

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



**Mémoire de fin d'étude En vue de l'obtention du diplôme de master en
Science des finances et comptabilités Spécialité : Finance et Banque**

Thème

***E-Banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de
la population***

CAS de l'Agence CNEP de DRAA BEN KHEDA

Réalise par :

- Nebbali Melissa.
- Sellaimi Feriel

Encadré Par :

Dr Sam Hocine

2021/2022

Remerciement

Le grand merci au bon Dieu, le tout puissant, qui nous a donné le courage, la force et la volonté pour réaliser ce modeste travail.

*Ensuite, on tient à remercier notre encadreur **Dr SAM HOCINE** pour sa grande disponibilité et ses précieux conseils, ainsi ses encouragements tout au long de la rédaction de ce mémoire.*

On remercie également les membres des jurys pour votre disponibilité soumettons à votre bienveillance ce travail, et nous prions de trouver ici le témoignage de notre profonde gratitude et notre plus profond respect

*Nos remerciements aussi pour l'agence CNEP de nous avoir pris en charge tout en long de notre période de stage, pour leur accueil et plus particulièrement notre encadreur **Mr LAHDIRI ABDENNACER***

Enfin, on adresse nos plus sincères remerciements à nos familles qui ont été toujours à nos coté, et à toutes celles et ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.



Dédicace

Je dédie ce travail :

- *A mes chers parents, pour leur patience, leur soutien et leurs encouragements.*
- *A mes frères Anis et Nassim*
- *A ma binôme Melissa qui a été toujours à mes cotes*
- *A tous ceux qui, de loin ou de près, ont contribué à la réalisation de ce travail*

FERIEL



Dédicace

Je dédie ce travail :

*A mes chers parents, pour leur patience, leur soutien
et leurs encouragements.*

A mes frères et sœurs.

*A tous ceux qui, de loin ou de près, ont contribué à la
réalisation de ce travail*

MELISSA

Liste des abréviations

Liste des abréviations

ATM : Automated Teller Machine

ABC : Arab Banking Corporation

AGB : Gulf Bank Algeria

BNA : Banque national d'Algérie

BEA : Banque d'extérieur d'Algérie

BADR : Banque d'agriculture et du développement rural

BDL : Banque du développement local

BRI : Banque des règlements internationaux

CCP : Compte chèque postal

CE : carte épargne

CNEP : Caisse national d'épargne et de prévoyance

CPA : Crédit populaire d'Algérie

CRM : Customer Relationship Management

DAB : Distributeur Automatique des Billets

E-Banking : Electronic Banking

ETL : Extraction Transfert Loading

EDI : Échange de données informatisé

EDI : Electronic Data Interchange

EMV : Europay Mastercard Visa

ERP : Entreprise Ressource Planning

FTP : File transfert Protocol

GAB : Guichet Automatique de Billets

GRC : Gestion relation client

IP : Internet Protocole

NTIC : Nouvelles technologies de l'information et de communication

NIP : Numéro d'identification personnel

ONU : Organisation des Nations Unies

OMC : Organisation Commune de Marché

OCDE : Organisation des coopérations et de développement économique

Liste des abréviations

PC : Personnel computer

PIN : Personal Identification Number

RMI : Réseau monétique interbancaire

RIB : Relevé d'identité bancaire

SI : système d'information

SMS : short Message Service

SPA : Société par actions

SMI : système d'information marketing

SATIM : Société Autonome des Transactions Inter Bancaire et de Monétique

TIC : Technologie d'information et de communication

TCP : Transmission contrôle Protocol

TPE : Terminaux de paiement électronique

TPS : Télévision Par Satellite

WWW : World Wide Web

Liste des Figures et graphes

Liste des Figures

Figure 1 : Architecture générale d'E-Banking

Figure 2 : Exemple d'un GAB

Figure 3 : Illustration du fonctionnement d'un wap banking

Figure 4 : Illustration du fonctionnement d'un SMS-Banking

Figure 5 : Carte classique (Blue)

Figure 6 : Carte Gold

Figure N° 07 : le visuel de la carte épargne

Liste des graphes

Graphique N01 : Organigramme de la CNEP-banque

Graphique N02 : Organigramme de la direction générale

Graphique N03 : L'organisme de l'agence CNEP-banque de DBK

Sommaire

Sommaire

Introduction générale. 01

Chapitre I : Evolution des technologies d'information de communication dans le domaine bancaire

Introduction : 04

**Section 1 : Evolution des technologies d'information et de communication dans le
secteur financier**..... 04

**Section 2 : Evolution des technologies d'information de communication dans le secteur
bancaire**..... 17

**Section 3 : Instruments des technologies d'information et de communication dans les
banques**..... 28

Conclusion..... 33

Chapitre II : Inclusion financière par la technologie d'information et de communication

Introduction 34

Section 1 : Approches théoriques sur l'inclusion financière 35

Section 2 : Approche théorique sur le E-Banking..... 51

Section 3 : Rôle de E-Banking dans l'inclusion financière..... 61

Conclusion..... 65

Chapitre III : Etude pratique sur l'e-Banking au sein de la CNEP

Introduction..... 66

Section 1 : présentation de la CNEP-banque..... 66

Section 2 : les modalités et fonctionnement des services E-Banking : 79

Section 3 : Discussion du résultat de l'entretien 96

Conclusion. 99

Conclusion générale. 100.

Introduction générale

Introduction générale

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.

Depuis son apparition jusqu'à nos jours, le milieu bancaire a fortement évolué grâce à la diffusion massive et rapide des technologies numériques qui occupent une place importante dans la vie quotidienne de l'être humain et qui sont devenues des moyens incontournables au Développement de plusieurs activités. L'apparition des nouveaux moyens de Technologies de l'information et de la communication en Algérie contribuent fortement à la croissance économique du pays et permettent aux banques de recueillir plus efficacement des données sur leurs clients. 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 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 NTIC apporte une réponse supplémentaire au problème de la saturation des canaux naturels de distribution de services bancaires.

D'où la révolution des systèmes bancaires avec un développement des organismes financier. La dématérialisation des opérations et des services bancaires à favoriser l'apparition de nombreux moyens et outils permettant de simplifier les procédures aux clients des banques et à développer de nouveaux canaux de contact. L'usage de nouveaux canaux d'accès à leurs services est devenu plus qu'indispensable. Le « E-électronique Banking » fait partie des solutions rapidement adoptées par les banques qui souhaitent non seulement cultiver la proximité avec leur clientèle, et améliorer le processus d'activité en modifiant la nature des produits et services, tout en offrant une sécurité maximale ainsi que des gammes de services de qualité via le réseau Internet.

Grâce au traitement des données relatives aux comptes en ligne à travers l'extraordinaire expansion de l'internet, ainsi qu'à travers la multiplication rapide des réseaux de communication sans fil. Les banques peuvent personnaliser les relations avec leurs clients et leur proposer des produits plus adaptés à leurs besoins. Le E-Banking permet donc aux

différents clients d'une banque d'accéder à leurs comptes et à des informations générales sur les produits et services bancaires via un ordinateur ou tout autre outil intelligent 24h /24 et 7j/7, et offrent des moyens d'agir à différentes catégories de population dans les pays. Néanmoins l'inclusion financière de la population en Algérie doit être élargie et l'accès des services financiers doit être pour toutes les couches de la population afin d'accroître la confiance du public vis-à-vis des banques « L'inclusion financière définit la possibilité pour les individus et les entreprises d'accéder à moindre coût à toute une gamme de produits et de services financiers utiles et adaptés à leurs besoins transactions, paiements, épargne, crédit et assurance proposés par des prestataires fiables et responsables ». Adopter l'e-banking devient donc une nécessité pour les banques algériennes afin de fidéliser leurs clients, d'en attirer de nouveaux, de répondre aux exigences du nouvel environnement et de créer de la valeur. Elles sont aussi tenues de garantir un niveau élevé de sécurité et de qualité aux services offerts, qui sont les préoccupations majeures des clients. L'Algérie doit disposer des infrastructures adéquates, à savoir humaines et technologiques, pour déployer et gérer l'aventure de l'e-Banking ainsi que son exploitation. Cette nouvelle approche du métier bancaire pourra offrir la possibilité aux banques d'effectuer des transactions électroniques entre elles, d'offrir à leurs clients, en particulier les entreprises, des services en ligne.

Les banques algériennes déploient tous les efforts nécessaires pour mieux satisfaire sa Clientèle en mettant à leur disposition une plateforme permettant de réaliser n'importe quelle Opération à distance, de ce fait, il est clair et évident que l'adoption de l'E-Banking est devenue une utilité d'une grande importance à la fois pour la banque et pour le client. Tout cela nous conduit à poser la problématique suivante :

Quelles sont les raisons qui poussent les banques à adopter l'e-Banking ? Et quel est son rôle dans l'inclusion financière de la population en Algérie ?

De cette question centrale découle des questions secondaires suivantes :

- 1 -Les banques adoptent-elles facilement les nouvelles technologies d'information et de communication de la banque électronique ?
- 2- Quel est la situation actuelle d'E-Banking dans le secteur bancaire Algérien
- 3- Quel est la réaction des banques face aux nouvelles technologies de la banque électronique

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, on a 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 explorer différents ouvrages et supports tels que : les ouvrages les articles, les revues et les sites internet afin de collecter le maximum d'informations en rapport avec notre travail.

Plan de travail

Le plan de travail de ce mémoire s'articule et autour de trois chapitres ou les deux premiers sont théoriques alors que le troisième chapitre est consacré à la 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 aux technologies de l'information et de la communication dans le domaine bancaire

Ensuite, dans le deuxième chapitre nous l'avons consacré à Inclusion financière par la technologie d'information et de communication Enfin, dans le troisième chapitre nous avons centré notre travail sur l'étude pratique sur E-banking au sein de la CNEP DBK, en se basant sur une enquête de terrain via un questionnaire avec le responsable d'électronique-banque au niveau de la banque.

Chapitre I :

*Evolution des technologies d'information
de communication dans le domaine
bancaire*

Introduction :

L'émergence des nouvelles TIC au cours de ces dernières années a complètement bouleversé le secteur bancaire et financier. (Smartphone, Internet, SMS). Dans cette optique, l'e-Banking se développe fortement et une nouvelle génération de banques apparaît, à l'exemple des banques en ligne. 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, tout en passant par, les virements électroniques, la télétransmission, le coffre-fort numérique, Cette nouvelle vague d'innovations a complètement bouleversé la relation banque/client.

Ce premier chapitre de notre travail, sera consacré à une description des nouvelles technologies dont fait face aujourd'hui le secteur des services, et plus précisément l'industrie bancaire.

La diffusion rapide des accès à l'Internet à haut débit a permis une explosion des usages des services audiovisuels qui prennent une importance accrue dans le concept des TIC, non seulement au niveau de la communication, mais aussi au niveau de la gestion des informations et des connaissances et au niveau de leur diffusion. Cette extension du concept des TIC est à l'origine de nombreux débats en raison de l'importance de son impact sur la société.

Section 1 : Evolution des technologies d'information et de communication dans le secteur financier

Les nouvelles technologies engendrent pour chacun un nouveau rapport au monde, une nouvelle façon de penser le temps et l'espace, une autre manière de concevoir l'information, les connaissances et l'autonomie d'action. De fait, elles induisent une série de révolutions au quotidien dans tous les secteurs y compris le secteur bancaire.

1.1 Définition et évolution des TIC

1.1.1 Définition des TIC

Plusieurs définitions peuvent être données aux TIC dont nous avons retenu les suivantes Les NTIC représentent l'ensemble des technologies du traitement des processus intellectuels faisant appel à l'ensemble des différentes technologies basées sur l'électronique disponibles et

accessible via des infrastructures de réseaux, soit au plan local (Enterprise) soit au plan mondial.¹

Les notions de technologies de l'information et de la communication (TIC) regroupent les techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations principalement de l'informatique, de l'internet et des télécommunications. Par extension, elles désignent aussi le secteur d'activité économique de technologies de l'information et de la communication.²

Les nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC désignent les TIC qui viennent d'être inventées. Toutefois aucune délimitation n'existe entre les TIC et les NTIC et donc on peut légitimement se demander quand est-ce qu'une NTIC devient ancienne. Cela conduit à une tendance qui est la disparition de ce terme.³

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

La naissance de ces TIC est due notamment à la convergence de trois activités. Au sens strict, les TIC sont composées :

- Du domaine des télécommunications qui comprend lui-même les services et les équipements
- Du domaine de l'informatique qui comprend le matériel, les services et les logiciels
- Du domaine de l'audiovisuel qui comprend principalement la production et les services audiovisuels ainsi que l'électronique grand public.⁴

Selon Hebert Simon, les technologies aident à rendre : « toutes informations accessibles aux Hommes, sous formes verbales, symboliques, existe également sous forme lisible par ordinateur, les livres et les mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques.... »⁵

L'expression TIC désigne des technologies récentes issues du mariage de l'information, du téléphone et l'audiovisuel. Elles concernent le recueil, l'élaboration, le traitement, la conservation, et le transport de texte, en plus des traditionnelles données numériques, elles se

¹ [Http : www.eivp-paris/dptmanagement/sites/tic/partiel.php](http://www.eivp-paris/dptmanagement/sites/tic/partiel.php), consulté le 15/07/2022

² http://www.wiki-compta.com/technologies_de_l_information_et_de_la_communication.php consulté le 15/07/2022

³ <https://wikimemoires.net/2011/02/04/les-tic-de-quoi-sagit-il-nature-et-definition-des-tic/> consulté le 15/07/2022

⁴ SAIM Tahar, « L'impact des technologies de l'information et de la communication TIC dans la Fonction Ressources Humaines (FRH) », Mémoire pour l'obtention d'un diplôme de Magister en Management des entreprises, Ecole Doctorale d'Economie et de Management, 2012/2013, p. 26.

⁵ H. Simon (2008). « Administration et processus ». Edition d'organisation, reprise dans Bouchelit rym.

caractérisent par une grande diversité d'objets numérisés, une grande capacité de diffusion et de transport en réseau, une forte interactivité. Elles sont donc des technologies de traitement des processus intellectuels : faisant appel à l'unification de différentes technologies basées sur l'électronique disponibles et accessibles via des infrastructures de réseau, soit au plan local, soit au plan mondial. Elles offrent aussi de nouveaux moyens et méthodes de communication.

Selon l'ONU et l'OCDE (1998) le secteur des TIC comprend les secteurs manufacturiers et des services qui facilitent la transmission, le stockage et le traitement de l'information par des moyens électroniques.⁶

Selon l'UNESCO : « les TIC désignent l'ensemble d'outils et de ressources technologiques permettant de transmettre, enregistrer, créer, partager ou échanger des informations, notamment les ordinateurs, l'internet (sites web, blogs et messagerie électronique), les technologies et appareils de diffusion en direct (radio, télévision et diffusion sur l'internet) et en différé (podcast, lecteurs audio et vidéo et supports d'enregistrement) et la téléphonie (fixe ou mobile, satellite, visioconférence, etc.). »⁷

Selon Benoit Chapron⁸ les TIC, Technologie de l'information et de la communication : Expression aux contours assez flous, apparue avec le développement des réseaux 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-spécialiste. Au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audiovisuel.

1.1.2 Aperçu historique d'évolution des TIC

Les Technologies d'Informations et de Communication (TIC), ont une très longue histoire derrière elles, qui a commencé par l'invention de l'écriture en Mésopotamie 3300 ans avant JC, puis l'invention de l'imprimerie⁹

En 1453, en Europe, l'invention de Gutenberg (la typographie et la presse à imprimer) a permis largement la diffusion d'information. Puis en 1793 « Claude CHAPPE » a créé un

⁶ <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00199011>, publié le 18 Décembre 2007

⁷ FAURE Elliott, « En quoi les NTIC peuvent-elles accompagner la valorisation du patrimoine alimentaire d'un territoire ? », UNIVERSITÉ DE TOULOUSE II, 2013/2014, p.30

⁸ Fondateur et Président de l'association CORPORATION TCA : Planification des projets des étudiants de son mémoire Mémoire sur "l'évaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente".

⁹ <https://flagelleurmental.wordpress.com/2009/02/17/a-propos-des-technologies-de-l%E2%80%99information-et-de-la-communication/> consulté le 17/07/2022

ystème qui s'appelle "Sémaphore" qui est considéré comme le premier réseau de télécommunication.

Enfin en 1832, l'apparition de télégraphe électrique, puis en 1876 « Alexander Graham BELI » invente le téléphone et « Thomas EDISSON » invente la phonographie en 1877.

Ensuite, l'histoire s'accélère et une série de découvertes scientifiques vont se compléter pour donner naissance à des technologies de la communication de plus en plus performantes qui réduisent à chaque fois la distance entre les Hommes. Lan THURING crée le premier ordinateur en 1943.

En 1969, à marquer la création de réseaux Arpanet à USA qui a permet à deux ordinateurs de communiquer à distance, puis l'ordinateur individuel (PC) est présenté en 1974, En 1981, le réseau postal Français met en place le minitel, connectant ainsi des milliers d'individus entre eux, c'est un événement de vente par correspondance électrique et par des sites de rencontres.

Les années 1990, marquent l'événement de l'internet et de World Wide, Web (www), c'est la révolution qui a été marquée par la convergence des technologies de l'audio-visuel, de la télécommunication et de l'informatique.

L'internet est en fait l'appellation de réseau informatique qui relie des millions d'ordinateurs et leur permet de communiquer entre eux grâce à un système universel de transmission de données appelé le protocole TCP/IP.

Web 2.0, c'est une expression qui a été utilisée pour la première fois en 2004, qui désigne l'ensemble des techniques, des fonctionnements, des usages qui ont suivi la forme originale du Web, World, Wide grâce à la généralisation des Blogs et des Wiki contribuant à élaborer la toile. D'autres applications comme le flux RSS (Rich Site Summary) facilitent la recherche à travers les milliers de pages et augmentent la performance de l'outil virtuel.

1.2 les types des technologies d'information et de communication

Selon l'OCDE, « le 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 au secteur des TIC :¹⁰

¹⁰ https://www.memoireonline.com/10/10/4051/m_Impact-des-Technologies-de-l-Information-et-de-laCommunication-tissu-productif--biens-services7.html consulte le28/07/2022à11h43.

- Le secteur informatique dans lequel on a : machines de bureau, ordinateurs personnels, grands ordinateurs, serveurs, matériels de réseaux, périphériques, cartes etc.
- Le secteur électronique dans lequel on a : 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, ordinateurs, productique etc.
- Le secteur des télécommunications dans lequel on a : « équipements professionnels de transmission, commutateurs, relais, terminaux destinés aux usagers, câbles, fibres optiques etc. »

1.3 Les caractéristiques des TIC

Parmi les caractéristiques des Technologies d'Information et de la Communication (TIC), il y a lieu de retenir ce qui suit :¹¹

- **Plus innovants** : les TIC permettent d'apporter des nouveaux moyens de communication, de travailler, de s'exprimer, d'apprendre avec une vitesse accélérant de plus en plus.
- **Plus vite** : les TIC sont un phénomène qui permet d'améliorer la circulation de l'information plus rapidement qu'avant, ce qui aide à la réduction du temps.
- **Plus petit** : les TIC permettent aussi la miniaturisation des appareils et les supports d'information.
- **Plus abordable (coût, convivialité)** : le coût des TIC est abordable ce qui les rend accessible à chaque individu notamment de par leur facile utilisation.
- **Plus puissant, plus grand** : la capacité des outils des TIC (appareils et logiciels) s'accroît de plus en plus.
- **La multi-canalité** : les TIC utilisent trois canaux à savoir le canal textuel (Informations concernant l'utilisation du cédérom ou du site, type ex positif, narratif, article, texte littéraire), le canal image (fixe, animée, de synthèse, icônes) et le canal sonore (musique, chansons, paroles).

¹¹ De Thierry Karsenti, Simon Collin, Acfas. Congrès TIC, technologies émergentes et Web 2.0: quels impacts en éducation ? 2013 P317

1.4 Les outils de la technologie :

1.4.1 Le téléphone

C'est un appareil de communication initialement conçu pour transmettre la voix humaine et permettre une conversation à distance. Cette technologie a évolué au cours du temps et nous amène à classer comme suit :

a. Téléphone fixe

« Est un appareil qui permet la transmission de la parole à distance et de l'information qui se partage de bouche à l'oreille »¹², ce téléphone est fixé par un câble le reliant à un générateur qui conduit l'ensemble des câbles à une station de service téléphonique.

b. Téléphone mobile

Également appelé téléphone portable c'est un appareil permettant de communiquer avec un destinataire sans être relié par un câble.

1.4.2 Le fax

C'est un appareil qui permet d'émettre et recevoir des textes, des images avec toute personne disposant de télécopieur.

1.4.3 Le réseau

Les réseaux sont nés du besoin d'échanger des informations de manière simple et rapide entre des machines. En d'autres termes, les réseaux informatiques sont nés du besoin de relier des terminaux distants à un site central puis des ordinateurs entre eux, et enfin des machines terminales, telles que les stations de travail à leur serveur.¹³

A. Le réseau internet

Il est fondé sur les technologies avancées de l'information, de l'informatique et des télécommunications. L'information est répartie sur des milliers d'ordinateurs, reliés entre eux grâce à un protocole unique qui permet de passer de l'un à l'autre de manière transparente, permettant aussi, une facilité d'accès à l'ensemble des informations stockées.

¹² SERVIN C., réseaux et télécoms, édition Dunod, Paris, 1997, P.416.

¹³ PUJOLLE Guy, « les réseaux », Edition Eyrolles, 3èmeEdition, paris, 2000, P.13.

L'internet peut être défini comme « un ensemble de réseaux IP interconnectés (noyau internet) ou comme un ensemble de réseaux connectés à ce noyau par au moins un type de service, par exemple, le courrier électronique »¹⁴

Il est aussi défini comme « un ensemble de réseaux qui se relient sur la seule base d'un consensus technique : l'utilisation du même protocole de communication TCP / IP (transmission contrôle Protocol). Ce Protocole commun permet la connexion de n'importe quel ordinateur avec n'importe quel autre, par tout moyen de télécommunication (dont, en particulier, le réseau téléphone mondial) »¹⁵

Les principaux services offerts par cette interconnexion appelée internet sont les suivants :

➤ **La messagerie électronique (e-mail)**

C'est une infrastructure conjuguant informatique et télécommunications dans le but de faire circuler des informations de diverses natures entre des postes de travail, et donc des personnes. A ce titre, un système de messagerie fournit des services à divers types d'applications nécessitant d'adresser de l'information qui peut prendre la forme de formulaires, de télécopies de plannings ou de convocation à des réunions et de workflow.¹⁶

« Elle permet l'envoi de messages écrits entre usagers pourvus d'une adresse électronique : cette adresse indique quel est le serveur (site informatique) auquel est rattaché le destinataire »¹⁷

➤ **Le World Wide Web (W3)**

World Wide Web appelé aussi web ou encore « la toile » qui rappelle l'image du maillage d'une toile d'araignée mondiale, sa naissance était au début de 1990, le centre d'études et de recherche nucléaires (CERN), dont le siège est situé à Genève en suisse. « C'est la grande bibliothèque de document de monde compare des bases de données, des informations, des documents textuels »¹⁸

¹⁴ SAADOUN Melissa, « Avec le temps », édition d'organisation, paris, 1998. P.143.

¹⁵ REIX Robert, « système d'information et management des organisations », édition Vuibert, paris, 2000, p257

¹⁶ COURBON J-C et TAJAN S., « groupware et intranet », vers le partage des connaissances, DUNOD, paris, 2eme édition, 1999, p.48.

¹⁷ REIX R., op.cit. p.258

¹⁸ BOULOC P., et al, les NTIC : comment tirez profit ? Exemples dans l'organisation, édition RIA, paris, Mars 2003, P.178.

➤ **Le courrier électronique**

Le courrier électronique est « la possibilité de rédiger, d'envoyer et de recevoir du courrier électronique, a incroyablement augmenté. Nombreux sont ceux qui envoient des dizaines de messages par jour et qui considèrent le courrier électronique un de leurs moyens principaux de communication avec le monde extérieur, loin devant le téléphone ou le courrier postal »¹⁹

➤ **Le transfert des fichiers FTP (file transfert Protocol)**

FTP « est un outil qui permet de déposer des informations sur un ordinateur dit serveur à Un autre ordinateur distant viendra chercher ces informations ».²⁰

B. Le réseau Intranet

L'intranet est un modèle, qui pousse le plus souvent les entreprises à adopter de tels réseaux. Il consiste à utiliser les technologies issues de l'internet pour mieux communiquer et diffuser l'information en interne.

Dans son sens original et plus restrictif, le terme intranet désigne « la transposition des standards, des protocoles et des outils en vigueur dans l'internet public vers les réseaux locaux privés d'entreprise ».²¹

L'intranet est un concept qui suscite un vif intérêt dans les entreprises. Il s'agissait de reproduire à l'échelle de l'entreprise un système de diffusion et de partage de l'information qui fonctionne déjà parfaitement à l'échelle planétaire.

L'intranet est donc l'application des technologies internet au domaine intra-entreprises ou organisation qui s'appuie sur la technologie des réseaux locaux existants. Le but de l'intranet est de permettre le partage de l'information et de faciliter la communication au sein de l'entreprise. Fondé sur le principe de l'internet, il offre aux utilisateurs la possibilité de produire et diffuser facilement l'information que ce soit à travers des listes de diffusion, de courrier électronique ou d'un serveur Web, L'intranet permet une transformation majeure des flux d'informations au sein de l'entreprise.

L'intranet a plusieurs caractéristiques²² :

¹⁹ SAADOUN M., Technologies de l'information et de la communication et management, Hermès, Mars, 2000, p.40

²⁰ BOULOC P., et all, op.cit. p.178.

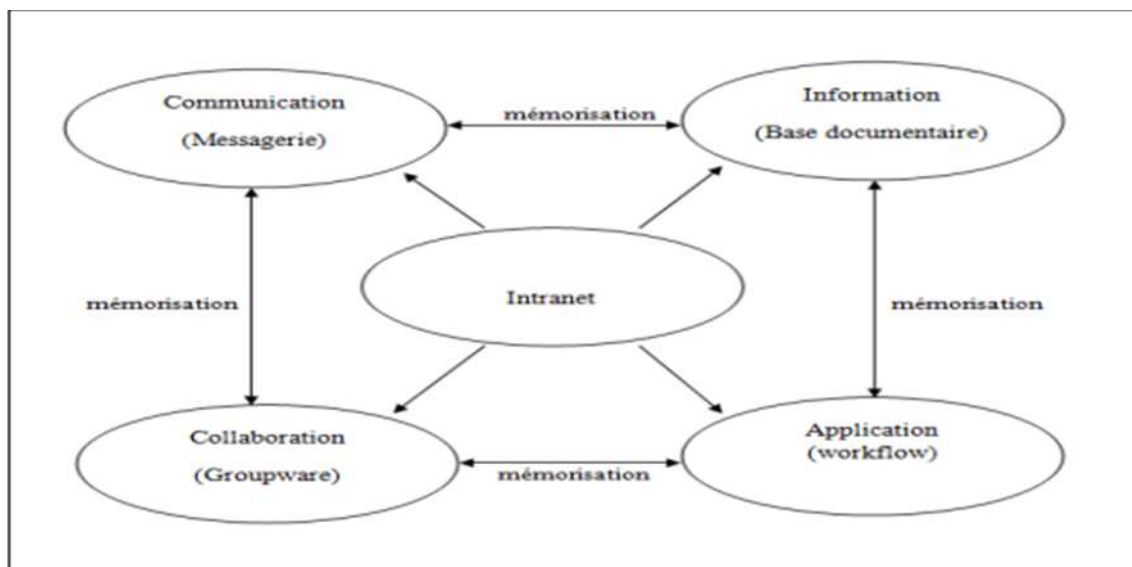
²¹ COURBON J-C et TAJAN S., op.cit. p.145.

²² SAADOUN M., « avec le temps », op.cit, p .143.

- Simplification d'accès à l'information et amélioration de la communication ;
- Emergence d'un standard pour le codage de l'information ;
- Facilite la gestion des postes de travail des utilisateurs ;
- Réduction des coûts d'exploitation ;
- Accès aux documents tels que les rapports annuels, et aux bases de données de l'entreprise.

En fait, c'est dans cette application que se sont intégrées les autres applications des TIC dans l'entreprise en lui offrant un réseau interne, à l'image de l'internet comportant toutes les fonctionnalités des TIC comme la montre la figure ci-dessous.

Figure 1.1 : Les fonctionnalités de l'intranet



Source : MATMATI Mohamed, « les enjeux de l'intranet dans la GRH », ACTES DU XIIe CONGRES DE L'AGRH volume 2, 2001, p.266.

C. Le réseau extranet

L'extranet « est l'ensemble des moyens nécessaires et des services qualifiés offerts par une entreprise à un groupe d'utilisateurs, clients ou partenaires identifiés ».²³

Donc, l'extranet représente l'ouverture des données de l'entreprise à des acteurs extérieurs. Les données sont diffusées par un serveur Web et accessibles après authentification sécurisée depuis n'importe quel poste connecté à l'internet. Une fois intégré dans le système de l'entreprise, il présente de nombreuses perspectives. Ainsi, l'entreprise peut offrir des services à ses clients, ses fournisseurs et ses partenaires.

