information fondée sur le concept de client /serveur, des logiciels FTP (File Transfert Protocole) permettant de télégraphier des informations : mise à jour des logiciels, programmes, images, bibliographie, la recherche des informations par le biais d'un mot clé se fait à l'aide d'une donnée serveur. L'administration du réseau (qui fait fonctionner internet) est constituée souvent d'outils logiciels très techniques, elle fonctionne sous forme de protocole (TCP/IP, SMTP ou SMMP) et à l'aide des outils tel que le web. Les organisations sont en mesure de créer des serveurs d'informations accessibles par internet ; ainsi les mettre à disposition des prospects, des utilisateurs et des clients potentiels.

2.1.3.3.2. Extranet :

Un réseau extranet est un outil informatique dont la liste de sécurité est externalisée c'est-à-dire géré par un organisme ou une entité externe aux utilisateurs. L'extranet c'est une extension du système d'information de l'entreprise à des partenaires situés au-delà du réseau interne.

2.1.3.3.3. Intranet :

C'est l'ensemble de moyens nécessaires pour transporter et traiter un flux d'informations internes à un groupe fermé d'utilisateurs identifiés, en utilisant les mêmes protocoles et services que l'internet¹. L'intranet désigne aussi des réseaux privés utilisant les technologies d'Internet, tout est partagé par les membres du groupe.

C'est un puissant moyen de communication et d'échange de données au sein d'un organisme. L'idée de base d'intranet est de réaliser les fonctionnalités d'un serveur universel en utilisant des standards d'internet, particulièrement en accédant à l'ensemble du système d'informations de la banque.

2.1.3.3.4. Le minitel :

Est un terminal informatique passif, il s'agit uniquement d'un clavier et d'un écran sans processeur ni dispositif de stockage.

C'est un réseau indépendant sécurisé et démuné de virus. C'est un outil performant pour des usages professionnels tels que : la saisie, la prise de commande, l'octroi de crédit, la gestion et le suivi des stocks.

Il libère d'autres opérations bancaires tout en étant disponible à tout moment. Il présente toutes les garanties de sécurité et de performance vouées aux applications ouvertes pour le

¹Joseph Anglebert, philippe roux, Catherine Redon, « TCP/IP Intranet/extranet », institut de la gestion publique et de développement économique ,9novembre 200, p204.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

public. Généralement, le client peut consulter par minitel les soldes de tous les comptes enregistrés à la souscription de ce service, y compris les comptes d'épargne et les plans d'épargne. Le client peut aussi consulter la liste des retraits réalisés à l'aide de sa carte et les soldes non encore débités du compte.

2.1.4. Les outils de gestion de données

Les outils de gestion des données les plus utilisés dans une organisation sont : l'exploitation de données ; l'échange de données informatisées (EDI) et Le workflow , Le knowledge management Groupware , Microsoft Outlook, E-mail.

2.1.4.1. L'exploitation de données

L'exploitation de données a pour objectif de mémoriser des informations en grande masse dans un système d'information centrale doté d'une grande capacité de stockage, elle comporte essentiellement le DATAWAREHOUSE et le DATAMINING.

2.1.4.1.1. Le DATA WAREHOUSE :

Il s'agit d'une application qui regroupe un ensemble de donnée qui est répertoriées selon un historique bien précis. Selon Grouard J.M, l'objectif Data warehouse est de « centraliser toutes les données en optimisant l'information qu'elles contiennent »¹. L'application Data warehouse constitue un entrepôt de données visant à assister la prise de décision au sein des entreprises. Pour automatiser les informations, le système décisionnel remplit trois fonctions essentielles à savoir :

- L'extraction des données : cette étape consiste à traiter des données afin d'éviter toute forme de redondance à l'aide d'un outil développé dit ETL (Extraction Transfert Loading: qui est un type de logiciel qui permet de collecter des données en provenance de sources multiples pour ensuite les convertir dans un format adapté à une data warehouse et les y transférer.).
- Le stockage de données : c'est un processus qui consiste à rassembler des données pour créer des schémas relationnels, cette étape aide à avoir une vue d'ensemble sur les informations collectées.
- Le reportage de données : c'est la mise à la disposition des utilisateurs des données de la base prêtes à être exploitées tout en sécurisant ses contenus.

Le data warehouse n'est pas une simple grosse base de données regroupant les données provenant des divers systèmes de production. Les utilisateurs vont prendre des décisions et s'engagent à partir des données contenues par le data warehouse.

2.1.4.1.2. Le Datamining :

Est un « processus qui permet de découvrir dans de grosses bases de données consolidées, des informations jusque-là inconnues, mais qui peuvent être utile, et d'utiliser ces

¹Grouard J.M, *le projet décisionnel*, édition Eyrolles, Paris, 1998, P9.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

informations pour soutenir des décisions tactiques et stratégiques »¹. Donc le datamining est une méthode qui peut être utile dans l'exploitation des données afin d'extraire des informations importantes pour l'entreprise, surtout lorsqu'il s'agit d'une quantité importante. Le datamining a réussi à être très efficace pour la gestion de la relation client, notamment en augmentant le volume des ventes à travers la connaissance du Comportement des consommateurs.

2.1.4.2. L'échange de données informatisées (EDI) :

Il s'agit « d'un système d'information associé à plusieurs entreprises devenues partenaires »². Ce sont des systèmes d'information globaux. En effet, l'EDI sert à communiquer des données structurées entre les différents partenaires, ces données sont généralement codifiées et présentées sous un format bien précis.

2.1.4.3. Le Groupware :

C'est un processus de travail de groupe désignant les outils informatiques facilitant le travail d'équipe de projet. Il offre ainsi une meilleure complémentarité à la messagerie électronique. C'est aussi un logiciel qui permet à un ensemble de personnes de travailler en groupe. Ce genre de logiciel utilise tous types de réseaux, publique ou privé et bien entendu internet, intranet et extranet. Ce dernier ouvre la voie vers une nouvelle façon de travailler, car il permet la coordination, la coopération et la communication³.

2.1.4.4. Le WorkFlow (automatisation des flux de documents) :

C'est un ensemble de dispositifs technique permettant la diffusion, l'administration et l'exécution d'un flux d'information au sein d'un même groupe de travail. Le champ d'application du Workflow est une forme de travail impliquant un nombre limité des personnes devant accomplir, en un temps limité, des tâches articulées autour d'une procédure, définie et ayant un projetif global. Son intérêt c'est d'optimiser la cohérence entre les intervenants et les temps de réponses et également de simplifier le travail de chacun en lui précisant les tâches en prévoyant des procédures prédéfinies⁴.

2.1.4.5. Microsoft Outlook :

C'est un gestionnaire d'informations personnelles et c'est un client de courrier électronique propriétaire édité par Microsoft. Il fait partie de la suite bureaucratique Microsoft Office. Cet outil est une application de courrier électronique qui propose une organisation efficace des tâches et des contacts, il propose une fonction de multi-utilisation pour l'organisation comme le partage de courrier et la gestion de l'emploi du temps. Cet outil de gestion permet la facilité de la communication et la bonne circulation de l'information dont

¹Govare V, « l'évolution du travail avec les nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC) », Paris, 2002, P12.

²Queennec C, « ERP, levier de transformation de l'entreprise », édition Lavoisier, Paris, 2007, P17.

³Marie- Hilene Westphalen, communicator : le guide de la communication d'entreprise, 3eme Edition, Dunod, Paris, 2001, p 222.

⁴Ibid, p 222.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

L'objectif principale est de faciliter l'utilisation de courrier électronique par le personnel d'une organisation¹.

2.1.4.6. E-mail (courrier électronique) :

Le message est envoyé directement à son destinataire et contourne les problèmes d'absence ou de ligne occupée. On peut aussi envoyer le message à plusieurs personnes très facilement. La messagerie offre tous les avantages de l'écrit.

2.1.4.7. Knowledge management (capitalisation / gestion des connaissances)

Aujourd'hui, nous sommes inondés d'informations, il est nécessaire d'appliquer une stratégie dans le traitement et le partage de l'information dans les activités. La gestion des Connaissances (Knowledge management) est une approche stratégique dont l'objectif est fixé, grâce à une exploitation optimale des connaissances.

2.2. L'application des TIC dans le secteur bancaire

L'application des technologies de l'information et de la communication porte sur l'e-banking et les réseaux sociaux.

2.2.1. Le E-banking (la banque électronique)

Il fait son apparition au milieu des années 1993 et s'est développé vers les années 2000. L'e-banking offre des services nouveaux et originaux aux clients.

2.2.1.1. Définition de l'e-banking

COPULSKY ET WOLF en 2007, ont défini l'e-banking comme suit : « Les opérations bancaires par Internet est un terme qui implique l'utilisation des ordinateurs, donc une livraison automatique par voie électronique comme « Internet banking », et tient compte également d'autres dispositifs possibles comme le mobile « Mobile-banking », les téléphones, les télévisions numériques « TV-banking ».... »².

DINIZ en 1997 qualifie l'e-banking de « service fourni par plusieurs institutions financières, permettant aux clients de mener des transactions bancaires via Internet, et ce, en utilisant un moyen comme le PC, le téléphone, Minitel, ou autres »³.

La banque électronique peut également être définie comme la variété des plates-formes suivantes⁴ :

- Le service bancaire par internet (ou la banque en ligne).
- Service bancaire par téléphone.
- PC banking (hors banque).

¹Ibid, p233.

²Copulsky, J.R. et Wolf, M.J. 1997. « Relationship Marketing: Positioning for the future ». Journal of Business Strategy.

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

⁴Mahdi, S. et Mehrdad, A. «E-Banking in Emerging Economy :Empirical Evidance» of Iran ,(2010).

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

- (Automatic Teller Machine) canal ATM qui a vu le jour en 1969, il a été le premier guichet automatique à être ouvert dans la caisse de distribution publique aux clients à la Chemical Bank à Rockville Centre, New York. Il a révolutionné l'industrie bancaire en éliminant le besoin de visiter une banque pour effectuer des transactions financières de base. Les années 1980 ont connu des machines fournissant de nombreuses transactions bancaires et sont devenues populaires et largement appréciées par les clients. Ils permettaient de nombreux services basiques (24h/7j) réglés auparavant que par les caissiers. C'est le cas des dépôts, retraits, transferts, soldes de comptes, demandes de chèques, relevés de compte.... L'utilisation d'un guichet automatique nécessite une carte ATM et un numéro d'identification personnel (NIP). (O SHANNAK, 2013)¹.

Nous remarquons qu'avec l'avènement de l'e-banking, un nouveau genre de banque a pris naissance « La banque virtuelle ou banque par internet ». Il s'agit-là aussi d'une banque sans succursales qui offre les mêmes produits et services financiers qu'une banque traditionnelle, bien que cette offre ou prestation ne se fasse que par internet ou toute autre voie électronique.

La banque électronique facilite les comparaisons entre service et produit bancaire, peut accroître la concurrence interbancaire et permet aux banques de pénétrer de nouveaux marchés et d'accroître ainsi leur champ d'action. Certains y voient même un moyen de bruler les étapes pour les pays dont le système financier est moins développé grâce aux systèmes de communication sans fil qui se développent plus vite que les réseaux.

2.2.1.2. Les services d'e-banking

L'e-Banking permet l'accès aux comptes, le transfert de fonds d'un compte vers un autre, l'information sur le solde, le transfert de fonds vers le compte d'un tiers, le paiement de factures... Les possibilités offertes sont nombreuses et permettent d'économiser beaucoup de temps aux gens qui utilisent ces services². Parmi les services d'E-Banking on trouve l'Internet Banking, Le Mobile Banking :

2.2.1.2.1. L'internet Banking

L'Internet constitue un facteur clé dans l'apparition et l'évolution de la banque à distance. En effet, c'est grâce à ce canal que les banques à réseau sans guichet ont fait apparition, ce qui a poussé les banques traditionnelles à remettre en question leur compétitivité face à ces nouveaux entrants, en développant leurs sites web pour commercialiser leurs services à distance.

L'accès à Internet et son utilisation sont largement répandus au sein de la communauté internationale, les ménages utilisent de plus en plus le Web et à des finalités diverses. Certains l'utilisent pour des services bancaires à distance, pour des achats et ventes de biens, pour la messagerie électronique ou pour effectuer des recherches, d'autres pour communiquer via les réseaux sociaux ou encore lire la presse ou accéder aux programmes de la radio et de la télévision...

¹SHANNAK, O. Key issues in E-Banking strengths and weaknesses: the case of two Jordanian banks. *European Scientific Journal*. March, édition . (2013)vol.9, No.7.p. 239-263. ISSN 1857- 7431.

²I. Boutekdjiret et Z. Mezrague , CONCEPTION ET REALISATION D'UNE SOLUTION SMS BANKING POUR TRUST BANK ALGERIA, 2008.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

2.2.1.2.2. Le m-banking

Le m-banking est un moyen de communication utilisant le téléphone portable qui s'est très fortement répandu ces dernières années.

- **Définition de m-banking** : le Mobile Banking est l'utilisation du téléphone portable « mobile phone » pour fournir des services bancaires qui peuvent être des transactions financières et des échanges d'informations entre le client et l'institution financière. Le Mobile Banking est un moyen de communication utilisant le téléphone portable. Il s'est très fortement répandu ces dernières années, pour faciliter l'accès aux services bancaires, et améliorer les offres de services bancaires auprès de la clientèle et enfin réduire les coûts de transaction pour les clients dans les zones éloignées.

- **Les applications m-banking** : le Mobile Banking réunit les 2 applications « SMS Banking » et « WAP Banking »¹.

- Le WAP Banking permet d'accéder au compte bancaire par l'intermédiaire d'Internet mobile. La sécurité des transactions effectuées par ce procédé est traitée tout comme la sécurité d'application web, avec l'envoi d'informations chiffrées depuis le mobile. Cette forme d'opérations mobiles convient aux combinés de modèles récents qui soutiennent les technologies WAP, GPRS, 3G, 4G. Cette technique peut être déployée de deux façons² : soit par un site web réparti entre la carte SIM du client et le serveur de la banque (certaines pages web logent dans la carte SIM du client), à cet effet les informations fournies sont envoyées via une connexion Internet vers le serveur de la banque qui les traite et renvoie le résultat ; soit par un site web centralisé au niveau du serveur de la banque ; à cet effet le client établit une connexion Internet entre le serveur web du client et sa carte SIM avant toute sollicitation de service.

La figure suivante montre le fonctionnement de WAP Banking

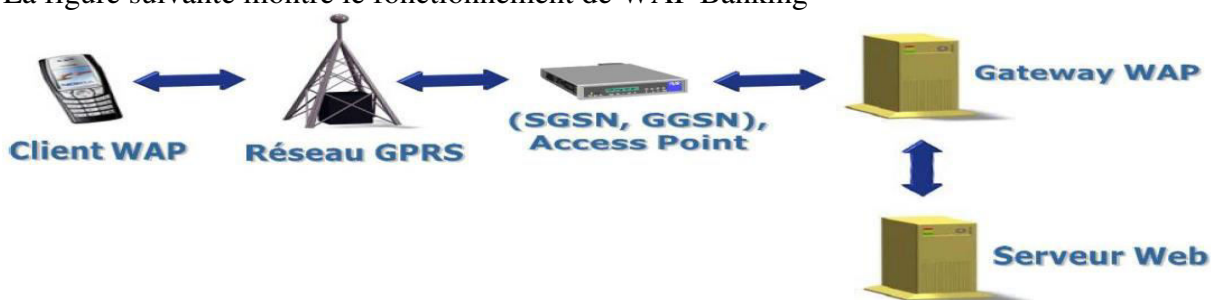


Figure n°5 : Exemple d'un réseau WAP.

- **SMS Banking** : il est une branche de l'E-Banking qui combine le SMS et le téléphone mobile. A ce titre, les clients de la banque peuvent gérer leur compte, visualiser leurs soldes, demander des chèquiers, faire des virements, payer des factures et d'autres transactions bancaires en utilisant leur téléphone mobile.

La figure suivante illustre de façon globale le fonctionnement d'un SMS Banking

¹A. AYADI, «Inovations technologique dans les réseaux mobiles,» 2004.

²M. T. VALERIE, SECURITE APPLIQUEE AUX MESSAGES DANS LES SERVICES, 2008.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

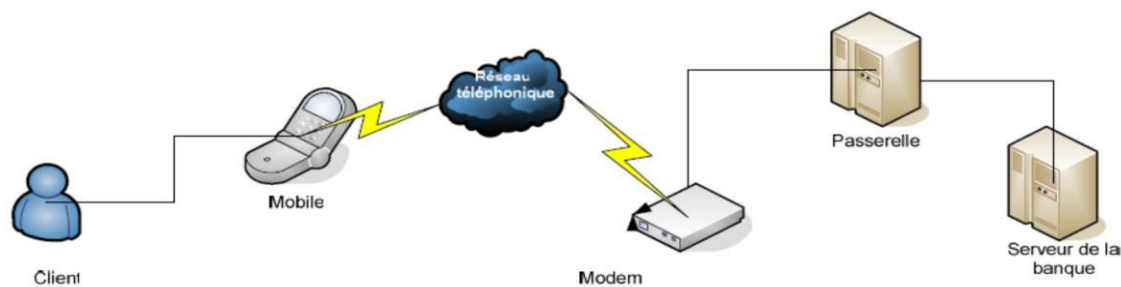


Figure n°6 : Illustration du fonctionnement d'un SMS-Banking

2.2.2. Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont une partie des médias sociaux à l'image des blogs, des micros blogs, des communautés de partage de contenus, des wiki... « Pour notre part, nous regroupons les technologies, les applications et les sites permettant aux utilisateurs d'être facilement producteurs de contenus et d'interagir rapidement et à distance sous l'étiquette de « medias sociaux »¹.

2.2.2.1. Twitter :

Service de microbillage ou microblogging également lancé en Californie en 2006. Twitter est un canal de diffusion directe avec le public, (journaliste, professionnel, influenceur, grands leaders d'opinion en ligne et « power middle influencé » et les internautes capables de défendre une marque dans le cadre d'un échange qualitatif. Ce micro-blog permet d'observer et de suivre ce qui s'écrit sur une organisation, un secteur, et d'entretenir un dialogue constant avec le public.

2.2.2.2. LinkedIn :

Né en 2003 en Californie est un réseau social résolument professionnel, Linin* a récemment annoncé avoir passée la barre des 300000000(trois cent million) de membres. Ce service offre à ses utilisateurs la possibilité de bâtir leur réseau professionnel tout en appliquant à titre individuel certains principes attachés aux relations publiques et veille à faire grandir leur marque personnelle et à préserver leurs réputations numériques. LinkedIn est aujourd'hui un outil important de recrutement pour les entreprises mais aussi d'identification de contacts et de partenaire potentiels ou de veille concurrentielle.

2.2.2.3. You tube :

Créé en février 2005 et rapidement racheté par Google, 3ème site le plus visité au monde, You tube est consulté chaque mois par plus d'un 1000000000(un milliard) d'utilisateurs uniques. Ce site donne la possibilité aux personnes et aux organisations inscrites de publier et partager de façon illimitée des vidéos, une catégorie de contenus largement plébiscité sur le web et un canal de communication percutant et permet à tous de les regarder.

¹Andrea CATELLANI, Caroline SAUVAJOL-RIALLAND, *les relations publiques*, Dunod, 2015, paris, P88.

*L'expression de Linin ou LinkedIn marketing : regroupe l'ensemble des utilisations marketing qui peuvent être faites du réseau social professionnel LinkedIn. Les fonctionnalités et capacités marketing de LinkedIn sont généralement utilisées pour la prospection et la fidélisation en B2B ou dans une logique de marque employeur.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

2.2.2.4. Facebook :

Lancé en 2004 c'est le premier réseau moderne destiné à l'origine à la communauté étudiante d'Harvard, le site s'est graduellement et rapidement ouvert aux autres universités de l'Ivry élague comme Sanford ou Columbia puis, devenu face book en 2005, à l'ensemble des universités américaines et canadiennes, aux écoles secondaires, à quelques entreprises et enfin au monde entier à partir de septembre 2006.

2.3. Les avantages et inconvénients de l'adoption des TIC dans le secteur bancaire

Sur ce point, nous allons citer quelques avantages et inconvénients des TIC adoptée par la banque

2.3.1. Les avantages de l'adoption des TIC dans le secteur bancaire

- Une meilleure structuration du travail : les outils et logiciels ont permis d'améliorer l'organisation du travail et d'obtenir une meilleure rationalisation quel que soit le domaine professionnel concerné.
- Un accès plus rapide à l'information : la rapidité d'exécution des fonctionnalités et notamment internet qui permet à l'heure actuelle de trouver rapidement les informations recherchées dans le cadre de son travail. Les salariés ont plus d'opportunités pour trouver des solutions aux problèmes survenant au quotidien.
- Un gain de flexibilité dans le travail : les TIC, notamment à travers le développement des outils de travail à distance et l'évolution des appareils mobiles, permettent de travailler de manière moins rigide. Il est par exemple possible de travailler à distance via des systèmes de visioconférence ou d'accéder à un environnement de travail même si l'on ne s'y trouve pas physiquement.
- Une réduction des coûts : la dématérialisation et l'automatisation de certains aspects ou processus de travail peuvent permettre de réduire les frais d'activités d'une entreprise.
- une amélioration de la qualité du travail et de la performance : les TIC apportent des outils permettant de mieux réguler le flux du travail et d'avoir une analyse plus approfondie du travail produit, que le résultat soit matériel ou non. »¹.

De manière globale, les TIC ont eu un impact important sur les organisations et ont joué un rôle déterminant dans leur modernisation et dans leur quête de compétitivité économique.

2.3.2. Les inconvénients de l'adoption des TIC dans le secteur bancaire

- **Défis de sécurisation des sites internet** : Avec l'avancée technologique de l'information et de la communication, les entités bancaires font face au défi de la sécurisation de leurs systèmes d'information.
- **Des nouveaux concurrents** : La présence d'internet sur un marché large et plus ouvert implique l'entrée des nouveaux concurrents dans le marché est facile car il ne présente pas des obstacles à l'entrée.

¹L'impact des TIC sur les conditions de travail en entreprise, publié le 20mai 2016, écrit par Humanis, consulté le 04janvier2020 à 16h01 disponible sur le lien : <https://humanis.com/particulier/prevoyance-dependance/impact-ticconditions-de-travail/onible>.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

- **Complexité de la fonction de la banque en Internet** : le changement perpétuel dans les technologies augmente les charges et complique la fonction de la banque dans l'utilisation d'Internet. Ce qui impose à la banque d'être toujours à la page des nouveautés et d'être capable de maîtriser toutes nouvelles technologies liées à son domaine.

Les technologies de l'information et de la communication se présentent comme un outil de promotion et de transparence dans les organisations, les TIC ont apporté d'énormes changements à l'univers des institutions et des organismes grâce à leur impact positif. Les technologies de l'information et de la communication ont transformé la vie des organisations et institutions.

Section 3 : Le rôle des TIC dans l'évolution des moyens de paiement

Les systèmes de paiement et de règlement sont d'une importance essentielle ils permettent un traitement efficace des paiements. Ils contribuent au bon fonctionnement d'une économie moderne. Il en existe plusieurs modèles et se différencient par les montants ou les modalités de traitement.

Les moyens de paiement sont indispensables dans un système de paiement. Ces derniers sont passés de la monnaie espèce à la monnaie scripturale puis à la monnaie électronique. Cette évolution permet de traiter les moyens de paiements dématérialisés qui nécessite le développement des systèmes de paiement plus élaborés.

Les technologies de l'information et de la communication ont permis d'automatiser les paiements et de faciliter le traitement des ordres de paiements à des meilleurs coûts et avec plus de rapidité et de sécurité. Le système de paiement constitue l'un des principaux composants du système monétaire et financier d'un état. Le bon fonctionnement du système de paiement fait un meilleur système bancaire et donc un meilleur développement économique. Il comprend un ensemble de règles, d'instructions et de mécanismes techniques pour les transferts d'argent, qui font partie intégrante du système financier. Il est généralement fondé sur un accord entre participants et opérateurs du système¹.

Selon les règlements bancaires internationaux « un système de paiement est un ensemble d'instruments de procédures et des règles bancaire 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 des procédures qui permettent le règlement des créances et des dettes, ainsi que les transferts de fonds entre agents économiques.

3.1. Les technologies du système de paiement

Consiste en la mise à disposition d'appareils permettant le retrait automatique d'espèces qui sont installés au niveau des agences. Il s'agit des GAB, DAB et TPE qui sont décrits dans ce qui suit :

¹Banque Africain de développement. « Etat de l'intégration régionale en Afrique IV : Développer le commerce intra-africain », Edition commission économique pour l'Afrique. Addis-Abeba, Ethiopie, Mai 2010. P301.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

3.1.1. Guichets automatiques des billets (GAB)

Les GAB sont des appareils automatiques qui sont aménagés à l'intérieur des agences. Ils permettent au client d'effectuer lui-même ses opérations bancaires (retrait d'argent, consultation de compte, commande de chéquier), à l'aide de sa carte bancaire et de son code confidentiel¹.