²³ ANGLEBERT J., et al, TCP Internet/extranet, institut de la gestion publique et de développement économique, 2000, p.204

Cependant, l'extranet représente un risque pour l'entreprise, et pour ceci, elle ne doit en aucun cas négliger la sécurité de ses informations. Elle doit mettre en place un système de protection afin d'assurer l'anonymat de ses informations.

1.5 Les outils de gestion des données :

La gestion des données est techniquement assurée par des logiciels techniques nommés Système de Gestion des Bases de Données (SGBD), dont le type relationnel est le plus répandu.

1.5.1 Les bases de données :

La base de données permet la mémorisation des informations, elles sont regroupées dans un système informatique central de grande capacité.

a. Le Datawarehouse :

Il s'agit d'une application regroupant les données issues de diverses applications de production. Il peut être défini comme étant une collecte de données, intégrées. Selon GOUARNE J.M., l'objectif du « datawarehouse est de centraliser toutes les données en optimisant l'information qu'elles contiennent ». ²⁴ Pour centraliser et automatiser le traitement des informations, le système décisionnel occupe généralement, selon les besoins de chaque entreprise, trois fonctions primordiales :

- **L'extraction des données** : cette phase est celle de nettoyage des données pour éviter toute redondance. Pour se faire, on utilise un outil appelé ETL (Extraction Transfert Loading) qui permet, non seulement, de récolter les données éparses, mais également de les transformer

- **Le stockage des données** : il représente un processus par lequel les données sont rassemblées afin de parvenir à la consultation d'un schéma relationnel. Ce qui induira la prise de décisions stratégiques.

- **Le reportage des données** : en anglais reporting, c'est la phase visible de l'iceberg décisionnel. Les données de la base sont mises à la disposition des utilisateurs d'une façon complètement sécurisée et en fonction des besoins de chacun.

b. Le datamining :

Le mot datamining vient de data et de mine. Il s'agit de découvrir, enfouis dans les données, des faits susceptibles d'améliorer les résultats de l'entreprise. Cela permet de

²⁴ 8 GOUARNE J.M., « le projet décisionnel, édition Eyrolles, paris, 1998, p.9

récupérer certaines vérités cachées, non immédiatement intelligibles. Le plus souvent les analystes procèdent par corrélation de faits. 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 utiles, et d'utiliser ces informations pour soutenir des décisions tactiques et stratégiques ». ²⁵ Donc, le datamining correspond à l'ensemble des techniques et méthodes qui, à partir des données, permettent d'obtenir des connaissances exploitables. Une étude de datamining sera réalisée après avoir, élaboré un entrepôt de données.

1.5.2 Customer Relationship Management :

Le CRM ou la gestion de la relation client peut être définie comme « l'ensemble des moyens mis en œuvre, organisationnels, technique, humain pour gérer cette relation d'un nouveau type avec le client ». ²⁶

Le CRM est donc « une option stratégique qui a pour but de comprendre, anticiper et gérer les besoins des clients et prospects potentiels de l'entreprise, en mettant le client au centre des préoccupations de l'entreprise ». ²⁷ Cette dernière est amenée à revoir sa stratégie, ses processus, son modèle d'organisation et son système d'information. Ainsi, elle se dote de la capacité d'acquérir et capitaliser la connaissance de ses clients, et surtout de la faire partager au travers des nombreux points de contacts que sont le centre d'appel, le fax, les emails, les bornes interactives, les guichets. Cette gestion a pour but de créer et d'entretenir une relation personnelle, mutuellement bénéfique entre une entreprise et ses clients, dans ce mode de relation « l'axe principal est le client ».

1.5.3 Echange de données informatisées (EDI) :

C'est un moyen pour deux entités d'échanger des informations selon un format standardisé, et par le biais d'outils informatique. Il s'agit « de système d'information associées à plusieurs entreprises devenant partenaires, ce sont des systèmes d'informations globaux ». ²⁸

Les EDI, sont destinés à faciliter les échanges entre les systèmes d'informations (SI). Les données doivent être transmises selon une structure de données qui a obtenu l'approbation d'une communauté professionnelle constituée de clients, de fournisseurs, de sous-traitants et d'instances administratives intervenant dans un secteur professionnel donné, Ces données

²⁵ GOVARE V., « l'évolution du travail avec les nouvelles technologies d'informations et de la communication (NTIC) », paris, 2002, p.12.

²⁶ MEKHNACHI K., « e-économie », édition d'organisation, paris, 2000, p.28.

²⁷ BOULOC et all, op.cit, P.195

²⁸ PATERYON E., SALAMON R., Op.cit. p.35

échangées par télécommunication sont traitées par des progiciels Indépendants les uns des autres, fonctionnant sur des machines également indépendantes les unes des autres.²⁹

Donc, l'EDI a pour objet d'échanger de façon automatique, par des moyens électroniques entre ordinateurs d'entreprises indépendantes, mais partenaires dans un processus économique, des messages structurés et des données informatisées.

1.6 Intégration matérielle

Dans cette famille on trouve le GroupeWare, Entreprise Ressource Planning, et le workflow.

1.6.1 Le GroupeWare :

Cette technologie est utilisée dans la conception d'un travail en groupe, en intégrant les outils logiciels (ware) nécessaires pour l'assister. Le GroupWare est « l'ensemble des technologies et des méthodes de travail associées qui, par l'intermédiaire de la communication électronique, permettent le partage de l'information sur un support numérique à un groupe engagé dans un travail collaboratif et /ou Coopératif ».³⁰

C'est aussi « un processus intentionnel de travail en groupe (group), processus intégrant les outils logiciels (ware) nécessaires pour l'assister »³¹ L'objectif du Groupware est de faciliter la communication grâce à des moyens techniques et informatiques...etc. Ces moyens vont permettre le stockage des informations, leur transmission et la gestion efficace de cette transmission.

1.6.2 Entreprise Ressource Planning (ERP)

L'ERP est aujourd'hui le type de progiciel intégré le plus avancé dans la recherche d'une entreprise intégralement, ou idéalement, informatisée. C'est un « ensemble de modules applicatifs, généralement signés par un même éditeur et travaillant en mode natif sur une base de données unique au sens logique du terme (même si celle-ci est géographiquement distribuée sur un réseau) ».³²

Fonctionnellement, ces modules couvrent :

- La gestion comptable et financière ;

²⁹ LEQUEUX J-L, op.cit, p246.

³⁰ COURBON J-C et TAJAN S., op.cit. p.31

³¹ SAADOUN Melissa, « Avec le temps », op.cit. P.112.

³² TOMAS J-L., « ERP et PGI », sélection, méthodologie de déploiement et gestion du changement, édition DUNOD, 2006, p.11

- Le contrôle de gestion ;
- La gestion de production ;
- La gestion des achats et des stocks ;
- L'administration des ventes ;
- La logistique ;
- La gestion de la trésorerie ;
- La paie, etc.

Ainsi, les ERP sont « des progiciels qui couvrent toutes les fonctions de l'entreprise : les achats, les ventes, les stocks, la finance la logistique, la fabrication. Ils ont la vertu d'amener les entreprises à adopter un même mode de fonctionnement, d'avoir une vision financière intégrée, de partager les mêmes informations en évitant les doubles saisies et les interfaces informatiques ».³³

Donc, ERP est un progiciel qui permet de gérer l'ensemble des processus d'une entreprise, en intégrant l'ensemble des fonctions de cette dernière comme la gestion comptable et financière, mais aussi la vente, la distribution, l'approvisionnement et le commerce électronique.

1.6.3 LeWorkflow

Le Workflow ou « flux de travail » est l'un des composants du GroupWare, il s'agit de remplacer les flux de document papier par des documents électroniques. Ce concept est défini comme « l'automatisation de tout ou une partie d'un processus de l'entreprise durant lequel l'information, le document ou la tâche est acheminée d'une personne (ou rôle) à l'autre selon des règles prédéfinies ».³⁴ Le workflow offre de nombreux avantages, il permet :

- ✓ La compression du temps et la transformation d'activités séquentielles en activités

Simultanées

La réduction du cout lié au travail collaboratif

La réduction de consommation papier

L'amélioration de la gestion de l'information

³³ QUELENNEC C., « ERP », levier de transformation de l'entreprise, édition Lavoisier, 2007, p.17

³⁴ SAADOUN M., « avec le temps », op.cit, p.122.

Section 2 : Evolution des technologies d'information de communication dans le secteur bancaire

Il est certain que dans cette 1ère moderne des TIC ont un rôle dans tous les domaines, y compris les services bancaires. Un certain nombre de banques dans le monde aujourd'hui ont profité des TIC pour améliorer les services aux clients.

Les TIC ont bouleversé le monde, ont développé le mode de fonctionnement des opérations bancaires. En utilisant une connexion Internet, les clients peuvent effectuer des activités bancaires par ordinateur connecté à Internet. Les transactions bancaires sur Internet qui peuvent être faites, comme la vérification des soldes, transférer de l'argent, déposer, voir l'historique des transactions. En fait, il y a des banques qui fournissent déjà des services en ligne sans ouvrir un compte bancaire que vous avez à faire la queue à la banque.

1. Définition de la banque

La banque est une entreprise à caractère spécifique, qui appartient à un secteur réglementé. Juridiquement et selon les articles 110 à 114³⁵ de la loi 90/10 sur la monnaie et le crédit, les établissements de crédit sont : « Des personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle des opérations de banque. Les opérations de banque comprennent la réception des fonds du public, les opérations de crédit, ainsi que la mise à disposition de la clientèle des moyens de paiement ».

Les banques sont des entreprises ou des établissements qui ont pour profession habituelle de recevoir sous forme de dépôts des fonds du public qu'elles emploient sur leur propre compte en opération de crédits ou en opération financière. La banque est un intermédiaire entre offreurs et demandeurs de capitaux et ceci à partir de deux processus distincts :

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

³⁵ La loi N°90-10 du 14 Avril 1990, relative à la monnaie et au crédit, abrogée et remplacée par l'ordonnance N°03-11 du 26 Aout 2003 et par celle de 2010 No 10/04 du 26 Août 2010.

2. Rôle de la banque

La banque est avant tout un organisme financier ; elle joue le rôle d'intermédiaire entre les détenteurs et les demandeurs de capitaux. Elle reçoit les fonds que lui confient ceux qui en disposent et elle prête une partie de cet argent à ceux qui en ont besoin. Elle joue aussi un rôle dynamique dans la mesure où elle crée des capitaux. Elle remplit donc le rôle de service public. Enfin, elle est un acteur clé dans le développement de l'entreprise.

3. L'informatisation et l'automatisation du secteur bancaire :

L'époque où les documents devaient être traités de manière répétitive et manuelle est révolue depuis les années 70. Des systèmes capables de réaliser des millions d'opérations en une journée ont été mis en place, grâce aux progrès techniques.

Le système d'information (SI) est un réseau complexe de relations structurées où interviennent comme, machine et procédures qui a pour but d'engendrer des flux ordonnés d'informations pertinentes provenant de différentes sources et destinées à servir de base aux décisions. Interconnectés dans le but de l'acquisition, du stockage, de la structuration, de la gestion, du déplacement, du contrôle, de l'affichage, de l'échange (transmission ou réception) de données sous forme de textes, d'image, de sons et / ou, faisant intervenir du matériel ou des logiciels.³⁶

3.1 Les fonctions du système d'information

Le système d'information (SI) est un élément central d'une entreprise ou d'une organisation. Il permet aux différents acteurs de véhiculer des informations et de communiquer grâce à un ensemble de ressources matérielles, humaines et logicielles. Un SI permet de créer, collecter, stocker, traiter, modifier des informations sous divers formats.

Ces différentes fonctions de l'information permettent aux acteurs en relation avec l'organisation de prendre des décisions adaptées parmi ces fonctions on trouve :

a. La fonction d'Acquérir :

L'information recherchée peut provenir de l'entreprise même ou de son environnement.

- Information interne : Ensemble de document, rapports, notes, etc., émis par les différents services de l'entre

³⁶ Cédric DENOEL « L'E-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète - t-il ? » En vue de l'obtention du Master en Sciences de Gestion, Université du Québec à Montréal ,2007/2008, page 19.

- Prise qui constitue un important stock d'information disponible³⁷
- Information externe : Ensemble des informations provenant de l'environnement direct de l'entreprises : clients, fournisseurs, banques, administration etc.

b. La fonction de Stocker :

Cette opération consiste à enregistrer des informations sur un support en vue de leur traitement manuel ou informatique. La saisie peut être directe, ou différée sur un support intermédiaire.

c. La fonction de Traiter :

Le traitement de l'information peut être défini comme une opération (reproduction, calcul arithmétique et logique, classement) permettant de transformer des données en résultats. Les traitements peuvent être faites par lots en temps différés, les données à traiter sont accumulées pendant une période et traitées en une seule fois.

3.2 Les objectifs du système d'information

Le système d'information est système à trois objectifs : le contrôle, la coordination et la décision.

a. Le contrôle :

Le système d'information est la mémoire de l'organisation, il traite des situations, ce qui rend possible la compréhension des anomalies dans leurs évolutions, et doit avoir comme caractéristique la fidélité.

b. La coordination :

Il présente aussi un aspect dynamique, il assure la coordination entre différents services (circulation des documents accompagnant les flux), il est caractérisé par la rapidité.

c. La décision :

Il traite aussi des informations concernant le futur, il donne le choix des solutions dans la prise de décision, il est caractérisé par la pertinence.³⁸

³⁷ <https://www.syloe.com/glossaire/systeme-dinformation/> consulté le 01/08/2022 à 14h00

³⁸ MADOUR Karima, TIZA Zahia, Op.cit, p.p. 4-5

4. La prolifération des outils informatiques

L'information bancaire continue et devient de plus en plus perfectionnée. Dans un premier temps, le recours aux nouvelles technologies était destiné au remplacement de tâches répétitives, mais désormais il concerne des activités plus complexes.

Les outils informatiques qui sont à notre disposition sont capables de concevoir une analyse très fine de la clientèle à partir de bases de données, c'est ce qu'on appelle le « data mining ». Le profit des clients, leurs caractéristiques et comportements, ainsi que l'évolution de leurs besoins, peuvent être retranscrits grâce à ces nouveaux outils.

L'étude marketing peut donc prendre un tout autre sens et répondre aux attentes individuelles des clients. Les outils d'aide à la décision sont un autre exemple qui illustre également l'informatisation croissante dans ce secteur.

Des logiciels experts voient le jour dans le but, par exemple, de faciliter les analyses de crédit.³⁹

5. L'adaptation des nouvelles technologies par les banques :

L'adoption de nouveaux canaux d'accès proposés à la clientèle répond à la fois à la pression de la concurrence et à la volonté d'offrir de nouveaux services aux clients. De fait, le client final utilise de manière complémentaire la multiplicité des canaux d'accès qui sont mis à sa disposition pour effectuer des opérations de banque à distance d'une grande diversité.

5.1 La banque à distance

L'internet marque une étape particulière dans l'évolution des prestations de banque à distance. En effet, c'est avec l'internet que sont apparues les banques à réseau sans guichet, qui ont, par contrecoup, incité les banques plus traditionnelles à étudier les avantages d'Internet notamment afin de renforcer leur compétitivité face aux spécialistes de banques à distance.

L'internet est accessible à une vaste clientèle, avec un coût d'équipement très abordable, une facilité d'utilisation, une multiplication des possibilités d'accès (téléphone, câble, web-phone), ainsi qu'une forte standardisation des technologies de l'internet offrent un cadre d'utilisation international.⁴⁰

³⁹ Cédric DENOEL, Opcit, page 20.

⁴⁰ BERNARD Michel, « Banque et nouvelles technologies », Edition Horizons bancaire, numéro 316, février 2003, page 21.

5.2 La monnaie électronique

La monétique est « un ensemble des moyens électroniques mis en œuvre pour automatiser les transactions bancaires (cartes de paiement, de retrait, etc.) ».

Ou encore, « l'ensemble des technologies, procédés et équipements permettant une électrifications de transferts de fonds et l'information de la clientèle sur ses compte ».

Les cartes ne sont donc qu'une manifestation du processus monétique et ne lui sont associables que par leur lien, direct ou non, avec la monnaie scripturale. Les utilisations des cartes peuvent être regroupées en trois niveaux distincts :⁴¹

- ✓ L'identification
- ✓ Le paiement
- ✓ Le crédit

5.2.1 La carte bancaire

La carte bancaire est un moyen de paiement de masse, c'est le produit le plus évalué ces dernières années. La carte bancaire a une gamme qui comporte quatre niveaux distincts par les possibilités d'usage : carte badges, cartes nationales, cartes internationales et cartes internationales de prestige.

a. Les cartes badges : La carte badge a deux versions, la carte retrait et la carte jaune. Ces cartes permettent le retrait d'espèces aux guichets automatiques, elles offrent également la possibilité de connaître le solde des comptes et les dernières opérations effectuées.

b. Les cartes nationales : Ces cartes de niveau 2, sont régies par les accords interbancaires, elles peuvent être personnelles ou professionnelles et offrent deux options : débit rapide ou débit différé. Dans le premier cas, le compte du porteur est débité dès l'arrivée de la transaction, dans des délais analogues à ceux de l'encaissement d'un chèque.

En revanche, dans l'option débit différé, le compte du porteur est débité mensuellement, à date fixe, avec un délai pouvant atteindre quatre à cinq semaines.

c. Les cartes internationales : Ces cartes, définies par le niveau 3 des accords interbancaires, leur usage est étendu au paiement international. Les cartes bancaires internationales reflètent l'héritage de la situation antérieure à l'interbancaire en étant regroupées en deux réseaux :

⁴¹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Monnaie_%C3%A9lectronique consulté le 05/08/2022 à 16h00

- Visa (réseau Carte Bleu)
- Eurocard-Mastercard (réseau mutualiste).

Chacun de ces deux types de cartes présente des spécificités. Parmi les similitudes, il faut mentionner tous les usages affectés à la carte nationale tant en matière de retrait que de paiement. Cependant, à ces usages s'ajoute le retrait d'espèces à l'étranger. Les deux cartes offrent, des services et des garanties communes allant bien au-delà des avantages de la carte nationale :

- Une assurance contre la perte ou le vol de carte
- Une assurance accident-voyage si les frais ont été réglés par carte
- Une assurance invalidité-décès qui couvre le titulaire de la carte

d. Les cartes bancaires internationales prestige : Ces cartes « haut de gamme » définies par le niveau 04 des accords interbancaires, sont des cartes internationales de paiement qui offrent de multiples services :

- ❖ Le retrait d'espèces à l'étranger ;
- ❖ Une assurance de voyage automatique ;
- ❖ Un service de réservation assurée ;
- ❖ La location de voiture sans caution ;
- ❖ Une protection juridique ;
- ❖ Et une gamme étendue d'assurances assorties de capitaux d'indemnisation plus élevés.⁴²

5.2.2 Les cartes à puce :

La nouvelle génération de cartes est souvent appelée carte à mémoire, carte à puce ou carte à microprocesseur. L'utilisation de ces dénominations n'est pas réellement indifférente. La première, carte à mémoire est souvent impropre : toute carte, perforée ou à puces magnétiques, peut constituer un outil de stockage de l'information. Brevetée dès la fin des années 60, les cartes à puce séduisent le secteur bancaire à travers le monde. En 1996, le portefeuille électronique PROTON fait son apparition en Belgique. Il est intégré directement à la carte de débit depuis 1998. Parmi ces cartes à puce on trouve plusieurs types :

⁴² M. Zollinger, « Monétique et marketing », Edition Librairie Vuibert, février 1989, p. 37- 39-41

a. La carte à mémoire simple ou carte « porte-jetons » : contient une puce au rôle limité au stockage d'informations et utilisée pour le compte ou le décompte des droits du porteur

b. La carte à logique câblée : dispose de capacités de mémoire moins limitées, Cette carte est également utilisée pour le décompte des droits d'accès à des prestations qui ne sont facturées qu'après consommation

c. La carte à microcalculateur : comporte des fonctions plus étendues, La minuscule ordinateuse qu'elle contient permet de stocker des informations et de gérer toutes ses relations avec son environnement.

➤ Les avantages de carte à puce

Les principaux avantages de la carte à puce portent sur la sécurité. En effet :

- La contrefaçon et la falsification des cartes sont impossibles actuellement ;
- Le contrôle du code confidentiel du porteur lors des opérations de paiement est rendu plus facile grâce à la mémoire inaccessible qui détient les clés de la carte ;
- Les moyens de lutte contre les abus sont renforcés par des dispositifs de contrôle de la fréquence et de l'intensité des utilisations en paiement.⁴³

5.3 Les DAB/GAB

Un guichet automatique bancaire est un appareil électronique et électromécanique permettant aux clients d'effectuer différentes transactions bancaires en libre-service.

Différents modèles de GAB permettant de faire des retraits, acceptent des dépôts en liquide ou par chèque, ordonnant des transferts de fonds, impriment des mises à jour des carnets, augmentant le montant d'une carte d'appel téléphonique et même, vendent des timbres-poste.

Le GAB est une extension de DAB, qui est un GAB simplifié ne permettant que les retraits. Le GAB permettant d'identification sécurisée des porteurs de cartes grâce au numéro d'identification personnel (NIP).

Dans la plupart des GAB moderne, le client insère une carte en plastique munie d'une bande magnétique ou d'une puce contenant les données nécessaires à l'identification du

⁴³ [Http. // fr.Wikipedia.org/Wiki/carte-puce](http://fr.Wikipedia.org/Wiki/carte-puce), consulté le 14/07/2022

client. Pour demander l'accès à ses comptes, le client saisit un code de quatre à quinze chiffres. Si le code est saisi de façon incorrecte plusieurs fois de suite, la plupart des GAB retiennent la carte dans le but d'éviter des fraudes.

Tous les GAB sont connecté à un GDG (Gestionnaire de DAB/GAB), Ce GDG est lui-même connecté au réseau interbancaire, ce qui facilite le retrait et autres opérations n'appartenant pas à la banque où le client possède un compte. Toutefois, les banques ne sont vite rendues compte du cout élevé de ces appareils, d'autant plus qu'ils fonctionnaient off-line entraînant ainsi des risques élevés de fraude et des restrictions d'utilisation.

Les banques décidèrent donc d'installer de nouveaux matériels plus performants, et répondant aux motifs suivants :

- Pallier la durée réduite d'ouverture des agences
- Diminuer les couts de transaction
- Offrir aux clients de nouveaux services en leur évitant de se déplacer vers leurs agences domiciliataires
- Mieux à informer le client de l'état de son compte.⁴⁴

5.4 Les TPE

Le terminal de paiement électronique désigne tout appareil permettant de traiter un paiement par carte. C'est une machine dotée d'un clavier, d'un écran, et d'un logiciel avec mémoire, Il offre divers services à savoir :

- Vérification électronique des cartes ;
- Contrôle des cartes en opposition ;
- Obtention automatique des autorisations ;
- Télétransmission des transactions réalisées.

Le TPE peut être :

- **En ligne (online) :** dans ce cas, l'appareil est connecté à un centre serveur à chaque utilisation de la carte. Il offre une plus grande sécurité en permettant à l'émetteur de la carte de contrôler préalablement chaque transaction ;

⁴⁴ <https://fr.wikipedia.org/wiki/guichet-automatique-bancaire>. Consulté le 14/07/2022

➤ **Hors ligne (offline) :** Les contrôles sont gérés par l'appareil lui-même avant de valider une transaction ;

Semi online : L'appareil gère les paramètres lui permettant de traiter une transaction en fonction du montant, de valider la transaction ou demander sa validation en se connectant au centre serveur.

6. Les autorités de gestion de la monétique en Algérie

Les banques algériennes ont vite pris conscience de l'importance de la mise en place d'un cadre national de monétique, d'où la naissance de la SATIM. Cela en vue de pallier aux problèmes des coûts d'exploitation élevés liés aux centres de traitements indépendants.

C'est dans ce cadre qu'elles ont décidé de la mise en place du projet monétique national en optant pour la mise en commun des moyens. La SATIM est l'opérateur monétique interbancaire en Algérie pour les cartes domestiques et internationales. Actuellement, la monétique se constitue d'un réseau national composé de : du CCP, de la CNEP banque, de la BNA, de la BDL, de la CNMA, de la BEA, de la BADR, du CPA, de EL BARAKA, de la Société Générale, de la BNP paris bas, de l'AGB, de NATIXIS, du Gulf Bank, de l'ARAB Bank, de l'ABC Bank, de Housing bank et de la Fransa-banque.⁴⁵

Dès 1997, la SATIM a démarré le retrait d'espèces à partir des DAB à travers la mise en place d'un réseau monétique interbancaire. L'adhésion de ces institutions financières au RMI (réseau monétique interbancaire) se fait par :⁴⁶

- La signature d'une convention interbancaire.
- La signature de contrats de coopération liés aux services offerts par le RMI.
- Le respect des spécifications techniques éditées par le RMI (gestion de fichiers porteurs, délai, etc.)

6.1 La SATIM (Société d'Automatisation Interbancaire et de Monétique)

C'est l'opérateur Monétique en Algérie, créée en 1995 par la loi 88-04 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques, avec un statut de SPA (Société par actions). Elle est composée de huit banques commerciales algériennes au capital de 1.145.500.000 DA. Ses actionnaires sont la BNA, la BADR, la BEA, la CNEP, le CPA, la BDL, la CNMA, et AL BARAKA. Plusieurs autres institutions participent au RMI, comme

⁴⁵ www.SATIM.dz, site consulté. Le 17/07/2022 à 20h00

⁴⁶ www.SATIM.dz, site consulté le 17/07/2022 à 21h00

Algérie Poste, Société Générale d'Algérie, BNP Paribas Al-Djazair, Housing Bank et Acro Bank.

A. Les missions de la SATIM

Les principales missions de la SATIM sont :

- ✓ Promouvoir les moyens de paiement électronique ;
- ✓ Développer la monétique interbancaire ;
- ✓ Accompagner les banques dans la mise en place et le développement des produits monétiques ;
- ✓ Prendre en charge et gérer les infrastructures et les aspects techniques ;
- ✓ Participer à la définition des normes, des règles techniques et des règles de gestion et de tarification des produits monétiques ;
- ✓ Personnaliser les chèques et les cartes de paiement et de retrait d'espèces, en phase d'obtenir le statut de membre auprès des systèmes internationaux de paiement et de retrait par cartes en qualité de centre de personnalisation des cartes internationales.

B. Les activités de la SATIM

La SATIM a comme activité principale le développement et la gestion d'une solution monétique qui repose sur une infrastructure et des équipements techniques sécurisés et connectés aux sites informatiques et/ou monétiques des banques et qui répond aux exigences de la norme internationale EMV et permet de se prémunir de toute tentative de fraude connue à ce jour. La société prend en charge le paiement domestique et le retrait d'espèces dans un cadre interbancaire, elle est constituée :⁴⁷

- ✓ Du Front-Office, qui assure la connexion avec les banques, les commerçants, les Terminaux de Paiement Electroniques et les Distributeurs Automatiques de billets ;
- ✓ Du back-office, qui permet les traitements internes ;
- ✓ D'un système de personnalisation des cartes bancaires ;
- ✓ D'une plate-forme de télécommunication qui permet d'effectuer les échanges entre les différents acteurs du réseau monétique.

Le processus d'une transaction monétique est simple et se réalise comme suit :

- Introduction de la carte dans le terminal par le porteur (DAB, TPE) ;
- Introduction du code PIN pour la validation de la transaction ;

⁴⁷ <https://www.satim.dz/services-cib/operations-de-paiement-en-ligne.html>

- Demande d'autorisation à l'émetteur ;
- Réponse à la demande d'autorisation ;
- Collecte de la transaction par l'acquéreur ;
- Présentation par l'acquéreur de la transaction en compensation ;
- Débit du compte 6-du porteur et crédit du compte de l'acceptant.

C. Les avantages de la SATIM

Les avantages de la SATIM sont :⁴⁸

- Interbancaire totale (Banques et Algérie Poste) ;
- Disponibilité du service (Système opérationnel 24H/24H et 7J/7) ;
- Disponibilité de l'argent à tout moment ;
- Diminution de la circulation du cash ;
- Élimination du risque d'encaissement de faux billets ;
- Diminution du risque de vol ou de perte de liasse d'argent ;
- Utilisation d'une carte multifonctions (Retraits et Paiements).

⁴⁸ idem

Section 3 : Instruments des technologies d'information et de communication dans les banques

3.1 Les instruments des TIC

Les TIC regroupent l'ensemble de ressources nécessaires pour manipuler l'information et plus particulièrement les ordinateurs, programmes et réseaux nécessaires pour la convertir, le stocker, la transmettre et la retrouver. États-Unis (1987) Les industries des technologies de l'information comprennent les offreurs comprenant d'une part, les offreurs (grossistes et détaillants) d'ordinateurs et d'équipements informatiques ainsi que d'instruments électroniques de mesure et, d'autre part, les logiciels et les industries de services incluant les industries qui fournissent des logiciels « prêts à l'usage » et des services associés aux ordinateurs ; les industries d'équipement de communication et de service recensant les offreurs qui fournissent des infrastructures matérielles et immatérielles permettant la connexion entre ordinateurs et serveurs. Union européenne et France (1998) Le secteur TIC apparaît sous la forme d'une liste d'activités recouvrant trois filières : l'informatique avec la fabrication des ordinateurs et des logiciels, les télécommunications qui comprennent les réseaux et donc Internet et enfin l'électronique.⁴⁹

3.1.1 Les ordinateurs

L'ordinateur est une machine électronique programmable à traiter les données, capable d'effectuer toute sorte d'opérations et de traitement tel que des calculs, maniement des textes et d'image par exemple. Il contient principalement un processeur, une mémoire et des mécanismes. Il est composé d'un écran, d'une unité centrale, d'un clavier, d'une souris et d'une carte vidéo. On peut lui ajouter plusieurs périphériques comme l'imprimante, le scanner.

3.1.2 Le téléphone et les tablettes numériques

Il y a quelques années, le téléphone servait juste de moyen pour les banques de prospecter ou prendre rendez-vous avec leurs clients, ou bien pour ces derniers d'avoir des informations sur les produits et services bancaires ou de passer des ordres de bourse.

Le téléphone demeure donc un canal indispensable pour la distribution des produits et services bancaires en France. Pour cela, les établissements bancaires ont fortement investi au cours de ces vingt dernières années afin de développer leurs plateformes téléphoniques et

⁴⁹ ALAOUI, 2004-2005, « NTIC : outils et applications », livre, SUPMANAGEMENT

leurs centres de relation client (centres d'appels). Ils offrent désormais de nombreux services pour lesquels les clients préfèrent appeler que de se déplacer en agence (réaliser des opérations simples telles que connaître le solde, effectuer des virements, changement de coordonnées, ou encore résoudre un problème, un litige ou se renseigner sur des produits ou des placements financiers...etc.).

Néanmoins, au cours de ces dix dernières années, la téléphonie mobile s'est diffusée dans le monde à une vitesse impressionnante, tout en proposant des modèles avec des fonctions et applications de plus en plus sophistiquées. Aujourd'hui, l'émergence des Smartphones et Tablettes numériques a complètement bouleversé le paysage bancaire et contribué massivement à l'essor de la banque à distance. Ces nouvelles technologies constituent un canal d'information, de gestion et de transactions dans les services bancaires⁵⁰.

3.1.3 Les réseaux informatiques

De nos jours les réseaux d'ordinateurs (ou réseaux internet) c'est élargi sur un vaste espace forment une gigantesque toile d'araignée qui couvre toute la planète.

3.1.4 Les puces intelligentes

Afin de protéger les données, les entreprises et les consommateurs utilisent à présent des cartes à puces intelligentes dans plusieurs applications, à titre d'exemple les opérations bancaires, accès aux messageries électroniques, démarrage de l'ordinateur, consultation des messages téléphoniques. Si le niveau de sécurité requis est plus élevé, une carte à puce intelligente est probablement un meilleur choix. Une empreinte digitale peut facilement être sauvegardée dans la mémoire de la puce ce qui permettra une validation plus élaborée grâce à un lecteur avec biométrie. Lorsque l'employé présente sa carte au lecteur, il est aussi invité à présenter sa référence biométrique (empreinte digitale). Cette façon de faire permet de s'assurer que la personne qui présente la carte est bien la personne pour qui la carte a été émise. Selon le cas, l'accès sera approuvé ou refusé.

3.1.5 Les logiciels

En informatique un ordinateur sans programme n'est pas utilisable, il est nécessaire de lui donner des informations pour qu'il collabore, il faut d'abord lui expliquer ce qu'on attend de lui et ensuite 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 s'appelle

⁵⁰ Adriana Chovanova, "Forms of Electronic Banking ", BIATEC, Volume XIV, (2006). p. 22.25

logiciel qui est en lui-même un ensemble de séquence d'instruction interprétable par une machine et d'un jeu de données nécessaires à ces opérations, Le logiciel détermine donc les tâches qui peuvent être effectuées par la machine, ordonne son fonctionnement et lui procure ainsi son utilité fonctionnelle.

3.1.6 Le call center

La banque dispose d'un call center. C'est un service qui met en relation le client et un conseiller généraliste de la banque qui peut répondre à toutes les questions du client, lui donner des conseils, exécuter pour lui certaines opérations. En principe, le conseiller a accès au dossier informatique du client, ce qui lui permet de pouvoir donner des informations personnalisées.

Il faut souligner que pour certaines informations touchant des opérations sensibles, la banque exige la présence physique en agence du client.

3.1.7 SMS's Alert

La banque, au travers son département informatique, a développé une solution de SMS Banking qui permet d'avertir le client qui le souhaite, de l'arrivée de fonds sur ses comptes. Quel que soit l'opérateur de téléphonie, le client peut être automatiquement averti de la situation de son compte et ainsi mieux gérer son budget grâce notamment à un suivi instantané de son compte par SMS.⁵¹

Le client doit pour cela, souscrire à ce service et c'est payant, en acceptant les conditions d'utilisation et en remplissant un formulaire à déposer à la banque. Il faut noter que seuls les crédits en compte à la banque font l'objet d'un SMS.

3.2 Les avantages et limites des technologies d'information et de communication

3.2.1 Les avantages des TIC

Parmi les avantages d'une meilleure intégration des TIC, on note ce qui suit :

- a. L'investissement dans les TIC serait l'un des principaux moteurs de compétitivité des entreprises et selon des études de l'OCDE, les TIC seraient un facteur important de croissance

⁵¹ JEAN Pierre Petit, Les nouvelles technologies : un levier d'innovation pour les banques, revue-banque, économie In : http://www.revue-banque.fr/banque-detail-assurance/article/les-nouvelles-technologies-un-levier-innovationpo#restricted_content consulté le 20/07/2022.

économique aux Etats-Unis. D'un point de vue général, les avantages des TIC peuvent être définis à trois niveaux :⁵²

Point de vue du système d'information :

- Une meilleure connaissance de l'environnement
- Réactivité plus forte face à cet environnement
- Hausse de la productivité du travail pour la saisie et réutilisation de l'information, donc baisse des coûts
- Amélioration de l'efficacité de la prise de décision permise par une stratégie plus performante.

➤ Point de vue organisationnel et professionnel :

- Fonctionnement et organisation moins hiérarchisée et partage d'information de l'entreprise ;
- Meilleure gestion des ressources humaine comme le recrutement et gestion des carrières plus facile ;
- Création de nouveaux emplois.

➤ Point de vue commercial :

- Meilleure connaissance de la clientèle ;
- Développement des innovations en matière de services et répondre aux besoins des consommateurs ;
- Nouveau circuit de production grâce à l'extension potentielle du marché dont le commerce électronique.

b. Des systèmes de paiement plus efficaces et rentables à l'échelle internationale. Entre 1999 et 2010, le volume global des paiements a atteint 330 milliards d'opérations par an, où la plus forte croissance a été enregistrée dans les paiements électroniques, qui représentaient 85% de tous les paiements autres que ceux en espèces.

c. Une meilleure capacité pour lutter contre le cyber insécurité émanant des pirates informatiques et des cybercriminels. A lui seul, le vol d'identité coûte à l'économie canadienne 2.5 milliards par an.

d. La capacité de répondre à la croissance de demande par désintermédiation en offrant aux consommateurs un plus grand accès en ligne aux produits et prestations de service. Selon

⁵² Site de Malek Boualem. Avantages et inconvénients des TIC. <http://experts-univers.com/inconvenients-avantagesdes-ntic.html>, consulté le 20/07/2022

une récente enquête OCM (Organisation Commune de Marché), les cadres dans diverses industries augmentent les canaux de désintermédiation pour deux raisons : elle leur permet d'en apprendre davantage de leurs clients et permet de les servir plus efficacement.

3.2.2 Les limites de l'investissement dans les TIC

A la lumière de ces différentes lectures, on constate que les TIC ne procurent pas seulement des avantages, mais elles impliquent également des limites ou bien des risques qui l'entravent.

L'objectif ici n'est pas de faire la critique de ces technologies mais plutôt d'essayer de déterminer à priori, et appréhender ce que pourraient être les conséquences de leur utilisation parmi ses limites on cite :

- L'apparition des blogs et le partage du contenu avec les internautes toute modification sur un domaine donné pousse l'entreprise à faire des efforts financiers lourds et une modification de l'offre produits/services plus marquée dans le but de garder une longueur d'avance sur les concurrents, « exposition à la concurrence » ;
- Un risque qu'on peut dire qu'il n'est pas important mais reste tout de même notable à mentionner et qui concerne la confidentialité et la sécurité des données de l'entreprise, autrement dit le risque de pillage et le piratage des données (exportation au pillage) ;
- D'un côté, ses outils (technologie de l'information et de communication) font augmenter la réactivité de l'entreprise mais de l'autre côté, il Ya un risque d'une baisse de la productivité et de son rendement par la rédaction excessive de courriers et de message électronique et l'alimentation de différents outils de l'entreprise.

Conclusion

Aujourd'hui, nous reconnaissons tous que l'adoption des TIC n'est pas une question de choix, mais de nécessité. Cela nous a progressivement saisis. Les outils technologiques ont envahi tous les domaines, parmi lesquels le secteur bancaire, qui est devenu l'un des principaux utilisateurs des TIC. Elle a connu des bouleversements majeurs depuis l'avènement d'Internet, qui a donné naissance à l'e-banking. Nous terminerons en disant cela. Les banques, afin de pouvoir être compétitives sur le marché, ont intégré ce facteur dans leurs activités pour profiter des opportunités et des avantages.

Chapitre II :

*Inclusion financière par la technologie
d'information et de communication*

Introduction

Le monde devient de plus en plus numérique, mais une grande partie de la population mondiale se voit laissée pour compte dans ce domaine. Beaucoup de personnes n'ont pas accès à un téléphone portable et ne peuvent pas accéder aux services financiers numériques les plus simples. L'inclusion financière que nous avons choisie repose sur deux aspects essentiels : l'accès et l'usage. « **L'accès des ménages et des entreprises aux services bancaires et financiers et l'usage de ceux-ci de manière digne, pérenne et efficace** ». C'est à partir de ces deux concepts (accès et usage) que nous avons délibérément présenté l'inclusion financière comme étant une question de bancarisation, de relation de services basée sur la fidélité et la confiance, de l'offre de services bancaires et financiers, de la demande de ceux-ci. mais aussi l'inclusion financière, est le fait d'évoquer légitimement le phénomène de l'exclusion bancaire et financière de la population, appréhendé par la difficulté de l'accès, de l'emploi de tel ou tel service ou produit bancaire et financier, par la contrainte socioéconomique des personnes (pauvreté et vulnérabilité) ainsi qu'enfin par la pratique bancaire (sélectivité, discrimination, mépris...) qu'entretiennent les institutions à l'égard des personnes souvent jugées non rentables et risquées. Dans ce chapitre nous allons décrypter l'inclusion financière sous plusieurs angles.

Section 1 : Approches théoriques sur l'inclusion financière

Aujourd'hui, un éventail de plus en plus large de prestataires de services financiers de tous statuts juridiques propose des différents et nouveaux services à la clientèle. Dans un nombre croissant de pays dont l'Algérie, les banques tendent actuellement à tout digitaliser en proposant les services bancaires en ligne à travers l'e-Banking.

1. Bancarisation et indicateurs de mesure :

La définition de l'inclusion bancaire est souvent associée à la notion de bancarisation. Par le terme de bancarisation, on peut parler de degré de pénétration de la population aux services bancaires. D'autres chercheurs la considèrent comme une ouverture de compte en banque, ce qui se traduit, en d'autres termes, par l'accessibilité bancaire. A partir de là, le processus de la bancarisation de la population est en fait lié à l'offre (prestataires) et la demande (population) des services bancaires qui se mesure par une série d'indicateurs que l'on peut qualifier de déterminants de bancarisation ; densité du réseau bancaire, intermédiation bancaire, le taux d'ouverture de compte, les effectifs des banques, la scripturalisation de l'économie etc.

Ces indicateurs vont évidemment permettre d'appréhender le niveau de bancarisation d'une région, d'une commune ou d'un pays. Historiquement, les services bancaires ont été réservés à l'élite économique et sociale où seule la grande bourgeoisie d'affaires et les petits patrons de l'industrie et du commerce étaient liés au monde bancaire. La principale relation existante entre le reste de la population et l'univers bancaire était une relation de méfiance réciproque engendrée par la fragilité des banques d'une part et les considérations religieuses héritées de la condamnation vigoureuse de l'usure par la tradition catholique d'autre part. Les premiers mouvements de la bancarisation n'ont débuté qu'à partir des dernières décennies du XIXe siècle de manière très progressive. En effet, l'activité bancaire se transforme radicalement, le maillage du territoire se développe, la population bancarisée s'accroît, et l'organisation bancaire se rationalise sur un mode bureaucratique dont l'activité de crédit se concentre sur le créneau agricole. En clair, nous pouvons dire que la relation bancaire s'est nettement améliorée sous l'effet de la réorganisation du secteur bancaire par l'État notamment dans la nationalisation de nombreux établissements bancaires et dans le but de financer la reconstruction des pays (touchés par les guerres et en second lieu, les lois de 1967-1968 qui enclenchent véritablement le phénomène de bancarisation de masse de la population. La bancarisation de masse s'est vue développée en France comme dans quelques pays européens comme l'Angleterre, l'Italie, l'Espagne... par le fait de la densification des agences, sans

aucune autorisation préalable, dans une sorte de « course aux guichets » et la mensualisation des salaires qui se généralise et qui doivent obligatoirement être payés par chèque bancaire. Aussi, cette période est marquée par l'émergence de quelques produits bancaires comme le livret d'épargne des familles⁵³. Pour inciter les ménages à se bancariser et renforcer la relation de confiance entre les deux parties. Malgré le fait que quelques Etats en Europe ont affiché leur volonté de promotion de la relation bancaire, le développement de l'activité bancaire reste toutefois marqué par la prégnance de la morale ce qui peut sans doute expliquer les limites de la bancarisation de masse et de démocratisation optimale des services bancaires au sein des ménages.

A partir des années 1980, le secteur bancaire connaît une mutation qui se traduit par la libéralisation du secteur bancaire. Elle vise (en théorie) deux principaux objectifs ; le premier consiste à mettre fin à l'encadrement de crédit, ce qui va amener les banques de dépôt à s'engager dans les financements de plusieurs créneaux diversifiés et à lancer une prospection massive en direction des ménages en leur offrant toute sorte de prêts : crédits personnels, crédits revolving.

Quant au second objectif, sous l'effet de la concurrence et l'avènement de nouveaux acteurs de financement de l'économie (marchés financiers), de nouvelles politiques de marketing de services doivent impérativement s'imposer. Il s'agit alors de conquérir une nouvelle clientèle et préserver l'ancienne en la rentabilisant et en la fidélisant et ce, dans le but de réduire le coût et le risque. En gros, l'évolution de la bancarisation en Europe est mise en exergue pour montrer principalement le passage de la banque réservée plus ou moins à l'élite et la grande bourgeoisie qu'on appelle « relation sélective » à une logique d'expansion et de démocratisation des services bancaires qu'on peut appeler « bancarisation de masse ». La massification des services bancaires et financiers peut s'étendre à un concept de l'inclusion financière qui reflète directement l'implication des institutions financières susceptibles de fournir une panoplie de services bancaires et financiers à la population.

1.1 Niveaux de la bancarisation

Le degré de pénétration de services bancaires au sein de la population montre que le niveau de la bancarisation diffère néanmoins selon l'espace géographique étudié, c'est-à-dire que dans une région, plusieurs situations peuvent se manifester à partir des influences de l'environnement économique et social voire même politique d'un pays.

⁵³ 18 % des ménages ont un compte-chèques ou un livret bancaire en 1966, 62 % en 1972 et 92 % en 1984

La sous bancarisation est un phénomène qui peut toucher toutes les catégories de la population, en d'autres termes, toutes les couches sociales (bourgeoises, moyennes et pauvres). Cependant, ceci n'est pas toujours valable du moment où, historiquement et théoriquement, la grande bourgeoisie d'affaire (Gloukoviezoïff, 2005) était seule liée au monde bancaire. Mais pour soutenir la première idée, parfois, le comportement des personnes riches peut être indifférent à l'égard des banques. La sous bancarisation se définit, dans ce cas précis, comme la psychologie des individus vis-à-vis de l'argent « l'amour de l'argent » pour favoriser à posteriori la tendance à la thésaurisation refusant tout contact ou relation avec les banques. Nous pouvons conclure que même si la relation banques-riches existe, les prestations des services peuvent néanmoins être restreintes (ouverture de compte, retrait ou paiement), alors qu'il est évident que les banques ne souhaitent que d'être en relation avec ces personnes jugées plus rentables et solvables.

Mais en réalité, la sous bancarisation de la population est associée à la faible bancarisation. D'après les articles et les études effectués sur ce plan, une économie (ou une région) qui ne répond pas à la norme internationale indiquée est considérée comme « sous bancarisée ». La sous bancarisation de l'économie se définit par une faible emprise des institutions bancaires sur une population. Une économie est sous bancarisée dans le cas où le taux de couverture des services financiers et bancaires est insignifiant par rapport aux besoins de la population. L'auteur Gansinhoune A-J (2008) a intégré un autre indicateur appelé « marge de bancarisation » dont la formule d'estimation est la suivante :

Marge de bancarisation = 100% - taux actuel de bancarisation

Cette marge représente, pour lui, l'écart entre la situation de bancarisation complète (100%) et le taux actuel. Plus la marge est grande, plus le niveau de bancarisation est faible et inversement. En chiffres, les pays de l'UEMOA, enregistrent un taux de bancarisation de 3,02%, ce qui signifie que 96,8% de la population est sous bancarisée. Comme pour les pays de la CEMAC, 96,6%⁵⁴ de la population n'a pas accès aux services bancaires.

Or, dans les pays en développement ou pauvres, la sous bancarisation ou la faible bancarisation de l'économie est souvent expliquée par des facteurs géographiques et humains :

⁵⁴ La Banque Mondiale, 2008 sur la bancarisation dans les pays de l'UEMOA et de la CEMAC.

- Les facteurs géographiques : il est constaté que les agences bancaires et les prestataires de services desservent mal les régions rurales, mais sont souvent en expansion dans les milieux urbains⁵⁵ ;
- Les facteurs humains : sont liés à la situation des personnes à faibles revenus qui recourent au marché informel pour se satisfaire.

En clair, la sous bancarisation est un phénomène qui caractérise les pays pauvres et en développement en raison de leur forte croissance démographique et le retard de la technologie, qui rend difficile la couverture des besoins financiers des personnes.

Par contre, la non bancarisation est, à son tour, un phénomène qui se manifeste lorsqu'un individu n'est nullement en relation bancaire ou organisme assimilé, et ce pour plusieurs raisons liées autant à l'incapacité (financière, morale, ou géographique) qu'à l'exclusion bancaire. Ici alors, le besoin financier est souvent satisfait sur le marché informel (financement parallèle) où les potentialités monétaires et financières y sont également investies⁵⁶. Sur le plan macro, une région est qualifiée de non bancarisée lorsqu'elle est totalement dépourvue d'agences bancaires, prestataires de services financiers ou organismes assimilés. Dans cette situation, la population qui y réside est contrainte de se déplacer vers les régions limitrophes pour bénéficier des services bancaires mais en supportant certains des coûts de transaction (transport, fatigue, perte de temps considérables...). Il faut noter en outre que la non bancarisation caractérise généralement les régions classées comme sous développées, isolées et pauvres dont la situation économique et sociale de la population est défavorisée. D'autres pays qui souffrent de la mauvaise accessibilité bancaire et financière commencent à mettre en place des programmes cible qui s'appuient sur le « marché » des non bancarisés et ce, conformément aux recommandations de la Banque Mondiale. Mais au départ, pour explorer le potentiel d'un marché des produits et services pour les non bancarisés, il convient de mettre en avant deux questions sous-jacentes : **Pourquoi les banques ont exclu certaines catégories de leurs marchés-cibles (afin de savoir si elles peuvent changer de stratégie à cet égard) ?** Les non-bancarisés souhaitent-ils accéder aux services bancaires et financiers, malgré tout ? Il est clair que le phénomène de l'exclusion

⁵⁵ Crédit Municipal de Paris, « la bancarisation des nouveaux marchés urbains : expériences américaines », édition Economica. Paris 2004, p.4

⁵⁶ SAM Hocine, « Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie, cas de la wilaya de Tizi-Ouzou », mémoire Magister soutenu en 2010 à l'Université de Tizi Ouzou, sous la direction du Professeur BOUZAR Chabha de l'Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou
1768-5958. Revue Cairn Info. Consultée à la bibliothèque de Paris Dauphine, décembre 2013.

bancaire (chapitre II) est a priori dû à un ensemble de difficultés bancaires auxquelles sont confrontées les personnes vivant dans l'isolation et la précarité. Alors, leur situation sociale est parfois à l'origine de leur mise à l'écart du marché. D'autre part, il s'agit de quantifier les individus présentant d'énormes potentialités malgré leur statut de « non bancarisés » et identifier leur attitude sur les besoins et les consommations bancaires vis-à-vis des prestataires. Le but de poser la deuxième question consiste à éliminer (à cette catégorie) les mauvaises pratiques (recours à l'informel, utilisation abusive du cash, évasion fiscale, activités non réglementées...).

Par ailleurs, les auteurs comme Assadi et Cudi⁵⁷ considèrent la non-bancarisation comme une situation où des consommateurs potentiels n'ont pas accès aux services financiers de base, tels que le compte bancaire, le compte chèque ou le compte épargne et ne peuvent corrélativement accéder à un crédit à taux normal (Geach, 2007 ; Caskey, 2002 ; Carbo et al. 2007 ; Panigyrakis et al., 2002 ; Kempson et al., 2000 ; Anderson, 2006). La situation en chiffres montre qu'environ 2,5 milliards d'adultes dans le monde n'auraient pas accès aux services financiers traditionnels soit 53% de la population mondiale (Chaia et al., 2009). De même, les consommateurs potentiels peuvent être touchés par l'inaccessibilité aux services bancaires pour des raisons de manque de proximité des banques, fermetures de certaines agences existantes, conditions requises pour accéder aux services, coûts trop élevés des services de base, ciblage marketing des consommateurs les plus rentables. Cet environnement contraignant pousse parfois la frange des bancarisés à l'auto-exclusion.⁵⁸

a. Distinguer entre la surbancarisation et la multibancarisation

Une économie dite surbancarisée n'implique pas nécessairement qu'elle soit multibancarisée. Car le premier concept est utilisé pour une région ou pays, tandis que le second concept concerne les personnes ou la clientèle bancaire. La surbancarisation de l'économie désigne l'excès du réseau d'agences bancaires sur un territoire donné. A titre d'exemple, la densité du réseau bancaire en France est estimée à une agence bancaire pour 4000 habitants, en Suisse à une agence pour 2000 habitants et en Allemagne à une agence pour 1750 habitants. Le phénomène de surbancarisation est le résultat d'une évolution marquée par les mutations financières et le développement de la concurrence, il se caractérise par un surdimensionnement des réseaux ; un surinvestissement en infrastructures bancaires et

⁵⁷ Djamchid ASSADI et Anaïs CUDI (2011), « Le potentiel d'inclusion financière du "Mobile Banking". Une étude exploratoire » - Management Prospective Ed. | Management & Avenir 2011/6 - n° 46 pages 227 à 243 ISSN

⁵⁸ Idem-P.234

la sous productivité des guichets bancaires, qui résultent de la déréglementation et la concurrence par les prix.

Tandis que la surbanclarisation est placée comme un indicateur de surcapacité bancaire reflétant un excès d'offre durable de services bancaires et financiers par rapport à la demande (contraction de la demande des produits bancaires traditionnels qui accompagne la libéralisation financière), l'état de la multibanclarisation, quant à lui, se définit « comme le recours d'un client de la banque à plusieurs acteurs financiers fournissant les services financiers »⁵⁹. L'auteur Gouillard.G⁶⁰ considère que l'apparition de ce phénomène est intervenue avec l'avènement des nouveaux acteurs financiers sur la place financière nationale comme les banques étrangères, la grande distribution, les compagnies d'assurance, la banque postale, les maisons de courtage, les fonds de placement... Comprendons qu'à partir de cet éclairage, la banclarisation est un volet indissociable de la politique d'inclusion bancaire, voire même financière des populations. Toutefois, les programmes de l'inclusion bancaire, comme nous l'avons mentionné précédemment, visent et ciblent les populations fragilisées par la situation sociale (chômage, pauvreté,) et financière (revenus modestes, surendettement,).

b. La banclarisation, synonyme d'une relation fondée sur la qualité et complexité⁶¹

La relation bancaire n'est pas restreinte à un simple contact ou une prestation de services, elle peut s'étendre jusqu'à ce que le client joue un rôle de collaborateur dans la prestation de services. En d'autres termes, pour que cette prestation soit de qualité, d'une part, les interactions entre le banquier et son client sont nécessaires et que, d'autre part, le contexte économique et social (contraintes organisationnelles de la banque, influence de la communauté, etc.) n'entrave pas le développement de leur coopération, Pour que cette coopération soit réussie ou complète, le client, étant un acteur qui participe pleinement à la définition de la prestation (Gloukoviezoff, 2005), doit fournir des informations sur lui-même et son ou ses projets, la gestion de ses avoirs et de l'utilisation qu'il fait des services bancaires mis à sa disposition. Le client est donc un acteur à part entière de la prestation de services bancaires depuis sa conception jusqu'à sa réalisation.

Aussi, cette collaboration est nécessaire pour permettre sa personnalisation et pour parvenir à réduire l'incertitude inhérente à sa singularité. C'est donc la coproduction de la prestation

⁵⁹ GOUILLARD G. « les nouveaux enjeux de la multibanclarisation », Guide-conseil, 2005, p.18

⁶⁰ idem. p.19

⁶¹ SAM Hocine « l'inclusion financière de la population algérienne », Edition université européenne, 2018, P16

qui en assure la qualité. On comprend alors l'importance de la personnalisation du traitement des clients. Face à une clientèle nombreuse et hétérogène, les banques font face à une double contrainte : servir le plus de clients possibles au moindre coût en leur offrant une prestation personnalisée.

Traditionnellement, la relation bancaire était une relation basée sur deux éléments fondamentaux ; le premier est celui par lequel le banquier cherche à augmenter sa rentabilité tout en se souciant sur deux paramètres à savoir le risque et la confiance. Tandis que le second, concerne le client, ce dernier cherche un banquier qui sera juste à son écoute pour répondre favorablement à ses besoins bancaires (ouverture de compte, fourniture de moyens de paiements, livret d'épargne ou du moins quelques conseils).

Dans le contexte actuel, et dans le cadre de l'élargissement de la politique du marketing bancaire, nous assistons à l'introduction en force de la fonction commerciale et la mise en œuvre de la segmentation de la clientèle afin de différencier les prestations proposées selon les catégories de clients. C'est une relation commerciale objectivée où la connaissance réciproque est remplacée par une connaissance informatisée des clients : scores, notes, segments.

Cette évolution est permise par les progrès de l'informatique et la conception des « systèmes d'information marketing » (SIM) qui relient entre elles les différentes informations dont dispose la banque sur un client et les associent à celles relatives à d'autres. À partir de là, les SIM permettent d'inférer les comportements, les besoins et les probabilités de défaillance du client.

Ils autorisent ainsi la sélection, la segmentation et dès lors, la proposition d'une offre standard adaptée à ce profil.

➤ **Complexité de la relation bancaire entre l'élément confiance et ambiguïtés**

Pour essayer de comprendre la raison de la complexité de la relation bancaire, il est impératif de poser quelques questions qui nous renvoient à l'origine sociale, l'activité professionnelle ou la situation patrimoniale du client. Le rapport à la banque semble souvent équivoque, ce qui dénote un curieux mélange de confiance et de défiance. En effet, en matière de confiance, les choses se gâtent singulièrement lorsqu'on s'intéresse aux opinions, aux attitudes ainsi qu'aux argumentations qui renvoient aux représentations de la banque comme activité et comme métier. Ces représentations et ces attitudes sont façonnées par un héritage

culturel qui a été marqué par une méfiance et une certaine hostilité à l'égard du métier de la banque, voire aux relations marchandes reposant sur le commerce de l'argent.⁶²

Il est également admis que le rapport à la banque repose sur des formes de connaissances qui déterminent la manière dont les individus comprennent l'activité bancaire, ses fonctions ainsi que ses mécanismes. D'après F. Cusin (la relation bancaire en question, 2006), l'univers bancaire est assez souvent jugé opaque, complexe, abstrait aux règles qui paraissent parfois particulièrement arbitraires. Ajoutons à cela, la diversité et la complexité de certains produits bancaires. En effet, si certains banquiers sont spécialistes, voire experts en produits traditionnels (épargne, formule de crédit), il faut dire que le reste ne parvient pas toujours à maîtriser l'offre bancaire moderne adaptée à la nouvelle technologie, notamment dans les innovations financières.