Ce sont des guichets bancaires automatiques conçus en des appareils électroniques qui permettent aux clients d'effectuer différentes opérations bancaires en libre-service. Il y a différents modèles de GAB, ils permettent d'effectuer des retraits, d'accepter des dépôts en liquide ou par chèque et d'ordonner des transferts de fonds, ceux-là permettent aussi d'augmenter le solde d'une carte téléphonique et de vendre des timbres-poste.

Certaines banques proposent à leurs clients d'autres services, en plus des retraits d'argent des guichets automatiques, la banque offre la possibilité d'effectuer, à distance, des services tel que :

- Les virements.
- L'édition de relevés d'identité bancaire (RIB).



Figure n°7 : Guichets automatiques des billets (GAB)

3.1.2. Les distributeurs automatiques de billets (DAB)

Les DAB sont des appareils automatiques permettant à la clientèle d'effectuer des retraits en espèce². Ils sont installés par les établissements de crédit, les centres de chèques postaux (CCP) ou par les grands émetteurs de cartes (grandes boutiques...) qui permettent aux clients de retirer des sommes d'argent de leurs comptes à l'aide d'une carte bancaire et d'un code confidentiel³. C'est un GAB simplifié qui ne permet que les opérations de retrait 24h/24 et 7j/7, la procédure consiste à insérer une carte et saisir un code confidentiel, puis le client est invité à stipuler le montant qu'il souhaite retirer à condition que le plafond de sa carte ne soit pas dépassé.

3.1.3. Terminal de Paiement Electronique (TPE)

Un terminal de paiement électronique (aussi appelé TPE) est un appareil électronique capable de lire les données d'une carte bancaire, d'enregistrer une transaction, et de

¹Y .Colvert, Dictionnaire des Banques.

²Y .Colvert, Ibid.

³Document relative la BDL banque carte interbancaire la facilité au quotidien guide pratique.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

communiquer avec un serveur d'authentification à distance¹. Il assure ainsi un traitement à la fois sécurisé, rapide et performant des transactions de paiement. Pour utiliser un TPE, un commerçant doit passer un contrat avec sa banque par lequel est fixé un montant maximal de transaction au-dessus duquel une autorisation est obligatoire, ainsi que le montant que la banque prélèvera comme commission sur chaque paiement effectué. Ce type d'appareil présente plusieurs avantages notamment : la sécurité totale, la facilité d'utilisation, la fluidité, il permet un gain de temps. C'est un moyen de paiement moderne et efficace, il accepte toutes les cartes bancaires².

Le TPE est un instrument électronique fourni par la banque à ses clients commerçants ou prestataires de services leur permettant d'accepter les règlements de leur clientèle au moyen de cartes de paiement (visa, MasterCard). Ces TPE offrent aux commerçants plusieurs services tel que :

- Transmission électronique à leur banque des transactions effectuées dans la journée sans nécessité de déplacement à leur agence bancaire
- Encaissement rapide des transactions dans les 48 heures suivantes la transmission électronique.
- Suivi des transactions grâce à la délivrance d'un relevé détaillé par la banque.

3.2. Les moyens de paiement

Afin de faciliter les transactions, les banques ont mis à la disposition de leur clientèle différents moyens de paiement efficaces et sécurisés. Pour la réalisation des différentes opérations, la banque met à la disposition de sa clientèle des instruments de paiement traditionnel d'une part, et des supports électroniques pour faciliter et surtout sécuriser le recouvrement des appoints d'autre part. Cela par la mise en place d'un système de paiement électronique. D'après l'article 112 de la loi N° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, sont considérés comme moyens de paiement « tous les instruments permettant à toute personne de transférer des fonds, quel que soit le support ou le procédé technique utilisé. »³. Les moyens de paiement sont des instruments qui permettent de faciliter les échanges de biens et services de la clientèle en répondant à des besoins précis.

3.2.1. Les différents moyens de paiement

Les moyens de paiement diffèrent d'un pays à un autre, selon leur degré d'intégration aux nouvelles technologies, l'Algérie quant à elle utilise la monnaie fiduciaire et scripturale comme instruments de paiement traditionnels et la monnaie électronique comme instrument de paiement moderne.

3.2.1.1. Les moyens de paiement traditionnels

Les instruments de paiement traditionnels sont la monnaie fiduciaire et scripturale.

¹[http://blog.wikimemoires.com/2011/04/definition-du-paiement-electronique-e-paiement/consulter le 06/01/2020](http://blog.wikimemoires.com/2011/04/definition-du-paiement-electronique-e-paiement/consulter%20le%2006/01/2020) à 11.32.

²Document relative la BDL banque, Op cit.

³Article 112 de la loi N°90-10 du 14 Avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

3.2.1.1.1. La monnaie fiduciaire

Elle se compose de pièce métallique et billets de banque la monnaie fiduciaire est définie comme étant un support et un instrument monétaire du fait qu'elle traduit les unités de paiement libellées en unité de valeur ou de compte, puis les transfère d'un patrimoine à un autre.

3.2.1.1.2. La monnaie scripturale

Elle est définie comme étant, tous les moyens de paiement qui circulent par un simple jeu d'écriture entre les comptes : chèque, virements, avis de prélèvement, effet de commerce et lettre de change.

- **Le chèque** : le chèque se définit comme « un titre par lequel une personne dite tireur donne l'ordre à une banque (ou un établissement de crédit assimilé), dite tiré, de payer à vue une somme d'argent au profit d'une troisième personne dite porteur »¹.

On distingue plusieurs types de chèque² à savoir :

- Le chèque barré : chèque comportant au recto, deux barres parallèles le barrement a pour but de protéger le bénéficiaire en cas de perte ou de vol du chèque il est uniquement encaissable de compte à compte.
- Le chèque « omnibus » : chèque utilisé au guichet lorsque le client n'a pas son chéquier on dit aussi chèque « guichet » ou chèque « passe-partout ».
- Le chèque de caisse : chèque à soi-même, en vue de procéder à un retrait de fonds.
- Le chèque certifié : chèque sur lequel la banque tirée par l'émetteur certifie, que la somme indiquée sur le chèque est disponible sur le compte.
- Le chèque de voyage³ : ou traveller's chèque est un chèque émis par un établissement de crédit pour permettre au porteur de se faire payer une somme d'argent déterminée aux près d'un établissement financier étranger pour les besoins du séjour.

Ces chiffres montrent que le paiement par chèque continu à prédominer les autres moyens de paiement.

- **Le virement** : Selon D. PLIHON : « le virement bancaire consiste en une écriture comptable débitant le compte d'un client pour créditer le compte d'un autre client. Ce système est plus souple que le chèque : un ordre de virement peut être donné par télex, fax ou minitel »⁴.

Le virement comprend diverses formes⁵ :

- Virement interne : il s'agit des opérations dans les livrets de la même banque.
- Virement interbancaire : c'est des opérations qui se font d'une banque à une autre.
- Transfert : c'est le cas des opérations de virement émises en faveur ou reçus par d'autre pays.

¹PIEDELIEVRE S., « Instruments de crédit et de paiement », Edition DALLOZ, Paris, 2010, P 249.

²CHEHRIT K., « Techniques et pratiques bancaires financières et boursières », Edition G.A.L, Alger, 2003, P145- 146.

³PIEDELIEVRE S., « Instruments de crédit et de paiement », Edition DALLOZ, Paris, 2010, P 292.

⁴PLIHON D., « La monnaie et ses mécanismes », Edition LA DECOUVERTE, Paris, 2003, P 14.

⁵BERNET-ROLLANDE L., « Principes de technique bancaire », Edition DUNOD, Paris, 2001, P 58.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

- Virement simple : appelée également opération écartée, il concerne les opérations ordonnancées pour une seule opération.
- Virement permanent : c'est des opérations cycliques ou récurrentes intervenants à des dates déterminées.

- **Le versement** : Opération par laquelle, le client remet à son banquier une certaine somme en espèces et dont le montant sera porté au crédit du compte de ce client¹. Le versement peut s'effectuer par, le client de l'agence pour son propre compte, le client de l'agence pour son compte tenu auprès d'une autre agence, un tiers pour le compte d'un client d'une agence, un tiers pour le compte tenu dans une autre agence. Le versement peut aussi s'effectuer par fax, c'est-à-dire versement à distance.

- **Avis de prélèvement** : c'est un formulaire présenté au banquier du débiteur pour obtenir le paiement d'une créance pour le créancier, il comporte des informations plus complètes que le virement, car il dispose de l'autorisation du débiteur.

- **Effet de commerce** : Titre négociable au profit du porteur, une créance de somme d'argent à court terme².

Lorsque des organisations effectuent des prestations de services ou assurent la livraison des marchandises, elles peuvent exiger un règlement comptant. Toutefois, pour faire face à la concurrence, ou pour se conformer aux usages de leur profession, elles sont le plus souvent obligées d'accepter, voire de proposer un règlement différé pour garantir le paiement à échéance. Le vendeur peut exiger la remise d'un document appelé effet de commerce, donc on va voir tour à tour la lettre de change, le billet à ordre.

- **Lettre de change** : La lettre de change³ est un écrit par lequel le tireur invite le tiré à payer au bénéficiaire ou à son ordre une somme déterminée à une échéance convenue. La lettre de change est un écrit par lequel une personne, créancier d'origine, dénommée tireur, donne à un débiteur, appelé tiré, l'ordre de payer à l'échéance fixée, une certaine somme à une troisième personne appelée bénéficiaire ou porteur. La lettre de change est un effet de commerce. Le tribunal de commerce est donc compétent en cas de litige et le droit applicable est le droit cambiaire.

Figure n°8 : Exemple de lettre de change

Alger le 28 juin 2019	
Veuillez payer à l'ordre de M. flan (le bénéficiaire) commerçant à BLIDA, au 30 septembre 2019, la somme de quatre cent mille dinars algérien, valeur reçu en marchandises	
A.M. flan (tiré)	M. flan
Commerçant à Alger	(signature du tireur)

Source : Code du commerce algérien

¹CHEHRIT K., Op cit, 2003, P184.

²Idem, P 158.

³R.PROVENCE. « la banque », 27ème Edition DUNOD, paris, 1967, p78.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

- **Billet à ordre** : Le billet à ordre est un titre négociable et un effet de commerce dont la particularité tient à ce que, lors de sa création, fait seulement intervenir deux personnes, un souscripteur et un bénéficiaire. Le premier s'engage à payer au second ou à son ordre une somme déterminée à une certaine échéance. Le billet à ordre a une structure beaucoup plus simple que la lettre de change, puisqu'il met en cause uniquement deux personnes, le souscripteur de l'effet et le bénéficiaire. Ainsi montré par la figure suivante :

Figure n°9 : Exemple d'un Billet à ordre

BILLET A ORDRE	
Alger le 1 juillet 2019	B.P 100.000DA
Au trente décembre 2019, je paierai à M. flan ou à son ordre la somme de cent mille dinars	Le souscripteur
	Signé.....

Source : Code de commerce algérien

3.2.1.2. Les moyens de paiement moderne (La monétique)

La monétique¹ désigne l'ensemble des activités liées au paiement numérique, et particulièrement au paiement par carte. Elle permet les échanges d'argent de manière dématérialisée.

La monétique regroupe les domaines suivants, la création des cartes et leur personnalisation, les systèmes en "temps réel" permettant l'usage des cartes, le matériel acceptant les cartes (automates bancaires, terminaux de paiement électronique), les systèmes de traitement des transactions (télé compensation).

Les systèmes monétiques sont catégorisés suivant leurs fonctions² :

L'émetteur : C'est la banque qui met à disposition du porteur une carte. Elle assure les traitements de débit/crédit du compte du porteur, les mises en opposition et les litiges associés à l'usage de la carte.

L'accepteur : Désigne le domaine qui regroupe d'une manière générale tous les endroits où le porteur de la carte peut l'utiliser.

L'acqureur : Dans le cas d'un automate de retrait, c'est la banque qui a installé l'automate. Dans le cas d'un paiement chez un commerçant, c'est la banque de celui-ci (ou son prestataire de service en cas d'externalisation). La banque acqureur assure les traitements transactionnels liés directement à l'accepteur.

¹DIDIER, Hallepee. « L'univers de la monétique histoire, fonctionnement, et perspectives », Edition FONDCOMB, Italie, 2011, p18.

²La monétique(2012). [<http://www.dicodunet.com/definitions/economie/monetique-carte-bancaire-banque.htm>], (page consulter le 04/01/2020 à 20h57.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

Le porteur : Il est client de la banque qui souscrit un « contrat carte ». Il peut en être soit le titulaire nominatif du contrat (cas des particuliers) ou le porteur « professionnel » d'une carte adossée au compte d'une organisation.

3.2.1.2.1. La carte bancaire

En tant que moyens de paiement les cartes bancaires représentent beaucoup d'avantages pour toutes les parties. Pour le porteur la carte est un moyen de paiement simple et universel ; pour le commerçant elle comporte une garantie de paiement et le dispense de disposer du cash ; pour les banques la carte est un instrument entièrement informatisé dont les coûts de traitement sont faibles.

La carte bancaire se présente sous forme d'une carte plastique de taille 4,5 x 8,5 cm. Elle est équipée d'une bande magnétique et d'une puce électronique. De plus, la carte bancaire est un moyen sûr, rapide et pratique pour effectuer des opérations financières en tout lieu.

La carte bancaire permet : de retirer de l'espèce des distributeurs automatiques de billets, de payer les fournisseurs possédant un « terminal de paiement » et de payer sur internet.

La carte bancaire est définie par : un BIN (Bank Identification Number) qui donne l'identité de l'établissement émetteur de la carte, le nom du titulaire, la date de fin de validité et les numéros CVV (code de vérification value) ou CVV2 (ce sont les 3 derniers chiffres au verso de la carte).

Sur le marché de la carte bancaire, il existe différents types de modèles ; la carte de débit, la carte de paiement, la carte de retrait, la carte de crédit, le porte-monnaie électronique et le porte-monnaie virtuel.

- Carte de débit

Une carte de débit est une carte magnétique portant un code confidentiel permettant à son titulaire d'accéder au compte à vue et de faire des virements d'argent par voie électronique (transfert de sommes cas de paiement à but lucratif commercial).

D'autre part, cette carte permet d'effectuer des retraits en espèce auprès d'un guichet automatique. Le compte est automatiquement débité du montant retiré.

Le rapport du débit du montant est immédiat elle offre différentes options au choix du porteur de cette carte.

- Débit immédiat : c'est une imputation au jour le jour sur le compte bancaire par la banque du porteur.
- Débit différé : le compte du porteur est débité périodiquement à une date bien déterminée voire mobile comme le dernier jour ouvert du mois.

- Carte de retrait

Elle permet uniquement d'effectuer (7/7 jours, 24/24 heure) des retraits en espèce par les distributeurs automatiques de billets (DAB). Le client peut effectuer ses retraits par les distributeurs de sa banque (carte monobanque) soit par l'ensemble des distributeurs situés sur le territoire national.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

- **Carte à puce :**

C'est une carte plastifiée portant au moins un circuit intégré (une puce) ou sont mémorisées toutes les informations nécessaires. Elle est dotée d'un microprocesseur capable de traiter ces informations, d'un microprocesseur limité aux niveaux des circuits de mémoire non volatile et éventuellement d'un composant de sécurité (carte mémoire).

- **Carte à autorisation systématique :**

C'est une carte de paiement à débit immédiat qui permet à son titulaire de régler des achats et également d'effectuer des retraits par les automates bancaires après vérification de la provision disponible sur son compte de dépôt. Les achats et les retraits sont débités immédiatement.

- **La carte de paiement :** La carte de paiement¹, est une carte émise par un établissement bancaire permettant au détenteur de porter immédiatement le montant de son paiement au débit de son compte en banque. La carte de paiement se présente sous forme d'un rectangle de plastique rigide comportant :

Au recto : le nom de la carte, le numéro de la carte, la période de validité, le nom de la banque qui a délivré la carte, le nom du titulaire et une puce électronique.

Au verso : une bande magnétique et un spécimen de la signature du titulaire de la carte².

La carte de paiement est un instrument de paiement délivré par un établissement bancaire et est associée à la détention d'un compte bancaire. Elle porte aussi le nom de « carte bancaire ». Elle permet : le paiement chez les commerçants équipés d'un terminal de paiement, les achats sur internet et à distance, le retrait d'espèces dans les distributeurs automatiques de billets (DAB).

La carte de paiement dispose de plusieurs options qui sont à déterminer avant de signer le contrat, et il en existe plusieurs catégories :

- **Carte de paiement à débit immédiat :** qui permet, en plus des opérations réalisables avec une carte de retrait, de payer en carte directement chez les commerçants et d'effectuer des achats à distance (Internet et téléphone). Le montant des achats est prélevé immédiatement sur le compte ;
- **Carte de paiement à débit différé :** qui offre les mêmes services d'une carte à débit immédiat, mais le montant des opérations réalisées dans le mois est retiré en une seule fois et à date fixe ;
- **Carte de paiement nationale ou internationale :** peut-être utilisable uniquement en France, dans les pays de la zone euro ou partout dans le monde.

Une carte de paiement peut être émise par un organisme financier, mais aussi par un commerçant. De plus en plus d'entreprises de la grande distribution ont ainsi leur propre carte de paiement. Et certaines cartes de paiement sont associées à des services d'assurance et d'assistance.

¹ JEANNE, Dancette et Christoph RETHORE. « Dictionnaire analytique de la distribution », Edition les presses de l'université de Montréal, 2000, p2.

² ROLLAND, Luc-Bernet., « principe de technique bancaire », 21^{ème} Edition DUNOD, Paris 2001. page.54

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

- La carte de crédit

La carte de crédit est définie comme « Un accreditif qui permet à son porteur d'effectuer des achats de biens ou de services apurés, d'établissements affiliés, par simple apposition de signatures sur une facture standardisé où sur bordereau, où sont émises les mentions de la cartes »¹. La carte de crédit qui permet de payer généralement toutes formes de biens et de services, domine jusqu'à présents les transactions du commerce électronique.

3.2.1.2.2. Le porte-monnaie électronique (PME)

Le porte-monnaie électronique² se présente sous forme d'une carte prépayée rechargeable et permet de régler les achats d'un faible montant chez les commerçants qui l'acceptent. Il remplace alors l'utilisation de monnaie ou billets.

Le titulaire d'un porte-monnaie électronique ne peut dépenser plus que le crédit disponible. Il se présente sous différentes formes : carte à puce, carte bancaire, clé USB ou téléphone portable. On peut présenter ses différents supports comme suit :

- **Carte équipée d'une puce électronique** : est une carte non nominative qui ne contient pas de compte bancaire : le client peut la procurer sur le site Internet dédié et dans les bureaux de poste, c'est une carte personnalisée et rechargeable à l'aide de leur carte bancaire.
- **Carte bancaire** : Le système du porte-monnaie électronique est aujourd'hui inclus sur la plupart des cartes bancaires, le titulaire de la carte bancaire doit demander l'activation de ce service à son établissement bancaire, le consommateur est libre d'activer ou non ce service.
- **Clé USB** : Ce système permet, en connectant la clé USB à l'ordinateur personnel, de payer les achats sur Internet en toute sécurité.
- **Téléphone portable** : Le système de porte-monnaie électronique peut être activé sur le téléphone portable s'il dispose de la technologie NFC. Ce système permet de payer tous les achats en passant le téléphone devant le terminal de paiement.

Il existe de multiples lieux pour recharger le porte-monnaie électronique : les bornes de paiement chez les commerçants équipés, les distributeurs automatiques de billets, les banques, les bureaux de poste, les bornes situées dans certaines collectivités.

3.2.1.2.3. Le porte-monnaie virtuel PMV

Il correspond à des logiciels permettant d'effectuer des transactions à distance en utilisant des réseaux de télécommunication notamment internet, ces logiciels stockent dans le disque dur d'un ordinateur une réserve de fonds accessible à distance sans qu'elle soit matérialisée. Le PMV est caractérisé par l'absence de support physique d'où son caractère virtuel. Les produits émergents présentent un ensemble d'avantages caractérisés par ; la réduction de risque de vol, la réduction de l'utilité de transporter de la monnaie, la possibilité

¹FREDERIC, Georges. « La saisie de la monnaie scripturale », Edition Lacier, Bruxelles 2006, p576.

²THIBANLT, Verbiest et ETIENNE Wery. « Le droit de l'internet et de la société de l'information », Edition LACIER, Bruxelles 2001, p314.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

du paiement scriptural sans obligation de posséder un compte bancaire et la facilité de payer dans plusieurs monnaies sans avoir à réaliser des opérations de change. Mais cela présente aussi des inconvénients notamment le temps d'habituer les utilisateurs.

3.2.1.2.4. Le télépaiement

Les paiements en ligne bénéficient de tous les avantages précédents : simplicité, facilité, automatisation, informatisation, exploitation des données, connaissance de la clientèle. Mais ils posent des problèmes de sécurité qui ne sont pas encore totalement maîtrisés : l'hacker est toujours en avance d'une innovation sur les techniques de décryptage.

La télé traitement des ordres de paiement ou le télépaiement (paiements électroniques et achats en ligne) sont l'aboutissement d'une évolution vers des moyens de paiement et de facturation entièrement dématérialisés. Utilisant tout moyen d'accès à un centre serveur de banque ou de centre de traitement, le support est entièrement électronique et ne nécessite pas de transfert d'un support à l'autre. Une fois numérisé, l'ordre de paiement s'insère dès son émission dans la chaîne de paiement.

Le télépaiement désigne un mode de paiement effectué par voie électronique. Le télépaiement permet d'effectuer un paiement entre un acheteur et un vendeur, sans que les deux contractants ne soient face à face. On peut parler donc de paiement à distance, réalisé par le biais d'un procédé télématique ou téléphonique. Le télépaiement s'effectue généralement par téléphone ou par internet¹.

- Du paiement Internet à la monnaie virtuelle

Pour le client, le système permet des modes de paiement à distance et à faible coût, sans déplacement, accessible à tout moment, rapide, sans document écrit. Le client maîtrise l'opération de paiement.

Pour le fournisseur : (sociétés de transport, sociétés de vente par correspondance, agences de voyages et en général tout site marchand), les coûts initiaux sont élevés mais les coûts de fonctionnement sont très faibles. Les paiements en ligne facilitent le traitement des informations comptables et commerciales.

Pour la banque : les paiements en ligne permettent d'augmenter le volume des transactions, d'automatiser entièrement la chaîne de paiement et de réduire les coûts de traitement. Ils permettent aussi d'élargir sa part de marché dans le secteur des paiements, d'augmenter le float², de diversifier ses produits et de diversifier sa clientèle.

3.3. Développement et modernisation du système de paiement

Le système de paiement est un bon indicateur du fonctionnement d'une économie dans un contexte d'économie de marché, notamment dans les pays développés et émergents où les nouvelles technologies de transmission des données et les progrès en informatique sont à la base de l'amélioration des procédures de paiement et de recouvrement.

¹RAMBURE. Dominique, « les systèmes de paiement », Edition Economica, 2005, page 66.

²« Le float se définit comme la trésorerie positive résultant du décalage existant entre les dates de débit et les dates de crédit des comptes des clients d'une banque. Le float correspond donc au nombre de jours pendant lequel une banque dispose de ressources, avant de devoir les transférer à un de ses clients ou vers un autre établissement ». <https://www.Mataf.Net/edu/glossaire/float> le 04/01/2020.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

Le passage de l'Algérie durant les années 90 d'une économie dirigée vers une économie de marché a montré la faiblesse des systèmes nationaux d'information installés depuis l'indépendance. Le système de paiement lui aussi demeure sous développé et souffre d'importants retards, comparativement aux pays développés. Ce retard est dû aux instruments de paiement utilisés jusqu'aux milieux des années 2000, caractérisés par l'utilisation fiduciaire dans les transactions courantes, domination du chèque au détriment des autres instruments scripturaux, ainsi qu'une faible utilisation de la monnaie électronique notamment la carte bancaire qui se limite à la simple fonction de retrait. Cet état de fait a rendu sa modernisation impérative. Pour ce faire, la Banque d'Algérie et les autres institutions financières ont mis en place un véritable système de paiement répondant aux critères élaborés par le comité des systèmes de paiement et de règlement de la Banque des Règlements Internationaux (BRI) en matière d'efficacité et de transparence.

Des travaux de modernisation ont été opérés par la mise en œuvre d'une infrastructure plus efficace dans le traitement des opérations interbancaire et de développement des normes et standards du système de compensation. L'amélioration de la gestion des risques et le renforcement des liens institutionnels et financiers avec les marchés.