➤ **L'influence de la relation : le risque ou l'incertitude ?**

Sans détailler ce point, si la relation bancaire est influencée par le risque et l'incertitude, les auteurs comme Franck Knight en 1921 distinguent entre les deux notions. Le risque est mesurable par une probabilité « objective », alors que l'incertitude correspond à des situations non mesurables, et donc à une probabilité « subjective ». De même, le risque peut faire l'objet d'un calcul, alors qu'en situation d'incertitude, il est seulement possible de recourir à un spécialiste qui propose un jugement, fruit de son expérience. L'activité de crédit est dite risquée car elle est fondée principalement sur l'incertitude. Ce qui laisse dire que l'engagement de financer d'un tel ou tel projet s'associe systématiquement à la notion du temps « futur », obligeant à cet effet le banquier à anticiper sur l'avenir et à en prendre des précautions sur d'éventuelles défaillances. Ce qui est sûr, c'est qu'il est impossible de calculer objectivement le pourcentage de chance de réussite d'un projet, les banques devraient donc faire appel à un spécialiste. Cependant, tel n'est pas le cas dans la mesure où il est possible de traiter l'incertitude comme un risque par la consolidation : il s'agit alors de rapprocher un grand nombre de situations similaires (par exemple les expériences passées de prêts avec des clients présentant des caractéristiques semblables) et de mesurer les probabilités d'évolutions vers telle ou telle direction.

Au niveau bancaire, la spécialisation est nécessaire pour les prêts aux entreprises : la constitution de groupes aux caractéristiques similaires est plus difficile dans ce cas que dans celui des particuliers. Ces derniers sont plus facilement typifiés, par exemple avec la

⁶² CUSIN 2006 « relation bancaire en question », rapport du Centre du Walras p.252.

technique du scoring. Cette technique est rapide et permet, en outre, de ne pas avoir besoin de spécialisation, donc d'experts.

2. Comprendre le processus d'inclusion bancaire

2.1 Définition de l'inclusion financière :

On entend par inclusion financière, la disponibilité et l'utilisation de tous les services financiers par les différents segments de la société dont les institutions et les particuliers, surtout ceux qui sont marginalisés, à travers les canaux officiels, notamment les comptes courants et d'épargne, les services de paiement et de transferts, les services d'assurance, les services de financement et de crédit et des innovations des services financiers plus adaptés avec des prix compétitifs et raisonnables. Elle œuvre aussi à la protection des droits des consommateurs de services financiers en les soutenant afin qu'ils puissent assurer correctement la bonne gestion de leurs fonds et leurs épargnes pour éviter que certains consommateurs recourent à des canaux et outils informels, non soumis à aucun contrôle des organes de supervision et qui pratiquent des prix relativement élevés induisant la non satisfaction des besoins en services financiers et bancaires par ces canaux. L'inclusion financière est mesurée par la disponibilité en termes d'offre des services financiers et par leurs utilisations en termes de demande, ainsi que par la qualité de ces services.⁶³

2.2 L'importance de l'inclusion financière :

L'inclusion financière est devenue le centre d'intérêt de nombreux gouvernements et régulateurs financiers, en particulier les banques centrales. Il est ainsi prouvé l'existence d'une relation étroite entre l'inclusion financière, la stabilité financière et la croissance économique. Il est difficile de concevoir une durabilité de la stabilité financière alors qu'une grande partie de la population et d'entreprises demeure financièrement exclue du système économique. L'inclusion financière favorise la concurrence entre les institutions financières en travaillant sur la diversité et la qualité de leurs produits afin d'attirer le plus grand nombre de clients et de transactions, et l'entrée dans la légalité de certains canaux informels.

Sur un autre plan, l'inclusion financière se décline sur le plan social en portant un intérêt accru pour les populations à faible revenu, en accordant une attention particulière aux femmes, à l'accessibilité des particuliers, des petites, moyennes et micro entreprises et leur intégration dans le secteur financier officiel à travers l'offre de services financiers, en les rendant

⁶³ www.bank-of-algeria.dz site consulté le 03/08/2022 à 10h50

disponibles pour les catégories marginalisées, dans un souci d'intérêt public de création d'emplois, ce qui contribue à la croissance économique et donc à la réduction de la pauvreté, à l'amélioration de la répartition des revenus, et à l'augmentation du niveau de vie.⁶⁴

2.3 Garantir l'accès au compte et autres services financiers :

Tout le monde s'accorde à dire que l'accès au compte et aux services dépend des besoins de chaque individu, c'est-à-dire son comportement psychologique vis-à-vis des institutions financières formelles ainsi que sa volonté dans l'intégration bancaire et financière, qui se traduit logiquement par une insertion sociale, économique et professionnelle. Dans tous les pays au monde, l'ouverture d'un compte bancaire constitue, théoriquement, un droit absolu pour tous les citoyens, quel que soit leur statut, situation ou le motif de l'ouverture. Cependant, la banque peut refuser l'ouverture d'un compte sans avoir à donner les raisons de sa décision⁶⁵. Elle doit, tout de même, sur demande écrite du demandeur, remettre gratuitement « une attestation de refus » d'ouverture de compte. Il s'agit d'un modèle de lettre commun à toutes les banques⁶⁶.

Ceci dit, la procédure du droit au compte bancaire signifie que toute personne physique résidant ou non dans un pays d'origine qui ne parvient pas à ouvrir un compte (par refus), peut demander à la Banque Centrale de lui désigner la banque qui va lui ouvrir un compte de dépôt.

- Instaurer un service bancaire de base : le service de base est généralement mis en place après la négociation entre les pouvoirs publics, les établissements bancaires et les associations de consommateurs pour permettre aux personnes les plus démunies, notamment les bénéficiaires des minima sociaux, qui éprouvent des difficultés à trouver un établissement bancaire, s'adresser directement à la Banque Centrale qui désigne un établissement tenu de leur fournir les prestations de base. Généralement, ces prestations contiennent les services suivants :

- L'ouverture, la tenue et la clôture du compte ;
- Un changement d'adresse par an ;
- La délivrance à la demande de relevés d'identité bancaire ou postale ;

⁶⁴ www.bank-of-algeria.dz site consulté le 03/08/2022 à 10h50

⁶⁵ Dans la pratique, si des incidents concernant un compte clos sont toujours en cours dans les fichiers de la Banque Centrale (chèque sans provision ou incident de remboursement de crédit par exemple), il peut être difficile d'ouvrir un compte avec un chéquier et une autorisation de découvert.

⁶⁶ Ce document comprend toutes les informations nécessaires pour pouvoir bénéficier de la procédure du droit au compte, c'est-à-dire la désignation d'office par la Banque Centrale d'une banque qui devra, dans les conditions prévues par la loi, ouvrir un compte de dépôt.

La domiciliation de virements bancaires ou postaux ;

- L'envoi mensuel d'un relevé des opérations effectuées sur le compte ;

Les dépôts et retraits d'espèces au guichet de l'organisme teneur de compte ;

- Les paiements par prélèvement, titre interbancaire de paiement ou virement postal ;

- Des moyens de consultation à distance du solde du compte ;

- Une carte de paiement à autorisation systématique, si l'établissement est en mesure de la délivrer, ou à défaut, une carte de retrait autorisant des retraits hebdomadaires sur les distributeurs de billets de l'établissement de crédit ;

Deux formules de chèque de banque par mois ou moyens équivalents offrant les mêmes Services. Tous ces services sont gratuits, sans contrepartie financière de la part du client, mais ils sont limités aux bénéficiaires du « droit au compte ». Ces personnes sont celle qui se sont vu refuser l'ouverture de compte dans un établissement. Il est à noter que la loi sur prestation de service de base diffère d'un pays à l'autre. En Belgique, ce n'est que depuis 2003 que les banques sont obligées de proposer un service bancaire de base. Il consiste à proposer à tout client qui en ferait la demande un minimum de services bancaires à tarif réduit, dont le compte à vue et la possibilité d'effectuer des virements. Avant cette loi, une banque pouvait refuser un client sans devoir s'en expliquer. En Europe, selon le rapport du Réseau du financement Alternatif, le niveau de l'inclusion financière en Belgique est relativement élevé, mais elle est encore lacunaire dans d'autres pays européens.

Néanmoins, il convient de noter que dans une société qui se financiarise de plus en plus, l'accès au compte ne suffit pas pour être qualifié de « financièrement inclus », les niveaux d'inclusion tels qu'ils sont clairement définis dans le rapport de la Commission Européenne Sont les suivants :

- Les personnes « non bancarisées » sont celles qui n'ont pas de banque du tout ;
- Les personnes « faiblement bancarisées » sont celles qui disposent d'un compte de dépôt n'ayant pas de facilités de paiement électronique, ni de carte de paiement, ni de chéquier. Il peut également s'agir de personnes qui disposent de ces facilités mais n'en font pas ou presque pas usage ;
- Les personnes « totalement bancarisées » sont celles qui ont accès à une vaste gamme de Services bancaires et financiers adaptés à leurs besoins et à leur statut socioéconomique.

2.4 Accès aux services financiers⁶⁷ :

La question d'accessibilité au compte des personnes défavorisées et en situation de pauvreté extrême devient de plus en plus une contrainte majeure d'autant plus que dans ce contexte de financiarisation des sociétés notamment en Europe et moyennement en Afrique et en Asie, elle devient indispensable à la vie quotidienne dès lors qu'elle permet de sécuriser les paiements des allocations, et minima sociaux et la facilité à la réinsertion sur le marché du travail et donc à la société. Soucieux et conscients de ces contraintes, de nombreux pays notamment en France qui se sont dotés d'un dispositif de droit au compte permettant de garantir aux personnes exclues du système bancaire formel d'accéder à un panier gratuit des services bancaires de base⁶⁸ conformément à l'article D312-5 du code monétaire et financier⁶⁹. Ce dispositif de droit au compte et aux services de base a, selon le rapport annuel de l'Observatoire de l'inclusion bancaire (2015), renforcé l'accessibilité bancaire des personnes pauvres et contribué à l'amélioration de leurs conditions de vie.

Effectivement, le Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF) réalisé en 2013 montre que le taux de bancarisation en France est supérieur à 99%⁴¹ **Qui sont alors les sous bancarisés ou les non bancarisés ?** En dépit de ces chiffres performants, la France, à l'instar des pays potentiellement bancarisés, s'inscrit continuellement dans la politique de la promotion de l'inclusion bancaire et financière des populations du fait de subsistance du phénomène des exclusions bancaires. Dans le rapport annuel sur l'inclusion bancaire publié par la Banque de France en 2015⁷⁰, les questions ayant trait à l'accès aux services bancaires et à l'usage de ces services par les populations les plus fragiles ont une dimension globale qui justifie la mobilisation internationale engagée ces dernières années. L'ampleur et l'impact de l'exclusion financière amènent les gouvernements de plusieurs pays et les instances internationales habilitées à mobiliser de multiples acteurs afin d'élaborer un cadre juridique et réglementaire ambitieux. Dans le cadre des instances internationales, la promotion de l'accès des populations aux services financiers et en particulier l'action en faveur de l'inclusion

⁶⁷ On parle des services financiers mais il s'agit aussi en plus des services d'assurance, crédit et épargne, des services bancaires offerts par les banques.

⁶⁸ Le dispositif existant en matière d'accès aux services bancaires de base repose principalement sur deux piliers : le droit au compte et les services bancaires de base. Notons que l'exemple Français peut être illustré dans l'article L312-1 code monétaire et financier établissant un droit au compte qui permet à toute personne physique ou morale domiciliée en France, dépourvue d'un compte de dépôt, d'obtenir l'ouverture d'un tel compte dans un établissement de crédit. Personne à qui une agence bancaire refuse l'ouverture d'un compte droit s'adresser à la Banque de France qui désigne dans un délai de 24h un établissement à laquelle obligation est faite de lui ouvrir un compte de dépôt.

⁶⁹ Les services bancaires de base comprennent la tenue du compte de dépôt, les moyens de paiement et des moyens d'information du client. Notons également que ces services sont fournis gratuitement à toute personne bénéficiant de la procédure du droit au compte.

⁷⁰ Rapport annuel de l'Observatoire de l'inclusion bancaire- Banque de France-2015.

bancaire et financière est devenue depuis 2009 une priorité de la communauté internationale. Soulignons que l'inscription de ce thème à l'agenda des réunions internationales auxquelles participent les ministres des finances et les gouverneurs des Banques Centrales traduit effectivement une volonté partagée de mobilisation des autorités monétaires en faveur du développement et de la lutte contre la pauvreté par le biais de la consolidation des systèmes financiers accessibles pour tous⁷¹.

Les travaux du G20 sur la question de l'inclusion bancaire dénotent l'attention particulière accordée à ce sujet. En effet, il en fixe l'agenda et coordonne l'action des institutions financières internationales à atteindre les objectifs définis par la communauté internationale en mettant l'accent (travaux de 2016) sur les effets de l'innovation technologique (internet/téléphonie) sur le développement de l'accessibilité financière des populations les plus reculées, marginalisées et exclues.

Disposant d'un rôle clef dans l'établissement du diagnostic et le suivi de l'objectif affiché afin de permettre un accès universel aux services financiers, la Banque Mondiale, dans ses différents rapports, recommandent aussi aux pays en développement la nécessité de promouvoir les secteurs financiers formels et la bancarisation de masse pour l'ensemble des populations. Par ailleurs, à travers son rôle de définition des standards financiers, la Banque des règlements internationaux (BRI) œuvre aussi dans la finance pour tous et conjugue ses efforts en faveur de cette priorité partagée.

Clairement, la problématique de l'accès au compte et aux services financiers impactant négativement le niveau de l'inclusion financière constitue désormais une des priorités des réformes défendues par les institutions financières internationales.

Dans de nombreux travaux internationaux, l'inclusion financière est définie de manière large comme la capacité à avoir accès aux services financiers et à les utiliser. Cette définition inévitablement générale induit des différences nationales majeures résultant de la diversité des situations et des environnements locaux. La Banque Mondiale dans son rapport (2014)⁷² sur le développement consacré à l'inclusion bancaire reconnaît que l'inclusion financière présente de multiples dimensions.

⁷¹ Le rapport de la Banque Mondiale (2015) enregistre que 2 milliards d'adultes habitant les pays en développement n'ont pas accès aux services financiers de base.

⁷² Rapport de la Banque Mondiale, (2014) « Financial inclusion : importance, Key facts, and drivers », Global Financial development

Elle couvre un champ qui va de l'accès au compte bancaire, puis des services bancaires au crédit et à l'épargne. A noter que le champ de l'inclusion financière concerne les populations comme les ménages et les petites entreprises et varie sensiblement d'un pays à l'autre. Dans son rapport 2015, l'Observatoire National sur l'Inclusion Bancaire a adopté une définition et des éléments de contexte fondés sur les travaux de son conseil scientifique qui associe les établissements de crédit, des associations, des personnalités académiques et des représentants des autorités. A partir de là, l'inclusion bancaire répond à deux objectifs essentiels : elle participe au processus d'inclusion dans la vie économique et sociale, d'une part, et permet à une personne physique d'accéder durablement à des produits et services bancaires adaptés à ses besoins non professionnels et de les utiliser, d'autre part. (Rapport de l'Observatoire de l'inclusion bancaire 2015-France).

Premièrement, l'intégration à la vie économique et sociale est un objectif qui recouvre de multiples dimensions, dont l'inclusion bancaire ; cette dernière suppose d'analyser l'accès des individus aux produits et services financiers au sein d'une société et d'un environnement économique, culturel et social.

Deuxièmement, l'inclusion bancaire suppose une accessibilité durable aux produits et services bancaires dans la mesure où toute personne physique, conformément à la réglementation bancaire et financière, a le droit d'accéder à un compte bancaire pour domicilier notamment des virements et des prélèvements et utiliser la gamme de produits bancaires d'épargne et de crédit. Cette possibilité donne l'accès également à une offre spécifique réglementée à destination des clientèles en situation de fragilité financière si elle satisfait aux critères d'éligibilité.

Quant à la question de l'adaptation des services bancaires aux besoins (non professionnels) de la population et de leur utilisation, il est intéressant de préciser que les produits et services bancaires ne peuvent être considérés comme adaptés aux clients fragiles que lorsque leurs caractéristiques, leurs coûts et les conditions de leur offre n'entraînent pas des difficultés particulières d'accès et/ou d'utilisation pour les populations concernées. Ce faisant, toute personne bénéficiaire désormais des services doit pouvoir s'informer sur la qualité de ceux-ci, leurs coûts et leurs risques et ce pour pouvoir effectuer un choix judicieux, raisonné et de s'assurer le bon usage des produits conformément à son profil social et économique. En plus, les banquiers ont un rôle crucial dans l'éducation financière des populations en situation de fragilité.

3. Les Obstacles de l'inclusion financière :

Les services financiers proposés en e-Banking peuvent aider les personnes pauvres du monde entier à prospérer. Avec un accès aux prêts, à l'épargne et à l'assurance, Ils sont mieux à même de gérer les risques, d'économiser de l'argent pour les urgences et d'investir dans l'éducation ou les opportunités commerciales néanmoins. Il existe certains obstacles pour différents cas :

3.1 L'inclusion financière des retraités :

Les retraités représentent une catégorie de personne qui disposent toujours d'un ou de plusieurs comptes bancaires comme un compte épargne pour épargner leurs argents mais aussi d'un compte cheque pour la réception des pensions et beaucoup d'autres compte selon le besoin de la personne, nous pouvons donc dire qu'ils sont multi bancarisé. Toutefois il existe des services ou opérations qui ne sont de moins en moins demandés par les retraités ou personnes âgées ce sont les crédits, les personnes âgées sont généralement attachées à la monnaie fiduciaire et ont du mal à ce détaché ils ont tendance à régler leurs achats en espèce.

3.2 L'inclusion financière des personnes en chômage :

Nous sous-entendons par cette catégorie de personne les étudiants sans emploi, fraîchement diplômé les personnes licenciées, personne en plein formation, les femmes au foyer, autrement dit toute personne n'exerçant pas d'activité. L'inclusion financière de cette catégorie de personne est plus délicate contrairement aux autres, ces personnes se rapproche des banques pour octroyer des crédits pour entreprendre des projets ou la création d'un compte courant et ont généralement recours qu'à la monnaie fiduciaire (monnaie et billet).

3.3 l'inclusion financière de l'homme par rapport à la femme :

Cet écart est généralement dû au fait que l'homme a généralement tendance à se charger des décisions financières du foyer mais ceci n'exclus pas la femme.

Les femmes non bancarisées dont l'accès au compte est absent, n'utilisent la monnaie fiduciaire (liquide) pour régler leurs achats quotidiens. D'après les entretiens effectués, 2/3 de femmes ne s'intéressent nullement aux autres « supports de paiement » autre que le liquide. Bien entendu, les femmes ayant un compte peuvent bénéficier de moyens de paiement (chèque, carte...), et malgré cela, l'utilisation est réservée essentiellement au retrait d'argent : la culture de règlement par chèque n'est pas très développée tant au niveau régional qu'au niveau national.

La population féminine est la moins incluse financièrement, et en particulier les femmes inactives et inoccupées (femmes au foyer) ont taux de bancarisation très faible. D'après notre enquête, 72% d'entre elles n'ont aucune relation avec la banque, 11% ont un compte en Poste (CCP) pour les besoins de retraite. En revanche, les femmes actives sont les plus bancarisées avec un taux supérieur à 43%, mais ce taux reste inférieur de 6 points à celui des hommes.⁷³

3.4 Le niveau des revenus :

Les besoins en matière de services bancaire et financier notamment les services proposés en ligne grâce à l'e-Banking ne sont pas demandé par les personnes qui ne sont pas en activité car ils ne ressentent pas de besoin. Néanmoins ceci n'inclus pas toutes les personnes car il existe tout de même des demandes de service bancaire. Les personnes précaires peuvent être intéressées par les services micro-épargne, donc la capacité financière de l'individu impacte sur la demande des services en e-Banking bien qu'il existe tout type de service destiné à toute catégorie de personne.

3.5 L'emplacement géographique de la population

Il existe des populations qui demeurent dans les zones dépourvues du réseau bancaire et financier dans l'accessibilité financière, cette population fait généralement face à des difficultés à cause du manque de réseau internet, ce qui représente un handicap du fait que le e-Banking peut être plus bénéfique pour ce type de cas car il permet au client d'éviter les déplacements aux agences bancaires.

En temps normal, les zones urbaines et les zones assez peuplées présentent un meilleur niveau d'accès aux agences bancaires, les personnes habitants dans ces zones semblent plutôt avoir un meilleur accès aux guichets des banques ou guichet automatique qui semble plutôt lié à la mobilité des personnes grâce à une réelle proximité des agences, en outre ces même personne sont attiré par les services proposer en e-Banking car ceci empêche d'éventuelle déplacement chose qui pourrait arranger la société.

L'écart de l'inclusion bancaire peut être significatif entre la population urbaine et rurale. Cette dernière est moins bancarisée en termes de réseau d'agences, l'insuffisance du réseau de proximité dans les milieux ruraux et isolés accentue l'illettrisme financier de la population. En

⁷³ SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

effet, 3/5 de la population isolée n'a pas de culture bancaire et financière du fait de l'absence de campagnes de communication et d'information sur les produits et services bancaires.⁷⁴

3.6 Le degré d'instruction et le d'éducation de la population

Il est important de préciser qu'il existe un lien entre le niveau d'alphabétisation des personnes ou client et le niveau d'adhésion aux services bancaire classique en agence ou en e-Banking ceci est dû au manque de connaissance ou de maîtrise des concepts financiers donc une difficulté à remplir un contrat ou des documents complexe qui seront non compris ou les procédures faites en ligne pour tous types d'opérations. Ce qui les induit généralement à passer à coter de certaines offres très importante, des produits assez intéressants, ou faire de mauvais choix par rapport aux produits qui pourrait correspondre à leurs besoins ce qui risque d'entraîner le client à un risque de fraude ou vol.

Section 2 : Approche théorique sur le E-Banking

L'e-Banking est le canal le plus récent de prestation de services bancaires. Avec le développement d'Internet et le World Wide Web (www) dans la seconde moitié des années 1990, les banques utilisent de plus en plus les canaux électroniques pour recevoir des instructions et offre les produits et services à leurs clients. Cette forme de la banque est généralement appelée e-Banking ou banque d'Internet, bien que la gamme des produits et services fournis par les banques sur le canal électronique varie considérablement dans le contenu, la capacité et la sophistication.⁷⁵

1. Définition d'e-Banking :

La définition de l'e-Banking, contraction de « électronique Banking », varie fortement d'un auteur à l'autre et suivant les sources consultées. L'e-Banking est un service fourni par plusieurs banques, il permet aux clients de mener des transactions bancaires à travers l'Internet en utilisant un PC, mobiles, minitel, etc.⁷⁶ C'est établissement bancaire qui peut gérer de l'argent d'un moyen électronique et qui permet en accédant à son site Web, d'effectuer des opérations bancaires à partir d'un ordinateur. C'est une banque virtuelle qui

⁷⁴ SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

⁷⁵ BOUCHELIT Rym, thèse : « les perspectives D'E-Banking dans la stratégie E-Algérie (2013) » p 63

⁷⁶ http://www.irec.net/upload/File/memoires_et_theses/428.pdf. p.22

Chapitre II : Inclusion financière par la technologie d'information et de communication

permet au client, entre autres, de vérifier le solde de son compte, de faire des virements, de régler des factures et de commander des chèques.⁷⁷

La banque électronique peut également être définie comme une variété de plates-formes suivantes :⁷⁸

- Services bancaires par Internet (ou banque en ligne).
- Services bancaires par téléphone.
- La banque par la télévision.
- Pc Banking (ou hors banque)
- Canal ATM (l'Automated Teller Machine).

Stamoulis (1994) définit l'e-Banking comme un canal de distribution et de livraison des services financiers par voie de communication multimédia, d'une façon globale et moins coûteuse. Diniz (1997) qualifie quant à lui 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.⁷⁹

Le Département for International Development (DFID) définit la banque à distance comme la prestation de services financiers en dehors du réseau d'agence bancaire traditionnel reposant sur les Technologies de l'Information et de la Communication et recourant à des détaillants non bancaires, en passant par exemple par des réseaux de cartes de paiement ou de téléphone mobile. Le Federal Financial Institution Examinations Council (2003) FFIEC définit l'E-Banking comme une livraison automatisée de produits et de services traditionnels et nouvelles destinées aux clients, par voie de transmission électronique interactive. Les opérations bancaires électroniques incluent les systèmes qui permettent aux clients, individus et entreprises d'accéder à leurs comptes, de traiter leurs affaires et d'obtenir de l'information sur les produits et services financiers.

La banque à distance peut être définie comme « toute activité bancaire destinée à un client ou à un prospect, se déroulant à partir d'un point de service électronique et utilisant un

⁷⁷ Office québécois de la langue française, « Le grand dictionnaire terminologique »

⁷⁸ MahdiS et Mehrdad A. "E-Banking in Emerging Economy : Empirical Evidence of Iran", International Journal of Economics and Finance, Vol.2, N° 1", (2010), p.201.209.

⁷⁹ <http://www.archipel.uqam.ca/4116/1/M12109.pdf>.p.29

système de télécommunication tel que le réseau téléphonique, la Télévision Par Satellite TPS le Minitel ou Internet ».⁸⁰

2. Présentation d'E-Banking

L'E-Banking ou encore le (Inter) net Banking, Web Banking ou Online Banking signifie « La banque sur Internet ». Tous ces termes désignent l'utilisation de l'Internet par une institution financière en vue d'offrir à ses clients une gamme de services bancaires plus ou moins larges, allant de la simple vitrine commerciale à la gestion à distance de transactions financières. E-Banking ou banque électronique désigne donc le fait de se servir d'un outil électronique, comme l'ordinateur, pour effectuer les différentes transactions bancaires.

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, etc. Les possibilités sont nombreuses et permettent d'économiser beaucoup de temps aux gens qui utilisent ces services.

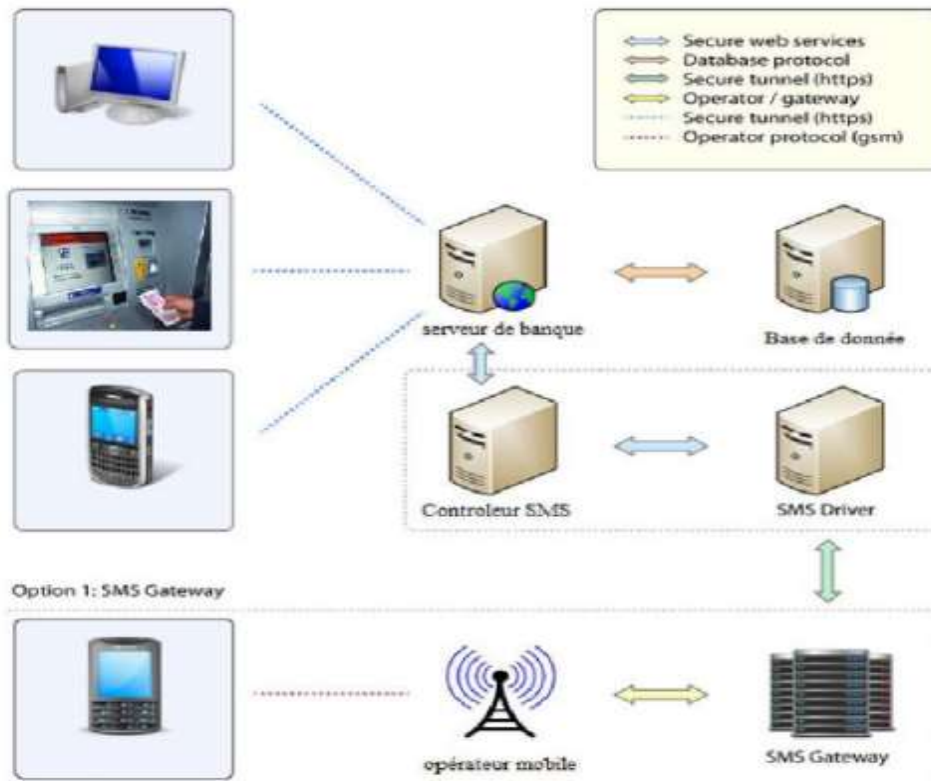
Parmi les services d'E-Banking :

- L'Internet Banking.
- Le guichet Automatique Bancaire (GAB).
- Le Mobile Banking
- Le WAP Banking
- Le SMS Banking

⁸⁰ [Http://: www.google.com/banqueà distance.](http://www.google.com/banqueàdistance)

La figure suivante montre les services d'E-Banking

Figure 1 : Architecture générale d'E-Banking



2.1 Les services E-Banking

2.1.1 L'internet Banking⁸¹

Est un système permettant aux individus d'exercer des activités bancaires à la maison, via internet. Certaines banques en ligne sont des banques traditionnelles, qui offrent également des services bancaires en ligne, alors que d'autres sont en ligne n'ont aucune présence physique.

Les services bancaires en ligne, par l'intermédiaire de banques traditionnelles permettent aux clients d'effectuer des transactions de tous les courants, tels que les transferts de comptes, demandes de solde, paiement de factures et demandes d'arrêt de paiement, et certaines banques offrent même des demandes de prêt et de carte de crédit en ligne.

Quelques banques en ligne mettent à jour les informations en temps réel, tandis que d'autres le font tous les jours.

⁸¹ Jun. M, Cai. S ' , "The Key déterminants of Internet Banking service quality: à content analysis", Internet Journal of Banking Marketing, Vol.19, No 7, (2001), p.276. 291.

2.1.2 Guichet Automatique Bancaire (GAB)

Est un automate permettant au détenteur d'une carte bancaire d'effectuer de nombreuses opérations sans intervention du personnel de sa banque et ce 24 H sur 24 H. L'utilisation d'un GAB permet aux clients de l'établissement propriétaire du GAB, notamment, d'effectuer les opérations suivantes : consultation de solde, demande de RIB, demande de chèquiers, virement de compte à compte au sein de la banque, remise de chèques, versement d'espèces, retrait d'espèces. Les GAB font aussi fonction de distributeurs de billets (DAB) pour l'ensemble des porteurs de cartes acceptées par l'appareil.⁸²

Figure 2 : Exemple d'un GAB



2.1.3 Le 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 qui est très fortement répandu ces dernières années, pour :

- Faciliter l'accès aux services bancaires ;

⁸² OBarnes S.J, and Corbitt, B « Mobile banking: concept and potential », International Journal of Mobile Communications, Vol.1, No .3, (2003), p.273-288.

- Diversifier et améliorer l'offre de services bancaires auprès de la clientèle ;
- Réduire les coûts de transaction pour les clients dans les zones éloignées ;

Le Mobile Banking réunit les 2 applications 'SMS Banking' et 'WAP Banking' :⁸³

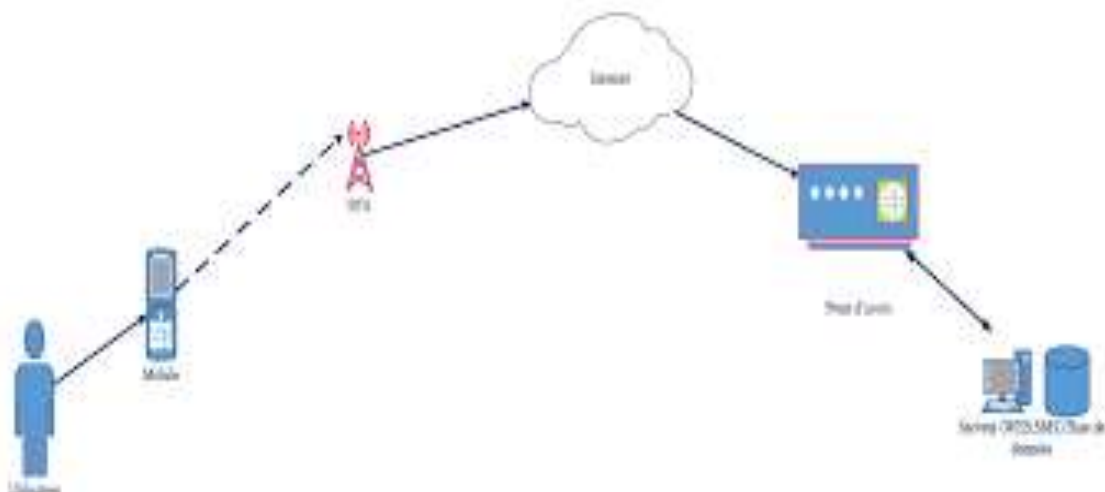
a. WAP Banking

Le WAP Banking permet d'accéder au compte bancaire par l'intermédiaire de l'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 ou EDGE. Cette technique peut être déployée de deux façons :

- Soit par 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 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.⁸⁴

La figure suivante montre le fonctionnement de WAP Banking.

Figure 3 : Illustration du fonctionnement d'un wap banking



⁸³ Adriana Chovanova, "Forms of Electronic Banking ", BIATEC, Volume XIV, (2006). p. 22.25.

⁸⁴ Firmin Evrard DOUANLA TOUOP « M-Banking : Analyse, conception et implémentation d'une solution de SMSBanking » mémoire, Institut d'ingénierie informatique de Limoges, 2009.

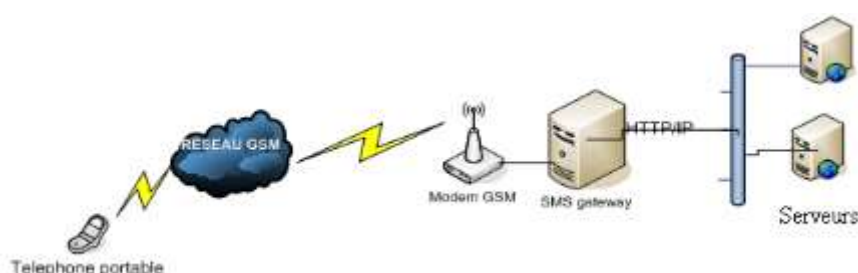
a. SMS Banking

Le SMS-Banking 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.⁸⁵

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

Figure 4 : Illustration du fonctionnement d'un SMS-Banking



2.2 E-Banking en Algérie :

Le secteur bancaire algérien a connu ces dernières années de nombreuses mutations (privatisation des banques publiques, arrivée de nouveaux acteurs issus du Moyen-Orient, de l'Europe...). A ce titre, les banques algériennes doivent aujourd'hui refondre leur système d'information afin d'accélérer leurs développements.

Dans le cadre de la modernisation de ses infrastructures et de l'amélioration constante de la qualité des prestations financières dispensées à sa clientèle les banques en Algérie ont mis en service son propre système monétique.

Ce système qui repose sur une solution monétique complète, dispose d'une interface en temps réel avec le système d'information central et permet un contrôle du solde du compte bancaire lors des transactions de retrait d'espèces sur les Distributeurs Automatiques de Billets de Banque (DAB) et les Guichets Automatiques de Banques (GAB).

⁸⁵ Adriana Chovanova, "Forms of Electronic Banking ", BIATEC, Volume XIV, (2006). p25.

2.2.1 Carte CIB (carte interbancaire) ⁸⁶

La carte CIB, est une carte interbancaire, elle est identifiée par le logo de l'interbancaire, l'appellation, le logo de la banque émettrice. La carte contient un microprocesseur appelé communément « puce » qui assure la sécurité dans le déroulement des transactions de paiement.

Elle permet à son titulaire appelé « porteur de carte » de régler ses achats auprès de différents commerces de détail tels que les hôtels, les restaurants, les magasins superettes, les pharmacies...

C'est un instrument de paiement et de retrait interbancaire domestique qui est accepté chez les commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire et surtout les DAB installés sur le territoire national. Actuellement il y a deux types de carte CIB

a. Carte classique :

La carte classique, offrant des services de paiement et de retrait interbancaire. Elle est proposée à la clientèle selon les critères arrêtés par chaque banque.

Figure 5 : Carte classique (Blue)



b. Carte Gold

La carte gold, proposée également à la clientèle selon les critères arrêtés ; Outre le paiement et le retrait d'espèces, cette carte offre des fonctionnalités supplémentaires et des plafonds de retrait et de paiement plus importants.

⁸⁶ HAMEL Hocine, BARKA Mohammed, « Conception et réalisation d'une solution Multi Communications pour la gestion de CCP » Mémoire master ,université ABOU BAKR BELKAID –Tlemcen 2012/2013

Figure 6 : Carte Gold



Le client peut faire des retraits et des virements utilisant ces cartes.

2.2.2 Internet-Banking en Algérie⁸⁷

Comme exemple en prend le site d'Algérie poste : après avoir le code secret, le client peut consulter son compte en visitant le lien suivant : eccp.poste.dz, le client peut consulter son compte, commander des chéquiers, voir l'historique de compte, demande de carte à puce...

Il existe d'autre banque qui offre ce service comme : Société générale, BADR, BNA, CNEP

3. Les différents types de banques en ligne

Le secteur bancaire s'est approprié les innovations technologiques de ces dernières décennies, donnant naissance à des banques en ligne. Si les livrets et autres comptes bancaires sont bien réels, ces banques sont en revanche dématérialisées. Entre les banques 100 % en ligne et les banques de réseau, il existe des profils intermédiaires, que nous vous proposons de découvrir.

Il existe des banques 100 % en ligne et des banques hybrides.⁸⁸

3.1 Les banques 100 % en ligne :

Ces « pure players » sont des établissements entièrement virtuels. Vous ne pouvez souscrire leurs services qu'en passant par Internet, depuis un ordinateur ou un Smartphone.

Ces banques vous permettent d'avoir une carte bancaire et un chéquier, mais ne possèdent ni agence ni DAB. L'offre des banques en ligne en matière de produits bancaires est moins pléthorique que celle des banques de réseau, mais elles sont en mesure de proposer des comptes courants, tous types de livrets rémunérés, des services d'investissements en Bourse,

⁸⁷ <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/87862>

⁸⁸ <https://www.choisir.com/guide/pourquoi-choisir-une-banque-en-ligne>.

de l'assurance et du crédit. Les banques en ligne les plus connues sur le marché sont Boursorama Banque, ING Direct et Fortuneo.

3.2 Les banques hybrides :

Les banques de réseau ne sortent toutefois pas de la course. Certaines proposent des interfaces en ligne très complètes, voire même des filiales entièrement dédiées au net, qui vous permettent de gérer vos comptes et de réaliser à distance vos opérations. Les banques en ligne peuvent être des filiales de grands groupes bancaires ou d'assureurs.

Autres cas hybrides, les banques ouvertes par des assureurs. Elles fonctionnent en ligne pour toutes les opérations simples, mais peuvent s'appuyer sur le réseau d'agences de l'assureur pour des actes plus complexes, tels que les souscriptions d'assurance vie.

Proposer une application pour mobile ou Smartphone est devenu quasi indispensable pour les banques, qu'elles soient uniquement en ligne ou de proximité. Les établissements cherchent à se distinguer par des fonctionnalités innovantes ou originales. Ainsi, BNP Paribas propose plusieurs applications mobiles comme « Mes Comptes » qui permet de gérer en temps réel vos comptes personnels, mais également « SPOT » qui aide à la localisation des banques BNP les plus proches ou encore « Mes Transferts » qui permet de régler ou rembourser vos proches.

Section 3 : Rôle de E-Banking dans l'inclusion financière

La banque électronique est la voie de l'avenir. Elle joue un rôle très important dans l'inclusion financière de la population en offrant des opérations simplifiées et moins chères à ses clients.

L'e-Banking permet :

1. Amélioration de la gamme de service proposé ⁸⁹

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

La banque électronique va permettre : d'avoir une vision globale sur les comptes avec les soldes respectifs, observer les nouvelles transactions (dépôts, retrait, etc.), procéder à un virement vers un autre compte de façon simple, par un simple clic et en temps réel ; payer des factures en transférant des fonds dans les comptes des créditeurs, adhérer à une nouvelle carte de crédit, faire une demande de prêt, etc. Le fait que le client aura l'impression d'être servi par sa banque en tout temps et à n'importe quelle heure ne fait que fortifier la relation qui les unit.

2. L'accessibilité des services proposés par e-Banking

Il propose aux clients des services bancaires personnels et professionnels dématérialisés qui sont accessibles via les téléphones portables, les tablettes et les ordinateurs et comme nous l'avons bien cité l'e-Banking reste accessible 24H/24 7Jours/7 l'avantage d'être accessible, pratique permet au client d'économiser en temps et en argent tout en bénéficiant des services adaptés aux différents besoins des clients. Aussi, le client bénéficie de la possibilité de minimiser les risques de fraude grâce à des procédures électroniques hautement sécurisées.

3. Les systèmes de sécurité mis en place par les banques en ligne

D'une part, les opérations en ligne sont assurées par un système de cryptage des données appelé. Il se traduit par une adresse des banques qui commence par https. Toutes vos opérations bancaires doivent se faire avec un site qui commence par https. Il est très difficile, voire même presque impossible, pour des hackers de s'introduire dans les comptes d'une

⁸⁹ SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

banque en ligne, la sécurité sur Internet étant aujourd'hui assurée. La seule faille réside à travers les identifiants et mots de passe des clients.

Pour accéder à son compte ou pour faire des achats en ligne, la plupart des banques en ligne mettent en place des systèmes de clavier virtuel et de paiement sécurisé avec des codes à usage unique, qui rendent les fraudes très difficiles.⁹⁰

4. Certaines habitudes de sécurité à garder pour se protéger

L'e-Banking permet aux clients d'accéder à ses services via les applications ou le site officiel de la banque pour éviter toute sorte de fraude, il existe d'autres moyens de se prémunir contre ces risques parmi eux :

- ❖ Installer un bon antivirus pour protéger les données disponibles dans l'ordinateur ;
- ❖ Ne pas communiquer les identifiants mots de passe par e-mail par téléphone ou SMS aucune banque ne demande le mot de passe de ses clients ;
- ❖ Faire attention aux tentatives d'arnaque par téléphone ou par e-mail ;
- ❖ Toujours s'assurer de la déconnexion de l'espace personnel sur lequel le client s'est connecté après chaque utilisation.

5. Développer son autonomie et une disponibilité au bon moment

L'e-Banking rencontre un franc succès auprès des clients du fait de sa spontanéité, ainsi que des services en ligne de qualité. Les clients sont généralement à la recherche de réponses rapide et d'autonomie pour pouvoir gérer leurs comptes à distance ainsi qu'avoir un accès rapide aux informations en quelques clics seulement et un espace où faire des réclamations. Car le client préfère trouver des solutions et des réponses à ses questions lui-même en effectuant des recherches sur le site de la banque en question.

La banque fait donc part d'effort afin de maximiser la satisfaction de la clientèle pour offrir une source d'informations pertinente 24/24h et 7/7j. Le client est donc libre de s'informer à tout moment chose qui lui permet de gagner un temps précieux et bénéficier d'une expérience toujours plus agréable à vivre.

6. La fiabilité des banques en ligne concernant la satisfaction client

Généralement de nombreux clients sont curieux de tester les services proposés en ligne par exemple la création d'un compte bancaire en ligne via l'e-Banking bien que le client est

⁹⁰ <https://www.consoglobe.com> consulté le 01/08/2022 à 15h00

satisfait de la banque traditionnelle en étant face à un conseiller physique, une agence, un directeur cela ne l'empêche quand même pas de découvrir de nouvelles options qui pourrait satisfaire ses attentes. La dématérialisation induite par le fonctionnement du e-Banking donnerait l'impression d'être un peu trop autonome dans la gestion de son compte. Il faut dire que beaucoup de démarches peuvent se réaliser sans l'aide d'un conseiller et même plus vite avec une banque en ligne. Par exemple, l'opposition sur sa carte en cas de vol, le changement de code PIN ou l'augmentation des plafonds. Mais l'appli mobile ne fait pas tout.⁹¹

Il faut savoir que même si le client n'a pas de conseiller dédié, les banques en ligne ont bien conscience qu'il s'agit d'un défaut, et tâchent pour cela de vous proposer au mieux de pallier ce manque par⁹²

Une disponibilité plus grande des conseillers : des horaires élargis, pour certaines jusqu'à 21h en semaine, et le samedi jusqu'à 20h pour d'autres :

- Des modes de communication plus importants : chat bot disponible 24h/24h, chat avec un conseiller, visioconférence, email, téléphone et même pour certains réseaux sociaux

- Une séparation stricte entre le commercial et l'informationnel : alors que votre conseiller actuel fait les deux, le service commercial est bien distinct du service client. Aussi quand vous appelez, les chargés de clientèle n'essayeront pas de vous vendre quelque chose.

- Des pôles spécialisés dans les produits d'épargne : assurance vie, bourse... des conseillers formés aux placements vous informent et vous conseillent.

L'e-Banking assure sa fiabilité, d'un point de vue financier, réglementaire, mais aussi en matière de sécurité et de satisfaction client.

Évidemment, comme votre banque actuelle, elles ne sont pas exemptes de défaut, le temps d'attente des services clients en est un exemple. Mais pour autant, il serait une erreur de douter de la fiabilité des banques en ligne en tant que tel, et de ne pas leur témoigner de confiance. Elles sont non seulement des émanations des grandes banques traditionnelles (ou d'acteurs d'envergure du monde de l'assurance), et sont soumises aux mêmes règles de contrôle que leur société mère et disposent de nombreux outils de sécurisation, parfois en nombre supérieur et plus pratiques que les banques classiques.

⁹¹ <https://www.detective-banque.fr> consulté le 01/08/2022 à 16h00

⁹² idem

Il faut tout simplement ouvrir un compte dans une banque en ligne, par exemple avec une offre sans conditions de revenus, gratuite, sans engagement et avec une ouverture rapide et un minimum de pièces à délivrées ; vous pourrez ainsi plus facilement vous rendre compte de la concordance des éléments cités plus haut avec la réalité. Et en plus, mis à part empocher une offre de bienvenue, vous ne risquez pas grand-chose.⁹³

7. L'apport de la satisfaction et la fidélisation du client pour la banque

Dans les différents secteurs existant la fidélisation d'un client déjà existant revient moins cher que l'acquisition d'un nouveau client, conserver ou fidéliser un client peut apporter un profit à la banque et a un impact direct sur le chiffre d'affaires et ceci par la vente de nombreux service en ligne chose qui pourrait mener le client à opter pour un crédit auprès de la même banque.

Un client habitué à l'utilisation d'internet et de l'outils informatique n'aura pas du mal à s'adapter aux services e-Banking de ce fait il n'aura pas tendance à solliciter le service client, ce même client comprend donc mieux le principe d'utilisation et les avantages que peut lui apporter l'utilisation du e-Banking contrairement aux nouveaux clients qui devront apprendre le fonctionnement avant l'utilisation.

Lorsque le client est satisfait des prestations il partage généralement son expérience avec son entourage par la bouche à oreille pour orienter sa famille ses amis ses proches vers la même banque, ce qui permettra à la banque d'avoir de nouveaux clients préalablement rassurer et en confiance.

Si une stratégie de fidélisation est mise en place par la banque elle peut permettre de personnaliser l'expérience client. Ainsi, en optimisant votre organisation et en captant les besoins de chaque typologie de clientèle, vous concentrez vos efforts au bon endroit, au bon moment auprès de la bonne cible à travers un service ou produit adapté à coup sûr.⁹⁴

⁹³ <https://www.detective-banque.fr> consulté le 01/08/2022 à 17h00

⁹⁴ <https://www.guest-suite.com> site consulté le 02/08/2022 à 10h00

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons constaté que l'e-Banking est un processus nouveau qui permet au client d'avoir accès à ses comptes, de transférer des fonds entre des comptes, de recevoir et de payer des factures en ligne, ainsi que de comparer les différentes offres des différentes banques et les recommandations des conseillers, sur un simple clic. Les banques électroniques apportent des opportunités d'élargissement de la palette des services proposés sur le marché sous de nouvelles formes. Le secteur des services bancaires, caractérisé par sa forte sensibilité aux innovations dans les technologies de l'information, notamment avec les nouvelles tendances des banques par internet, se trouve comme un outil de création de valeurs économique.

Pour conclure, l'adoption de l'e-Banking ouvre constamment aux banques de nouveaux horizons qui puissent être susceptible de les aider à innover leurs services et leurs produits pour répondre aux exigences et aux conditions d'un développement durable et d'une solide relation banque/client.

Chapitre III :

*Etude pratique sur l'e-Banking au sein de
la CNEP*

Introduction

La révolution technologique de l'information et de la communication a profondément bouleversé le monde bancaire et on fait naître la banque électronique. Depuis les années 90, l'Algérie s'est lancée dans des réformes visant la mise en place d'un système bancaire moderne, libéral, et fiable.

Dans ce chapitre nous allons présenter, l'e-Banking au sein du CNEP-banque nous allons voir le guide d'utilisateur et toutes les étapes que doit suivre le client (client conventionné) pour exécuter n'importe quelle tâche voulue bien sûr, avec des figures et chaque figure représente une tâche bien définie et une opération bien précise ainsi les étapes du banquier pour souscrire un contrat les principaux résultats de notre questionnaire qui a pour objectif d'évaluer le degré d'avancement de l'E-Banking dans le paysage bancaire algérien.

Section 1 : présentation de la CNEP-banque

1. Présentation

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

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

Cependant, le livret d'épargne CNEP était commercialisé depuis une année la CNEP a connu depuis sa création plusieurs étapes dans son évolution, on distingue différentes périodes en fonction des conjonctures économique, politique et sociales :

➤ **1964-1970 : Collecte de l'épargne sur livret**

Durant la période 1964-1970 l'activité de la CNEP se limitait à la collecte de l'épargne sur livret avec des prêt sociaux hypothécaire, le réseau CNEP est constitué alors que de deux agences ouvertes (celle d'Alger et celle de Tizi-Ouzou) au public en 1967 et de 575 points de collecte.

➤ **1971-1979 : Encouragement du financement de l'habitat**

Au mois d'avril 1971 une instruction a chargé la CNEP de financer les programmes de la réalisation de logement en utilisant des fonds de trésor public.

Dès lors, l'épargne des ménages va connaître un essor prodigieux, à la fin de l'année 1975 au cours de laquelle furent vendus les premiers logements au profit de titulaire de livret d'épargne, en 1979 et de 46 agences CNEP.

➤ **1980-1989 : La CNEP au service de la promotion immobilière**

Des nouvelles tâches sont assignées à la CNEP, il s'agit des crédits aux particuliers pour la construction de logement de l'habitat promotionnel au profit exclusif des épargnants.

Au 31 décembre 1998, 11590 logements ont été vendus dans le cadre de l'accession à la propriété. La CNEP entreprit une politique de diversification des crédits accordés, notamment en faveur des professions libérales, des travailleurs de la santé, des coopératives de services et des transporteurs.

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

➤ **A partir de 1990**

L'économie national algérienne va se trouver confrontée à une grave crise d'endettement extérieur (estimée à 33 milliards dollars US) en raison de la chute brutale du prix des hydrocarbures sur le marché mondial des biens énergétique (98 dollars US le baril).

Economie dépendante de la rente pétrolière, l'Algérie a fait face à une grave crise multi dimensionnelle (politique, économique, sociale, culturelle,ect).

➤ **1990 : instauration de la loi sur la monnaie et le crédit**

La CNEP reste toujours la plus grande collectrice d'épargne en Algérie vu l'importance des montants des fonds d'épargne collectés sur 135 agences et les 2652 bureaux de poste représentés au 31 décembre 1990, un total de 82 milliards de DA (dont 34 milliards de DA sur le compte épargne devise) les prêts aux particuliers accordés à la même date représentaient 12 milliards de DA pour un totale de 80000 prêts.

➤ **Avril 1997 la CNEP devient la CNEP-banque**

Le 6 avril 1997, la CNEP change son statut en obtenant son agrément en tant que banque, désormais elle porte le nom de CNEP-Banque, elle peut également effectuer toutes les opérations bancaires à l'exclusion des opérations du commerce extérieur.

Durant la décennie 1998-2008 un nouveau paysage bancaire et financier est dessiné en Algérie (maintien des anciennes banques publiques, création de nouvelles banques privées locales et d'autres filiales de groupes financiers internationaux).

➤ **31 mai 2005 : financement des investissements dans l'immobilier**

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

➤ **2007-2008 : Repositionnement stratégique de la CNEP-banque**

L'assemblée générale ordinaire de 28 février 2007 relative au repositionnement stratégique de la banque décide d'autoriser au titre des crédits aux particuliers :

❖ Les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires en vigueur au sein de la banque

❖ Les crédits à la consommation

Il était également décidé d'accorder les crédits à titre prioritaire et principale aux épargnants et à titre accessoire aux non épargnants.

Concernant le financement de la promotion immobilière, sont autorisés :

❖ Le financement de l'acquisition de terrains à la construction de logements et la réalisation de programmes d'habitat

❖ Le financement des programmes immobiliers destinés à la vente ou à la location

2. Missions et opérations de la CNEP-banque

2.1 Les missions de la CNEP-banque

Les Missions de la CNEP banque portent essentiellement sur :

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

2.1.1 La collecte de l'épargne

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

- Le Réseau propre à la CNEP banque réparti à travers tout le territoire national ;
 - Le Réseau postal composé de 3204 points de collectes répartis sur les 48 Wilayas.
- Outre les livrets d'épargne (livret d'épargne Logement et livret d'épargne populaire)

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

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

2.1.2 Le financement de l'habitat

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

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

2.1.3 La promotion immobilière

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

2.2 Les opérations de la CNEP Banque

Aujourd'hui, la CNEP Banque n'est plus une caisse d'épargne. C'est une Banque à part entière, cela suppose donc que les types d'opérations qu'elle accomplit sont ceux relevant de son statut de banque de 1997 et qui consistent à :

- Recevoir et gérer des fonds quel que soit leur durée et leur forme ;
- Emettre des emprunts à court, Moyen et long terme, sous toutes formes ;
- Consentir des prêts sous toutes formes dont ceux destinés au financement de l'habitat ;

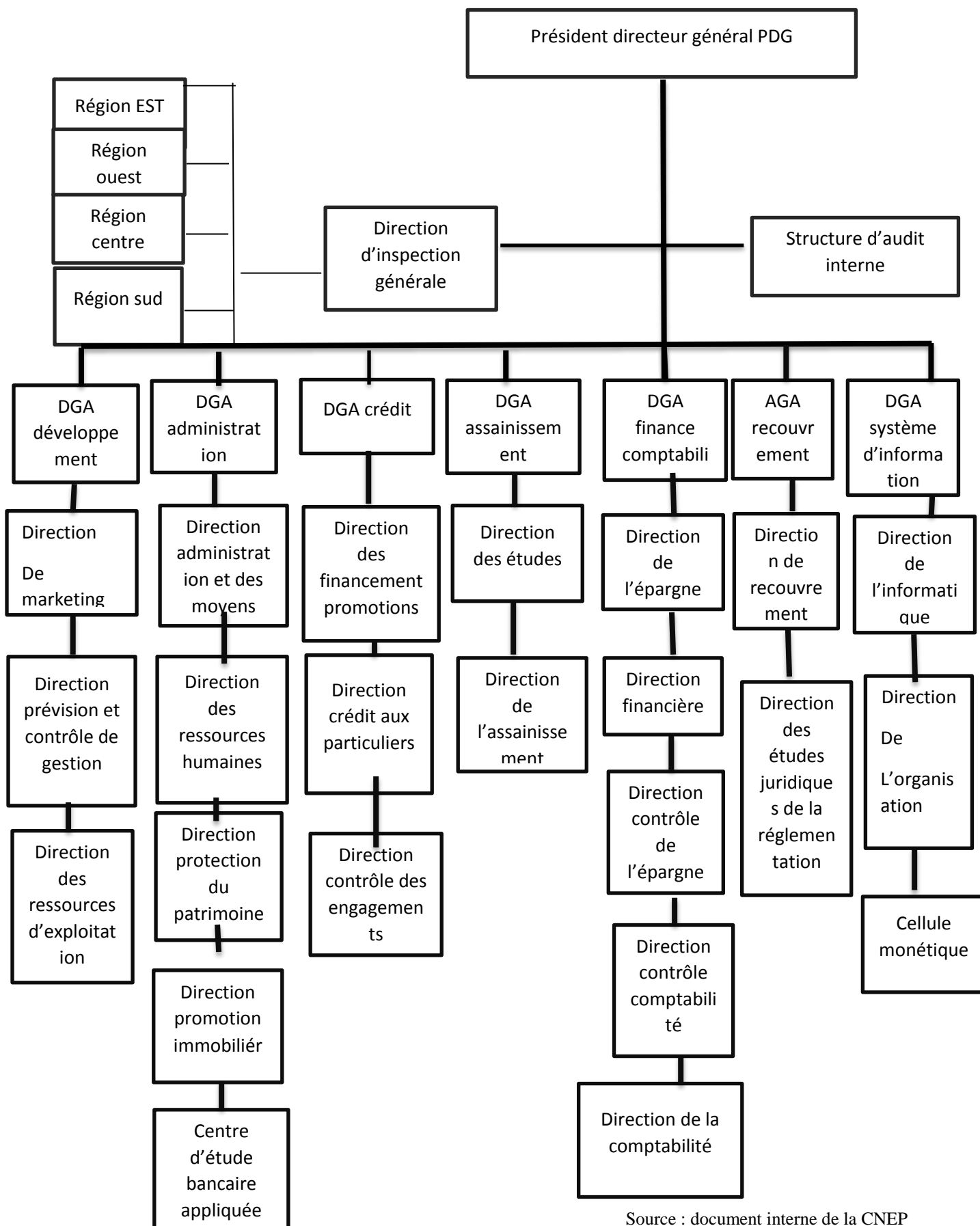
- Participer à des emprunts ainsi qu'à toute souscription ;
- Donner toute acceptation, caution et garantie de toute nature ;
- Effectuer toutes les opérations sur les valeurs mobilières conformément aux conditions légales et réglementaires ;
- Les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires au sein de la Banque.