3.3.1. Les objectifs de la modernisation pour le système bancaire

Le développement et la modernisation du système de paiement vise à adapter les systèmes de paiement, de compensation et de règlement interbancaire aux besoins des usagers et aux exigences d'une économie moderne, dont les objectifs sont les suivants :

- Le renforcement de la sécurité des détenteurs d'espèces afin de réduire la part de la monnaie fiduciaire dans les paiements ;
- La minimisation des délais de recouvrement des paiements scripturaux et des incidents de paiement sur les chèques et les effets de commerce ;
- Le renforcement de l'efficacité et de la sécurité des échanges ;
- Le développement des instruments de paiement électroniques, notamment la carte bancaire ;
- L'amélioration de la gestion des risques de liquidité, des opérations de gros montants et des règlements des systèmes de compensation conformément aux normes internationales ;
- Réduire la lenteur et l'incertitude de règlement des transactions nationales et internationales;
- Promouvoir l'utilisation des paiements scripturaux en remplacement des paiements en espèces, par l'amélioration de la qualité et la réduction des délais de traitement et de règlement ;
- Améliorer l'image des services bancaires, comme base de la conquête de nouvelles clientèles suite à la libéralisation de leur activité ;
- Augmenter les dépôts à vue (provision restant aux comptes pour les paiements scripturaux, élimination du phénomène de « retrait mensuel unique ») pour créer une assise structurelle à la liquidité et la disponibilité permanente de ressources à faible coût ;
- Éliminer les risques induits par les conditions opérationnelles de traitement des opérations de paiement, notamment du fait de la difficulté d'établir les soldes des comptes courants dans les délais requis ;
- Réduire les coûts de traitement (mobilité et transport d'argent, gestion des opérations de retraits/dépôts, contrôles des paiements scripturaux).

Et donc offrir à la clientèle actuelle et future les services de qualité basés sur le traitement optimisé des instruments de paiement et circuits d'échanges modernes, efficaces et sécurisés.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

3.3.2. Les composants du système de paiement

La modernisation du système de paiement en Algérie s'articule essentiellement sur les systèmes de paiement de masse, le système de paiement de gros montants et La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique (SATIM).

3.3.2.1. 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. Le système de télé-compensation des paiements de masse dénommée ATCI (Algérie télé-compensation interbancaire) a été mis en production en mai 2006¹. Il permet l'échange de tous les moyens de paiement de masse (chèques, effets, virements, prélèvements automatiques, opérations sur carte). Le système a été mis en production par la compensation des chèques normalisés. Les autres instruments de paiement ont été introduits dans le système progressivement.

Le système ATCI est géré par le Centre de Pré-compensation Interbancaire (CPI), société par actions filiale de la banque d'Algérie.

3.3.2.2. Le système de 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 système² 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 centrale³ sur les livrets 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 1000000 dinars algériens.

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

Société détenue par huit (8) banques algériennes : BADR, BDL, BEA, BNA, CPA, CNMA, ALBARAKA et CNEP banque. La société a été créée pour l'automatisation et la numérisation des transactions bancaires, un volet important, comptant parmi les réformes pour la modernisation du secteur bancaire en Algérie. La SATIM œuvre à introduire la fonction du

¹Rapport de la banque d'Algérie(2006) : *Modernisation de l'infrastructure du système de paiement*, p.110 [http://www.bank-of-algeria.dz/rapport_ba/chap_06_06.pdf] (page consultée le 06/01/2020 à 16h03).

²NAZERL.B, Coulibaly. « La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) », Centre Africain d'Etude supérieures en Gestion (CESAG), mémoire de fin d'étude, promotion 2002, p14 2 La monnaie.

³Centrale représente les avoirs détenus sur les livres de la banque centrale.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

paiement électronique, opérationnel depuis fin 2002. L'objectif est de sensibiliser le grand public et de faire entrer la culture du paiement électronique en Algérie que ce soit au niveau des commerçants, des émetteurs, des acquéreurs et des clients final « les particuliers ».

Afin de réussir, la SATIM se penche sur le développement des distributeurs automatiques de billets (DAB), de carte de paiement commerçant, ainsi que la carte international (visa, Mastercard).

3.3.2.3.1. Les principales missions de la SATIM

Les principales missions de la SATIM sont résumées par les points suivants :

- Œuvrer au développement et à l'utilisation des moyens de paiement électronique ;
- Mettre en place et gérer la plate-forme technique et organisationnelle assurant une interopérabilité totale entre tous les acteurs du Réseau Monétique en Algérie ;
- Participer à la mise en place des règles de gestion des produits monétiques interbancaires ;
- Accompagner la banque dans la mise en place et le développement des produits monétiques (les cartes bancaires, DAB, GAB...);
- Mettre en œuvre l'ensemble des actions qui régissent le fonctionnement du système monétique dans ses diverses composantes : Maîtrise des technologies, automatisation des procédures rapidité des transactions et économies des flux financiers,

Le 17 juillet 2012, la directrice générale de la SATIM a annoncé le chiffre d'un million de cartes bancaires en circulation en Algérie, dont 99% ne servent qu'à des retraits. Avec la mise en place de 1250 Distributeurs Automatiques de Billets installés sur le territoire national pour effectuer des retraits en espèces.

L'Algérie a procédé à la libéralisation de son secteur bancaire qui est intervenue avec la promulgation de la loi 90-10 de 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit. Une loi qui marque un tournant décisif dans le processus de la réforme bancaire et financière, dans la mesure où elle s'inscrit en rupture avec l'ancien système de financement de l'économie nationale. Cette loi qui a donné à la Banque Centrale d'Algérie une pleine autonomie et un pouvoir en matière d'autorité monétaire.

Sous l'influence des technologies de l'information et de la communication, les systèmes de paiement connaissent une véritable mutation. Pour cela la Banque d'Algérie a entrepris le développement des normes et standards de l'activité bancaire, la modernisation de l'infrastructure bancaire en matière de systèmes de paiement et le renforcement de l'infrastructure des télécommunications y afférente.

Chapitre II : L'intégration des technologies de l'information et de la Communication (TIC) dans le système bancaire.

Conclusion

En fin de compte, l'avènement des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication, (la téléphonie mobile, l'internet et le numérique) ont permis de mettre de nouveaux moyens à disposition des banques qui lui facilitent la communication avec ses clients et même ses contacts interbancaires, c'est-à-dire les compensations qui se font entre elles à partir des transactions avec des agents non bancaire.

Le secteur bancaire a connu d'énormes changements dans ses systèmes d'informations et dans ses activités, cela par l'introduction et l'utilisation des nouveaux outils et instruments de paiement tel que les cartes bancaire le DAB et le GAB et de TPE et en utilisant des réseaux internet, intranet et extranet ce qui a donné lieu à la naissance de la banque virtuelle.

La gestion des moyens de paiement n'est pas une simple question de gestion administrative. Les nouveaux procédés de traitement des instruments de paiement, augmentent l'efficacité du système bancaire. Ces nouveaux procédés apportent des opportunités majeures et permettent, d'une part d'améliorer l'efficience et l'efficacité opérationnelle au sein d'une banque et d'autre part le développement d'une relation commerciale plus satisfaisante avec la clientèle.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Introduction

Les banques algériennes doivent adopter des nouveaux outils et méthodes modernes pour améliorer les services et attirer les clients car le secteur bancaire est d'une importance capitale pour le développement économique et sociale.

Pour mieux examiner la réalité de l'impact des TIC sur la performance des banques de la wilaya de Tizi-Ouzou et en raison de l'absence des données relatives à ce sujet, nous avons eu recours à une maximum enquête de terrain par questionnaire. Cette enquête a pour objectif de collecter le d'information qui nous aidera à mieux cerner l'utilisation des TIC dans les banques de la wilaya. Pour ce faire, nous avons distribué des questionnaires aux responsables /employés et les clients de la Banque de développement Local (Agence 147) et le Crédit populaire d'Algérie (La direction régionale) implantées dans cette Wilaya.

Afin de mener à bien notre travail, nous avons suivi la démarche suivante :

- Le dépôt d'un questionnaire auprès des banques de notre échantillon.
- La réalisation des entretiens avec les responsables des banques dans lesquelles nous avons effectué notre enquête ainsi que la collecte des données à leur niveau.

Le présent chapitre sera divisé en trois points, le premier la présentation des banques, le second point penchera sur la démarche méthodologique de recherche, suivi par l'analyse et l'interprétation des principaux résultats de l'enquête de terrain.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Section 1 : Présentation des banques

Cette section est consacrée à la présentation de deux banques qui sont la Banque de Développement Local et le Crédit Populaire d'Algérie.

1.1. Présentation de la banque de développement local (BDL)

La Banque de Développement Local, la plus jeune des banques publiques, est dotée d'un capital social de 36.800.000.000 DA, fondée en 1985, suite à une cession d'actifs du Crédit Populaire Algérien, elle avait pour mission d'accompagner et de financer les entreprises publiques locales dans leur développement local et régional.

Devenue banque universelle au fil de ses 32 ans d'expertise, la BDL s'est diversifiée et soutient à présent, non seulement les PME/PMI de tous secteurs confondus, mais aussi les professions libérales, les particuliers et les ménages. Elle accorde tout autant d'intérêt aux projets développés dans le cadre des dispositifs spécifiques d'aide à l'emploi mis en place par les pouvoirs publics (ANSEJ, CNAC et ANGEM). Son engagement et sa détermination sont le résultat de son appétence à la participation au développement de l'économie nationale et à la relance des investissements.

Forte de son réseau très étendu, qu'elle n'a eu de cesse de développer, la BDL assure une présence sur l'ensemble du territoire national à travers ses 155 agences judicieusement implantées, dont six sont dédiées au prêt sur gage, activité exclusive à la BDL.

Soucieuse de satisfaire au mieux ses clients en atteignant l'excellence, la Banque a lancé en 2017 son nouveau système d'information, baptisé SI-NASR en référence à la fête de la victoire « 19 Mars 1962 ». Cette puissante technologie, fiable, innovante, rapide, et répondant aux normes internationales, permet d'effectuer toutes les opérations bancaires de façon centralisée, en toute sécurité. Résolument tournée vers la modernité et l'excellence, et incontestablement orientée clientèle, la BDL s'évertue de proposer à tous ses clients des produits et services en adéquation avec les avancées technologiques et les standards internationaux¹.

1.1.1. Organigrammes de la Banque de Développement Local

L'organigramme général de la BDL s'articule autour des structures centrales, des réseaux de groupes régionaux, des agences et des inspections. Elles entretiennent entre elles des relations fonctionnelles et hiérarchiques en dotant chacune d'un ensemble de tâches pour assurer les missions fixées à la banque par les pouvoirs publics voir l'annexe n°1.

1.1.2. Présentation du pôle opérationnel et l'agence 147 de la BDL

Le pôle opérationnel, située au Boulevard STITI Ali Tizi Ouzou, est fondée le 30 avril 1985, sous forme d'une société nationale (*banque*) destinée au financement du développement local, versée dans le financement particulièrement des PME/PMI, des particuliers et des

¹www.bdl.dz, consulter 08/01/2020.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

professions libérales. Désormais chaque agence peut effectuer toutes les opérations qu'effectuait auparavant, la direction générale et cela se fait grâce à l'implantation de ce nouveau système d'information nommé 'SI-NASR'.

Cette puissante technologie, fiable, innovante, rapide, et répondant aux normes internationales, lui permet d'effectuer toutes les opérations bancaires de façon centralisée, en toute sécurité.

L'agence N°147 est la cellule de base d'exploitation de tout établissement bancaire se trouve en contrat 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, elle se situe à KRIM belkacem, Tizi-Ouzou avec un nombre de 55 employés.

1.2. Présentation de la banque du Crédit Populaire d'Algérie

Le Crédit Populaire d'Algérie s'affirme comme une véritable banque de proximité grâce à son réseau dense, composé de quinze (15) groupes d'exploitations et de cent trente-deux agences (132) repartis à travers l'ensemble du territoire national.

Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) est créé en 1966 avec un capital initial de 15 millions de dinars, son siège social est à Alger, Il a hérité des activités gérées auparavant par les banques populaires (banque populaire commerciale et industrielle à Alger, Oran, Annaba et Constantine) ainsi que d'autres banques étrangères (Banque Alger Misr, Société Marseillaise du Crédit et Compagnie Française du Crédit et de Banque et Banque Populaire Arabe. En 1985, il donne naissance à la Banque de Développement Local (BDL) par cession de 40 agences, le transfert de 550 employés et cadres et 89000 comptes clientèles. Conformément et la réglementation en vigueur en Algérie, le CPA traite les opérations des crédits de banques, il peut recevoir des dépôts, accorder des crédits sous toutes ses formes, prendre des participations dans le capital de toute entreprise, et mobiliser pour le compte d'autrui tout crédits consentis par autre institution. Suite à la prolongation de la loi sur l'autonomie des entreprises en 1988, le CPA est devenue une entreprise publique économique par action dont le capital et propriété exclusive de l'Etat. Le capital social de la banque initialement fixé à 15000000 (millions) dinars a évolué comme le montre le tableau ci-après.

Tableau n°01: Évolution du capital social de la banque du Crédit Populaire D'Algérie (1966-2010)

Année	1966	1983	1992	1994	1996	2000	2004	2006	2010
Capital Social (DA)	15 millions	800 millions	5,6 milliards	9,31 milliards	13,6 milliards	21,6 milliards	25,3 Milliards	29,3 milliards	48 Milliards

Source : document interne de la banque

Nous remarquons à la lecture du tableau n°01, que le capital social de la banque CPA a plus que triplé au cours de la période, passant de 15000000 millions DA en 1966 à 48000000000 (milliard) DA en 2010.

1.2.1. L'organigramme du Crédit Populaire D'Algérie

Le Crédit Populaire D'Algérie est dirigé, en vertu des délibérations de son Conseil d'Administration par un Président Directeur Général (PDG). En tant que banque, elle est dotée d'une Direction Générale à laquelle sont rattachées voire annexe n°2.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Les Directeurs Généraux Adjoints, le Chef de Division des Affaires Internationales et l'Inspecteur Général, exercent une autorité fonctionnelle entre eux et hiérarchique sur les structures placées sous leur responsabilité.

Des aménagements au schéma d'organisation de la banque ont été introduits, visant le regroupement des différentes fonctions homogènes pour améliorer le niveau de leur management effectif et pour une meilleure répartition des missions et responsabilités, tels :

- Le renforcement des missions et de l'organisation de la Direction du Recouvrement par la mise en place de délégations régionales ;
- La désignation d'un responsable de Cabinet du PDG ;
- La mise en place de la cellule des Grandes Entreprises ;
- La mise en place programmée de la Cellule Management Stratégique au niveau du Cabinet du PDG ;
- Et en matière de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme, le CPA s'est doté d'une cellule anti-blanchiment.¹

1.2.2. Présentation des Groupes Régionaux

Les Directions Régionales (appelées également Groupes Régionaux) constituent le maillon intermédiaire entre les agences et les directions du siège. Elles exercent toute fonction et mission déléguée par la Direction Générale. L'article premier de la décision réglementaire n° 74-95 du 21 novembre 1995 fixant l'organisation des Directions Régionales, définit ces dernières comme « des structures hiérarchiques de soutien aux agences implantées dans sa circonscription territoriale définie par voie réglementaire ».²

Le CPA s'affirme comme une banque de proximité grâce à son réseau d'exploitation composé de 15 groupes d'exploitation appelés à coordonner les activités de 140 agences réparties sur l'ensemble du territoire national.

Le rôle des groupes régionaux consiste à :

- Encadrer et superviser la politique commerciale du réseau d'exploitation ;
- Piloter les agences afin d'optimiser les performances ;
- Représenter la gouvernance tout en étant appui aux Directeurs d'agences.

Les Groupes Régionaux se situent à un niveau de prise de décision supérieur à celui des agences, ce sont eux qui fixent les objectifs globaux du réseau de distribution, ils se situent à Boulevard Stiti Ali de Tizi-Ouzou, avec 19 employés.

La fixation des objectifs permet de mobiliser l'attention des responsables d'agences et de leurs équipes sur les priorités et de les motiver pour améliorer leurs résultats, de ce fait, leur formalisation est extrêmement importante car, elle conditionne en grande partie le succès.

¹MALKI. A, « La gestion obligataire au sein des banques : Cas du CPA », mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme supérieur d'études bancaires, ESB, Alger 2008, p 136.

²REKIBA. S. « Le système bancaire Algérien à l'heure de l'adhésion à l'OMC » Revue des Sciences Humaines – N° :34/35, Université d'Oran, Mars 2014, p25.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Les objectifs porteront à la fois sur les résultats attendus de l'agence, mais aussi sur les activités et les ressources critiques pour les atteindre. Ils sont alors définis par :

- Une performance, c'est-à-dire un résultat à atteindre ;
- Les conditions dans lesquelles devra s'effectuer cette performance ;
- Le niveau de performance jugé acceptable.

1.2.2.1. Présentation de la structure d'accueil

Pour pouvoir accomplir ce travail, nous avons été accueillies au niveau du Groupe Régional CPA de Tizi-Ouzou, une structure rattachée à la Direction du Réseau et qui compte à son actif dix(10) agences d'exploitation réparties sur trois(03) wilayas :

- Cinq (05) agences à Tizi-Ouzou ;
- Trois (03) agences à Bouira ;
- Deux (02) agences à Boumerdes ;
- Une (01) agence à Boumerdes en cours de réalisation ;
- Et Un (01) projet d'agence à Azazga (wilaya de Tizi-Ouzou).¹

1.2.2.2. Les missions du Groupe

Le Groupe Régional a pour principale mission de veiller à l'exécution de la politique générale de la banque et de conduire le développement de son activité :

- Améliorer l'organisation de l'action commerciale axée essentiellement sur la satisfaction du client par la qualité de l'accueil et la rapidité dans le traitement des opérations.
- Développer l'activité de la banque au niveau régional et élargir son portefeuille clientèle.
- Renforcer les missions de management et de contrôle dévolues au Directeur du Groupe.
- Promouvoir les actions de communication internes et externe pour consolider et conforter l'image de marque de l'établissement.

Section 2 : Démarche de la méthodologie de recherche

Afin de trouver des réponses réelles et fiables aux questions relatives à notre problématique, la méthode de l'enquête par questionnaire, qui est une méthode scientifique, est le meilleur moyen pour atteindre notre objectif. Ce point a pour objet de présenter l'approche méthodologique de recherche en identifiant les objectifs de l'enquête.

Notre enquête de terrain a été menée au niveau de la banque de développement local (BDL) et le crédit populaire d'Algérie(CPA) de la wilaya de Tizi Ouzou, cette enquête nous a permis de collecter des données non disponibles et d'apporter un éclaircissement sur la réalité des TIC dans cette wilaya, de ce fait, nous avons consacré ce point pour présenter les conditions de la réalisation de l'enquête et la méthodologie utilisée et suivie par une présentation du questionnaire, ainsi que la méthode et outils d'analyses utilisés.

¹Documents du CPA, Groupe Régional de Tizi –Ouzou.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

2.1. Méthodologie de l'enquête :

Pour la collecte des informations et la vérification des hypothèses, notre démarche méthodologique est axée sur l'exploitation, en faisant recours à une enquête de terrain par questionnaire auprès de la BDL (agence 147 et le pôle opérationnelle), et le CPA (direction régionale) de la wilaya de Tizi Ouzou. Nous nous sommes déplacées auprès de ces deux banques pour déposer 118 questionnaires et avoir des réponses auprès de la clientèle, les responsables/employés qui ont bien compléter le questionnaire.

2.1.1. Echantillonnage

C'est une méthode qui permet de choisir un groupe de personnes qui doit être représentatif de la population et qui fera l'objet de l'enquête. Les catégories d'acteurs sont : Les responsables/employés, la clientèle des deux banques.

Le travail que nous avons réalisé sur le terrain constitue le pivot de notre étude. Il apparait d'autant plus que nécessaire de savoir quel type d'échantillon doit convenir à notre enquête. Nous avons donc opté pour la méthode empirique ou par quotas qui consiste en « une transposition aussi exacte que possible des caractères et des proportions présents dans la population-mère »¹.

Il s'agit de faire de l'échantillon une sorte de modèle réduit et d'une transposition proportionnelle des caractères de la population dans l'échantillon.

Cette méthode d'échantillonnage est constituée de trois étapes à savoir une étape d'analyse détaillée des caractéristiques de la population-mère et de leur distribution, une étape de repérage et d'isolement des caractères ayant trait directement aux objectifs de la recherche et enfin une étape de transposition des proportions de la population-mère relatives aux caractéristiques sur les éléments retenus pour l'échantillon. Cette méthode est simple et commode mais il est indispensable de limiter au strict nécessaire les critères de sélection des éléments de l'échantillon.

Déroulement de l'enquête

Après avoir recueilli les différentes données relatives à la population des banques étudiées, défini l'échantillon de l'enquête et aussi conçu le questionnaire à distribuer, notre enquête de terrain a débuté vers le début du mois d'octobre 2019.

2.1.2. Elaboration de questionnaire

Le questionnaire est l'outil de communication le mieux adapter pour le recueil et le traitement de l'information. Cet outil est une méthode scientifique qui permet de collecter des informations fiables et réelles afin de trouver des réponses à nos questions.

¹Aktouf, Méthodologie des sciences et approches quantitatives des organisations, Ed. Les presses de l'université du Quebec, Montréal, 1987, p72.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

2.1.3. Les conditions de la réalisation de l'enquête

Notre enquête a été menée à l'aide d'un questionnaire destiné aux responsables/employés, qui contient 04 axes et un autre questionnaire destiné aux clients, qui contient 02 axes chacune d'elles regroupe une série des questions ouvertes ou fermées, car l'utilisation de deux catégories de questions permet de collecter le maximum d'information utiles pour notre étude. Pour réaliser notre enquête, nous nous sommes déplacées auprès des deux banques publiques implantées dans le territoire de la wilaya, cela a duré deux mois et la récupération totale des questionnaires a duré un mois. Durant notre enquête, nous avons rencontré plusieurs difficultés à savoir :

- La première difficulté pour réaliser ce travail est forcément l'obtention d'un rendez-vous pour un entretien ; les acteurs concernés sont inaccessibles et certainement très occupés et les agents compétents pour répondre à nos questions spécifiques sont difficiles à approcher. Ainsi, nos demandes n'ont reçu que des refus, et quand y'en a un qui accepte, ça ne dure que quelques minutes et c'est juste pour nous expliquer qu'ils n'ont pas de temps ou pour nous dire que c'est des informations qu'ils ne peuvent pas donner.
- L'autre difficulté est forcément d'ordre stratégique ; les banques ne souhaitent pas divulguer certaines informations liées à leurs fonctionnements ce qui est compréhensible ; elles sont hésitantes à fournir des informations concernant leur stratégie adoptée et les politiques suivies dans ce domaine dans un souci de confidentialité et de concurrence.
- Le refus de plusieurs agences de nous répondre et la difficulté de convaincre certains responsables malgré les efforts que nous avons faits.
- Après la situation politique que l'Algérie a subi, cela a bloqué tous les secteurs y compris le secteur bancaire, ce qui a causé un manque de confiance dans cette dernière.
- Une perte de temps énorme, lors du dépôt et la récupération des questionnaires, lors des déplacements sans avoir des résultats dans certains cas et aussi il nous a fallu beaucoup de temps pour être reçues par certains répondants, parfois même plusieurs visites à ces deux banques pour déposer et récupérer les questionnaires.

Malgré toutes ces difficultés, nous nous ne sommes pas découragées, pour aller au bout de notre enquête qui a duré 2 mois (du mois d'octobre jusqu'à la fin du mois décembre).

2.2. La méthode et outils d'analyses utilisés

L'analyse des résultats de notre enquête, se fera avec une analyse descriptive qui nous a permis de faire ressortir un certain nombre de caractéristique liées à notre thème de recherche (à l'impact des TIC), En utilisant le logiciel Excel pour effectuer les tableaux de fréquence, cette méthode est considérée la plus facile pour l'analyse des données.

Section 3 : L'analyse et interprétation des résultats de l'enquête

Nous avons proposé un questionnaire comportant 40 questions pour les responsables/employés et de 20 questions pour les clients pour les deux banques, avec un échantillon de 25 employés, 6 responsables et de 35 clients pour la BDL (pôle opérationnel, agence 147), et un échantillon de 15 employes, 7 responsables et de 30 clients pour le CPA (direction régionale).

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

3.1. Questionnaire destiné aux responsables/employés

Ce questionnaire est divisé en 4 Axe, présentation de la banque, la technologie bancaire, le savoir-faire des utilisateurs des TIC, la performance bancaire.

3.1.1. La technologie bancaire, l'avis des responsables

Cette partie nous permettra d'analyser la technologie bancaire par rapport aux avis des responsables.