3. Organisation de la CNEP-banque

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

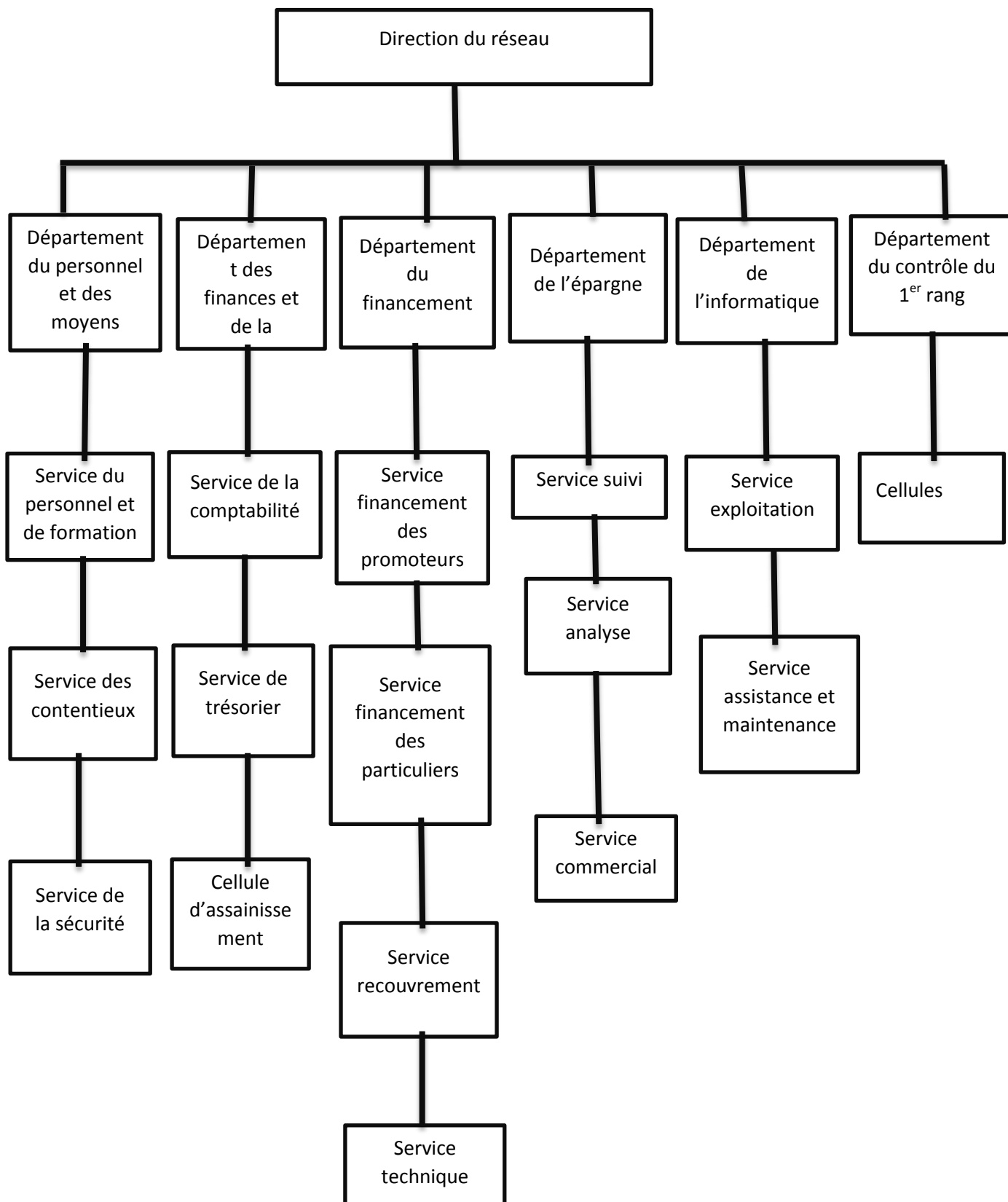
Les schémas suivants permettent de prendre connaissance de son organigramme général.

Graphique N01 : Organigramme de la CNEP-banque



Source : document interne de la CNEP

Graphique N02 : Organigramme de la direction générale



Source : document interne de la CNEP

La CNEP-banque a lancé depuis le mois de Mai 2013, la carte épargne, pratique, facile à utiliser et avec une sécurité renforcée (puce aux normes internationales).

La carte épargne permet aux clients de faire des versements et des retraits, en vertu de la réglementation suivante :

Vu les statuts de la CNEP-banque du 2 juillet 1997.

Et vu la décision réglementaire n 1306/2012 du 07 février 2012, portant mise en place de la carte d'épargne, signé et entré en vigueur 22 janvier 2013.

Définition et caractéristique de la carte épargne :

La carte épargne « CE » et un support adossé à un compte épargne logement « LEL » ou populaire « LEP ». Elle comporte les caractéristiques suivantes :

A- Un visuel (fond de carte) unique de couleur bordeaux, blanche grise, pour toutes les cartes adossées aux comptes épargne logement ou populaire.

Au recto :

- Logo CNEP-banque
- Nom du produit carte épargne « CE »
- Catégorie du produit « LEL », (000) « LEP », (034)
- Label commercial « CE »
- Chipset (puce) ainsi que la position d'entrée de la carte visa lecteur ou automate
- Numéro de la carte (PAN)
- Nom et prénom du client
- Date d'expiration de la carte

Au verso :

- Signature du titulaire
- Recommandation destinée au client
- Raison sociale
- Email CNEP-banque
- Adresse du siège social

Figure N° 07 : le visuel de la carte épargne



- B- La carte épargne comporte une puce répondant aux normes internationales (EMV) « Europay Mastercard Visa ». Celle-ci est utilisée pour les transactions (retraits/versement) au niveau des lecteurs installés dans les guichets des agences CNEP-banque. Elle est aussi utilisée pour effectuer des retraits sur tous les distributeurs automatiques de billets (DAB) et le guichet automatique de billets (GAB) du réseau.
- C- La carte épargne comporte une puce magnétique.
- D- Un code confidentiel unique pour toutes les opérations en agence et sur DAB.
- E- Une durée de validité de cinq (05) ans renouvelables automatiquement à échéance.

4. Les produits commercialisés par la CNEP-banque :

La CNEP-banque offre différents produits à ses clients :

4.1 Les sources rémunérées (épargne et placement)

On a trois formes :

4.1.1 Carte épargne

Permet à l'individu de retirer son argent de son compte d'épargne dans toutes les agences CNEP ainsi que sur les distributeurs automatiques sur le territoire national, parmi ces avantages on peut citer :

- Elle permet d'effectuer des retraits au niveau des agences CNEP-banque sur le territoire national
- Le positionnement instantané des intérêts
- Elle offre plus de sécurité et de confidentialité
- Au niveau des distributeurs, elle permet de faire des retraits 7j/7j et 24h/24h

- La consultation de solde
- Elle permet d'éditer le relevé de compte des 10 dernières opérations DAB (distributeur automatique des billets)

4.1.2 Le dépôt à terme logement

C'est un compte de dépôt à terme rémunéré destiné aux personnes morales (entreprise, société, association.....) il est commercialisé par CNEP-banque depuis octobre 1994, sa rémunération est variable et progressive, la souscription du compte se fait dans toutes les agences CNEP-banque. Le montant exigé pour l'ouverture d'un dépôt à terme est 500 000DA.

4.1.3 Dépôts à terme banque

C'est un compte de dépôt à terme rémunéré destiné aux personnes physiques et morales. Sa rémunération est variable et progressive, il est possible de souscrire un DAT-banque (dépôt à terme) dans l'ensemble des agences de la CNEP-banque, il est commercialisé au sein de cette banque depuis septembre 1997.

Le montant minimum exigé à l'ouverture du DAT-banque est de 500000DA, sa rémunération s'effectue de la même manière que le DAT-logement et le paiement des intérêts s'effectue à terme annuel éché et ils sont soumis à l'impôt. Parmi ces avantages :

- ❖ La rémunération des dépôts ;
- ❖ Possibilité de céder le droit d'intérêts ;
- ❖ L'ouverture et la tenue du compte est gratuite.

4.2 Les sources non rémunérées

On a trois formes :

4.2.1 Le compte chèque

C'est un dépôt à vue non rémunéré, destiné aux personnes physiques ou morales, il était commercialisé à la CNEP-banque depuis le mois de janvier 2000, son ouverture peut s'effectuer dans l'ensemble des agences de la CNEP-banque.

4.2.2 Le compte courant commercial

C'est un compte de dépôt à vue non rémunéré destiné aux personnes physiques ou morale justifiant d'une activité commerciale, l'ouverture du compte peut s'effectuer dans toutes les

agences de la CNEP-banque avec un versement minimum de 10000DA, l'ouverture est gratuite mais les frais de sa gestion de 5000DA plus la TVA vigueur.

4.2.3 La carte bancaire

C'est une carte de retrait et de paiement interbancaire. En effet elle permet d'effectuer des achats et des retraits à n'importe quel moment.

Parmi ces avantages :

- ❖ Elle est facile à utiliser ;
- ❖ Elle permet d'effectuer des retraits 24h/24h ;
- ❖ Elle garantit une sécurité renforcée puisque c'est une carte à puce ;
- ❖ Elle permet de bénéficier d'un large réseau pour effectuer le retrait d'espèce ou le paiement des achats.

5. Présentations de l'Agence CNEP-banque 208 DBK

La CNEP-banque est une institution financière publique dotée de personnalité civile et d'autonomie financière, elle a été créée après avoir fixé ces statuts par la loi 64-277 du 10/08/1964, qui substitue l'ancienne institution française qui est la CSDCA3.

5.1 Organisations de l'agence

L'agence est chargée de présenter la banque pour client, c'est-à-dire qu'elle est l'intermédiaire entre la banque et le client. C'est au sein de l'agence que le client effectue les différentes opérations bancaires, c'est pourquoi elle dispose de plusieurs services à savoir :

- Service crédit et renouvellement
- Service épargne (ouverture de compte, délivrance de moyens de paiement)
- Service de comptabilité (tendue de la comptabilité, suivie de la trésorerie, déclaration sociale et fiscale)
- Service portefeuille (gestion de moyen de paiement)

Pour faciliter au client l'accès à ses produits et pour améliorer sa communication avec eux et être à leur écoute. La CNEP-banque a choisie d'adopter une nouvelle organisation scindée en deux pôle distinct dont l'organisation est en fonction du volume d'activité de l'agence, ils sont organisés comme suit :

A. Un pôle front office

C'est l'ensemble du personnel qui est chargée des opérations avec les clients, il est composé :

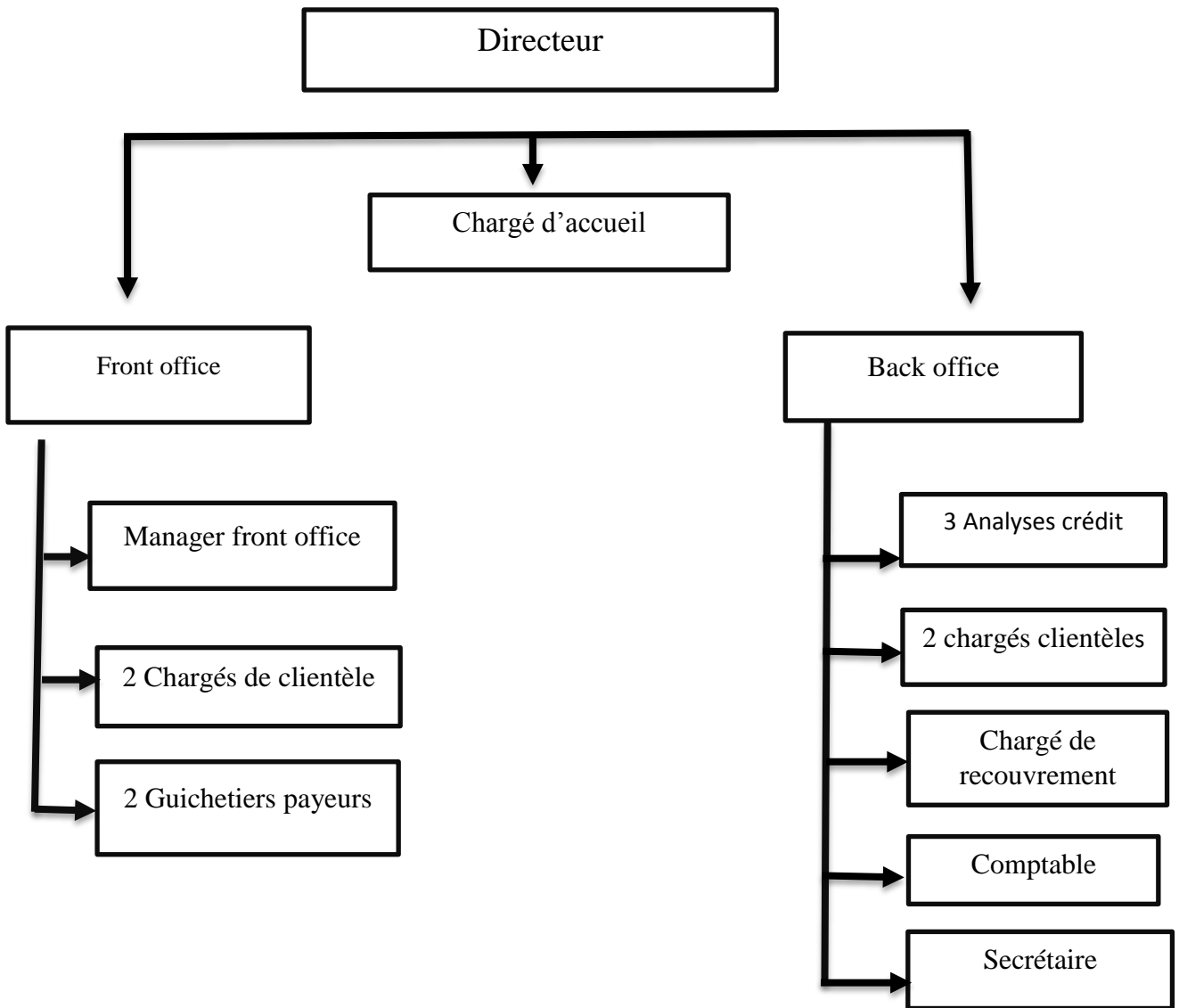
- Un pupitre disposé à l'entrée d'agence, chargée de l'accueil et l'orientation des clients ;
- Un espace guichet communiquant avec la caisse destinée aux opérations courantes de la clientèle (retrait, versement) ;
- Des espaces réservés aux charges de clientèle, qui sont chargés de communiquer avec le client en leur présentant les produits de la CNEP-banque et leur fonctionnement et être à l'écoute de leur besoins.

B. Un pole back office

C'est l'ensemble du personnel qui se charge d'assurer un bon fonctionnement des opérations initié dans le front office, il est composé de :

- Le secrétaire des engagements ;
- Les litiges et les évènements ;
- L'épargne, les flux financiers et les moyens de paiement ;
- Le support.

Graphique N03 : L'organisme de l'agence CNEP-banque de DBK



Source : document interne de la CNEP

Section2 : les modalités et fonctionnement des services E-Banking :

Article 1 : objet La présente note de procédure a pour objet de définir les modalités de traitement, de gestion et d'abonnement des clients de la CNEP-banque aux services e-Banking

Article2 : Les services E-Banking

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

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

2.3. Interlocuteur : La personne autorisée par l'abonné à consulter ses comptes et/ou les mouvementer, est dénommé (interlocuteur)

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

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

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

Article 3 : bénéficiaires des services e-banking

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

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

Article 4 : services offres (via e-banking)

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

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

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

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

A partir de cette page, l'utilisateur peut accéder au relevé de compte en cliquant sur le lien du (libellé du compte) voir relevés de comptes ou d'opération.

Les historiques de solde permettent au client d'avoir un aperçu sur l'évolution de ses soldes sur une période donnée : Ce service concerne à la fois :

- Le solde comptable
- Le solde en valeur

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

4.2. Consultation des derniers mouvements :

Ce service permet à l'abonné de visualiser le délai des opérations de chacun de ses comptes.

A partir de la page des soldes, le client peut accéder à la page des relevés d'opérations qui lui présente les informations sur le compte consulté ainsi que le détail de l'opération disponible dans l'historique de ce compte.

Pour chaque opération, les informations mises à la disposition du client, sont :

- Le code de l'opération
- La date de l'opération
- Le libellé de l'opération
- La banque

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

4.3. Téléchargement des relevés de compte :

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

4.4. Edition des relevés de compte :

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

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

Ce service permet à l'utilisateur d'éditer et d'imprimer son relevé d'identité bancaire via le canal e-banking sans avoir à se déplacer à son agence. Il peut imprimer un RIB pour chacun de ses comptes donnant droits.

La page de ce service affiche un formulaire dans lequel l'utilisateur doit remplir l'information suivante :

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

4.6 commandes de chéquier :

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

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

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

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

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

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

4.7. Consultation des cartes bancaires :

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

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

4.8. Opposition sur carte bancaire :

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

- Motif de l'opposition : vol ou perte
- Date et heure de la perte ou du vol : informations facultatives Un récapitulatif des informations saisies permet à l'utilisateur de vérifier le contenu de sa demande avant de la

valider. Elle permet également à l'utilisateur de modifier ou d'annuler sa demande tant que l'opération n'a pas encore été confirmée. L'utilisateur confirme sa demande en saisissant son mot de passe

4.9. Consultation et Edition des opérations sur carte :

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

4.10. Consultation des crédits :

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

4.11. Virement unitaire :

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

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

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

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

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

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

❖ Les mécanismes de paramétrage des processus de signature sont les mêmes pour le virement de compte à compte et le virement vers un compte bénéficiaire. La plateforme prend

en considération deux cas de figures dans le processus de signature d'un virement : Quand la banque propose la signature (signature unique) : dans ce cas, l'ordre est considéré signé en attente de collecte d'export vers le site central

❖ Quand la banque propose la double signature (double signature) : dans ce cas, deux statuts sont possibles après la saisie du virement :

- « Signé » en attente de collecte et d'export vers le site central si l'utilisateur est autorisé à saisir et signer seul.
- « En attente de deuxième signature » si le profil de l'utilisateur nécessite une signature supplémentaire.

L'ordre de virement ne peut pas être collecté tant que toutes les signatures nécessaires n'ont pas été apposées.

Les virements saisis seront par la suite exportés sous le format de la norme de la banque d'Algérie et remontés vers le site central pour leur traitement. Dans le cadre du virement vers un compte bénéficiaire, la plateforme met à la disposition de l'utilisateur un écran de « gestion des bénéficiaires » permettant de lister et de gérer les bénéficiaires de l'utilisateur, notamment, leur ajout, modification et/ou suppression. Plusieurs contrôles sont effectués dans ce service :

- Contrôle du solde du compte
- Contrôle des plafonds et planches des comptes
- Contrôle des seuils minimums et maximums de virement pour les comptes
- Contrôle des plafonds en fonction des profils des utilisateurs chez le client
- Contrôle de la conformité du RIB du bénéficiaire du virement

Après la validation de la saisie, un récapitulatif des informations rentrées dans le formulaire permettra au client de contrôler son virement afin de le confirmer, de le modifier ou de l'annuler.

L'utilisateur confirme son ordre de virement en saisissant son mot de passe ou signature électronique.

Les virements saisis on-line seront par la suite collectés en respectant la norme de la banque d'Algérie et remontés vers le site central pour traitement.

4.12. Virement de masse :

Ce service permet aux clients de la banque d'envoyer leurs remises d'ordres dans des fichiers respectant le format des virements par « EDI/ Echanges des données informatisées » de la norme de la banque d'Algérie (voir les annexes).

Les utilisateurs peuvent, à titre d'exemple, envoyer leurs fichiers de virement qui peuvent être des virements de salaires ou d'autres virements, en vue de leur traitement sans passer par les formulaires de saisie, La référence du virement n'est cette fois, attribuée automatiquement elle est contenue dans le fichier de remise. Celle-ci doit être unique. Le fichier est rejeté si un virement disposant de la même référence a été précédemment chargé.

Une fois les contrôles du workflow (fichier d'échange) choisis opérés avec succès, le virement rentre dans le processus de signature au même titre que les autres types de virements. Un tableau reprenant l'historique des remises chargées est disponible pour consultation, sa profondeur dépend du paramétrage de purge des virements établi par la banque.

A chaque consultation du délai d'une remise chargée, la plateforme décrypte la remise sauvegardée, affiche son délai puis la recrypte.

4.13. Prélèvements :

Ce service permet aux clients de la banque de charger des remises de prélèvements dans le format des prélèvements par « EDI » de la norme de la banque d'Algérie (voir l'annexe n°6)

La plateforme permet à l'utilisateur de consulter la liste des prélèvements émis. Aussi, il lui est possible de charger un fichier de remise des prélèvements. Les mécanismes de paramétrage des processus de signature sont les mêmes que ceux proposés dans le cadre des différents services de virements.

4.14. Notification par «SMS» :

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

4.15. Cordonnées des agences de la banque :

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

- Le nom de l'agence

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

4.16. Conversion des devises :

Ce service permet à l'abonné de consulter le cours de change des devises et leur conversion en monnaie locale.

4.17. Gestion des bénéficiaires :

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

4.18. Service de messagerie :

La plateforme fournit à ses utilisateurs une messagerie bidirectionnelle sur le canal web, c'est-à-dire de la banque vers le client et du client vers la banque

L'abonné peut consulter la liste des messages reçus à travers une « boîte de réception » consulter la liste des messages envoyés à travers sa « boîte d'envoi » et enfin, consulter les messages supprimés dans sa « corbeille ».

4.19. Modification du mot de passe :

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

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

Il est à noter que les saisies énumérées se font à travers un clavier virtuel alphanumérique. Le mot de passe doit être composé au minimum de huit (8) caractères comprenant des lettres majuscules et minuscules, des chiffres, et au moins, un caractère spécial.

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

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

4.20. Autres informations :

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

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

Article 5 : les conditions d'accès aux services e-banking

Peut bénéficier des services e-banking tous les clients remplissant les conditions suivantes :

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

Article 6 : les packs

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

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

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

6.1 Pack particulier

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

6.2 Pack particulier +

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

6.3 : pack entreprise

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

6.4 : pack entreprise +

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

6.5 : packs professionnels

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

6.6 : packs professionnels +

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

6.7 : pack personnel CNEP

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

Article 7 : étapes de l'abonnement

L'abonnement aux services e-banking est souscrit au niveau de l'agence comme suit :

7.1.renseignement de la demande d'abonnement

Le client doit renseigner et signer la demande d'abonnement mise à sa disposition par le service clientèle de l'Agence jointe en « Voir annexe n°1 » de la présente note de procédure

7.2 : souscription de l'abonnement

7.2.1 : saisie de l'abonnement :

Dès la réception, au niveau de l'agence de domiciliation du client, de la demande d'abonnement dument renseignée et signé par ses soins, le chargé de clientèle doit procéder à l'enregistrement de ladite demande sur le système d'information en agence

7.2.2 : saisie des interlocuteurs :

Le chargé de clientèle doit procéder a la saisie des interlocuteurs tel qu'ils sont désigné dans la demande de désignation des interlocuteurs « voir l'annexe n°2 »

Pour les clients « personnes physiques » l'interlocuteur est l'abonné lui-même

Pour les clients « personnes morales » les interlocuteurs sont ceux désignés dans la demande d'abonnement pour les consultations et les transactions non financières, S'agissant des transactions financières classiques telles que les virements et les prélèvements.

Les interlocuteurs habilités à signer d'une manière électronique lesdites transactions, sont désignés et mandatés par l'entreprise sur la demande d'abonnement. Leurs signatures sont déposées au niveau de l'agence sur le spécimen de signature utilisé en agence

Les interlocuteurs recevront, contre un accusé de réception au niveau de l'agence, leurs identifiants et mot de passe, le mot de passe est valable uniquement pour la première introduction, Il est obligatoirement et automatiquement modifié par l'interlocuteur lui-même pour l'accès suivants.

Le mot de passe peut être envoyé au client ou bien à son interlocuteur, si les deux sont différents. Par SMS à leurs numéros de téléphone.

Pour la transaction financière classique :

- Le mot de passe. C'est-à-dire la signature électronique, est remise à l'interlocuteur lui-même. Le mot de passe est modifié juste après la première introduction (voir l'annexe n°3)
- Un SMS « one time password : OTP » mot de passe à usage unique, est remis à l'interlocuteur pour chaque transaction.

7.2.3. Sélection des comptes autorisés :

Le chargé de la clientèle doit procéder à la sélection, sur le système d'information, des comptes autorisés par l'abonné à être consultés et les mouvements via e-banking Ces comptes sont les comptes rattachés à « l'identité client : ID client »

7.2.4 : les profils :

Le chargé de clientèle doit sélectionner, sur le système d'information, les habilitations de chaque interlocuteur ont l'instar de la consultation, la saisie des opérations, la qualité de la signature : unique, premier et/ou deuxième signature et- ce, conformément à la demande du propriétaire du compte et du spécimen de signature déposé en agence Le client peut avoir plusieurs interlocuteurs et profils selon son offre et ses besoins. Les divers profils peuvent être :

- Profil 0 : consultation uniquement : l'interlocuteur n'a le droit qu'à la consultation des comptes, il n'est pas autorisé à effectuer des opérations de virement
- Profil 1 : saisie et envoi de fichier uniquement : l'interlocuteur est autorisé uniquement à saisir des virements et/ou à uploader/envoyer le fichier des virements (cas du segment des clients – entreprise) sur la plateforme sans qu'il ait la possibilité de consulter le détail du fichier des virements, notamment, la liste des bénéficiaires, leurs comptes et leurs salaires. Il peut également consulter les comptes sur lesquels il détient une autorisation
- Profil 2 : envoi de fichiers et consultation : l'interlocuteur est autorisé à saisir ou à envoyer le fichier des virements/prélèvements (cas du segment des clients – entreprise) ainsi qu'à consulter le détail de son contenu sur e-banking. Il peut également consulter les comptes sur lesquels il dispose d'une autorisation
- Profil 3 : envoi et signature unique : l'interlocuteur est autorisé à envoyer le fichier et à le valider. Il peut acter l'envoi du virement vers la banque que ce soit avec l'insertion d'un identifiant et d'un mot de passe ou d'un autre moyen d'authentification. A noter que la validation de ce profil est définitive, elle permet la transmission du fichier des virements à la banque pour exécution. Il peut également consulter les comptes sur lesquels il détient une autorisation
- Profil 4 : 2eme signataire ou signataire unique si ce profil dispose la 1ere signature :

L'interlocuteur est autorisé à saisir des virements et/ou à envoyer le fichier des virements/prélèvements puis à apposer, soit une 1ere validation avec l'insertion d'un mot de passe ou d'un autre moyen d'authentification qui donne ordre pour l'exécution du virement ou alors, une 2eme validation via l'insertion d'un mot de passe ou d'un autre moyen d'authentification après que le fichier ait été signé une 1ere fois par un autre interlocuteur

Ce profil sera attribué à une personne mandatée qui peut engager, seule ou conjointement avec une autre personne, l'entreprise. Ce profil peut également consulter les comptes sur lesquels il dispose une autorisation
- Profil 5 : 1er signataire et 2eme signataire : l'interlocuteur est autorisé à apporter une 1ere validation avec l'insertion d'un mot de passe ou d'un autre moyen d'authentification qui requiert une seconde validation pour que le virement soit exécuté ou alors une 2eme validation dans le cas d'un fichier ayant déjà fait l'objet d'une 1ere validation, Ce profil sera attribué aux personnes mandatées ne pouvant en aucun cas engager seules l'entreprise.

7.3. Autorisation de l'abonnement :

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

7.4. Signature de la convention :

La convention d'adhésion au service e-banking (Voir annexes n°5) imprimée en agence et signé conjointement, après lecture et approbation, par l'abonné ou la personne habilitée à cet effet par l'abonné et le directeur d'agence. La convention est établie en deux exemplaire, le premier exemplaire est remis au client alors que le deuxième exemplaire est classé dans le dossier du client.

7.5. Génération des fichiers :

Dès l'autorisation de l'abonnement, des fichiers client, comptes et autorisation sont générés automatiquement par le système d'information et transférés automatiquement vers la solution e-banking.

Article 8 : accès au service e-banking

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

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

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

Article 9 : durée de l'abonnement et résiliation

L'abonnement au service e-banking est établi pour une durée d'une année renouvelable par tacite reconduction. Toutefois et à tout moment, chacune des deux parties peut la dénoncer à

l'autre partie par le biais d'un préavis d'un mois, par lettre recommandée avec accusé de réception.

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

Article 10 : obligations du client et de la banque

10.1. Obligation mutuelle :

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

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

10.2. Obligations du client :

- Le client convient de disposer d'un accès « internet » à même de lui permettre de communiquer avec la banque.
- Le client décale faire son affaire personnelle de l'acquisition, de l'installation de la maintenance de son système informatique, de son raccordement au réseau « internet » et de sa protection aux moyens d'un pare-feu « firewall » ainsi que d'un antivirus à jour, et de la conformité et de la mise à jour aux normes de la banque d'Algérie, de la version dudit logiciel
- Le client aura à communiquer à la banque les identités du ou des mandataires, leur signature électronique, la nature ainsi que l'étendue de leurs pouvoirs respectifs ou conjoints qui leurs sont applicables qui ne contreviennent à aucune disposition législative ou réglementaire
- Le client est dans l'obligation de communiquer à la banque un numéro de téléphone mobile et une adresse internet si elle existe ainsi que toute modification de ces derniers. Le client autorise la banque de s'adresser à lui via le téléphone et le mail communiqués au sujet de l'ensemble des domaines de la banque, tels que la situation des comptes, la monétique, les crédits, les remboursements des crédits et la publicité.