3.1.1.1 Disposez-vous dans votre banque ?

Tableau n°02 : les technologies adoptées par les deux banques

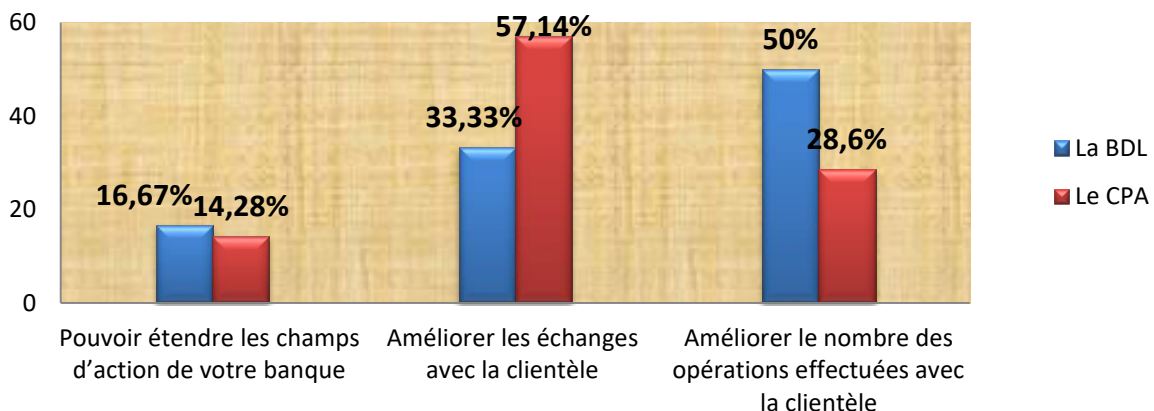
	DAB/GAB	Un réseau des cartes bancaires	Un réseau de paiement électronique	Un réseau SWIFT	Un réseau de banque a domicile	Réseau INERTET	E-banking	M-banque	Autres
BDL	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
CPA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Commentaire : Les résultats de notre enquête présentés dans le tableau ci-dessus, montrent que la BDL a adoptée toute ces technologies, y compris le M-banking qu'elle a adoptée depuis 2 ans, elle envisage d'adopter des technologies plus récentes comme le paiement par emprunt et autres. Quant au CPA ils ont adoptés la majorité de ces technologies excepté le M-banking, il parait qu'ils ne vont pas tardés à le mettre à disposition de leurs clients et qu'ils envisagent d'adopter de nouvelles technologies sans préciser lesquelles.

3.1.1.2. Quelle sont Les motivations (et leur degré d'importance) qui a poussé votre banque à introduire des nouvelles technologies ?

Figure n°10 : Niveau de motivation des responsables dans les deux banques.



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Commentaire : Il s'avère à la lumière de ces réponses (multiples) que les responsables de la BDL sont motivés par trois éléments essentiels : Améliorer le nombre des opérations effectuées avec la clientèle avec un taux 50%, les échanges avec la clientèle près de 33,33%, la troisième motivation relative à étendre les champs d'action de leurs banques avec un pourcentage de 16,67%. Dans le CPA, 57,14% des responsables sont motivé par l'amélioration des échanges avec la clientèle et 28,6% des responsables sont motivés par l'amélioration du nombre des opérations effectuées avec la clientèle, enfin 14,28% leurs motivation relative à étendre les champs d'action de leurs banques.

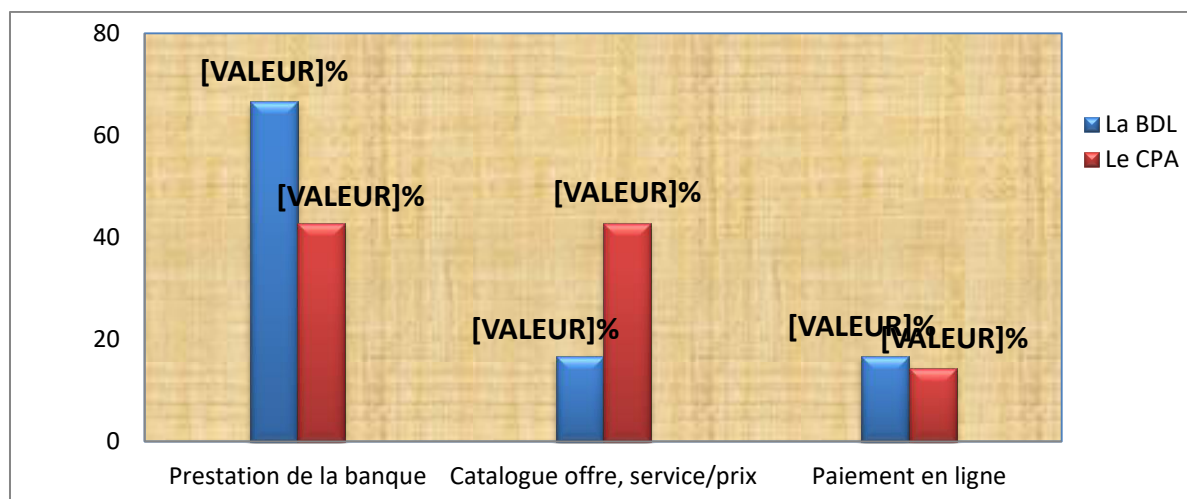
3.1.1.3. Quelle sont Les fonctionnalités d'un site web ?

Tableau n°3 : Les fonctionnalités d'un site web

La BDL			Le CPA		
	Fréquence	Pourcentage(%)		Fréquence	Pourcentage(%)
Prestation de banque	4	66.67%	Prestation de banque	3	42.86%
Catalogue offre, service/prix	1	16.67%	Catalogue offre, service/prix	3	42.86%
Paiement en ligne	1	16.67%	Paiement en ligne	1	14.28%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Figure n°11 : Les fonctionnalités d'un site web



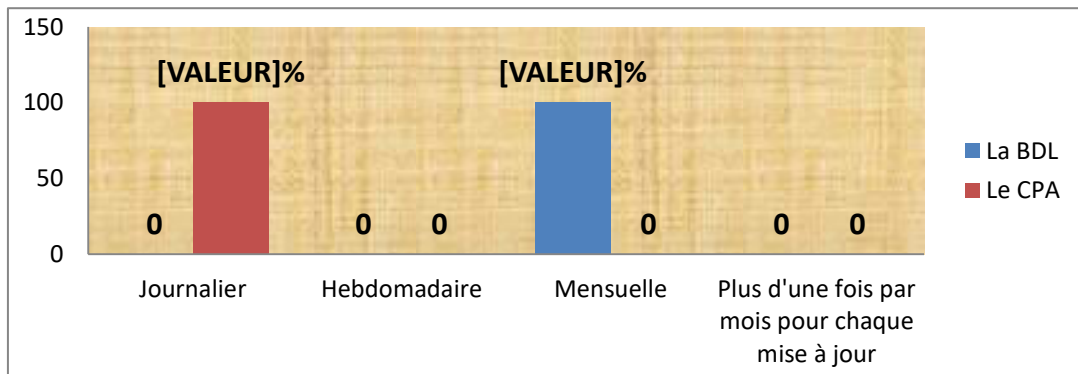
Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Commentaire : Dans le CPA, 42,86% des responsables répondent pour la prestation de la banque, puis le catalogue d'offre, service/prix avec un pourcentage de 42,86%, et le paiement en ligne avec 14,28%. Dans la BDL, 66,67% des responsables répondent pour la prestation de la banque, le catalogue d'offre, service/prix et le paiement en ligne avec un pourcentage de 33,34%, les autres éléments occupent une place moins importante chez les deux banques à partir les responsables enquêtes.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

3.1.1.4. A quelle fréquence mettez-vous votre site à jour ?

Figure n° 12 : La fréquence de la mise à jour de site bancaire

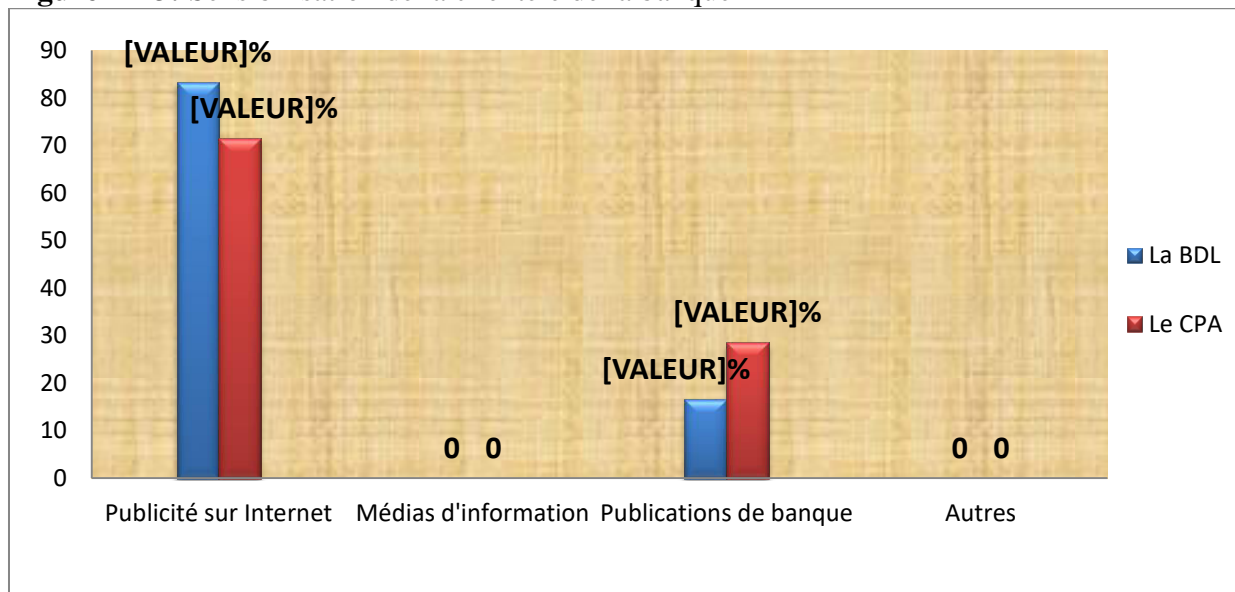


Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Commentaire : Dans le CPA, d'après les responsables enquêtées, leur banque elle mit à jour sont site de web tous les jours avec un pourcentage de 100%. Par contre la BDL, elle mit à jour son site web mensuellement d'après les responsables enquêtées avec un pourcentage 100%.

3.1.1.5. Comment sensibiliser votre client potentiel pour l'attirer vers la banque ?

Figure n°13: Sensibilisation de la clientèle de la banque



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Commentaire : Dans le CPA, 71.43% des responsables enquêtés trouvent que les publicités sur internet est un moyen de sensibiliser la clientèle dans leur banque. La même chose pour les responsables de la BDL, le moyen qui sensibilisent la clientèle dans leur banque est la publicité sur internet avec un pourcentage de 83.33%.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

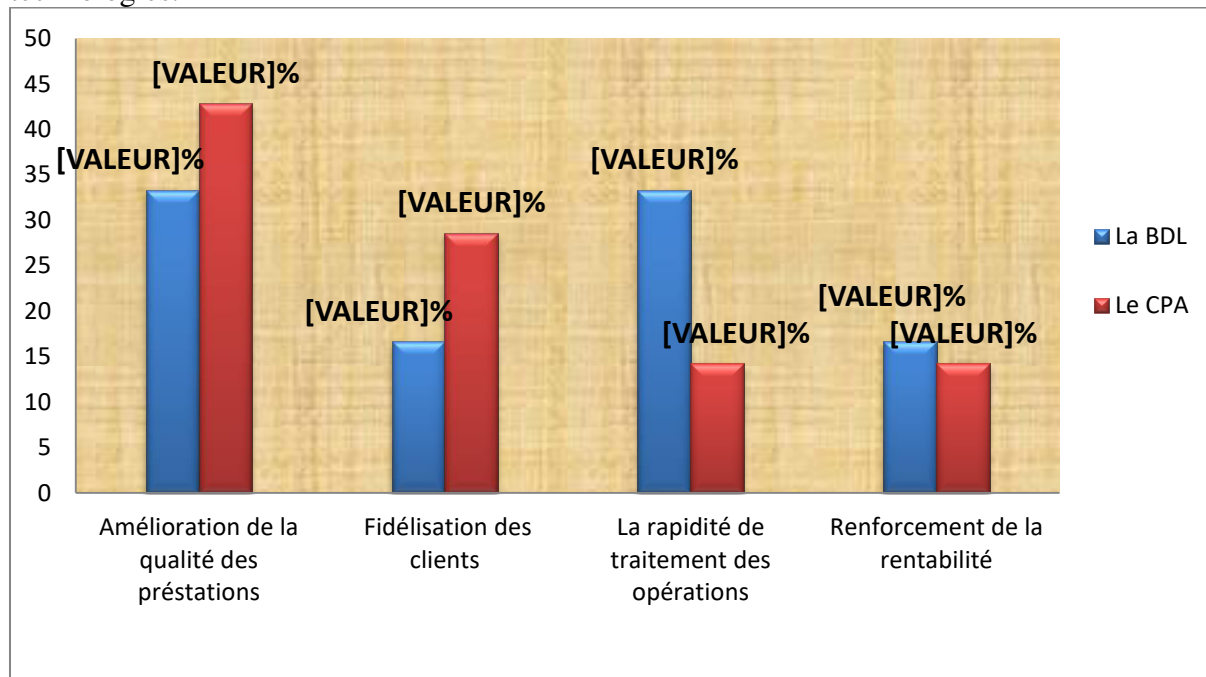
3.1.1.6. Quelle est la satisfaction des responsables après l'adoption des nouvelles technologies au sein de leur banque ?

Tableau n°4 : Niveau de satisfaction des responsables après l'adoption des nouvelles technologies.

La BDL			Le CPA		
	Fréquence	Pourcentage(%)		Fréquence	Pourcentage(%)
Amélioration de la production	0	0%	Amélioration de la production	0	0%
Fiabilité et rapidité de traitement des opérations	2	33,33%	Fiabilité et rapidité de traitement des opérations	1	14.28%
Renforcement de la rentabilité	1	16,67%	Renforcement de la rentabilité	1	14.28%
Amélioration de la qualité des prestations	2	33,33%	Amélioration de la qualité des prestations	3	42,86%
Fidélisation des clients	1	16,67%	Fidélisation des clients	2	28.57%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Figure n°14 : Niveau de satisfaction des responsables après l'adoption des nouvelles technologies.



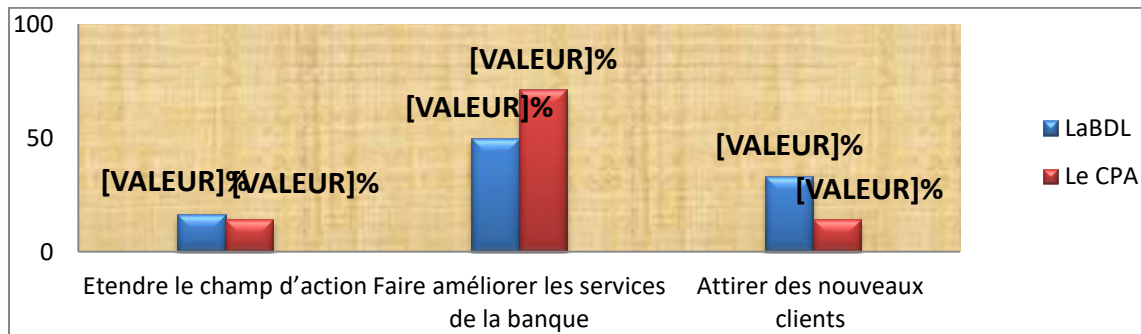
Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Commentaire : La satisfaction des responsables concernant l'introduction des nouvelles technologies au sein de la banque CPA comme suit : 42,86% des responsables optent pour l'amélioration de la qualité des prestations, et 28,6% des responsables optent pour la fidélisation des clients. Au sein de la BDL, la majorité des responsables optent pour l'amélioration de la qualité des prestations et la rapidité de traitement des opérations avec un même pourcentage qui est de 33,33%.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

3.1.1.7. Quel sont les raisons d'adoption des TIC pour la banque ?

Figure n°15: Les raisons d'adoption des TIC

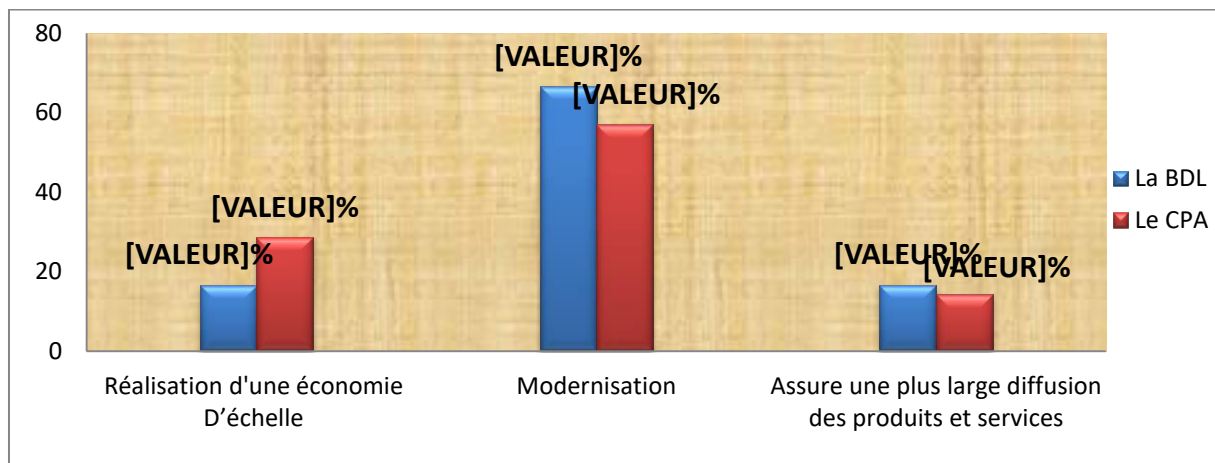


Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Commentaire : Dans le CPA, 71,43% des responsables répondent que les raisons d'adoption des TIC ces pour faire améliorer les services de la banque, même chose pour les responsables de la BDL, ils répondent que les raisons d'adoption des TIC ces pour faire améliorer les services de la banque avec un pourcentage de 50%.

3.1.1.8. Avez-vous adopté une stratégie de développement de votre système d'information ?

Figure n°16 : Adoption d'une stratégie de développement d'un système d'information



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Commentaire : Dans le CPA, 57,14% des responsables répondent que la modernisation c'est la stratégie de développement de leur système d'information, 28,57% répondent pour la réalisation d'une économie D'échelle, et 14,28% répondent pour assurer une plus large diffusion des produits et services, dans la BDL, 66.67% des responsables répondent pour la modernisation du système d'information, et 33,34% pour assurer une plus large diffusion des produits et services, et pour la réalisation une économique D'échelle.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

3.1.1.9. L'intégration des TIC a-t-elle permis d'améliorer la performance de votre banque ?

Figure n°17 : Améliorer la performance par rapport à l'intégration des TIC

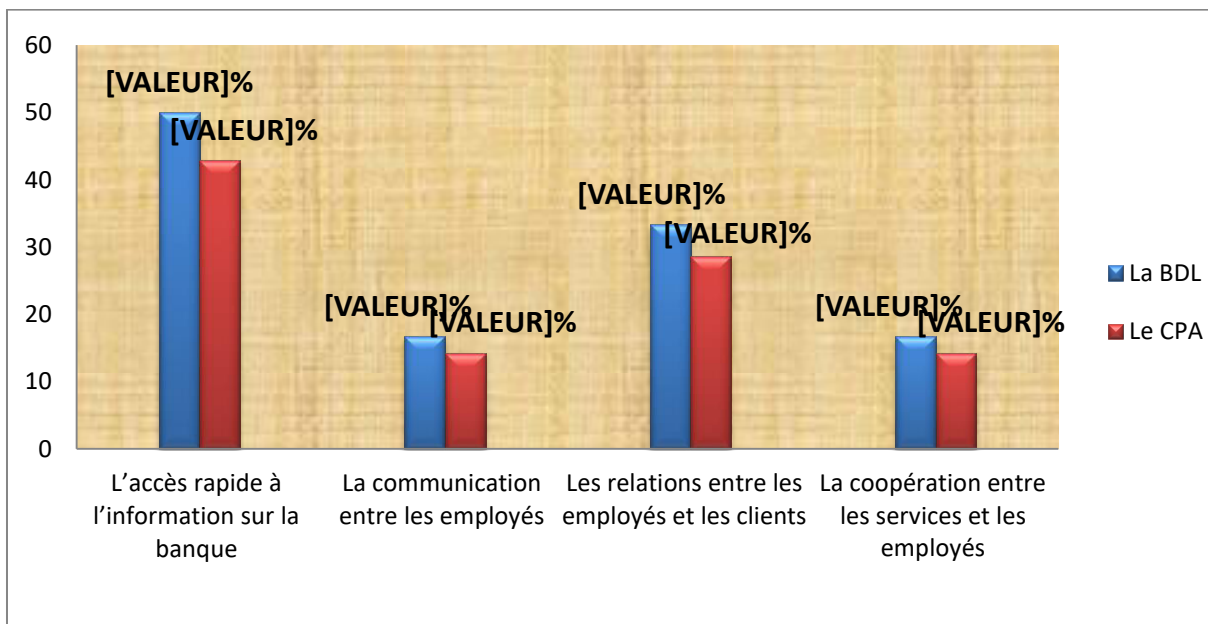


Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Commentaire : Dans cette figure, on a remarqué que les responsables des deux banques ont répondu sur le fait que les TIC améliorent la performance bancaire, avec un pourcentage de 100%.

3.1.1.10. Quelle est l'amélioration engendrée par l'intégration des TIC ?

Figure n°18 : Amélioration engendrée par l'intégration des TIC



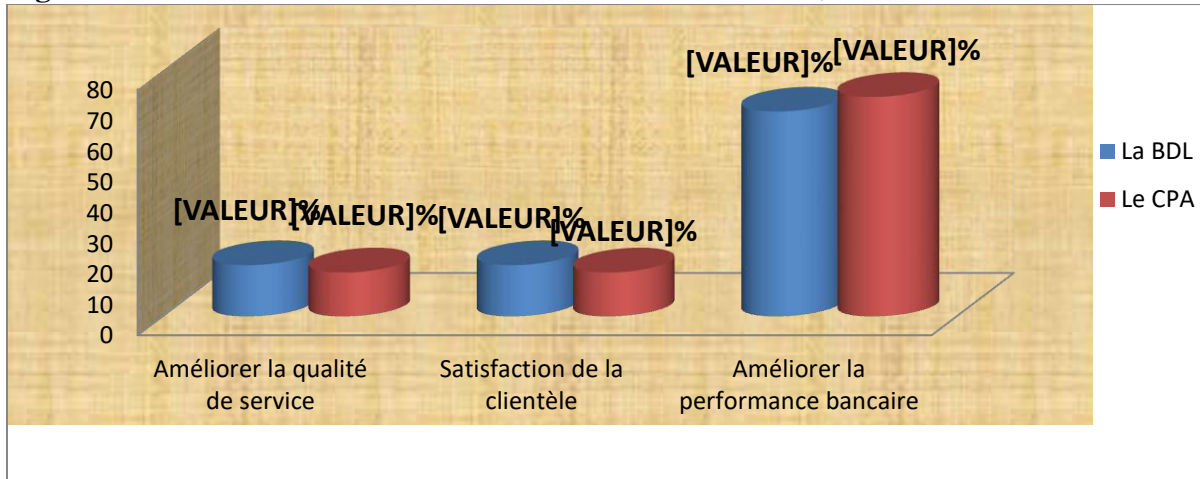
Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

Commentaire : Dans le CPA, 42,86% des responsables optent pour l'accès rapide à l'information sur la banque et les relations entre les responsables et les clients après l'intégration des TIC dans la banque, et 28,6% optent pour la communication entre les responsables, dans la BDL, 50% optent pour l'accès rapide à l'information sur la banque, et 33,33% des responsables optent pour les relations entre les responsables et les clients après l'intégration des TIC dans la banque.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

3.1.1.11. Quelles est l'utilité des TIC dans l'amélioration des services, l'innovation bancaire ?

Figure n°19: L'utilité des TIC dans l'amélioration des services, et l'innovation bancaire



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des responsables.

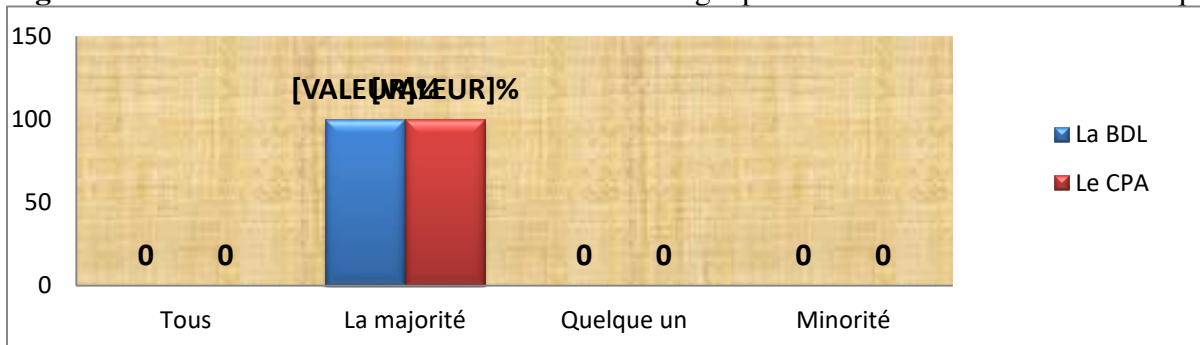
Commentaire : Dans le CPA, 71,43% des responsables répondent que l'utilité des TIC dans l'amélioration des services, et l'innovation bancaire est sur l'amélioration de la performance bancaire, dans la BDL, 66,67% des responsables répondent que l'utilité des TIC dans l'amélioration des services, et l'innovation bancaire est sur l'amélioration de la performance bancaire.

3.1.2. La technologie bancaire, l'avis des employés :

Cette partie nous permettra d'analyser la technologie bancaire par rapport aux avis des employés.

3.1.2.1. Les clients qui utilisent l'E-Banking

Figure n°20 : Niveau d'utilisation d'E-banking par la clientèle de la banque



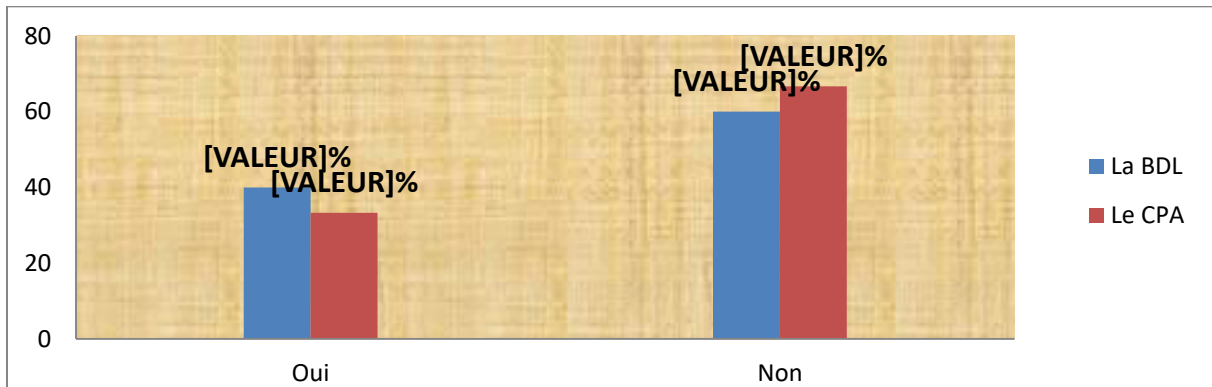
Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Commentaire : Dans cette figure, on remarque qu'au niveau du CPA et la BDL, 100% des employés estiment que la majorité des clients utilisent l'E-banking.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

3.1.2.2. Est-il risqué d'effectuer son paiement par l'E-banking ?

Figure n°21 : Niveau de risque d'effectuer son paiement par l'E-banking :

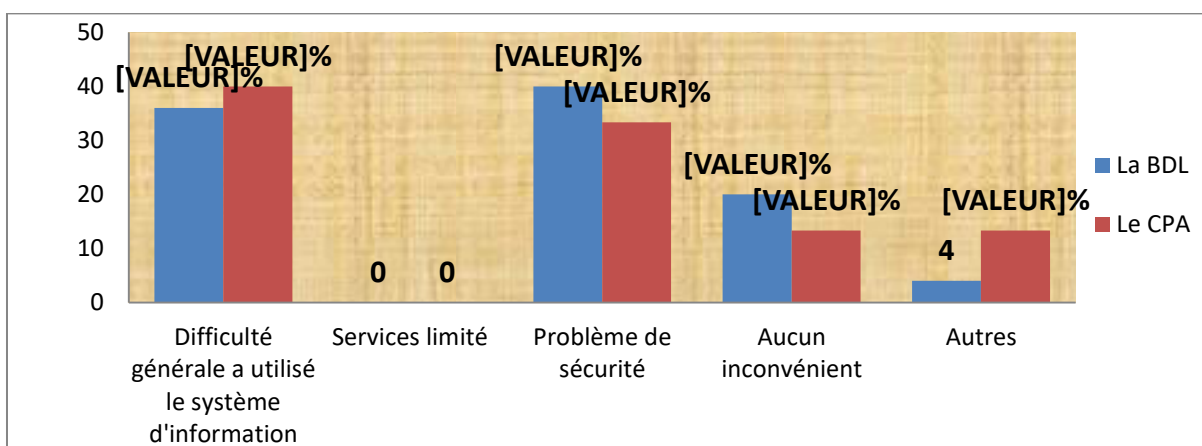


Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Commentaire : Dans le CPA, 66.7% des employés répondent qu'il n'y a pas des risques sur l'opération de paiement par E-banking, le reste des employés répondent qu'ils y'a des risques lors d'effectuer son paiement par E-banking avec un pourcentage de 33.3%. Par contre dans la BDL, 60% des employés répondent qu'il n'y a pas un risque sur l'opération de paiement par E-banking, le reste des employés répondent qu'ils y'a des risques lors d'effectuer son paiement par E-banking avec un pourcentage de 40%.

3.1.2.3. Quelle sont les principaux inconvénients de la banque moderne ?

Figure n°22 : Inconvénients de la banque moderne



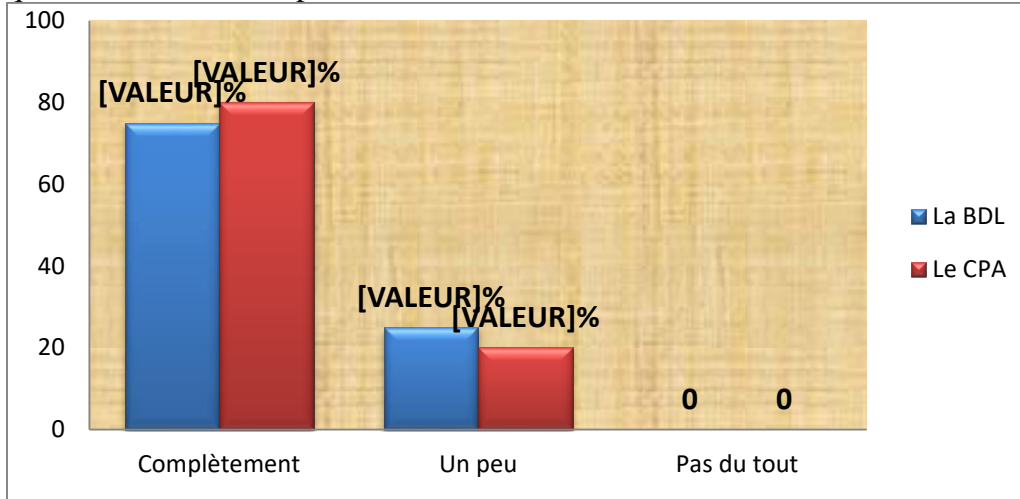
Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Commentaire : Dans le CPA, 40 % des employés répondent qu'ils y'a des difficultés générales a utilisé le système d'information dans la banque moderne, 33,33% répondent qu'ils y'a des problèmes de sécurité, et 20% répondent qu'ils y'a aucun inconvénient dans une banque moderne. Par contre dans la BDL, 40% des employés répondent qu'ils y'a des problèmes de sécurité, est 36% répondent qu'ils y'a des difficultés générales à utiliser le système d'information, 20% répondent que aucun inconvénient dans une banque moderne.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

3.1.2.4. Pensez-vous que les TIC sont plus avantageuses que le contact humain pour les relations bancaires ?

Figure n° 23: Les technologies d'information et de la communication sont plus avantageuses que le contact humain pour les relations bancaires

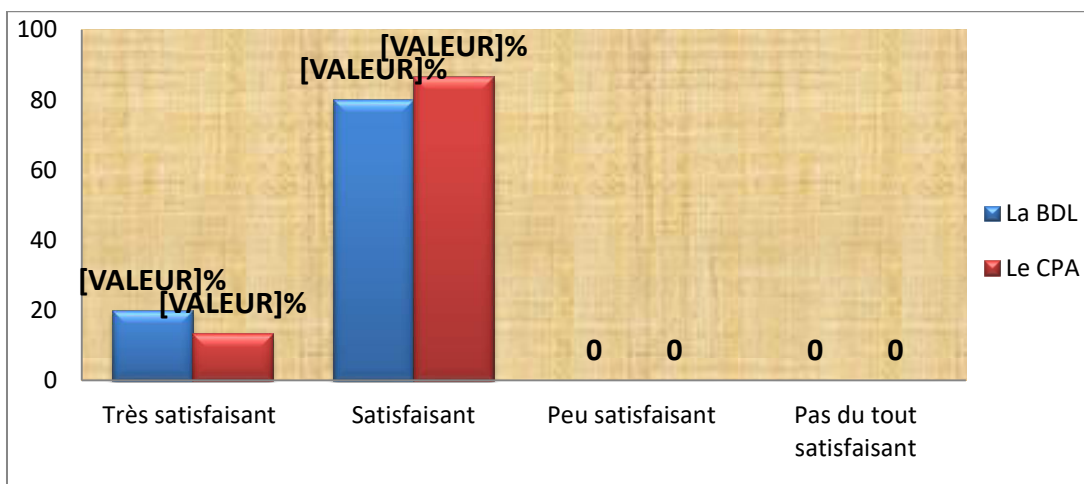


Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Commentaire : Dans le CPA, 80% des employés sont complètement d'accord que les TIC sont plus avantageuses que le contact humain pour les relations bancaires, et 20% répondent que les TIC elles sont un peu avantageuses que le contact humain, d'après eux ils y'a des clients qui préfèrent le contact humain. Dans la BDL, 75% des employés sont d'accord que les TIC sont avantageuses que le contact humain pour la relation bancaire, 25% disent que les TIC sont un peu avantageuses que le contact humain.

3.1.2.5. Quel niveau de satisfaction globale avez-vous retiré de la contribution des TIC dans l'activité de votre banque ?

Figure n°24: Niveau de satisfaction



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Commentaire : Dans le CPA, la majorité des employés enquêtés sont satisfait par la contribution des TIC dans leur activité avec un pourcentage de 86,7%, et le reste des employés sont très satisfait par la contribution des TIC dans leur travail, ils disent que les TIC permettent de faire leur travail convenablement, avec efficacité, est ça permettent de gagner du temps pour eux et pour la banque. Dans la BDL, 80% des employés enquêtés sont satisfait par la contribution des TIC dans leur travail, 20% sont très satisfait par l'intégration des TIC dans leur travail, ils disent que les TIC facilite leur travail.

3.1.2.6. Quels sont les raisons d'utilisation des réseaux sociaux par votre banque ?

Figure n°25 : Niveau d'utilisation des réseaux sociaux

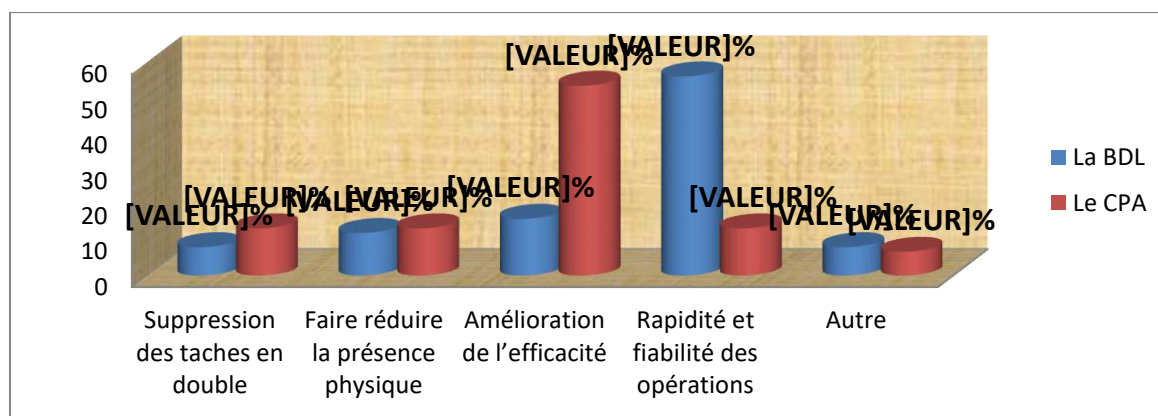


Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Commentaire : Dans le CPA, 46.7% des employés répondent que les raisons d'utilisation des réseaux sociaux c'est d'attirer la clientèle de leur banque, et 26.7% répondent que c'est un moyen de communication entre eux et la clientèle de leur banque. Par contre dans la BDL, 40% des répondent que c'est un moyen de communication entre eux et la clientèle de leur banque, et 32% répondent que c'est un moyen d'attiré les clients, et 20% répondent que c'est un moyen de communication entre eux.

3.1.2.7 : Le bienfait des TIC sur le mode de travail ?

Figure n°26 : Le bienfait des TIC sur le travail



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Commentaire : Dans le CPA, 53,4% des employés répondent que le bienfait des TIC c'est d'améliorer l'efficacité de la banque dans les différents services, et 39,9% répondent que le bienfait des TIC regroupe rapidité et fiabilité des opérations, faire réduire la présence physique, et suppression des tâches en double, par contre dans la BDL, 56% des employés répondent pour la rapidité et fiabilité des opérations, et 16% répondent pour l'amélioration de l'efficacité bancaire.

3.1.2.8. Les types de carte interbancaire utilisée dans la banque

Tableau n°5 : les cartes interbancaires utilisées dans la banque

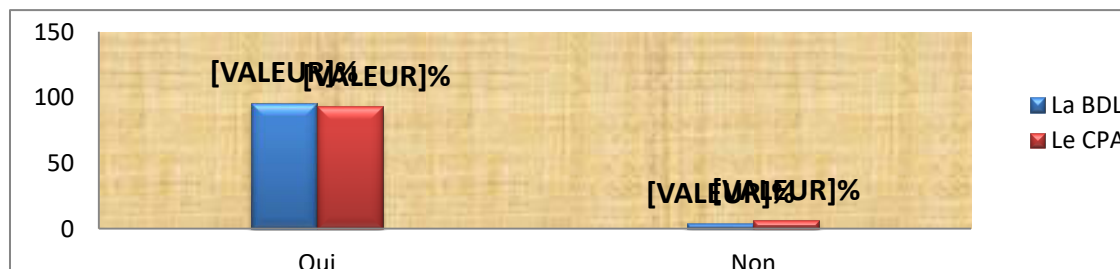
	Mastercard	Carte El Amane	Carte bancaire gold	carte visa	carte bancaire classique	carte bancaire silver	la titanium	Platinum
LaBDL	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Le CPA		✓	✓	✓	✓	✓		

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Commentaire : Dans ce tableau on remarque que le CPA, utilise toutes les cartes sauf la Mastercard, la titanium et la platinum, par contre, la BDL elle utilise toutes les cartes sauf la carte El Aman, donc même si les deux banques se sont des banques publiques rien s'empêche qu'il y'a une différence entre elles dans le domaine des technologies.

3.1.2.9. Connaissances sur l'utilisation des TIC

Figure n°27 : Niveau de connaissances sur l'utilisation des TIC



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Commentaire : Dans le CPA, 93,33% des employés répondent qu'ils ont une connaissance sur l'utilisation des TIC, par contre dans la BDL, 96% des employés connaissent l'utilisation des TIC.

3.1.2.10. Avez-vous effectué des formations en rapport avec l'utilisation des TIC ?

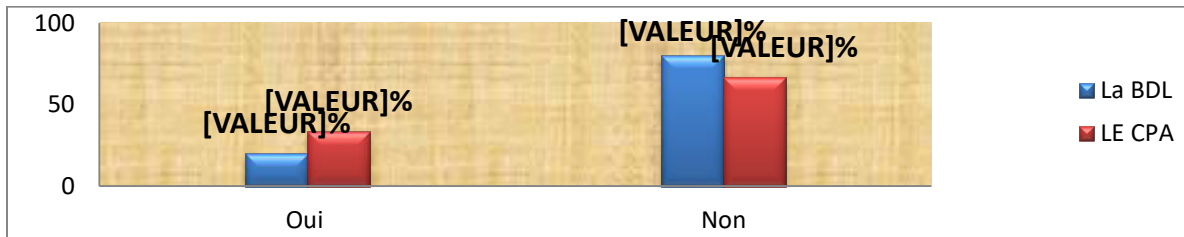
Tableau n° 6: Les formations effectuées pour les utilisateurs des TIC

	Oui	Non
La BDL	20%	80%
Le CPA	33,33%	66,67%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Figure n°28 : Les formations effectuées pour les utilisateurs des TIC



Source : Etablie par nous-même, à partir l'enquête réalisée auprès des employés.

Commentaire : Dans le CPA, 66,67% des employés répondent qu'ils ne font pas des formations, et 33,33% des employés comme (les cadre, les agents de maitrise) ont des formations en cas d'adoption des logiciels qui demande des formations, par contre dans la BDL, 80% des employés répondent qu'ils ne font pas des formations, ils répondent que leur travail ne demande pas de faire des formations, et 20% sont des informaticiens, ils répondent qu'ils font des formations en cas de besoin.

3.1.2.11. Grâce aux TIC, les attentes des clients sont mieux prises en compte ?

Tableau n°7 : les attentes des clients sont mieux prises en compte, grâce aux TIC

	Oui	Non
La BDL	85,72%	14,28%
Le CPA	83,33%	16,67%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des employés

Commentaire : L'analyse de cette figure montre dans la BDL 85,72% des enquêtés des confirment complètement que grâce aux TIC, les attentes des clients sont mieux prises en compte. La même chose pour le CPA 83,33% des enquêtés confirment complètement que grâce à elle, les attentes des clients sont mieux prises en compte, l'usage des TIC dans les deux banques a permis d'offrir des prestations de qualité et cela se reflète à travers la rapidité de traitement des informations.

3.2. Questionnaire d'impact des TIC sur les services en destination de la clientèle

Ce questionnaire est divisé en deux axes, l'information personnelle et la technologie bancaire

3.2.1. L'information personnelle

Cette partie nous permettra d'analyser les informations personnelles des clients

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

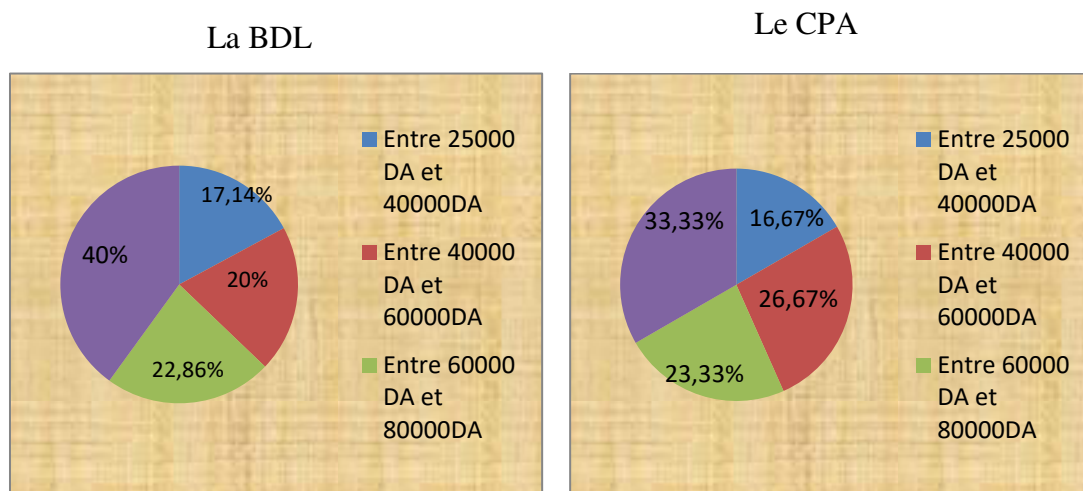
3.2.1.1. Le portefeuille des clients :

Tableau n°8: Portefeuille des particuliers

La BDL		Le CPA	
	Pourcentage		Pourcentage
Entre 25000 DA et 40000DA	17,14%	Entre 25000 DA et 40000DA	33,33%
Entre 40000 DA et 60000DA	20%	Entre 40000 DA et 60000DA	26,67%
Entre 60000 DA et 80000DA	22,86%	Entre 60000 DA et 80000DA	23,33%
Supérieur à 80000DA	40%	Supérieur à 80000DA	16,67%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Figure n°29: Le portefeuille des particuliers



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Commentaire : Dans la banque BDL, 40% des clients qui sont des particuliers ont un portefeuille qui est supérieur à 80000 DA, 22,86% perçoivent entre 60000 DA et 80000DA, 20% perçoivent entre 40000DA et 60000DA et 17,14% entre 25000DA et 40000DA. Dans le CPA, 33,33% des clients qui sont des particuliers ont un portefeuille qui est supérieur à 80000DA, 26,67% perçoivent entre 40000 Da et 60000 DA, 23,33% perçoivent entre 60000DA et 80000DA, et les 16,67% perçoivent entre 25000DA et 40000 DA.

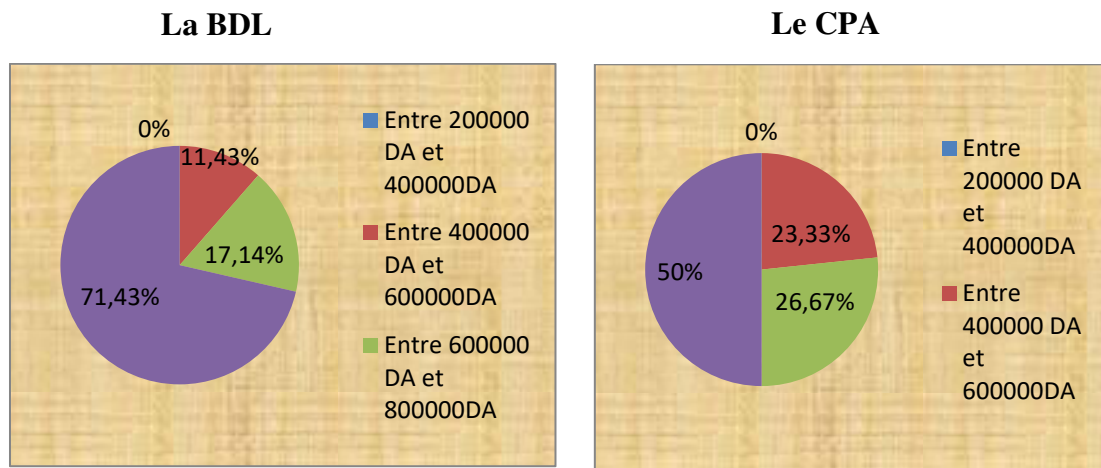
Tableau n°9: Portefeuille des entreprises

La BDL		Le CPA	
	Pourcentage		Pourcentage
Entre 200000 DA et 400000DA	0%	Entre 200000 DA et 400000DA	0 %
Entre 400000 DA et 600000DA	11,43%	Entre 400000 DA et 600000DA	23.33%
Entre 600000 DA et 800000DA	17.14%	Entre 600000 DA et 800000DA	26.67%
Supérieur à 800000DA	71,43%	Supérieur à 800000DA	50%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Figure n°30: Le portefeuille des entreprises



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Commentaire : Dans la banque BDL, 71,43% des clients qui sont des entreprises ont un portefeuille qui est supérieur à 800000 DA, 17,14% perçoivent entre 600000DA et 800000DA et 11,43% entre 400000DA et 600000DA. Dans le CPA, 50% des clients qui sont des entreprises ont un portefeuille qui est supérieur à 800000DA, 26,67% perçoivent entre 600000 Da et 800000 DA, 23,33% perçoivent entre 400000DA et 600000DA.

3.2.2. La technologie bancaire

3.2.2.1. Quels sont les automates que vous utilisez ?

Tableau n°10: automate le plus utilisé.

La BDL		Le CPA	
Technologie	Pourcentage	Technologie	Pourcentage
Distribution automatique de billet	71,43%	Distribution automatique de billet	66,6%
Guichet automatique de banque	22,86%	Distribution automatique de banque	20%
Terminal de paiement électronique	5,71%	Terminal de paiement électronique	13,33%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Figure n° 31: Les automates utilisés par les clients



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Commentaire : D'après le tableau n°10, nous constatons que le distributeur automatique de billet (DAB) prend la première place devant le guichet automatique de banque (GAB) avec un taux de 71,43% contre 22,86% et en dernier place vient le terminal de paiement électronique (TPE) avec un taux de 5,71% à partir des réponses des clients enquêtés de la BDL. Par contre dans la banque CPA le distributeur automatique de billet place devant le guichet automatique de banque avec un taux de 66,67% contre 20% et toujours en dernier lieu vient le terminal de paiement électronique avec un taux de 13,33%. Vu que le nombre de DAB est supérieur à celui du GAB il est logique qu'il soit le plus utilisé pour remédier à cet écart il faut que les banques élargissent leur réseau d'acceptation notamment le TPE. la qualité des services des automates est une chose importante pour les détenteurs de la carte interbancaire. Une qualité médiocre ou moyenne les contraindrait à être réticente à l'utilisation de la carte interbancaire.