En cas de révocation de l'un de tous ses mandataires, le client informera la banque de manière raisonnable, avant toute modification des paramètres techniques, immédiatement par

écrit, pour lui permettre de procéder à l'annulation des prestations objet de la conversation en vigueur.

- Le client signalera à la banque toute perte ou usage abusif des identifiants et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais, par tout moyen, et s'oblige à confirmer la perte ou l'usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception
- Le client s'oblige, sous peine d'irrecevabilité, à adresser à la banque toute réclamations concernant la transmission, d'un fichier ou la communication d'information à partir de du serveur dans un délai d'un mois à compter de la date d'envoi du dit fichier ou de la communication desdites informations.

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

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

10.3. Obligations de la banque :

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

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

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

Article 11 : Responsabilités

11.1. Responsabilités du client :

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

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

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

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

11.2. Responsabilité de la banque :

La banque s'oblige à maintenir en bonne état de fonctionnement l'ensemble de ses moyens informatique, humains et technique nécessaire et assuré toute maintenance appropriée. Dans le cas où la banque aurait recourt à un ou plusieurs sous-traitants pour exécuter tout ou partie de prestations au titre du contrat, elle demeure responsable de leur bonne exécution vis-à-vis du client. La banque déclare qu'elle entreprendra ses meilleurs efforts pour exécuter les opérations de maintenance ou période où elle entrainera le moins de perturbations pour le client.

Article 12 : force majeure

Le client et la banque concentrent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'inexécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou des diverses obligations contractuelles de la partie consternée dès lors que la défaillance de ladite partie et dû à un cas de force majeure.

Article 13 : tarification

Les faits d'abonnement et les différentes commissions des services e-banking sans fixés par les conditions de banque en vigueur.

Article 14 : comptabilisation

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

Dans le cas où le client possède un compte chèque, les frais d'abonnement au service e-banking sont comptabilisés par le débit de ce compte.

Les opérations financières, notamment, les virements et les prélèvements, sont comptabilisés par le système d'information de la banque avec le même schéma comptable que celui des opérations de virement et prélèvement classique.

Article 15 : traitement des réclamations

Toute réclamations du client concernant les services e-banking doit être adressé à l'agence ou au centre d'appel dénommé « centre de relations clientèle monétique CRCM »

Dans le cas où la réclamation est adressé à l'agence, cette dernière doit transmettre sans délai ladite réclamation au CRCM par mail.

Afin de fidéliser le client, le CRCM doit procéder au traitement immédiat de la réclamation selon la procédure ci-dessous :

- Réception de la réclamation.
- Identification et classification de la réclamation.
- Transmission de la réclamation aux services concernés pour son traitement

Les services concernés peuvent être :

- **CRCM** : pour les aspects fonctionnels comme l'assistance du client ou la mauvaise manipulation de l'outil.
- **L'administration de la solution** : pour les aspects techniques comme la gestion des habilitations, les blocages et la réinitialisation.
- **Le département monétique** : pour les réclamations type monétique.
- **Département SPM** : pour les réclamations liées aux virements et aux prélèvements.

Article 16 : application

Les directeurs généraux adjoints, Les directeurs centraux, Les directeurs des réseaux commerciaux et Les directeurs d'agence sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'application de la présente note de procédure.

Article 17 : Entrée en vigueur

La présente convention entrera en vigueur a compte de la date de sa signature par les deux parties.

Section 3 : Discussion du résultat de l'entretien

Après avoir présenté un cadre théorique sur notre sujet de recherche concernant les déterminants de l'adoption de l'E-Banking par le secteur bancaire Algérien. Et afin d'avoir une vision plus claire sur ce dernier, nous avons optés pour la méthode qualitative que nous allons présenter dans cette section, à travers un guide d'entretien constitué de treize (13) questions posées aux responsables de la CNEP-banque, nous avons obtenues des réponses par le responsable de service E-Banking.

Les questions posées au responsable de la banque sont comme suit :

1- Est-ce que l'évolution de l'internet en Algérie est la raison qui a poussé les banques à l'adoption d'E-Banking ?

C'est vrai que l'Internet a changé la manière de penser au niveau des banques ce qui amener l'adoption de beaucoup de produit entre autres le e-banking.

Dans ces conditions l'adoption de l'E-Banking devenue une nécessité pour la banque, car elle porte des opportunités, majors en termes d'avantages concurrentiels, et elle permet à la banque de développer une relation commerciale plus forte et plus satisfaisante avec la clientèle.

2- Est-ce que l'implantation des NTIC dans votre banque contribuer à l'amélioration des services bancaire ?

Oui, elle améliore la qualité de service et permet de vendre efficacement les produits bancaires

3- Comment la banque sécurise-t-elle les services de E-Banking ?

Mot de passe numérique, communiqué lors de la souscription au produit et modifier par le client lors de la première utilisation, Très sécurisé grâce au clavier virtuel qui permet l'introduction de votre code secret.

4- Est-ce que ce service est rentable ?

Pour la banque, oui elle gagne la commission, prélèvement.

Pour les clients, c'est un service moins couteux à un prix avantageux compte tenu des nombreuses fonctionnalités qu'il offre.

5- Depuis combien de temps votre banque a-t-elle adopté le E-Banking ?

Depuis 2017

6- Votre banque possède-t-elle un site web ?

OUI, avoir un site web est une nécessité et aucune n'échappe à la règle

7- Par quel moyen fait vous la promotion de E-Banking ?

La publicité par la banque elle-même au sein de ses structures reste le moyen de promotion dominant. Suivi de la publicité par internet, à travers son propre site.

8- Le développement continu des NTIC peut-il constituer un facteur pour favoriser l'inclusion financière de la population ?

OUI, le développement continu des nouvelles technologies de l'information et de la communication (téléphone, mobile, tablette ordinateur) constitue un facteur pour favoriser l'inclusion financière.

9- Est-ce que le E-Banking rend l'organisation et l'environnement de la banque plus difficile à maîtriser ?

Non, il améliore l'image de la banque et aussi il réduit les charges des clients.

10- Trouvez-vous que y'a une insuffisance dans les outils nécessaires à la bonne pratique de l'E-Banking en Algérie ?

En Algérie, nous sommes au début le chemin reste encore long.

11- Quel sont les avantages de l'E-Banking pour la banque ainsi les clients ?

Les avantages pour la banque :

L'avantage majeur de l'e-banking, c'est la compétitivité des tarifs et la gratuité de certains services en ligne. Améliorer la relation commerciale avec le client.

Les avantages pour les clients :

L'avantage principal de l'e-banking est accès à distance, permet de réduire les déplacements des clients et d'accéder aux services n'importe où et à tout moment, un contrôle permanent du compte.

12- Quel sont les canaux de l'utilisation de l'E-Banking dans votre banque ?

Les moyens les plus courants sont le site internet et le téléphone. La prédominance de ses moyens revient à leur faciliter et à leur grand taux d'utilisation chez les clients.

13- Quel type d'opération peut- on effectuer un service avec E-Banking ?

Les produits proposés sont classés ci-dessous par ordre d'apparition :

- Relève de compte
- Consultation des soldes
- Commande de chéquier et de carte CIB
- Edition RIB
- Paiements

Conclusion

Notre étude empirique de l'adoption de l'e-Banking a révélé que l'apparition de ce nouveau canal a favorisé et a permis aux différentes banques d'améliorer la relation commerciale avec les clients car il permet de Répondre au mieux aux attentes des clients et Améliorer l'image de la banque auprès de sa clientèle les banques utilisent certains moyens pour inciter les clients à l'utilisation des services e-banking et le moyen le plus répondu est de véhiculer la qualité du e-Banking qui permet d'assurer aux clients un confort lors de son utilisation et ceci en mettant en place des actions d'information notamment à travers les sites internet de la banque, publicité sur internet, ou par intermédiaire du chargé clientèle.

Et après l'entretien qu'on a fait avec le responsable de service e-Banking de la CNEP banque, on peut dire que parmi les différentes raisons pour lesquelles la CNEP a adopté l'e-banking on trouve l'amélioration de l'image concurrentielle de la banque, l'amélioration du service clientèle, répondre aux exigences de sa clientèle en termes de sécurité de service et de satisfaction des clients et de faire diminuer la charge des clients aux guichets.

Conclusion générale

Conclusion générale

Dans ces dernières années, suite au développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, la plupart des secteurs ont connu des mutations importantes. Comme nous avons pu le constater à travers ce mémoire, ce fut aussi le cas pour le secteur bancaire, c'est notamment le cas du secteur bancaire algérien qui s'est adapté aux innovations technologiques en proposant des produits et services innovant, internet représente donc à présent le noyau de l'e-Banking qui peut être retrouver sous d'autre appellation comme le web Banking, home Banking, banque en ligne, banque à distance ce sont des termes utilisés pour désigner le même phénomène qui est l'électronique Banking.

L'émergence des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) ouvre de nouvelles possibilités d'interaction entre les clients et les banques, en s'affranchissant des barrières du temps, de l'espace et parfois même de la réalité concrète. Dans cette perspective, le développement de la banque électronique est fort, et une nouvelle génération de banque émerge. Ce service a contribué grandement à l'instauration et à l'automatisation des services financiers et à l'augmentation du volume des transactions en ligne.

Le but principal de cette recherche était de déterminer les raisons qui poussent les banques algériennes a adopté le e-Banking ainsi que le rôle de la banque dans l'inclusion financière à la population en Algérie, nous avons donc établie une étude à travers un questionnaire pour répondre à notre problématique et à travers les résultats obtenue nous avons constaté que Les méthodes traditionnelles appliquer dans les banques ont cédées leurs places au e-Banking avec l'utilisation de nouvelles technologies telles que les téléphones mobiles, les distributeurs automatiques, les logiciels Internet et les ordinateurs qui ont permis aux banques d'obtenir une meilleure interaction avec leurs clients, le fait que la banque reste en contact avec les clients à tout moment, les services bancaires en ligne, les frais de transaction moins couteux, sont tous autant de caractéristiques qui jouent positivement sur la performance de la banque.

L'e-Banking a permis aux banques l'exécution rapide des opérations bancaires pour les clients en évitant les regroupements massifs et le surpeuplement aux agences bancaire, ce qui a permis davantage à la banque d'attirer de nouveaux clients et de fidélise les clients déjà existant de de la banque tout en gardant une bonne gestion de l'organisation et l'environnement de la banque sous contrôle.

L'environnement semble favorable à l'apparition du « e-Banking » même si les banques vont devoir fournir plus d'efforts et une stratégie marketing de qualité afin de mieux promouvoir les services e-Banking avec les différents canaux de communication comme les publicités sur internet, évènementiel, centre d'appel au plus grand nombre de clients afin qu'ils puissent en faire usage. Néanmoins il faut mettre l'accent sur un facteur important pour la clientèle bancaire algérienne qui est le besoin de l'interaction humaine nous pouvons estimer que le principal point faible du e-Banking est le manque de contact humain et dans notre société nous accordons une certaine importance particulière au « relationnel » Au sein de notre pays l'e-Banking commence à s'étendre de manière assez lente contrairement aux autres pays développés qui ont gagné du terrain il y'a maintenant plusieurs années.

Nous allons finir par conclure que les banques ont bien aperçus les avantages qu'a apporté l'e-Banking grâce à l'arrivée d'internet mais il reste évident que internet à lui seul ne peut pas répondre à tous les besoins des clients qui pourront permettre une bonne gestion relation client, il reste encore aux banques et aux clients certaines habitudes qu'ils doivent adopter pour que l'e-Banking ne cesse de progresser néanmoins il est clair que l'e-Banking prendra de plus en plus de place dans nos vies quotidiennes.

Bibliographie

Bibliographie

❖ *Mémoires et revues*

- Adriana Chovanova, "Forms of Electronic Banking", BIATEC, Volume XIV, (2006).
- ALAOUI, 2004-2005, « NTIC : outils et applications », livre, SUPMANAGEMENT
- ANGLEBERT J., et all, TCP Internet/extranet, institut de la gestion publique et de développement économique, 2000.
- Barnes S.J, and Corbitt, B « Mobile banking: concept and potential », International Journal of Mobile Communications, Vol.1, No .3, (2003).
- BERNARD Michel, « Banque et nouvelles technologies », Edition Horizons bancaire, numéro 316, février 2003.
- BOUCHELIT Rym, thèse : « les perspectives D'E-Banking dans la stratégie E-Algérie (2013) »
- BOULOC P., et all, les NTIC : comment tirez profit ? Exemples dans l'organisation, édition RIA, paris, Mars 2003.
- Cédric DENOEL « L'E-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète - t-il ? » En vue de l'obtention du Master en Sciences de Gestion, Université du Québec à Montréal ,2007/2008.
- COURBON J-C et TAJAN S., « groupware et intranet », vers le partage des connaissances, DUNOD, paris, 2eme édition, 1999..
- Crédit Municipal de Paris, « la bancarisation des nouveaux marchés urbains : expériences américaines », édition Economica. Paris 2004.
- CUSIN 2006 « relation bancaire en question », rapport du Centre du Walras p.252.
- De Thierry Karsenti, Simon Collin, Acfas. Congrès TIC, technologies émergentes et Web 2.0: quels impacts en éducation ? 2013.
- FAURE Elliott, « En quoi les NTIC peuvent-elles accompagner la valorisation du patrimoine alimentaire d'un territoire ? », UNIVERSITÉ DE TOULOUSE II, 2013/2014.
- GOUARNE J.M., « le projet décisionnel, édition Eyrolles, paris, 1998.
- GOUILLARD G. « les nouveaux enjeux de la multibancarisation », Guide-conseil, 2005.

Bibliographie

- GOVARE V., « l'évolution du travail avec les nouvelles technologies d'informations et de la communication (NTIC) », paris, 2002.
- HAMEL Hocine, BARKA Mohammed, « Conception et réalisation d'une solution Multi Communications pour la gestion de CCP » Mémoire master ,université ABOU BAKR BELKAID –Tlemcen 2012/2013
- Jun. M, Cai. S ' ,,“The Key déterminants of Internet Banking service quality: à content analysis””, Internet Journal of Banking Marketing, Vol.19, No 7, (2001), p.276. 291.
- M. Zollinger, « Monétique et marketing », Edition Librairie Vuibert, février 1989.
- MahdiS et Mehrdad A. “E-Banking in Emerging Economy : Empirical Evidence of Iran”, International Journal of Economics and Finance, Vol.2, N° 1”, (2010).
- MEKHNACHI K., « e-économie », édition d'organisation, paris, 2000.
- SAADOUN M., Technologies de l'information et de la communication et management, Hermès, Mars, 2000,
- SAIM Tahar, « L'impact des technologies de l'information et de la communication TIC dans la Fonction Ressources Humaines (FRH) », Mémoire pour l'obtention d'un diplôme de Magister en Management des entreprises, Ecole Doctorale d'Economie et de Management, 2012/2013.
- SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou
- SERVIN C., réseaux et télécoms, édition Dunod, Paris, 1997.
- TOMAS J-L., « ERP et PGI », sélection, méthodologie de déploiement et gestion du changement, édition DUNOD, 2006.

❖ *Documents*

- Ce document comprend toutes les informations nécessaires pour pouvoir bénéficier de la procédure du droit au compte, c'est-à-dire la désignation d'office par la Banque Centrale d'une banque qui devra, dans les conditions prévues par la loi, ouvrir un compte de dépôt.
- Dans la pratique, si des incidents concernant un compte clos sont toujours en cours dans les fichiers de la Banque Centrale (chèque sans provision ou incident de remboursement de crédit par exemple), il peut être difficile d'ouvrir un compte avec un chéquier et une autorisation de découvert.
- Firmin Evrard DOUANLA TOUOP « M-Banking : Analyse, conception et implémentation d'une solution de SMSBanking » mémoire, Institut d'ingénierie informatique de Limoges, 2009.
- Fondateur et Président de l'association CORPORATION TCA : Planification des projets des étudiants de son mémoire Mémoire sur "l'évaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente".
- H. Simon (2008). « Administration et processus ». Edition d'organisation, reprise dans Bouchelitym.
- JEAN Pierre Petit, Les nouvelles technologies : un levier d'innovation pour les banques, revue-banque, économie In : http://www.revue-banque.fr/banque-detail-assurance/article/les-nouvelles-technologies-un-levier-innovationpo#restricted_content consulté le 20/07/2022.
- La Banque Mondiale, 2008 sur la bancarisation dans les pays de l'UEMOA et de la CEMAC.
- La loi N°90-10 du 14 Avril 1990, relative à la monnaie et au crédit, abrogée et remplacée par l'ordonnance N°03-11 du 26 Aout 2003 et par celle de 2010 No 10/04 du 26 Août 2010.
- Le dispositif existant en matière d'accès aux services bancaires de base repose principalement sur deux piliers : le droit au compte et les services bancaires de base. Notons que l'exemple Français peut être illustré dans l'article L312-1 code monétaire et financier établissant un droit au compte qui permet à toute personne physique ou morale domiciliée en France, dépourvue d'un compte de dépôt, d'obtenir l'ouverture d'un tel compte dans un établissement de crédit. Personne à qui une agence bancaire

Bibliographie

refuse l'ouverture d'un compte doit s'adresser à la Banque de France qui désigne dans un délai de 24h un établissement à laquelle obligation est faite de lui ouvrir un compte de dépôt.

- Le rapport de la Banque Mondiale (2015) enregistre que 2 milliards d'adultes habitant les pays en développement n'ont pas accès aux services financiers de base.
- LEQUEUX J-L, op.cit, p246.
- Les services bancaires de base comprennent la tenue du compte de dépôt, les moyens de paiement et des moyens d'information du client. Notons également que ces services sont fournis gratuitement à toute personne bénéficiant de la procédure du droit au compte.
- Office québécois de la langue française, « Le grand dictionnaire terminologique »
- On parle des services financiers mais il s'agit aussi en plus des services d'assurance, crédit et épargne, des services bancaires offerts par les banques.
- PATERYON E., SALAMON R., Op.cit. p.35
- PUJOLLE Guy, « les réseaux », Edition Eyrolles, 3ème Edition, paris, 2000, P.13.
- QUELENNEC C., « ERP », levier de transformation de l'entreprise, édition Lavoisier, 2007, p.17
- Rapport annuel de l'Observatoire de l'inclusion bancaire- Banque de France-2015.
- Rapport de la Banque Mondiale, (2014) « Financial inclusion : importance, Key facts, and drivers », Global Financial development
- REIX Robert, « système d'information et management des organisations », édition Vuibert, paris, 2000, p257
- SAADOUN Melissa, « Avec le temps », édition d'organisation, paris, 1998. P.143.
- SAM Hocine « Analyse du niveau d'inclusion financière en Algérie, étude empirique sur les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou : état des lieux et perspectives » thèse de doctorat université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

❖ *Site internet*

- [Http. // fr.Wikipedia.org/Wiki/carte-puce](http://fr.Wikipedia.org/Wiki/carte-puce), consulté le 14/07/2022
- [Http : www.eivp-paris/dptmanagement/sites/tic/partiel.php](http://www.eivp-paris/dptmanagement/sites/tic/partiel.php), consulté le 15/07/2022
- [Http://: www.google.com/banqueà distance.](http://www.google.com/banqueàdistance)
- <http://www.archipel.uqam.ca/4116/1/M12109.pdf>.p.29

Bibliographie

- http://www.irec.net/upload/File/memoires_et_theses/428.pdf. p.22
- http://www.wiki-compta.com/technologies_de_l_information_et_de_la_communication.php consulté le 15/07/2022
- <https://flagelleurmental.wordpress.com/2009/02/17/a-propos-des-technologies-de-l%E2%80%99informationet-de-la-communication/> consulté le 17/07/2022
- https://fr.wikipedia.org/wiki/guichet_automatique_bancaire. Consulté le 14/07/2022
- https://fr.wikipedia.org/wiki/Monnaie_%C3%A9lectronique consulté le 05/08/2022 à 16h00
- <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00199011>, publié le 18 Décembre 2007
- <https://wikimemoires.net/2011/02/04/les-tic-de-quoi-sagit-il-nature-et-definition-des-tic/> consulté le 15/07/2022
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/87862>
- https://www.choisir.com/guide/pourquoi_choisir_une_banque_en_ligne.
- <https://www.consoglobe.com> consulté le 01/08/2022 à 15h00
- <https://www.detective-banque.fr> consulté le 01/08/2022 à 16h00
- <https://www.guest-suite.com> site consulté le 02/08/2022 à 10h00
- https://www.memoireonline.com/10/10/4051/m_Impact-des-Technologies-de-l-Information-et-de-laCommunication-tissu-productif--biens-services7.html consulte le 28/07/2022 à 11h43.
- <https://www.satim.dz/services-cib/operations-de-paiement-en-ligne.html>
- <https://www.syloe.com/glossaire/systeme-dinformation/> consulté le 01/08/2022 à 14h00
- Site de Malek Boualem. Avantages et inconvénients des TIC. <http://experts-univers.com/inconvenients-avantagesdes-ntic.html>, consulté le 20/07/2022
- www.bank-of-algeria.dz site consulté le 03/08/2022 à 10h50
- www.bank-of-algeria.dz site consulté le 03/08/2022 à 10h50
- www.SATIM.dz, site consulté le 17/07/2022 à 21h00
- www.SATIM.dz, site consulté. Le 17/07/2022 à 20h00

Annexes

Annex 01

DEMANDE D'ABONNEMENT « CNEP B@nking »
Client Particulier

Identifiant client (ID) :
Nom :
Prenoms :
Date et lieu de naissance : / / à
Pièce identité : n° Délivrée le / / à
Adresse :

Numéro de téléphone fixe :
Numéro de Téléphone Mobile :
E-mail :

Liste des comptes autorisés par l'abonnement :

Libellé du compte	N° Compte (RIB)	Remarque
		Compte autorisé aux prélèvement des frais d'abonnement et commissions

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack
Particulier	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Consultation des cartes et leurs opérations Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing) Service SMS Carte	
Particulier +	Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau de la CNEP-Banque et chez les confrères Commande de chéquier et de carte Opposition sur chèque et carte Service SMS	

Fait àle

Reçue par la banque le.....

Signature du titulaire des comptes



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
XoIR%II+ Xo4%IIoLIX I %OIoX%II V %O%XH%O
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

Agence :

Code :

Date : / /

DECHARGE

Je soussigné (client/Interlocuteur) :

M/Mme/Melle :

ID Client :

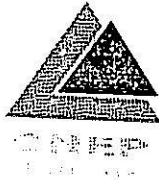
Avoir reçu aujourd'hui le LOGIN et Mot de passe e-Banking ci-après.

LOGIN :

MDP :

Et je m'engage à changer le MDP dès la première utilisation du e-Banking.

Signature du client /Interlocuteur



Annexe 04

الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك

XoIK%+ Xo4%IIIoLIX I %OIoX%II V %O%XH%O

Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance-Banque

CONVENTION E-BANKING PARTICULIER

La CNEP-Banque, Société Par Actions au capital de 46.000.000.000 DA, dont le siège social est situé au 61, Bd Soudani Boudjemaa Chéraga- Alger, représentée par (Indiquer sa qualité ou ses fonctions) :
C-dessous désignée « LA BANQUE »

D'une part,
Monsieur/Madame/Monsieur (Indiquer sa forme juridique) :
de capital de DA, immatriculée au Registre du Commerce (wilaya) :
sous le n° dont le siège social est situé à :
Représentée par M. (Indiquer ses nom et prénom) :
(Indiquer sa qualité ou sa fonction) :
Adresse mail :
N° De téléphone Mobile :
ayant tous les pouvoirs aux fins de la présente convention, ci-dessous dénommée « L'ABONNE ».

et ci-dessous collectivement « LES PARTIES », déclarent avoir convenu et arrêté ce qui suit :
D'autre part,

ARTICLE 1- OBJET DE LA CONVENTION

Sur abonnement, la CNEP-Banque met à la disposition de son client individuellement dénommé "l'Abonné" un service E-BANKING ayant pour objet de lui permettre l'accès aux fonctions suivantes :

- Consultation des soldes et historiques des comptes,
- Consultation Solde et situation des crédits,
- Consultation des cartes et leurs autorisations,
- Commande et gestion de chèquiers,
- Commande et gestion des cartes monétique,

Le compte concerné par l'abonnement au service e-BANKING est réservé au bénéfice exclusif de la clientèle de la Banque.

ARTICLE 2 : CONDITIONS ET FONCTIONNEMENT.

2.1 Services disponibles :
La CNEP-Banque offre au titre des services « CNEP B@nking » au titulaire du compte un ensemble de services sous forme de pack qui sont présentés en détail dans la demande d'abonnement.

2.2 Inscription au service « CNEP B@nking » :
Le titulaire du compte procède au renseignement des informations demandées par la banque. L'abonnement qui est une partie intégrante de la présente convention est conclu par la détermination du compte ou des comptes qu'il souhaite ouvrir au service « CNEP B@nking ». Le titulaire du compte ne peut inscrire au service «CNEP B@nking » que le(s) compte(s) ouvert(s) en son nom personnel

2.3 Code secret
Le titulaire du compte peut avoir accès au service «CNEP B@nking » par l'introduction de numéro d'identification et mot de passe qui lui sont attribués à la signature de la convention d'abonnement au service « CNEP B@nking ».

Le mot de passe communiqué par la banque doit être modifié immédiatement et régulièrement. En cas de perte de sécurité, il est recommandé au titulaire du compte de modifier le mot de passe. En cas de doute, il est donc de l'intérêt du Client de les tenir secrets et de ne les communiquer à quiconque il est demandé au Client de modifier le mot de passe que lui a été transmis lors de la première connexion au service e-BANKING

Toutes transactions faites sur e-BANKING au moyen des codes d'accès (login et mot de passe) valent identification du Client et dispense la Banque de tout contrôle

Le Client est entièrement responsable de la conservation et de l'utilisation de ses codes secrets et, le cas échéant, des conséquences de leurs divulgations effectuées par les tiers.

En cas de perte ou oubli de son mot de passe, une demande de réinitialisation du code secret doit être effectuée à sa demande en agence, un autre code secret lui sera remis.

En cas de trois tentatives infructueuses pour faire entrer son mot de passe, la connexion e-BANKING est interrompue.

Le mot de passe est remis au client par :
- Un document imprimé en présence du client, remis à ce dernier contre accusé de réception
- Ou par SMS envoyé au client au numéro de téléphone mobile communiqué lors de l'abonnement

ARTICLE 3 : DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est établie pour une durée d'une année renouvelable par tacite reconduction. Toutefois, à tout moment, chacune des deux parties peut la dénoncer à l'autre partie sous un préavis d'un mois par lettre recommandée avec accusé de réception.

ARTICLE 4 : DECLARATIONS DES PARTIES :

4.1 - DECLARATIONS CONJOINTES :

4.1.1 - Les parties conviennent que chacune d'elle n'est responsable de l'inexécution ou de la mauvaise exécution d'une, de plusieurs ou de ses obligations contractuelles qu'autant que ladite inexécution ou la susdite mauvaise exécution est due à la faute de la partie concernée, à sa défaillance, à sa négligence, à sa carence ou à un quelconque autre manquement à l'une ou plusieurs de ses obligations contractuelles et qu'autant que l'autre partie en aurait apporté la preuve.

4.1.2 - Les deux parties déclarent que l'exécution de leurs obligations respectives ne contrevient à aucune disposition législative ou réglementaire

4.1.3 - Les parties s'engagent à se concerter en toute bonne foi et de manière raisonnable avant toute modification des paramètres techniques

4.1.4 - En cas de dénonciation ou de résiliation de la présente convention pour quelque cause et/ou motif que ce soit, les parties prendront toutes les dispositions utiles en vue du dénouement de toutes les opérations en cours dans les meilleurs délais.

ARTICLE 5 : OBLIGATIONS DES PARTIES

5.1- OBLIGATIONS MUTUELLES :

5.1.1- Les parties s'obligent à utiliser :
- les moyens de communication conformes aux normes édictées par la Banque d'Algérie et permettant l'accès aux données Informatiques de la Banque par le réseau « Internet Public »,
- les formats des fichiers permettant le transfert des données informatiques.

5.1.2 - En cas de constatation d'un défaut quelconque de fonctionnement technique ou autre, la partie concernée en relèvera les éléments, en rechercher les causes, avisera l'autre partie par tout moyen et dans les meilleurs délais, collaboreront le plus étroitement possible à l'effet d'y remédier et conviendront des procédures de substitution auxquelles elles recourront jusqu'à la liquidation du susdit défaut

5.1.3 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

5.1.4 - Tout message électronique est susceptible d'altération, la Banque décline toute responsabilité s'il a été altéré, déformé ou falsifié.

5.2- OBLIGATIONS DU CLIENT :

5.2.1- Le Client convient de disposer d'un accès « Internet » à même de lui permettre de communiquer avec la Banque.

5.2.2 - Le Client aura à communiquer à la Banque les identités du ou de ses mandataires, leur signature électronique, la nature ainsi que l'étendue de qui leur est applicable, leurs pouvoirs respectifs ou conjoints.