3.2.2.2. Est-ce que vous avez déjà eu des problèmes lors d'utilisation de la carte interbancaire ?

Tableau n° 11: connaissance de l'existence de problème lors de l'utilisation de la carte interbancaire

La BDL			La CPA		
	fréquence	Pourcentage		fréquence	Pourcentage
OUI	24	68,57%	OUI	18	60 %
NON	11	31,43%	NON	12	40 %

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Figure n°32 : les problèmes rencontrés lors d'utilisation de la carte



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Commentaire : D'après le tableau n°11, il ressort que 68,57% des porteurs interrogés au niveau de la banque BDL déclarent qu'ils ont déjà eu un problème lors de l'utilisation de leur carte et 31,43% révèlent n'avoir jamais eu de problème. Ainsi le CPA avec un taux de 60% affirment aussi qu'ils ont déjà eu ce même problème et 40% révèlent n'avoir jamais eu de problème. Nous constatons que dans les deux banques (BDL et CPA), leurs clients ont eu le problème de l'utilisation de leur carte. Cela a causé un frein à son utilisation, ces porteurs trouvent qu'utiliser sa carte est une perte de temps vu les nombreux problèmes liés à son utilisation.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

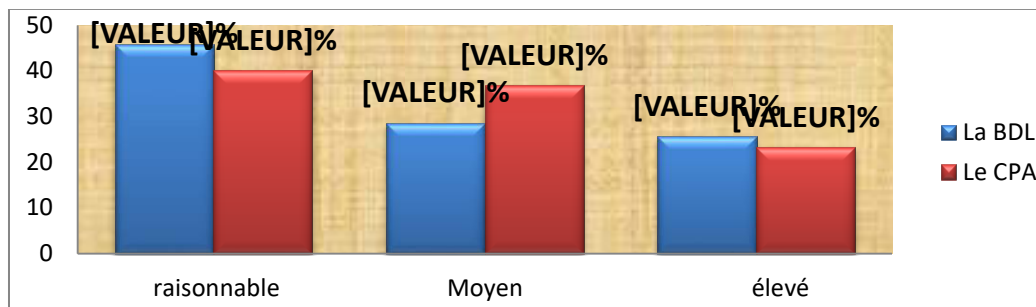
3.2.2.3. Le coût de transaction par carte bancaire

Tableau n°12 : Coût de transaction par carte interbancaire

La BDL			Le CPA		
	fréquence	Pourcentage		fréquence	Pourcentage
Raisonné	16	45,71%	Raisonné	7	40%
Moyen	10	28,58%	Moyen	11	36,67%
Elevé	9	25,71%	Elevé	12	23,33%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Figure n° 33: Les coûts de transaction que les clients s'en charge a payés pour le fonctionnement de la carte interbancaire



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Commentaire : Dans la BDL le cout de transaction par carte est jugé raisonnable pour 45,71%, moyen pour 28,58%, élevé pour 25,71% par contre dans le CPA les porteurs de la carte trouvent que le cout de transaction est jugé raisonnable pour 40%, moyen pour 36,67%, élevé pour 23,33%. Dans les deux banques (BDL et CPA), la population interrogée considère que le cout de transaction est plutôt raisonnable.

3.2.2.4. Quel est le moyen de paiement que vous utilisez le plus ?

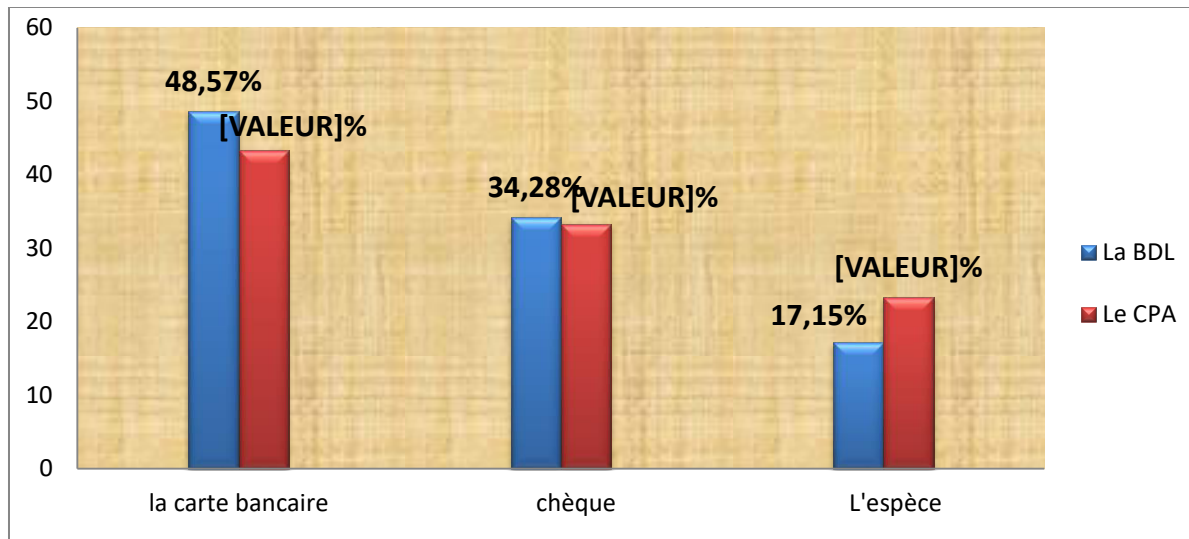
Tableau n°13 : La préférence des moyens de paiement

La BDL			Le CPA		
	fréquence	Pourcentage		fréquence	Pourcentage
Carte bancaire	17	48,57%	Carte bancaire	13	43,34%
Chèque	12	34,28%	Chèque	10	33,33%
Les espèces	6	17,15%	Les espèces	7	23,33%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Figure n°34 : Niveau de préférence des moyens de paiement



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Commentaire : Les données des deux tableaux n°13 montrent que 48,57% des clients de la banque BDL utilisent la carte bancaire pour régler leurs achats et 34,28% préfèrent utiliser le chèque, pour ce qui est des espèces 17,15% seulement des clients favorisent ce moyen de paiement. Tandis que les clients du CPA préfèrent d'utiliser les cartes bancaires pour un taux de 43.34%, 33,33% pour l'utilisation des espèces et 23,33% pour les chèques. Nous constatons que les clients des deux banques BDL et CPA préfèrent la carte interbancaire en raison d'éviter les chaînes au niveau des guichets de la banque, de ne pas avoir de liquidité sur soi, et disponibilité immédiate de l'argent.

3.2.2.5. Est- ce que le plafond de retrait vous convient pour votre carte bancaire ?

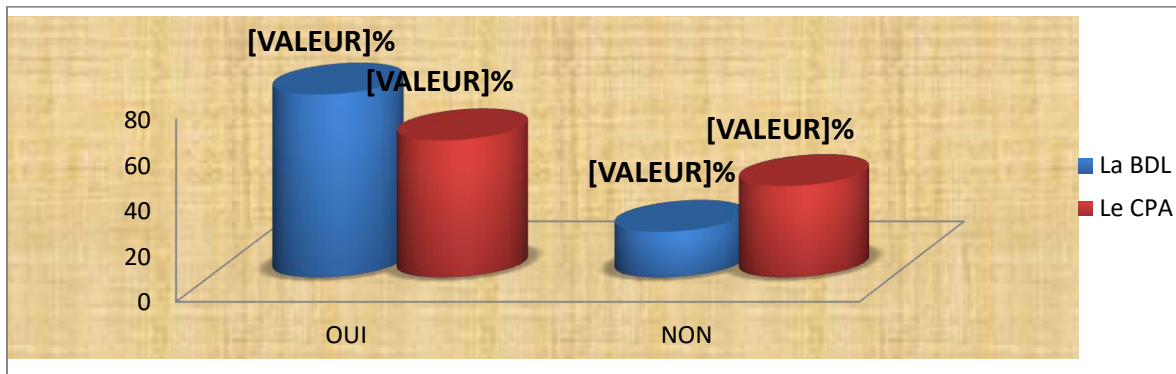
Tableau n°14 : la convenance du plafond de retrait.

La BDL			Le CPA		
	Fréquence	Pourcentage		Fréquence	Pourcentage
OUI	28	80%	OUI	18	60 %
NON	7	20%	NON	12	40 %

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Figure n°35 : La satisfaction des clients par rapport au plafond de retrait



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

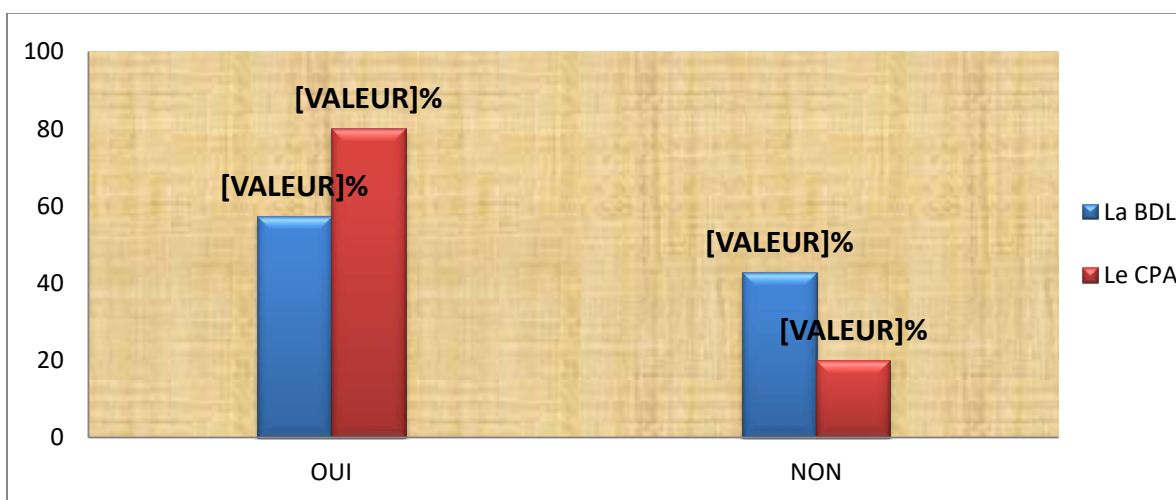
Commentaire : Les résultats obtenus nous montrent que 80% des porteurs de cartes de la BDL confirment que le plafond de retrait leur convient et 20% des porteurs se montrent mécontents. Ainsi les porteurs de la carte de la banque CPA confirment aussi que le plafond de retrait leur convient avec un taux de 60 % et 40% se montrent que le plafond de retrait n'est pas satisfaisant.

3.2.2.6. Êtes-vous inscrits pour effectuer les transactions E-banking?

Tableau n °15 : Inscription pour effectuer les transactions bancaire électronique (E-banking)

La BDL			Le CPA		
	fréquence	Pourcentage		fréquence	Pourcentage
OUI	20	57,15%	OUI	24	80%
NON	15	42,85%	NON	12	20%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.**Figure n°36 :** Niveau des clients inscrit pour effectuer les transactions E-banking



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Commentaire : Dans le CPA majorités des clients ont répondu par Oui pour effectuer leurs transactions E-banking avec un taux de 80%, des clients optent pour les transactions bancaires électroniques et le reste répond par non puisqu'ils n'ont pas opté pour les transactions bancaires électroniques. Dans la BDL la majorité des clients ont répondu par Oui pour effectuer leurs transactions E-banking avec un taux de 57.15% et les 42,8% refuse les transactions bancaires électroniques.

3.2.2.7. Quels est le niveau de votre utilisation de ce système E-banking ?

Tableau n°16 : L'utilisation du système E- banking

La BDL

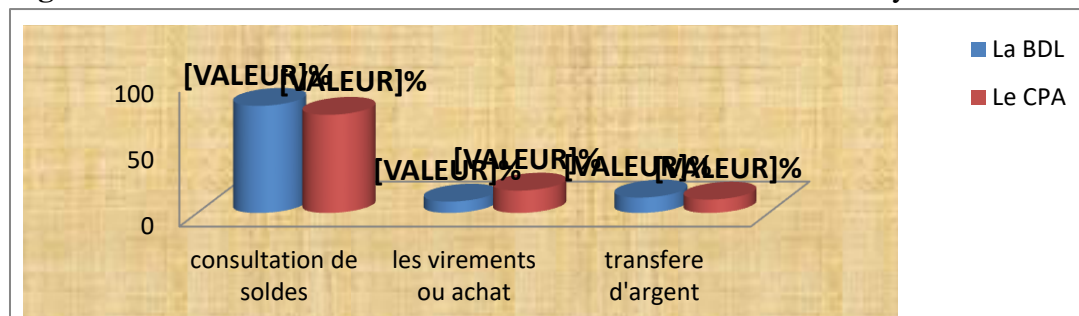
	fréquence	Pourcentage
Consultation de soldes	28	80%
Les virements ou achats	3	8,57%
Transfert de l'argent	4	11,43%

Le CPA

	fréquence	Pourcentage
Consultation de solde	22	73,33%
Les virements ou achat	5	16,67%
Transfert de l'argent	3	10 %

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Figure n°37: Niveau d'utilisation du système E-banking



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Commentaire : Les données des deux tableaux montrent que 80% des clients qui sont des particulier dans la BDL utilisent ce système E-banking pour la consultation de leurs soldes et 20 % des clients qui sont des entreprises utilisent ce système e-banking pour transférer de l'argent et effectuer des virements ou achat, par contre dans le CPA, 73.33% des particulier utilisent ce système pour consulter leurs soldes, et 26.67% des entreprises utilisent ce système pour transférer de l'argent, et effectué les virements ou achat.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

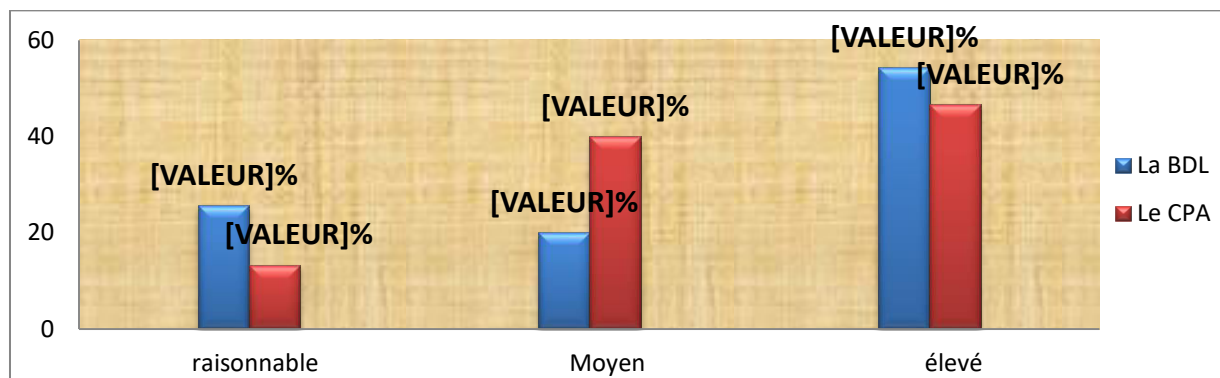
3.2.2.8. Comment vous voyez les commissions à payer pour L'application E-banking?

Tableau n°17: Les commissions à payer pour cette application

La BDL			Le CPA		
	fréquence	Pourcentage		fréquence	Pourcentage
Raisonnable	9	25,71%	Raisonnable	4	13,33%
Moyen	7	20%	Moyen	12	40%
Élevé	19	54,29%	Élevé	14	46,67%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Figure n°38 : Les commissions à payer pour cette application



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Commentaire : Dans la BDL les commissions à payer par les clients sont jugées élevées pour 54,29%, moyens pour 20%, raisonnables pour 25,71%, ainsi que dans le CPA les commissions payées par ses clients sont jugées pour 46,67%, moyens pour 40%, raisonnables pour 13,33%. Dans les deux banques (BDL et CPA), la population interrogée considère que le coût de transaction est plutôt élevé.

3.2.2.9. Est-ce-que vous faite confiance à ces technologies(E-banking) ?

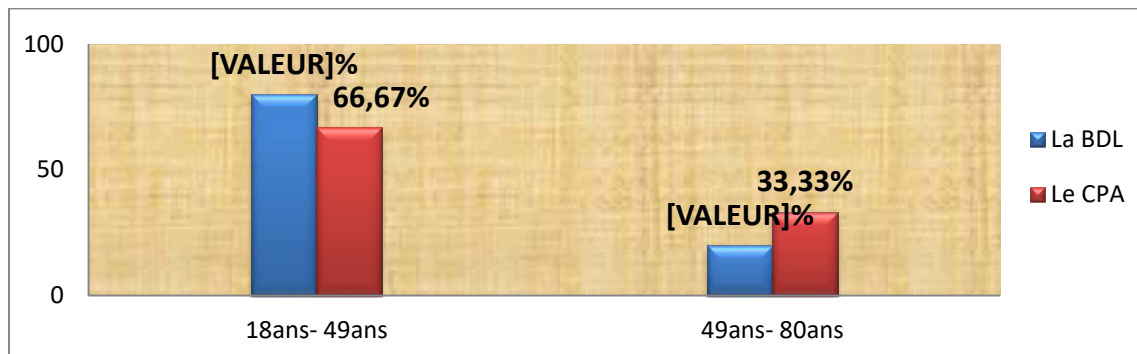
Tableau n°18 : Niveau de confiance que les clients ont pour les technologies

La BDL			Le CPA		
	Fréquence	Pourcentage(%)		Fréquence	Pourcentage(%)
18ans- 49ans	20	80%	18ans- 49ans	10	66.67%
49ans-80ans	5	20%	49ans- 80ans	5	33.33%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Figure n°39: Niveau de confiance que les clients ont pour les technologies(E-banking) :



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Commentaire : Nous constatons dans Le CPA, les clients âgés entre 18ans-49ans répondent avec un pourcentage de 66.67% qu'ils ont une confiance aux technologies, les clients âgés entre 49ans-80ans avec un pourcentage de 33.33% répondent qu'ils n'ont pas confiance aux technologies puisqu'ils préfèrent de se déplacer à la banque pour effectuer leurs opérations. Dans la BDL, les clients âgés entre 18ans-49ans répondent avec un pourcentage de 80% qu'ils ont une confiance aux technologies, les clients âgés entre 49ans -80ans avec un pourcentage de 20% répondent qu'ils n'ont pas confiance aux technologies puisqu'ils préfèrent de se déplacer à la banque pour effectuer leurs opérations.

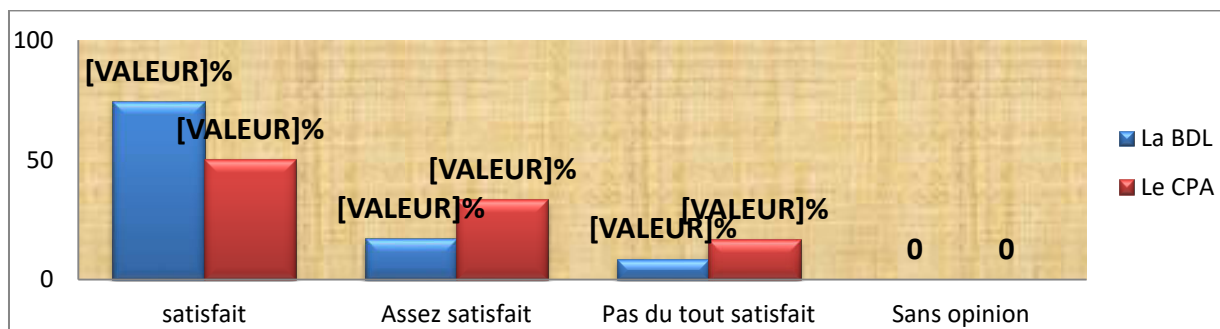
3.2.2.10. Quel est le niveau de satisfaction des services offerts par la banque ?

Tableau n°19: La satisfaction des services offerts par la banque

La BDL			Le CPA		
	Fréquence	Pourcentage		Fréquence	Pourcentage
Très satisfait	26	74,29%	Très satisfait	15	50%
Assez satisfait	6	17,14%	Assez satisfait	10	33,33%
Pas du tout satisfait	3	8,57%	Pas du tout satisfait	5	16,67%
Sans opinion	0	0	Sans opinion	0	0

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Figure n°40 : Niveau de satisfaction des services offerts par la banque



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Commentaire : D'après les résultats que nous avons obtenus nous remarquons que le niveau de satisfaction des clients de la BDL est très élevé avec un taux de 74,29%, 17,14% assez satisfait, 8,57% pas du tout satisfait. Dans la banque CPA le niveau de satisfaction est très élevé avec un taux de 50%, assez satisfait avec un taux de 33,33, et pas du tout satisfait avec un taux de 16,67%. Nous constatons que les enquêtés des deux banques ont très satisfait des services offerts par leur banque.

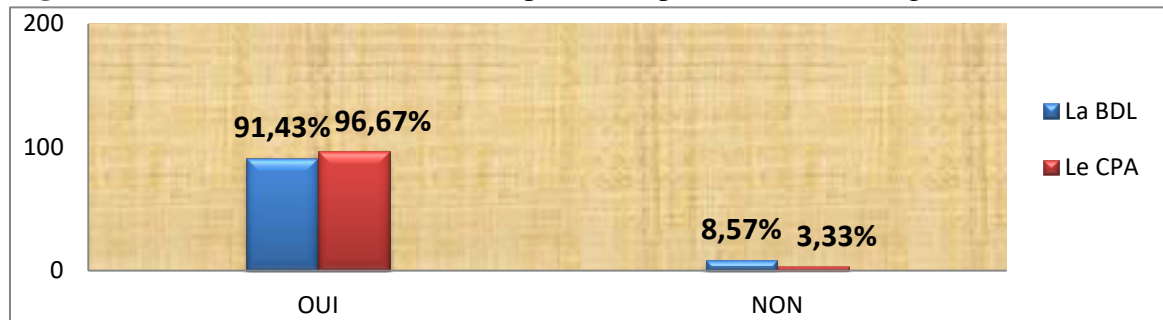
3.2.2.11. Est-ce que vous voyez une différence avant et après l'adoption des technologies dans votre banque ?

Tableau n°20 : L'avis des clients après l'adoption des technologies dans leurs banques

La BDL			Le CPA		
	Fréquence	Pourcentage		fréquence	Pourcentage
OUI	32	91,43%	OUI	29	96,67%
NON	3	8,57%	NON	1	3,33%

Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients

Figure n°41: La différence avant et après l'adoption des technologies dans votre banque



Source : Etablie par nous-même, à partir de l'enquête réalisée auprès des clients.

Commentaire : La constatations qui ressort de notre enquête, est que les clients interrogés ont considère l'adoption des technologies comme un moyen pour faire améliorer les services de la banque BDL avec un taux de 91,43% et 96,67% pour le CPA par contre rien n'empêche d'avoir un certain nombre qui ont répondu négativement avec un taux de 8,57% pour la BDL et 3,33% pour le CPA.

Notre recherche est motivée par des raisons, par lesquelles on s'est intéressée particulièrement à l'impact des TIC sur la performance bancaire. Cette partie du travail est consacrée à la vérification des hypothèses que nous avons avancées dans le cadre de cette recherche à savoir :

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Hypothèse 1 :

Notre hypothèse qui porte sur « **La réalisation des activités bancaires sont plus rapide avec l'intégration des TIC** ». Par le fait nous avons constaté que :

La communication entre les employés via les TIC joue un rôle très important sur la rapidité de la réalisation des activités bancaires, à cet égard on peut dire que les TIC ont un effet majeur qui permet l'existence d'une communication serviable qui se repose essentiellement sur les relations entre les responsables et les employés.

Dans le secteur bancaire utilise les différents canaux de communication et toute sorte de technologies pour impliquer et motiver le personnel et afin de satisfaire les besoins des clients.

Hypothèse 2 :

A partir de l'analyse des données collectées, nous pouvons dire que la première hypothèse à savoir : « **L'adoption des TIC dans les banques algériennes améliore la relation avec ses clients et facilite le travail des employés** » est confirmée.

En effet, nous avons constaté que les TIC ont modifié le mode de travail au sein des banques. Les TIC révèlent comme un moyen avantageux qui facilite les différentes tâches des relations avec la clientèle, leur intégration provoque l'augmentation de niveau de qualification et un changement dans les différents services au sein du secteur bancaire.

Nous avons constaté que les deux banques CPA et la BDL utilisent les TIC dans l'objectif de renforcer les liens avec la clientèle, et créer un climat de confiance.

Hypothèse 3 :

La dernière hypothèse porte que « **Les TIC impactent la performance de la banque** » est confirmée. En effet, nous avons constaté que grâce à l'intégration des TIC dans les banques apportées une évolution une performance dans l'activité bancaires. Les enquêtées considèrent que les TIC ont un impact majeur pour le développement de l'institution bancaire, car l'intégration de plusieurs techniques et logiciels ont permis d'améliorer la qualité des services, et le niveau de performance de l'institution, car l'information se diffuse en temps réel et rapproche les employés et facilite leur travail et leurs tâches.

Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou.

Conclusion

Le système bancaire a connu un développement important et les TIC jouent un rôle croissant dans l'évolution des métiers bancaires. Ainsi, nous avons essayé, dans ce chapitre, d'évaluer l'impact des TIC sur l'activité bancaire ; elles ne se limitent plus à accompagner le changement mais elles en deviennent le moteur du fait qu'elles font évoluer les bases de la concurrence entre les banques de réseau, les banques virtuelles ainsi que les différents acteurs, bancaires ou pas.

A travers notre enquête menée auprès de la Banque de Développement Local et le Crédit Populaire D'Algérie, des directions informatiques et de divers services bancaires utilisant l'outil informatique, nous avons montré que :

- Si nous voulons interpréter ces résultats, nous allons dire que l'âge joue un rôle important quand il s'agit de prendre une décision vis-à-vis de l'adoption des DAB et GAB et plus on est jeune plus on est bon en santé notamment la vision et le réflexe intellectuel, alors nous fréquentons sans problèmes ces terminaux de proximité.
- Le facteur de revenu est aussi un fort tranchant pour s'adhérer dans les systèmes e-banking , quelqu'un qui gagne un salaire considérable cherche à bénéficier des innovations technologiques sans se rendre compte aux inconvénients pouvant être causés par leurs systèmes comme le coût des transactions ou même les sommes prélevées annuellement en échange d'utilisation de ces terminaux électroniques.
- La perception des clients vis à vis la sécurité des terminaux de proximité vaut beaucoup apparemment, et cela se répète et se confirme dans toutes les enquêtes réalisées jusqu'alors à travers le monde entier, et c'est clair que si le client ne sent pas que son pognon est protégé des vols et des fraudes, en se servant de sa carte il n'osera jamais d'en utiliser de nouveau.
- Le bienfait de ces TIC sur la clientèle s'explique par la satisfaction des clients, L'amélioration de la qualité des services et la suppression des coûts et de déplacement.
- Les motivations de la majorité des responsables enquêtées s'articulent autour de l'amélioration d'un nombre des opérations effectuées avec la clientèle dans la banque de développement local et dans la banque du crédit populaire d'Algérie la motivation s'articule autour de l'amélioration des échanges avec la clientèle.
- La carte de paiement est le moyen de paiement le plus automatisé dans les banques de Tizi-Ouzou, suivi de chèque et de l'avis de prélèvement en dernier rang.

L'Algérie, comme tous les pays en voie de développement commence à intégrer les technologies d'information et de la communication. Néanmoins, il existe toujours une évolution d'utilisation de ces TIC.

D'après notre analyse sur l'impact des TIC sur la performance bancaire dans la Banque de Développement Local et la banque du Crédit Populaire D'Algérie enquêtées de la wilaya de Tizi-Ouzou, nous constatons que l'objectif de l'usage de ces TIC dans ces deux banques, est d'améliorer les services pour effectuer des opérations bancaire plus efficace, nous soulignons aussi que le bien fait des TIC sur le mode de travail des responsables porte sur la rapidité et la fiabilité des services bancaires ainsi que l'amélioration de l'efficacité. Nous avons remarqué aussi que les responsables et les clients enquêtés s'accordent à dire que l'adoption et l'intégration des TIC au sein de leurs banques ont un impact sur la performance bancaire.

Conclusion Générale

Les technologies de l'information et de la communication sont devenues un puissant levier dans le développement économique et social. Elles sont la source de nombreuses innovations dans plusieurs secteurs d'activité. Elles permettent aussi d'entrevoir diverses opportunités futures de par leur développement.

L'usage des TIC est devenu un atout majeur dans le développement des activités bancaires, des nouveaux canaux de distribution sont mis en place par les banques pour réunir entre les canaux de distribution traditionnelles et les technologies dans l'objectif d'augmenter leur chiffre d'affaire, et d'améliorer leur performance et leur compétence.

Les résultats de notre enquête pour ce mémoire vont dans ce sens et confirment l'importance des TIC dans notre ère.

Avec ces technologies innovantes, la banque algérienne a pris son envol dans l'évolution électronique, via ces multiples canaux destinés à l'accès aux différentes prestations des services bancaires (DAB, GAB, TPE, carte bancaire, E-banking.....) au profit de la clientèle.

Au terme de notre travail, nous avons constaté que les technologies de l'information et de la communication est l'un des éléments qui peut influencer la performance et la compétitivité des banques. En effet, les TIC constituent l'un des facteurs sur lequel les dirigeants des banques se basent pour évaluer la performance de leur propre banque. Notre étude a pour objectif de vérifier si l'intégration des TIC au sein des banques permet d'améliorer leurs performances, essentiellement dans le cas des deux banques de la wilaya de Tizi Ouzou. Pour bien mener ce travail, nous avons réalisé une démarche méthodologique basée sur deux aspects, théorique et pratique.

Après l'élaboration de ce travail que nous avons menés aux prés de la BDL et le CPA de Tizi Ouzou, les principaux résultats auxquels nous avons aboutis, nous ont permis de confirmer les trois Hypothèses.

La première hypothèse concernant la réalisation des activités bancaires sera plus rapide avec l'intégration des TIC.

La deuxième hypothèse concerne l'adoption des TIC dans les banques algériennes améliore la relation avec ses clients et facilite le travail des employés.

La troisième hypothèse qui postule, que grâce à l'intégration des TIC, les banques deviennent plus performantes. Cette hypothèse est partiellement confirmée car les clients et les responsables/employés enquêtés ne pouvaient pas quantifier l'amélioration de la performance des banques, mais par contre ils ont avancé des appréciations positives en ce qui est l'apport des TIC dans le domaine de la communication, l'information et la coordination au sein de l'organisation bancaire.

D'après les résultats, les usages des TIC doivent être élaborés en étroite concertation avec les utilisateurs, car ils modifient profondément les façons de travailler. La technologie ne doit pas prendre le pas sur les personnes, mais au contraire les aider à trouver les voies de la performance. L'utilisation performante des TIC nécessite l'acquisition des nouvelles compétences. Il est indispensable d'accompagner toute mise en place des TIC par un programme volontariste de développement des compétences axé sur les plans de formation.

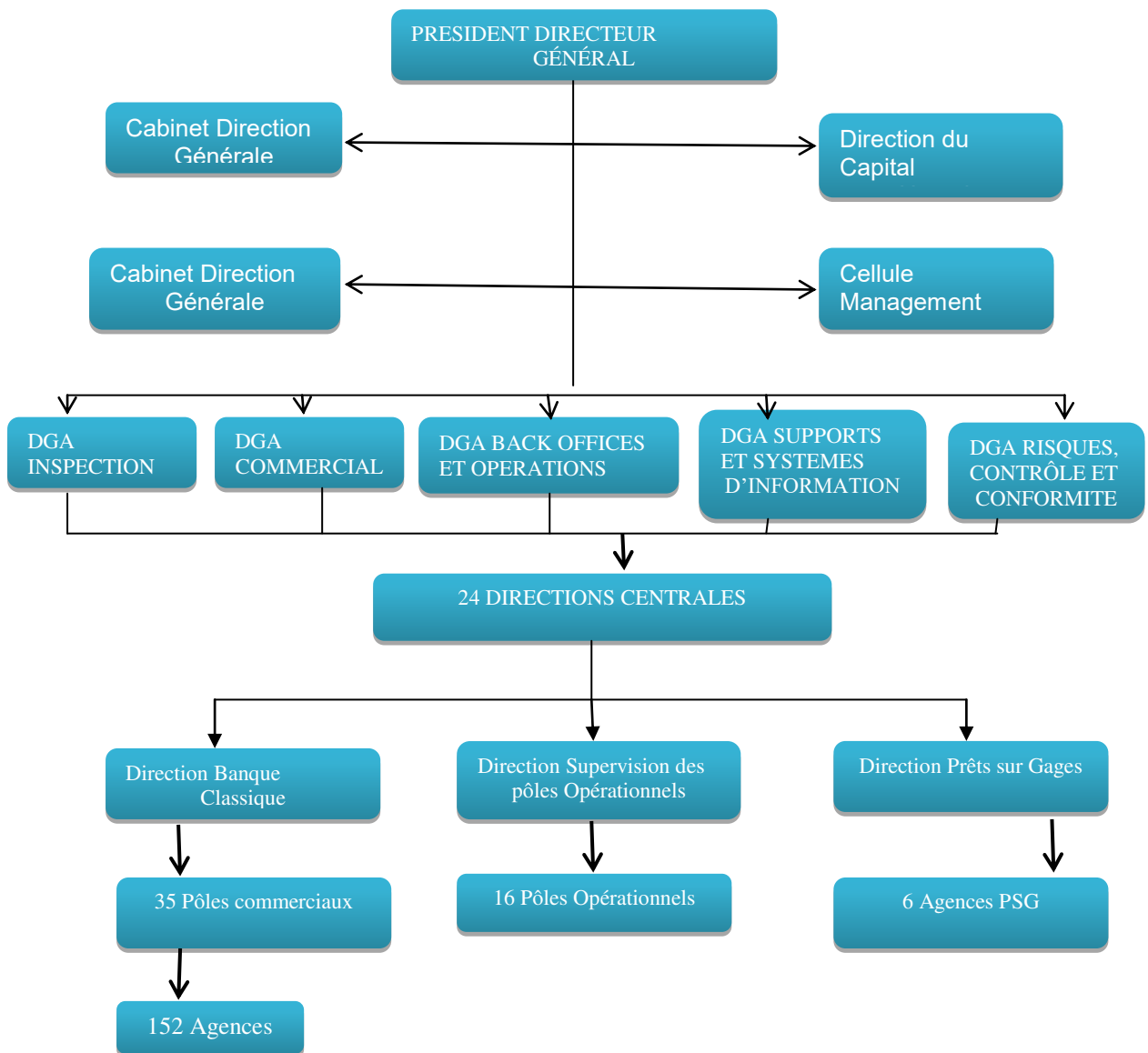
Conclusion Générale

L'introduction des nouvelles technologies au sein de l'organisation doit répondre avant tout à un besoin bien définie. Elles sont un moyen et non pas une fin, mais un moyen stratégique à une époque où la réactivité est devenue l'arme absolue. On ne peut tirer avantages des TIC que si la stratégie, l'organisation de la banque ainsi que sa culture sont prêtes à évoluer.

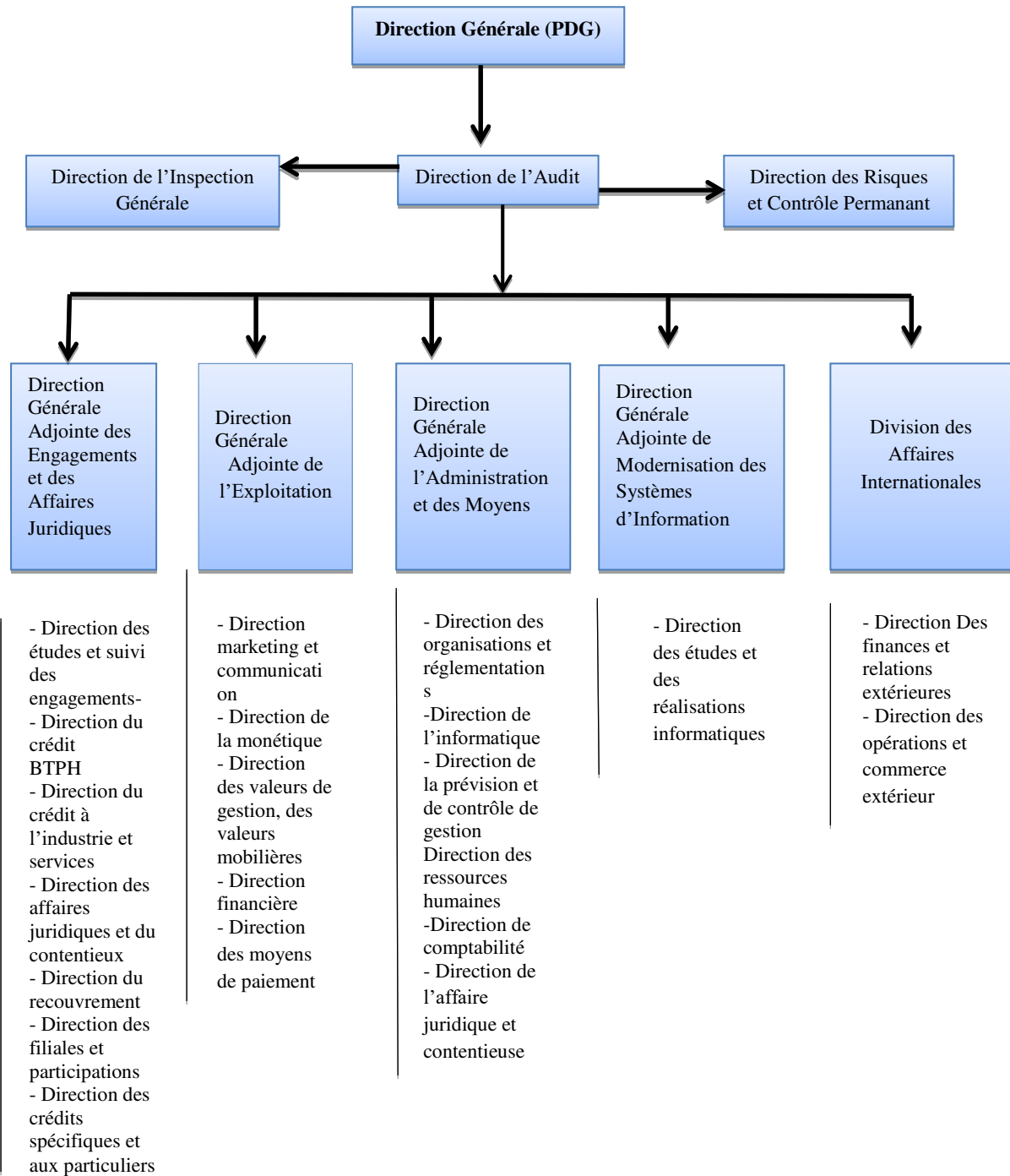
En conclusion on peut déduire que l'impact des TIC sur la performance bancaire se reflète d'une part, à travers l'amélioration du processus travail au sein de la banque. L'augmentation des opérations effectués au sein de la banque apport fluidité aux échanges avec la clientèle et au traitement des informations, mais également à travers la satisfaction de la clientèle et leur fidélisation à travers le développement et l'amélioration des prestations fournies, Le but du développement des TIC dans la banque n'est pas celui de remplacer les rencontres physiques, entre les individus, mais au contraire, le but est de les enrichir et les entretenir à travers notamment un multiplication des échanges.

Annexe

Annexe n°1 : Organigramme de la BDL en 2019



Annexe n°2 : Organigramme du CPA en 2019



Questionnaire à la destination des responsables/employés dans la banque

Ce questionnaire va nous permettre de consolider notre travail de recherche sur l'impact des technologies de l'information et de la communication sur la performance et nous aider à répondre notre problématique qui est la suivante : « Quels est l'impact des technologies d'information et la communication sur la performance bancaire ? Et nous aider à vérifier notre hypothèse de recherche.

Nous vous remercions de votre participation à ce questionnaire et nous vous garantissons l'anonymat total de vos réponses.

Axe I : Présentation de la banque

Identification de la banque

.....

Capital social est :

.....

Date de création :

.....

Structure juridique de la banque :

1 .Privée 2 .Publique 3 .Mixte

Nom de la personne qui a rempli le questionnaire:

.....

Personne ou service à contacter pour des renseignements complémentaires :

.....

Axe II : La technologie bancaire

II.1. Les questions pour les responsables :

1 .disposez-vous dans votre banque ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. d'un réseau des distributeurs et guichets automatiques (DAB/GAB) | <input type="checkbox"/> 2. D'un réseau de paiement électronique |
| <input type="checkbox"/> 3 .d'un réseau des cartes bancaires | <input type="checkbox"/> 4. D'un réseau de banque a domicile |
| <input type="checkbox"/> 5 .d'un réseau SWIFT | <input type="checkbox"/> 6. d'un réseau INETRNET |
| <input type="checkbox"/> 7. E-banking | <input type="checkbox"/> 8. M-banque |
| <input type="checkbox"/> 9. autres | |

.....

2. Est-ce que votre banque a introduit des nouvelles technologies ?

- Oui Non

Si oui, lesquels ?

.....

Depuis quand ?

.....

3. Quelles sont les motivations (et leur degré d'importance) qui a poussé votre banque à introduire des nouvelles technologies ?

- Pouvoir étendre les champs d'action de votre banque
- Améliorer les échanges avec la clientèle
- Améliorer les échanges interbancaires

Si autre à préciser

.....

4. Quels sont les fonctionnalités d'un site web ?

- Présentation de la banque
- Paiement en ligne
- Catalogue offre, service/prix
- Recueil l'information sur les visiteurs
- Moteur de recherche internet au site
- Suivi les commandes
- Commandes des réservations en ligne
- Valeur manquante

5. À quelle fréquence mettez-vous votre site web à jour?

- Journalier
- Hebdomadaire
- Mensuelle
- Plus d'une fois par mois pour chaque mise à jour

6. Comment sensibiliser votre client potentiel pour l'attirer vers la banque ?

- Publicité sur Internet
- Médias d'information
- Publications de banque
- Autres

7. Quelles satisfactions avez-vous retirée de l'introduction des nouvelles technologies au sien de votre banque ?

- Amélioration de la production
- Fiabilité et rapidité de traitement des opérations
- Renforcement de la rentabilité
- Amélioration de la qualité des prestations
- Fidélisation des clients

8. Quels sont les raisons d'adoption des Tic dans votre agence ?

- Etendre le champ d'action
- Faire améliorer les services de la banque
- Attirer des nouveaux clients
- Valeur manquante

9. Pour un mieux système d'information votre banque à recours a :

- Intranet
- EDI
- Web
- GED
- Message électronique
- Utilisation de faxe

10. Avez-vous adopté une stratégie de développement de votre système d'information ?

- Réalisation une économique D'échelle
- Assure une plus large diffusion des produits et services
- Modernisation
- Autre

11. Quels sont les instruments de paiement utilisés au niveau de votre banque ?

- La carte interbancaire
- Le chèque
- Le virement
- Effet de commerce
- Réseau Swift
- Autres, veuillez

Préciser.....

Axe III : La performance bancaire

12. De façon générale, l'intégration des TIC à elle permis d'améliorer la performance de votre banque ?

- Oui Non

13. Quelles est l'amélioration engendrée par l'intégration des TIC ?

- L'accès rapide à l'information sur la banque
- La communication entre les employés
- Les relations entre les employés et les clients
- La coopération entre les services et les employés

14. Quelles est l'utilité des TIC dans l'amélioration des services, et l'innovation bancaire ?

- Amélioration de la qualité de service
- Satisfaction de la clientèle
- Améliorer la performance bancaire

II.2. Les questions pour les employés :

1. combien de client qui utilise l'E-Banking ?

- 1. Tous
- 2. La majorité
- 3. Quelqu' un
- 4. Minorité

2. Est-il risqué d'effectuer son paiement par l'E-banking ?

1. oui 2.non

Si oui c'est quoi ces risque

.....

3. Depuis combien de temps votre banque a elle fournit des services bancaires par Internet?

- Moins d'un an
- 1 à 5 ans
- Plus de 5 ans

4. Quelle sont les raisons de l'introduction de la banque sur Internet?

- En raison de la concurrence des banques étrangères
- La pénurie de pouvoir de l'homme
- Service client qualitatif
- Transactions plus rapides et économie de temps
- Tout autre (Veuillez préciser)

5. Comment vous effectuer vos opérations avec votre client ?

- A distance sur place

6. Est-ce que la banque arrive toujours à effectuer ces opérations par le E- banking avec ses clients ?

- Oui Non

Si c'est non pourquoi?

- Manque de moyens technologique
- Manque de collectivité internet

7. Quelle est la clientèle qui peut transférer l'argent de compte a compte par l'E-bnaking?

- Entreprise Ménage

8. Est-ce que cette opération elle est couteuse pour la clientèle ?

- Oui Non

9. est-il possible d'utiliser l'E-banking via un téléphone ou une tablette ?

- Oui Non

10. Le matériel bancaire est-il bien protégé des pannes d'alimentation ou de certaines pannes internes?

- Oui Non

11. Est-ce que les clients ont confiance à la sécurité des services bancaire moderne ?

- Complètement
- Un peu
- Pas du tout

12. Quels sont pour vous les principaux inconvénients de la banque moderne?

- Difficulté générale a utilisé le système bancaire en ligne
- Manque des postes d'emploie

- Problème de sécurité
- Services limité (ne permet pas toute les opérations bancaire)
- Aucun inconvénient

13. Les services bancaires en ligne vous aident à conserver votre client et à vous aider à découvrir de nouveaux clients?

- Oui Non

14. Pensez-vous que les TIC sont plus avantageuses que le contact humain pour les relations bancaire ?

- Complètement
- Un peu
- Pas du tout

15. Quel niveau de satisfaction globale avez-vous retiré de la contribution des TIC dans l'activité de votre banque ?

- Très satisfaisant
- Satisfaisant
- Peu satisfaisant
- Pas du tout satisfaisant

16. Quel sont les raisons d'utilisation des réseaux sociaux par votre banque ?

- Attirer la clientèle
- Informer sur l'offre de la banque
- Un moyen de communication entre vous
- Un moyen de communication entre vous et la clientèle de votre banque
- Valeur manquante

17. Le bienfait des TIC sur le mode de votre travail ?

- Suppression des taches en double
- Faire réduire la présence physique
- Amélioration de l'efficacité
- Rapidité et fiabilité des opérations
- Autre

18. Quel est votre avis sur l'adoption des TIC dans votre tâche de tous les jours ?

- Une charge
- Solution des problèmes
- Une source stratégique

19. Les systèmes d'information sont adaptés pour faire des transactions bancaire en ligne (ex : logicielssystème d'exploitation) sur une échelle de 1 à 5 ?

- 1 2 5
- 3 4

20. Quel sont les réseaux utiliser vous dans votre travail de tous les jours ?

Réseaux internet Réseaux intranet

21. Quels sont les types de carte interbancaire utilisée dans votre banque?

Mastercard carte visa
 Carte El Amane carte bancaire classique
 Carte bancaire gold carte bancaire silver
 Platnium la titanium

Axe IV : Le savoir-faire des utilisateurs des technologies d'information et de la communication

22. Avez-vous des Connaissances sur l'utilisation des TIC?

Oui Non

23. Savez-vous utilisez le logiciel utilisé par votre banque ?

Oui Non

24. Quel sont les catégories les plus concernés par cette formation ?

Cadre Agent de maitrise Les deux

25. Grace aux TIC, les attentes des clients sont mieux prises en compte ?

Oui Non

Merci à vous d'avoir donné de votre temps

Questionnaire d'impact des TIC sur les services en destination de la clientèle

Ce questionnaire va nous permettre de consolider notre travail de recherche sur l'impact des technologies d'information et de la communication sur la performance et nous aider à répondre notre problématique qui est la suivante : « Quels est l'impact des technologies d'information et la communication sur la performance bancaire ? Et nous aider à vérifier notre hypothèse de recherche.

Nous vous remercions de votre participation à ce questionnaire et nous vous garantissons l'anonymat total de vos réponses.

Axe I : Information personnelles :

1. La banque à laquelle vous êtes affilié

2. La profession :

3. L'âge :

4. Le portefeuille est de :

Entre 25000 DA et 40000 DA

Entre 40000 DA et 60000 DA

Entre 60000 DA et 80000 DA

Supérieur à 80000 DA

Plus.....

5. Depuis combien de temps êtes-vous client de votre banque ?

Moins d'un an

1 à 5 ans

Plus de 5 ans

Axe II : La technologie bancaire

6. Quels sont les automates que vous utilisez ?

Distribution Automatique de Billet

Guichet Automatique de Banque

Terminal de Paiement électronique

7. Pensez-vous qu'il y a suffisamment d'automate ?

Oui Non

8. Que pensez-vous de la qualité des services des automates ?

Bonne Moyenne Médiocre

9. Est-ce que vous avez déjà eu un problème lors de l'utilisation de votre carte ?

Oui Non

Si oui, veuillez préciser

10. Est-ce que ce problème présente un frein à l'utilisation de la carte ?

Oui Non

Veuillez préciser

11. Trouvez-vous le coût de transaction par carte :

Raisonnable Moyen Elevé

12. Quel est le moyen de paiement que vous utilisez le plus ?

La carte interbancaire Le chèque L'espèces

13. Pourquoi préférez-vous ce moyen de paiement ?

.....

14. Est-ce que le plafond de retrait vous convient ?

Oui Non

Veuillez préciser

15. Jugez-vous que l'utilisation des technologies de l'information et de la communication soit un élément important dans votre banque ?

Oui Non

16. Etes-vous inscrit(e) pour effectuer les transactions bancaire électronique (E-banking) ?

- Oui Non

Si Oui, quels sont les opérations que vous effectuez à partir cette application ?

.....

Si Non, avez-vous l'intention de vous inscrire ?

.....

17. Quels est le niveau de votre utilisation de ce système e-banking ?

Consultation de soldes

Les virements ou achat

Transfère de l'argent

18. Comment vous voyez les commissions a payé pour cette application ?

Raisonnable Moyen Elevé

19. Le client fait il confiance à ces technologies.

1. oui 2. Non

Sin non pourquoi

.....

20. Est-ce-que vous êtes satisfait des services offerts par votre banque ?

Très satisfait Assez satisfait

Pas du tout satisfait Sans opinion

21 Est-ce-que vous voyez une différence avant et après l'adoption des TIC dans votre banque ?

Oui Non

Si Oui, les quelles.....

Merci d'avoir passé du temps pour remplir ce questionnaire

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrage :

- Fendrevie J et Findom, « Mercator », 5eme édition, Ed : Dalloz, paris, 1996.p11.
- GIRAUD F. et alii, *Contrôle de Gestion et Pilotage de la performance*, Gualino Editeur, France, 2002, P. 72
- L.DOUDI et C.KHENTOUT et M.DJOUDI « place de l'Algérie dans le monde des TIC »
- PLIHON D., « La monnaie et ses mécanismes », Edition LA DECOUVERTE, Paris, 2003, P 14.
- Aktouf, *Méthodologie des sciences et approches quantitatives des organisations*, Ed. Les presses de l'université du Quebec, Montréal, 1987, p72
- ANGOT, H., *Système d'information de l'entreprise, analyse théorique des flux d'information des cas pratiques*, 3eme édition entreprise de Bouck, université, 1998, p : 15DUNOD informatique, paris, 1986, p: 20-21
- AYADI, «Inovations technologique dans les réseaux mobiles,» 2004.
- Badoc, M., Lavayssier, B. et Copin, E., « e-marketing de la banque et de l'assurance », 2eme édition, Edition d'organisation, Paris, 2000, p. 16
- BERNET-ROLLANDE L., « Principes de technique bancaire », Edition DUNOD, Paris, 2001, P 58.
- BOUHANNA, A., (2004), « Les enjeux des NTIC dans l'entreprise », *Revue économie et management*, N°3, Mars
- CHAPPRON ; B. (2006). *Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente : glossaire.*
- CHEHRIT K., « Techniques et pratiques bancaires financières et boursières », Edition G.A.L, Alger, 2003, P145- 146.
- Christian biales, « la nouvelle économie en questions», *Chaire supérieure en économie et gestion* ,20Novembre 2007, p 38.
- Christinbourdanove : « lexique de la théorie économique ». fermandomartos 1992
- Copulsky, J.R. et Wolf, M.J. 1997. « Relationship Marketing: Positioning for the future». *Journal of Business Strategy*
- Davis.G.B, Olson.M.H, Ajenstat.J, « systèmes d'information pour le management », Ed : Economica, Paris, 1985.p 6
- DE BOISLANDELL Henri Mahi, *Dictionnaire de gestion vocabulaire : concept et outil*, economica Edition,Paris, 1998, p 318-319.
- DIDIER, Hallepee. « L'univers de la monétique histoire, fonctionnement, et perspectives », Edition FONDCOMB, Italie, 2011, p18
- DINIZ, E. « Web Banking in USA », *Journal of Internet Banking and Commerce*, (1998), vol.3, n°2
- François, J., « L'intelligence économique », 2eme édition, Edition d'organisation, Paris, 2001, p. 18.
- FREDERIC, Georges. « La saisie de la monnaie scripturale », Edition Lacier, Bruxelles 2006, p576
- GOLLAC M., AFRIAT, C., LOUE, J .F, (2003), « Qualification et perspectives : Les Métiers face aux technologies de l'information », *Rapport du commissariat général du Plan*, Avril, France
- Govare V, « **l'évolution du travail avec les nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC)** », Paris, 2002, P12

Bibliographie

- Grouard J.M, *le projet décisionnel*, édition Eyrolles, Paris, 1998, P9
- Helfer J.P et Orsont.J, « Marketing », 5eme édition, Ed : Vuibert ; paris ; 1998 p45- HENRI Briand, JEAN –Bernard Crampes et les autres, les systèmes d’information analyse et conception, édition DUNOD informatique, paris, 1986, p: 20-21.
- I. Boutekdjiret et Z. Mezrague, CONCEPTION ET REALISATION D’UNE SOLUTION SMS BANKING POUR TRUST BANK ALGERIA, 2008.
- Joseph Anglebert, philippe roux, Catherine Redon, « TCP/IP Intranet/extranet », institut de la gestion publique et de développement économique ,9novembre 200, p204
- KALIKA, Michel, *Structures d’entreprises, Réalités, déterminants et performances*, éd. Economica, Paris, 1998, P. 211. 26. J.L.LEMOIGNE : *L’évaluation des systèmes complexe*. In : *Système de mesure de la performance* ; Harvard expansion, 1999 ; P. 203.
- KHALED, Remouche, et ALEM, Abdelkrim. « Principes secteur de l’économie : finance », Edition EBizguide, 2004, p109
- Kotler. P, Keller. K, Dubois. B et Manceau. D, « Marketing management », 12 é²me édition, éd : Pearson éducation, France 2006 p
- LAUDON K. et LAUDON L. Management des systèmes d’information p.13.
- M. T. VALERIE, SECURITE APPLIQUEE AUX MESSAGES DANS LES SERVICES, 2008
- Mahdi, S etMehrdad,A “E-Banking in Emerging Economy :Empirical Evidance of Iran “ ,(2010)
- Marie- HileneWesttphalen, communicator : le guide de la communication d’entreprise, 3eme Edition, Dunod, Paris, 2001, p 222.
- Melèse.J, « Approche systématique des organisations », Ed : Organisation, Paris, 1990.p.10
- MICHEL, Barabe et OLIVIER Meller, *Manager*, DUNOS, Paris, 2006, P. 346
- O’BRIEN, J., Les systèmes d’information de gestion, de bouck université, Bruxelles, traduit par JUY Mario et GILLET Saint-AMANT, 1955, p: 38
- Olivier Bomsel, « nouvelle économie, économie Numérique, Netéconomie», édition Dalloz,CERNA,Paris, 2001, p5.
- PIEDELIEVRE S., « Instruments de crédit et de paiement », Edition DALLOZ, Paris, 2010, P 249
- Queleynec C, « ERP, levier de transformation de l’entreprise », édition Lavoisier, Paris, 2007, P17.
- R. WAUTHY et P. DUSHESNE, Economie financière : opération de banque et de bourse, Ed. La Procure,Namur 1983, p.9.
- R.PROVENCE. « la banque »,27éme Edition DUNOD, paris, 1967, p78 P 158.
- RAMBURE. Dominique, « les systèmes de paiement », Edition Economica, 2005, page 66.
- ROLLAND, Luc-Bernet., « principe de technique bancaire », 21emeEdition DUNOD, paris 2001. page.54
- SHANNAK, O. Key issues in E-Bankingstrengths and weaknesses: the case of twoJordanianbanks. *EuropeanScientific Journal*. March, edition . (2013) vol.9, No.7.p. 239-263. ISSN 1857- 7431
- THIBANLT, Verbiest et ETIENNE Wery. « Le droit de l’internet et de la société de l’information », Edition LACIER, 49. Bruxelles 2001, p314.
- TREILLE Jean-Michel, Le pilotage l’entreprise opérationnel de, d’organisation Edition, paris, 2004, p 254
- B. DORIATH et C. GOUJET, *Gestion prévisionnelle et mesure de la performance*, éd. DUNOD, Paris 2005, P166.

Bibliographie

Dictionnaire :

- Anciennement dénommé NTIC
- Bezbakh, P. et Gherardi, S., « dictionnaire de l'économie », Larousse, Paris 2000.
- Dictionnaire Larousse Bordas, Édition 1997. p. 295. Codée sous forme numérique.
- JEANNE, Dancette et Christoph RETHORE. « Dictionnaire analytique de la distribution », Edition les presses de l'université de Montréal, 2000, p2
- Office québécois de la langue française. Le grand dictionnaire terminologique Québec. Retrieved March 10, 2009, from www.systemedinformation.fr/glossaire.html
- Y .Colvert, Dictionnaire des Banques et Assurances, paris 1988.

Revues :

- Aubert B et all, *l'innovation, et les technologies de l'information et de communication*, HEC Montréal, octobre, 2010, P7
- JACQUE SAURET, *le cas des technologies de l'information et de la communication*, revue française d'administration publique, 2002, p446
- Lipsey R.G., C. Bekar et K. Carlaw (1998a), whatrequires explantation ? in Helpman (1998), General purpose technologies and economicgrowth, MITpress, cambridge,Massachussets
- REKIBA .S «Le système bancaire Algérien à l'heure de l'adhésion à l'OMC » Revue des Sciences Humaines – N°:34/35, Université d'Oran, Mars 2014, p25.
- SLAOUTI A, la revue des sciences commerciales, méthodologie d'identification des systèmes d'informations pertinents, INC, numéro 01, 2002, p: 111

Thèse et mémoire

- A.Mokrane, diffusion et impact des TIC, thèse de doctorat en sciences économiques, université de Tizi-Ouzou, 2015.page 64.
- BELHAMZI Amina. (2003), Système de mesure des performances des agences bancaires (cas de la CNEP Banque),
- Abdelkader RACHEDI, L'impact des TIC sur l'entreprise, Université de Said7a - Magister 2006.
- KEFI ABDESSALEM, H., (2002), « Evaluation des technologies et systèmes d'information : perspective organisationnelle, proposition d'une modélisation et étude de cas », Thèse de doctorat, Université PARIS-DAUPHIN
- MALKI. A, « La gestion obligataire au sein des banques : Cas du CPA », mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme supérieur d'études bancaires, ESB, Alger 2008, p 136.
- MehranEbrahimi « la nouvelle économie : promesses, réalités et tendances », cité par bouhloul Amina « impact des NTIC sur la structure organisationnelle des entreprises »université de Bejaïa 2011
- Mohamed NedibKhelifi, méthode de conception d'un système d'information par ebouche systémique et aide à la décision, thèse de doctorat, Paris 12, 1988, P: 11
- NAZERI.B, Coulibaly. « La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) », Centre Africain d'Etude supérieures en Gestion (CESAG), mémoire de fin d'étude, promotion 2002, p14 2 La monnaie Centrale représente les avoirs détenus sur les livres de la banque centrale.
- Simon, H., cité par Bouhenna, A. dans « Les enjeux des NTIC dans l'entreprise », Université de Tlemcen, 2010, p. 3

Bibliographie

Documents et rapports

- Document relative la BDL banque carte interbancaire la facilité au quotidien guide pratique.
 - Documents du CPA, Groupe Régional de Tizi –Ouzou
 - Rapport Union international des télécommunications, 2018
 - Rapport Union international des télécommunications, année 2016
 - Banque Africain de développement. « Etat de l'intégration régionale en Afrique IV : Développer le commerce intra-africain », Edition commission économique pour l'Afrique. Addis-Abeba, Ethiopie, Mai 2010. P301.
 - Banque d'Algérie, Ecole supérieure de Banque, Mémoire en vue de l'obtention du diplôme supérieur des Etudes Bancaires (D.S.E.B), P.18
 - Rapport Autorité de la régulation de la poste et des télécommunications, Algérie, année 2015.
- [http://blog.wikimemoires.com/2011/04/definition-du-paiement-electronique-e-paiement/consulter le 06/01/2020](http://blog.wikimemoires.com/2011/04/definition-du-paiement-electronique-e-paiement/consulter%20le%2006/01/2020) à 11.32

SITES WEB:

- <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/5385d1ecd9806.pdf>.consulté 11/05/2019
- <https://m.huffpostmaghreb.com>
- L'impact des TIC sur les conditions de travail en entreprise, publié le 20mai 2016, écrit par Humanis, consulté le 04janvier2020 à 16h01 disponible sur le lien : <https://humanis.com/particulier/prevoyance-dependance/impact-ticconditions-de-travail/onible>
- La monétique(2012). [http://www.dicodunet.com/definitions/economie/monetique-carte-bancaire-banque.htm], (page consulter le 04/01/2020 à 20h57.
- Le float correspond donc au nombre de jours pendant lequel une banque dispose de ressources, avant de devoir les transférer à un de ses clients ou vers un autre établissement ».https://www. Mataf. Net/edu/glossaire/float le 04/01/2020.
- Ministères de la poste des technologies d'information et de communication disponible sur le sitewww.mptic.dz
- www.bdl.dz, consulter 08/01/2020

Articles :

Article 112 de la loi N°90-10 du 14 Avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.

Article 111 de la loi n° 90.10 du 14 /04/1990 relatives à la monnaie et au crédit.

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

Introduction générale I

Chapitre I : présentation des technologies de l'information et de la communication et la performance.

Introduction 1

Section 1: Cadre théorique et émergence des technologies de l'information et de la communication.....2

1.1. Emergence des Technologies de l'information et de la communication (TIC) 2

1.2. Définitions des technologies de l'information et de la communication 2

1.2.1. : La technologie 3

1.2.2. L'information et système d'information 4

1.2.2.1. L'information 4

1.2.2.1.1. Types d'information bancaire 5

1.2.2.1.2. Le traitement de l'information 5

1.2.2.1.3. Les objectifs de l'information 6

1.2.2.2. Le système d'information 6

1.2.2.2.1. Définitions du système d'information 6

1.2.2.2.2. Typologie des systèmes d'information 7

1.2.2.2.3. Les déterminants du système d'information 8

1.2.2.2.4. Les qualités de système d'information 9

1.2.2.2.5. La place du système d'information dans l'organisation 9

1.2.2.2.6. Les conséquences de système d'information 10

1.2.2.2.7. Les impacts du système d'information sur la banque 10

1.2.3. La communication de l'entreprise bancaire 11

1.2.3.1. Quelques notions relatives à la communication 11

1.2.3.1.1. La communication globale 11

1.2.3.1.2. La communication interne 11

1.2.3.2. Les différents types de communication 12

1.2.3.2.1. Communication commerciale 12

1.2.3.2.2. Communication institutionnelle 12

1.2.3.2.3. Communication interpersonnelle 12

1.2.3.2.4. Communication de masse 13

1.2.3.2.5. Communication de groupe 13

1.2.3.3. Les moyens de communication 13

1.2.3.3.1. La publicité 13

1.2.3.3.2. La promotion des ventes 13

1.2.3.3.3. Les relations publiques 14

1.2.3.3.4. Le Marketing directe 14

Table des matières

1.2.3.4. Les éléments de la communication	14
1.2.3.5. Les avantages de la communication	15
1.3. L'histoire des technologies et d'information de communication(TIC)	15
1.4. Caractéristique des technologies d'information et de communication(TIC)	17
1.5. Les différents types des TIC	18
1.6. Les technologies d'information et de communication(TIC) dans le monde	18
1.7. Les technologies d'information et de communication(TIC) en Algérie	19
1.7.1. Aperçu sur l'histoire de l'internet en Algérie	19
1.7.2. L'Algérie fait son rattrapage grâce à l'internet mobile	20
1.7.3. L'impact de l'utilisation des TIC sur l'économie algérienne	20
Section 2 : la performance et ses mesures	21
2.1. Définition de la performance	21
2.2. Les notions voisines de la performance	22
2.2.1. L'efficacité	22
2.2.2. L'efficience	22
2.2.3. L'effectivité	23
2.3. Les différents types de la performance	23
2.3.1. La performance économique.....	23
2.3.2. La performance sociale.....	24
2.3.3. La performance financière.....	24
2.3.4. La performance technique.....	24
2.3.5. La performance managériale.....	24
2.3.6. La performance organisationnelle.....	24
2.3.7. La performance commerciale.....	25
2.3.8. La performance globale.....	25
2.3.9. La performance stratégique	25
2.4. La mesure de la performance.....	25
2.4.1. Les principes de la mesure de la performance.....	25
2.4.1.1. Principe de pertinence.....	26
2.4.1.2. Principe de contrôlabilité.....	26
2.4.1.3. Autres principes.....	26
Section 3 : Les TIC, au service de la performance	26
3.1. La performance des TIC sur l'organisation.....	26
3.1.1 L'impact des TIC sur les conditions du travail.....	27
3.1.2. Evolution des compétences dans l'organisation.....	27
3.1.2.1. Des compétences du savoir-faire opérationnel.....	27
3.1.2.2. Des compétences des connaissances professionnelles.....	28
3.1.2.3. Des compétences stratégiques de résolution de problème.....	28
3.1.2.4. Des compétences sociales.....	28
3.1.3. Construction de nouvelles structures	28
3.1.3.1. L'impact des technologies d'information et de communication(TIC) sur le personnel de la banque	28
3.1.3.2. La transformation de l'activité bancaire.....	29
3.2. La performance des TIC sur la rentabilité	29
3.2.1. Les coûts	29
3.2.2. Consultation des revenus de la clientèle via les TIC	30
3.2.3. La profitabilité	30
3.3. La performance des TIC sur la concurrence	30
3.3.1. Impact des TIC sur la concurrence de la banque.....	30

Table des matières

Conclusion.....	32
-----------------	----

ChapitreII : Intération des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le système bancaire

Introduction.....	33
-------------------	----

Section 1 : Le système bancaire et la nouvelle économie 34

1.1.: Définition du système bancaire	34
1.1.1. Définition de la banque	34
1.1.2. Rôles des banques	34
1.1.2.1. La collecte des dépôts	35
1.1.2.2. La distribution des crédits	35
1.1.3. Les différents types de la banque virtuelle	35
1.1.3.1. La banque à distance	35
1.1.3.2. La banque en ligne (BEL)	36
1.1.3.3. Vers une banque universelle	36
1.2. La nouvelle économie	36
1.2.1. Définition de la nouvelle économie	37
1.2.2. L'évolution de la nouvelle économie	38
1.2.3. Les caractéristiques de la nouvelle économie	38

Section2 : Les principales TIC adoptée par le secteur bancaire 39

2.1. Les outils des technologies de l'information et de communication	39
2.1.1. L'ordinateur	40
2.1.2. Les logiciels.....	40
2.1.2.1. Logiciels de base ou système d'exploitation... ..	40
2.1.2.2. Logiciels d'application.....	40
2.1.3. Les outils de la télécommunication	40
2.1.3.1. La téléphonie.....	40
2.1.3.1.1. Le téléphone fixe.....	41
2.1.3.1.2. Le téléphonie mobile.....	41
2.1.3.1.3. Le téléfaxe.....	41
2.1.3.2. L'informatique	41
2.1.3.3. Le réseau informatique.....	41
2.1.3.3.1. Internet.....	41
2.1.3.3.2. Extranet.....	42
2.1.3.3.3. Intranet.....	42
2.1.3.3.4. Le minitel.....	42
2.1.4. Les outils de gestion de données.....	43
2.1.4.1. L'exploitation de données.....	43
2.1.4.1.1. Le DATA WAREHOUSE	43
2.1.4.1.2. Le Datamining.....	43
2.1.4.2. L'échange de données informatisées (EDI).....	44
2.1.4.3. Le Groupware.....	44
2.1.4.4. Le WorkFlow (automatisation des flux de documents.....	44
2.1.4.5. Microsoft Outlook.....	44

Table des matières

2.1.4.6. E-mail (courrier électronique).....	45
2.1.4.7. Knowledge managment (capitalisation des connaissances/gestion de connaissances).....	45
2.2. L'application des TIC dans le secteur bancaire	45
2.2.1. Le E-banking(la banque électronique)	45
2.2.1.1. Définition de l'e-banking	45
2.2.1.2. Les services d'e-banking	46
2.2.1.2.1. Internet Banking	46
2.2.1.2.2. Le m-banking	47
2.2.2. Les réseaux sociaux	48
2.2.2.1. Twitter.....	48
2.2.2.2. LinkedIn.....	48
2.2.2.3. You tube.....	48
2.2.2.4. Facebook.....	49
2.3 Les avantages et inconvénients de l'adoption des TIC dans le secteur bancaire.....	49
2.3.1. Les avantage de l'adoption des TIC dans le secteur bancaire.....	49
2.3.2. Les inconvénients de l'adoption des TIC dans le secteur bancaire.....	49
Section 3 : le rôle des TIC dans l'évolution des moyens de paiement.....	50
3.1. Les technologies de système de paiement	50
3.1.1. Guichets automatiques de billets (GAB)	51
3.1.2. Les distributeurs automatiques de billets (DAB)	51
3.1.3. Terminal de Paiement Electronique(TPE).....	51
3.2. Les moyens de paiement	52
3.2.1. Les différents moyens de paiement	52
3.2.1.1. Les moyens de paiements traditionnels	52
3.2.1.1.1. La monnaie fiduciaire	53
3.2.1.1.2. La monnaie scripturale.	53
3.2.1.2. Les moyens de paiement moderne (La monétique).....	55
3.2.1.2.1. La carte bancaire	56
3.2.1.2.2. Le porte-monnaie électronique (PME)	58
3.2.1.2.3. Le porte-monnaie virtuel PMV	58
3.2.1.2.4. Le télépaiement	59
3.3. Développement et modernisation du système de paiement.....	59
3.3.1. Les objectifs de la modernisation pour le secteur bancaire.....	60
3.3.2. Les composants du système de paiement	61
3.3.2.1. Le système de télé-compensation de paiement de masse.....	61
3.3.2.2. Le système de paiement de gros montant RTGS.....	61
3.3.2.3. La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique(SATIM).....	61
3.3.2.3.1. Les principales missions de la SATIM.....	62
Conclusion	63
Chapitre III : Impact des TIC sur la performance bancaire cas de la BDL et le CPA de Tizi-Ouzou	
Introduction	64
Section 01 : Présentation des banques	65

Table des matières

1.1. Présentation de la banque de développement local (BDL).....	65
1.1.1. Organigrammes de la BDL	65
1.1.2. Présentation du pole opérationnel (PO) et l'agence 14.....	65
1.2. Présentation de la banque CPA.....	65
1.2.1. L'organigramme du Crédit Populaire D'Algérie.....	66
1.2.2. Présentation des Groupes Régionaux.....	67
1.2.2.1. Présentation de la structure d'accueil.....	68
1.2.2.2. Les missions du Groupe.....	68
Section 2 : Démarche de méthodologie de recherche	68
2.1. Méthodologie de l'enquête	69
2.1.1. Echantillonnage	69
2.1.2. Elaboration des questionnaires	69
2.1.3. Les conditions de réalisation de l'enquête.....	70
2.2. La méthode et outils d'analyses utilisés	70
Section 03 : L'analyse et interprétation des résultats de l'enquête	70
3.1. Analyse des résultats du questionnaire réalisée auprès des responsables/ employés... ..	71
3.2: Analyse des résultats du questionnaire réalisée auprès des clients	71
Conclusion	94
Conclusion générale.....	95
Bibliographie	
Annexes	
Table des matières	
Résumé	

Résumé

Les Technologies de l'Information et de la Communication ont investi tous les secteurs de l'économie, y compris le monde bancaire. Ce dernier ne déroge pas à la règle, il est déjà parmi les premiers secteurs du commerce électronique.

Cette révolution technologique a permis de nouveaux canaux de distribution bancaire, telle la banque virtuelle ou moderne en proposant de nouveaux services. Cela, offre une meilleure performance et stratégie au sein des banques. Ainsi, le secteur bancaire intègre peu à peu les procédés de paiement électronique et notamment grâce à l'informatique et à l'informatisation des moyens de paiement.

Mots clés : TIC, performance, stratégie, banque virtuelle ou moderne.

Summary

Information and Communication Technologies have invested all sectors of the economy, including the banking world. The latter is no exception to the rule; it is already among the leading sectors of electronic commerce.

This technological revolution has enabled new banking distribution channels, such as virtual or modern banking, by offering new services. This offers better performance and strategy within the banks. Thus, the banking sector is gradually integrating electronic payment methods, in particular through IT and the computerization of means of payment.

Keywords: ICT, performance, strategy, virtual or modern banking.