5.2.3- Le client est dans l'obligation de communiquer à la banque un numéro de téléphone mobile et une adresse mail si elle existe ainsi toute modification de ces dernières. Le client autorise la banque de s'adresser à lui via le téléphone et le mail communiqués concernant l'ensemble des activités de la banque (exp : situation des comptes , monétique, crédits , remboursement des crédit , publicité...).

5.2.4 - En cas de révocation du ou de tous ses mandataires, le client informera la Banque immédiatement par écrit pour lui permettre de procéder à l'annulation des prestations objet de la présente convention et de leur habilitation.

4.2.5 - Le Client signalera à la Banque toute perte ou usage abusif des identifiants et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais par tout moyen et s'oblige à confirmer la perte ou son usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception.

5.2.6 - Le Client s'oblige, à peine d'irrecevabilité, à adresser à la Banque toute réclamation concernant la transmission d'un fichier ou la communication d'informations à partir du serveur dans le délai d'un mois à compter de la date d'envoi du dit fichier ou de la communication des sus-dites informations.

5.2.7- Le client doit sécuriser son espace e-Banking et ses comptes par les pratiques ci-après :

- Choisir un mot de passe complexe et unique et le modifier régulièrement. Le mot de passe doit être composé au minimum de huit (8) caractères avec l'existence des lettres en majuscule et minuscule, des chiffres et caractère spécial.
- Ne pas communiquer ses codes secrets (ni à la banque, la police ou même à sa famille).
- Le mot de passe ne doit pas être enregistré sur terminal.
- Ne pas se connecter à partir d'un lien trouvé dans un e-mail (ou SMS), c'est sûrement du phishing.
- En cas de doute, de contacter sa banque.
- Consulter régulièrement son compte pour vérifier qu'il n'y a pas eu d'opérations irrégulières.
- Consulter régulièrement des consignes de sécurité de la banque.

5.3 - OBLIGATIONS DE LA BANQUE :

5.3.1 - La Banque accusera réception au Client de tout fichier qui lui aura été transmis et pour son compte en précisant sa bonne ou mauvaise réception et la conformité des signatures électroniques du fichier.

5.3.2 - La Banque exécutera les fichiers conformes aux clauses de la présente convention selon les conditions et les modalités prévues par la convention de compte courant.

5.3.3 - En cas de suspension des prestations, objet de la présente convention, et ce, qu'elle qu'en soit la raison ou le motif, la Banque informera le Client dès que possible par tout moyen écrit (fax, mail, SMS, lettre simple avec accusé de réception, etc....).

5.3.4 - La Banque s'oblige à maintenir en bon état de fonctionnement l'ensemble de ses moyens informatiques, humains et techniques nécessaires à l'exécution de la présente convention et, pour ce faire, à assurer toute la maintenance appropriée.

ARTICLE 6 : RESPONSABILITE DES PARTIES :

6.1 - RESPONSABILITE DU CLIENT :

6.1.1 - Le Client est engagé par toute utilisation de la signature et du code d'activation tels que définis dans la présente convention.

6.1.2 - Le Client assume la responsabilité de la garde, de la conservation et de la confidentialité des identifiants ainsi que des mots de passe définis avec la Banque pour l'exécution des prestations.

6.1.3 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation par des tiers des identifiants et des mots de passe des suites de la divulgation de son fait personnel ou de ses préposés.

6.1.4 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation et l'envoi des informations via les moyens de communication par le client (téléphone et mail) dont les changements et les mises à jour n'ont pas été communiqués à la banque.

6.1.5 - Le Client déclare avoir utilisé tous les moyens de sécurité (code secret, effacement des messages...) pour préserver la confidentialité des messages reçus.

6.2 - RESPONSABILITE DE LA BANQUE :

6.2.1 - Dans le cas où la Banque aurait recours à un ou plusieurs sous-traitants pour exécuter tout ou partie des prestations au titre du Contrat, elle demeure responsable de leur bonne exécution vis-à-vis du Client.

6.2.2 - La Banque déclare qu'elle entreprendra ses meilleurs efforts pour exécuter les opérations de maintenance aux périodes où elles entraîneront le moins de perturbations pour le client.

6.2.3 - La Banque atteste avoir mis en œuvre toutes les mesures de sécurité nécessaires à la protection et la confidentialité des données du Client.

6.2.4 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

6.3 - EXONERATION DE RESPONSABILITE :

6.3.1 - EXONERATION POUR CAUSE DE SITUATION DE FORCE MAJEURE

Chacune des deux parties consent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'inexécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou des diverses obligations contractuelles de la partie concernée dès lors que la défaillance de ladite partie est due à un cas de force majeure. Les deux parties conviennent que le cas de force majeure est tout acte ou événement, survenant de manière inattendue, insurmontable indépendamment de leur volonté et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention, dont, notamment, le défaut de fourniture de courant électrique, toute intervention, décision et/ou fait de l'Etat, d'une autorité ou de toute institution publique, les contingences techniques, administratives ou autres ayant une influence

directe sur les lignes et les réseaux de transmission informatiques, les guerres ou menaces de guerre, le terrorisme, le sabotage, les situations d'émeutes, de grèves, les incendies, les inondations, toute autre catastrophe naturelle, etc...

La partie, empêchée par le cas de force majeure, ne saurait être tenue à aucune réparation ni dédommagement à l'égard de l'autre partie et la durée de la présente convention sera alors prorogée d'une durée égale à celle de la force majeure.

La partie, qui invoque la force majeure, doit aviser la partie intéressée et/ou concernée du cas de force majeure dans les meilleurs délais et ce, par tout moyen (lettre recommandée avec accusé de réception, téléx, fax, etc.). En joignant tout justificatif y afférent.

Toutefois, si la situation de force majeure excède la durée de trente (30) jours à compter de la date de la survenance de la situation de force majeure, chacune des deux parties pourra résilier la présente convention en informant l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception ou tout autre moyen écrit sans que cette dernière puisse prétendre à de quelconques réparations civiles.

6.3.2 - EXONERATION DU FAIT D'UNE PARTIE TIERCE :

La responsabilité d'une partie ne peut en aucun cas être alléguée par l'autre partie dès lors que l'inexécution ou la mauvaise exécution de l'une ou, de plusieurs ou des obligations contractuelles de ladite partie est due au fait d'une tierce partie.

ARTICLE 7 : SUSPENSION DES PRESTATIONS :

Pour préserver la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques ainsi que pour exécuter les tâches de maintenance nécessaires à la bonne marche de ses équipements, la Banque pourra suspendre l'exécution de tout ou partie des prestations, objet de la présente convention.

Pendant toute la durée de la suspension, la Banque usera des procédures de substitution qu'elle aura convenues avec le client.

ARTICLE 8 : REPARATION DES PREJUDICES :

Chacune des parties s'oblige à réparer les dommages subis par l'autre partie du fait de sa défaillance, de l'inexécution ou de la mauvaise exécution de l'une, de plusieurs ou de ses diverses obligations contractuelles.

ARTICLE 9 : MODIFICATIONS ET/OU COMPLEMENTS A LA CONVENTION :

Toute modification de la présente convention fera l'objet d'un avenant signé par les parties contractantes.

ARTICLE 10 : RESILIATION DE LA CONVENTION :

La présente convention pourra être résiliée sans délai de préavis par l'une ou l'autre des deux parties par lettre recommandée avec accusé de réception en cas :

- de la clôture de ses comptes par le client,
- de décès du client
- de faillite ou de liquidation judiciaire du Client et après mise en demeure adressée au liquidateur par lettre recommandée avec accusé de réception restée sans suite plus d'un mois après sa date de réception par ledit liquidateur,
- de non adaptation par l'une des deux parties à toute nouvelle norme définie par la Banque d'Algérie et/ou la législation Algérienne.

ARTICLE 11 : REGLEMENT DES CONTESTATIONS ET LITIGES :

Toute contestation ou litige pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution des termes de la présente convention, qui n'aurait pas pu être réglée à l'amiable dans un délai d'un mois à compter de sa survenance, seront soumis aux juridictions territorialement compétentes.

ARTICLE 12 : Conditions tarifaires

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « CNEP B@nking » de la CNEP-Banque sont prélevés périodiquement par la banque pour l'abonnement régi par la présente convention. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque en vigueur. Le titulaire du compte sera informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement. Une commission à l'opération est appliquée, notamment aux opérations de virements et aux mises en oppositions sur cartes et chèques. Par la présente convention, le titulaire du compte autorise la banque à débiter son compte des frais d'abonnement et commissions.

ARTICLE 13 : Election de domicile

Pour l'exécution de la présente convention, la banque et le titulaire du compte font election de domicile à leurs adresses respectives indiquées ci-dessus.

ARTICLE 14 : ENTREE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention entrera en vigueur à compter de la date de sa signature par les deux parties.

Fait en deux exemplaires originaux en langue française, un exemplaire étant remis à chacune des parties.

Fait à le :/...../20.....

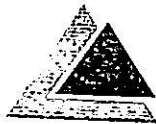
P/LA BANQUE,

Nom, prénom, qualité du représentant

(Cachet humide de la Banque)

L'ABONNE

Nom&Prénom



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
XoIKoM+ Xo4%MoLIX I oOloX%M V oO%XH%O
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

CONVENTION E-BANKING ENTREPRISE/PROFESSION LIBÉRALE

Le présent document est établi en 46 000 000 000 DA, dont le siège social est situé au 61, Bd Souidani Boudjemaa Chêraga- Alger, représentée

LA BANQUE

D'une part,

Et Mademoiselle/Madame/Monsieur

Ou Raison sociale (indiquer sa forme juridique) :

au capital de DA, immatriculée au Registre du Commerce (wilaya) :

sous le n°
dont le siège social est situé à

Représentant (préciser son nom et prénom) :

.....

.....

.....
ayant tous les pouvoirs aux fins de la présente convention, ci-dessous dénommée « L'ABONNE ».

D'autre part,

Désignées ci-après collectivement « LES PARTIES », déclarent avoir convenu et arrêté ce qui suit :

ARTICLE 1 : OBJET DE LA CONVENTION.

La Banque met à la disposition de son client individuelle-
ment, moyennant un abonnement, un service E-BANKING ayant pour objet de lui
permettre de bénéficier des services suivants :

- Gestion des courants de comptes d'épargne.

- Gestion des cartes et leurs autorisations.

- Commande et gestion de chèquiers.

- Commande et gestion des cartes monétique.

- Virements unitaire.

- Virement de masse

- Autres informations

Clientèle concernée :

L'abonnement au service E-BANKING est réservé au bénéfice exclusif de la

clientèle de la Banque

ARTICLE 2 : conditions et fonctionnement

2.1 Services disponibles :

La Banque offre, au titre des services « CNEP B@nking » au titulaire du
compte un ensemble de services sous forme de pack qui sont présentés en
détail dans la demande d'abonnement.

2.2 Inscription au service « CNEP B@nking » :

Le titulaire du compte procède au renseignement des informations demandées
dans la demande d'abonnement qui est une partie intégrante de la présente
convention par la détermination du compte ou des comptes qu'il souhaite
inscrire au service « CNEP B@nking ». Le titulaire du compte ne peut inscrire au
service « CNEP B@nking » que le(s) compte(s) ouvert(s) en son nom
personnel.

2.3 Le secret

Le titulaire du compte peut avoir accès au service « CNEP B@nking » par
l'intermédiaire d'un numéro d'identification et d'un mot de passe qui lui sont
attribués à la signature de la convention d'abonnement au service « CNEP
B@nking ».

Le mot de passe communiqué par la banque doit être modifié immédiatement et
des sa réception. Par mesure de sécurité, il est recommandé au titulaire du
compte de le modifier fréquemment.

Les codes sont confidentiels, il est donc de l'intérêt du Client de les tenir secrets
et de ne les communiquer à quiconque, il est demandé au Client de modifier le
mot de passe qui lui a été transmis lors de la première connexion au service
E-BANKING.

En cas d'insuccès lors de la connexion au service E-BANKING au moyen des codes d'accès (login et
mot de passe) le Client doit s'identifier au moyen de son numéro de téléphone mobile et la Banque de tout
autre moyen.

Le Client est entièrement responsable de la conservation et de l'utilisation de
ses codes secrets et, le cas échéant, des conséquences de leurs divulgations
ou de leurs utilisations par les tiers.

Dans le cas où le Client publie ou perd son mot de passe, une demande de
réinitialisation du code secret doit être effectuée à sa demande en agence, un
autre code secret lui sera remis.

En cas de trois tentatives infructueuses pour faire entrer son mot de passe, la
raison E-BANKING est interrompue.

Le mot de passe est remis au client par :
- Un document imprimé en présence du client, remis à ce dernier contre accusé
de réception.

- Ou par un document remis au numéro de téléphone mobile communiqué.

La désignation des interlocuteurs : le titulaire du compte désigne les
interlocuteurs de la Banque lors de la demande d'abonnement avec les habilitations et les
pouvoirs de chaque un.

Tout ajout, modification ou suppression des interlocuteurs, le titulaire du compte
informera la banque par écrit dument signé par lui-même.

ARTICLE 2 : DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est établie pour une durée d'une année renouvelable
par tacite reconduction. Toutefois, à tout moment, chacune des deux parties
peut la dénoncer à l'autre partie sous un préavis d'un mois par lettre recomman-
dée avec accusé de réception.

ARTICLE 3 : DECLARATIONS DES PARTIES :

3.1 - DECLARATIONS CONJOINTES :

3.1.1 - Les parties conviennent que chacune d'elle n'est responsable de
l'exécution ou de la mauvaise exécution d'une, de plusieurs ou de ses
obligations contractuelles qu'autant que ladite inexécution ou la susdite
mauvaise exécution est due à la faute de la partie concernée, à sa défaillance,
à sa négligence, à sa carence ou à un quelconque autre manquement à l'une ou
plusieurs de ses obligations contractuelles et qu'autant que l'autre partie en
aurait apporté la preuve.

3.1.2 - Les deux parties déclarent que l'exécution de leurs obligations
respectives ne contrevient à aucune disposition législative ou réglementaire

3.1.3 - Les parties s'engagent à se concerter en toute bonne foi et de manière
raisonnable avant toute modification des paramètres techniques

3.1.4 - En cas de dénonciation ou de résiliation de la présente convention pour
quelque cause et/ou motif que ce soit, les parties prendront toutes les
dispositions utiles en vue du dénouement de toutes les opérations en cours
dans les meilleurs délais.

ARTICLE 4 : OBLIGATIONS DES PARTIES

4.1- OBLIGATIONS MUTUELLES :

4.1.1- Les parties s'obligent à utiliser :

- Les moyens de communication conformes aux normes édictées par la Banque
d'Algérie et permettant l'accès aux données informatiques de la Banque par le
réseau « Internet Public ».

- Les formels des fichiers permettant le transfert des données informatiques.

4.1.2- En cas de constatation d'un défaut quelconque de fonctionnement
technique ou autre, la partie concernée en relèvera les éléments, en rechercher
les causes, aversera l'autre partie par tout moyen et dans les meilleurs délais,
collaboreront le plus étroitement possible à l'effet d'y remédier et conviendront
des procédures de substitution auxquelles elles recourront jusqu'à la liquidation
du susdit défaut.

4.1.3- Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles
de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute
utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

4.1.4- Tout message électronique est susceptible d'altération, la Banque décline
toute responsabilité s'il a été altéré, déformé ou falsifié.

4.2 - OBLIGATIONS DU CLIENT :

4.2.1 Le Client convient de disposer d'un accès « Internet » à même de lui
permettre de communiquer avec la Banque.

4.2.2- Le Client déclare faire son affaire personnelle de :
- L'acquisition, de l'installation, de la maintenance et de la mise à jour de son
système informatique, de son raccordement au réseau « Internet » et de sa
protection par des dispositifs de sécurité tel que le pare-feu, l'antimalware, ...

- Et de la conformité et de la mise à jour aux normes de la Banque d'Algérie de
la version dudit logiciel.

4.2.3 - Le Client aura à communiquer à la Banque les identités du ou de ses
mandataires, leur signature électronique, la nature ainsi que l'étendue de qui
leur est applicable, leurs pouvoirs respectifs ou conjoints.

4.2.4- Le client est dans l'obligation de communiquer à la banque un numéro de
téléphone mobile et une adresse mail si elle existe ainsi toute modification de
ces dernières. Le client autorise la banque de s'adresser à lui via le téléphone et
le mail communiqués concernant l'ensemble des activités de la banque (ex :
situation des comptes, monétique, crédits, remboursement des crédits,
publicité...).

4.2.5 - En cas de révocation du ou de tous ses mandataires, le client informera
la Banque immédiatement par écrit pour lui permettre de procéder à l'annulation

Des prestations objet de la présente convention et de leur habilitation.

4.2.6 - Le Client signalera à la Banque toute perte ou usage abusif des cartes bancaires et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais par tout moyen et devra confirmer la perte ou son usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception.

4.2.7 - Le Client s'oblige à remettre à son agence, l'ensemble des ordres de prélèvement au prélevement en format papier dûment signés par les personnes habilitées. Cette remise doit se faire dans un délai n'excédant pas 10 jours à partir de la date de leur exécution sur CNEP B@nking.

4.2.8 - Le Client s'oblige, à peine d'irrecevabilité, à adresser à la Banque toute réclamation concernant la transmission d'un fichier ou la communication d'informations à partir du serveur dans le délai d'un mois à compter de la date de envoi du dit fichier ou de la communication des sus-dites informations.

4.2.9 - Le client doit sécuriser son espace e-Banking et ses comptes par les pratiques ci-après :
- Choisir un mot de passe complexe et unique et le modifier régulièrement.
- Ne divulguer à personne ses codes secrets (ni à la banque, la police ou même un proche).

4.2.10 - Les mots de passe ne doivent pas être enregistrés sur terminal, imprimés ou stockés à partir d'un lien trouvé dans un e-mail (ou SMS), c'est sûrement du phishing.

- En cas de doute, de contacter sa banque,
- Consulter régulièrement son compte pour vérifier qu'il n'y a pas eu d'opérations irrégulières
- Consulter régulièrement des consignes de sécurité de la banque.

4.3 - OBLIGATIONS DE LA BANQUE :

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

4.3.3 - La Banque exécutera les fichiers conformes aux clauses de la présente convention selon les conditions et les modalités prévues par la convention de compte courant.

4.3.4 - En cas de suspension des prestations, objet de la présente convention, et ce, quelle qu'en soit la raison ou le motif, la Banque informera le Client dès que possible par tout moyen écrit (fax, mail, SMS, lettre simple avec accusé de réception, etc.).

4.3.5 - La Banque s'oblige à maintenir en bon état de fonctionnement l'ensemble des équipements informatiques, humains et techniques nécessaires à l'exécution de la présente convention et pour ce faire à assurer toute la maintenance nécessaire.

ARTICLE 5 - RESPONSABILITE DES PARTIES :

5.1 - RESPONSABILITE DU CLIENT :

5.1.1 - Le client est engagé par toute utilisation de la signature et du code d'activation tels que définis dans la présente convention.

5.1.2 - Le Client assume la responsabilité de la garde, de la conservation et de la confidentialité des identifiants ainsi que des mots de passe définis avec la Banque pour l'exécution des prestations.

5.1.3 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation par des tiers des identifiants et des mots de passe dès suites de la divulgation de son fait personnel ou de ses préposés.

5.1.4 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation et l'envoi des informations via les canaux autorisés par le client (téléphone et mail) dont les changements et les mises à jour ont été communiqués à la banque.

5.1.5 - Le client déclare avoir utilisé tous les moyens de sécurité (code secret, envoi de messages...) pour préserver la confidentialité des messages reçus.

5.2 - RESPONSABILITE DE LA BANQUE :

5.2.1 - La Banque déclare assumer pleinement et totalement les conditions et les modalités d'accès à son serveur informatique.

5.2.2 - La Banque atteste avoir mis en œuvre toutes les mesures de sécurité nécessaires à la protection et la confidentialité des données du Client.

5.2.3 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, leur utilisation hors de leur destination autorisée est interdite.

5.3 - EXONERATION DE RESPONSABILITE :

5.3.1 - EXONERATION POUR CAUSE DE SITUATION DE FORCE MAJEURE :
Chacune des deux parties consent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'inexécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou des diverses obligations contractuelles de la partie concernée dès lors que la défaillance de ladite partie est due à un cas de force majeure. Les deux parties conviennent que le cas de force majeure est tout acte ou événement, imprévisible, irrésistible, insurmontable, indépendant de leur volonté et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention, dont notamment, le défaut de fourniture de courant électrique, toute interven-

tion, décision et/ou fait de l'Etat, d'une autorité ou de toute institution publique, les contingences techniques, administratives ou autres ayant une influence directe sur les lignes et les réseaux de transmission informatiques, les guerres ou menaces de guerre, le terrorisme, le sabotage, les situations d'émeutes, de grèves, les incendies, les inondations, toute autre catastrophe naturelle, etc...

La partie, empêchée par le cas de force majeure, ne saurait être tenue à aucune réparation ni dédommagement à l'égard de l'autre partie et la durée de la présente convention sera alors prorogée d'une durée égale à celle de la force majeure.

La partie, qui invoque la force majeure, doit aviser la partie intéressée et/ou concernée du cas de force majeure dans les meilleurs délais et ce, par tout moyen (lettre recommandée avec accusé de réception, télex, fax, etc.). En joignant tout justificatif y afférent.

Toutefois, si la situation de force majeure excède la durée d'un mois de trente jours à compter de la date de la survenance de la situation de force majeure, chacune des deux parties pourra résilier la présente convention en informant l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception ou tout autre moyen écrit sans que cette dernière puisse prétendre à de quelconques réparations civiles.

5.3.2 - EXONERATION DU FAIT D'UNE PARTIE TIERCE :

La responsabilité d'une partie ne peut en aucun cas être alléguée par l'autre partie dès lors que l'inexécution ou la mauvaise exécution de l'une ou, de plusieurs ou des obligations contractuelles de ladite partie est due au fait d'une tierce partie.

ARTICLE 6 : SUSPENSION DES PRESTATIONS :

Pour préserver la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques ainsi que pour exécuter les tâches de maintenance nécessaires à la bonne marche de ses équipements, la Banque pourra suspendre l'exécution de tout ou partie des prestations, objet de la présente convention. Pendant toute la durée de la suspension, la Banque usera des procédures de substitution qu'elle aura convenues avec le client.

ARTICLE 7 : REPARATION DES PREJUDICES :

Toute modification de la présente convention fera l'objet d'un avenant signé par les parties contractantes.

ARTICLE 9 : RESILIATION DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention pourra être résiliée sans délai de préavis par l'une ou l'autre des deux parties par lettre recommandée avec accusé de réception en cas :

- De la clôture de ses comptes par le client,
- De décès du client (cas client est une personnes physique),
- De faillite ou de liquidation judiciaire du Client et après mise en demeure adressée au liquidateur par lettre recommandée avec accusé de réception restée sans suite plus d'un mois après sa date de réception par ledit liquidateur,
- De non adaptation par l'une des deux parties à toute nouvelle norme définie par la Banque d'Algérie et/ou la législation Algérienne.

ARTICLE 10 : REGLEMENT DES CONTESTATIONS ET LITIGES :

Toute contestation pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution des termes de la présente convention, qui n'aurait pas pu être réglée à l'amiable dans un délai d'un mois à compter de sa survenance, seront soumis aux juridictions territorialement compétentes.

ARTICLE 11 : Conditions tarifaires

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « CNEP B@nking » de la CNEP-Banque sont prélevés périodiquement par la banque pour l'abonnement régi par la présente convention. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque en vigueur. Le titulaire du compte sera informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement. Une commission à l'opération est appliquée, notamment aux opérations de virements et aux mises en oppositions sur cartes, ainsi que pour le service SMS Banking. Par la présente convention, le titulaire du compte autorise la banque à débiter son compte des frais d'abonnement et commissions.

ARTICLE 12 : Election de domicile

Pour l'exécution de la présente convention, la banque et le titulaire du compte font élection de domicile à leurs adresses respectives indiquées ci-dessus.

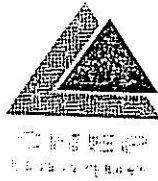
ARTICLE 13 : ENTREE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention entrera en vigueur à compter de la date de sa signature par les deux parties.

Le présent document est établi en deux exemplaires originaux en langue française, un exemplaire étant remis à chacune des parties.
Fait à le 20.....

P/LA BANQUE,
Nom, prénom, qualité du représentant
(Cachet humide de la Banque)

L'ABONNE
Nom,Prénom./Raison sociale
(Cachet humide du client si entreprise)



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
XoIK8H+ Xo4%IlOLIX | %OIoX%Il V %O%XH%O
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

CONVENTION E-BANKING PARTICULIER

La CNEP-Banque, Société Par Actions au capital de 46.000.000.000 DA, dont le siège social est situé au 61, Bd Souidani Boudjemaa Chêraga- Alger, représentée par

(Indiquer sa qualité ou ses fonctions) :

Ci-dessous désignée « LA BANQUE ».

E* Mademoiselle, Madame, Monsieur :

D'une part,

N° De téléphone Mobile :

ayant tous les pouvoirs aux fins de la présente convention, ci-dessous dénommée « L'ABONNE ».

Désignés ci-après collectivement « LES PARTIES », déclarent avoir convenu et arrêté ce qui suit :

D'autre part,

ARTICLE 1 : OBJET DE LA CONVENTION

Par la présente, la CNEP-Banque met à la disposition de son client individuellement dénommé "Abonné" un service E-BANKING ayant pour objet de lui permettre l'accès aux fonctions suivantes :

- Consultation des soldes et historiques des comptes,
- Consultation Solde et situation des crédits,
- Consultation des cartes et leurs autorisations,
- Commande et gestion de chèquiers,
- Commande et gestion des cartes monétique,
- Virements à distance,
- Autres informations.

Clientèle concernée :

Le service E-BANKING est réservé au bénéfice exclusif de la

ARTICLE 3 : DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est établie pour une durée d'une année renouvelable par tacite reconduction. Toutefois, à tout moment, chacune des deux parties peut la dénoncer à l'autre partie sous un préavis d'un mois par lettre recommandée avec accusé de réception.

ARTICLE 4 : DECLARATIONS DES PARTIES :

- #### 4.1 - DECLARATIONS CONJOINTES :
- 4.1.1 - Les parties conviennent que chacune d'elle n'est responsable de l'exécution ou de la mauvaise exécution d'une, de plusieurs ou de ses obligations contractuelles qu'autant que ladite inexécution ou la susdite mauvaise exécution est due à la faute de la partie concernée, à sa défaillance, à sa négligence, à sa carence ou à un quelconque autre manquement à l'une ou plusieurs de ses obligations contractuelles et qu'autant que l'autre partie en aurait apporté la preuve.
- 4.1.2 - Les deux parties déclarent que l'exécution de leurs obligations respectives ne contrevient à aucune disposition législative ou réglementaire.
- 4.1.3 - Les parties s'engagent à se concerter en toute bonne foi et de manière raisonnable avant toute modification des paramètres techniques.
- 4.1.4 - En cas de dénonciation ou de résiliation de la présente convention pour quelque cause et/ou motif que ce soit, les parties prendront toutes les dispositions utiles en vue du dénouement de toutes les opérations en cours dans les meilleurs délais.

ARTICLE 5 : OBLIGATIONS DES PARTIES

5.1- OBLIGATIONS MUTUELLES :

- 5.1.1- Les parties s'obligent à utiliser :
- les moyens de communication conformes aux normes édictées par la Banque d'Algérie et permettant l'accès aux données informatiques de la Banque par le réseau « Internet Public »,
 - les formats des fichiers permettant le transfert des données informatiques,
- 5.1.2 - En cas de constatation d'un défaut quelconque de fonctionnement technique ou autre, la partie concernée en relèvera les éléments, en rechercher les causes, avisera l'autre partie par tout moyen et dans les meilleurs délais, collaboreront le plus étroitement possible à l'effet d'y remédier et conviendront des procédures de substitution auxquelles elles recourront jusqu'à la liquidation du susdit défaut.
- 5.1.3 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.
- 5.1.4 - Tout message électronique est susceptible d'altération, la Banque décline toute responsabilité s'il a été altéré, déformé ou falsifié.

5.2- OBLIGATIONS DU CLIENT :

- 5.2.1- Le Client convient de disposer d'un accès « Internet » à même de lui permettre de communiquer avec la Banque.
- 5.2.2 - Le Client aura à communiquer à la Banque les identités du ou de ses mandataires, leur signature électronique, la nature ainsi que l'étendue de qui leur est applicable, leurs pouvoirs respectifs ou conjoints.
- 5.2.3- Le client est dans l'obligation de communiquer à la banque un numéro de téléphone mobile et une adresse mail si elle existe ainsi toute modification de ces dernières. Le client autorise la banque de s'adresser à lui via le téléphone et le mail communiqués concernant l'ensemble des activités de la banque (exp : situation des comptes , monétique, crédits , remboursement des crédit ,publicité...).
- 5.2.4 - En cas de révocation du ou de tous ses mandataires, le client informera la Banque immédiatement par écrit pour lui permettre de procéder à l'annulation des prestations objet de la présente convention et de leur habilitation.
- 5.2.5 - Le Client signalera à la Banque toute perte ou usage abusif des identifiants et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais par tout moyen et s'oblige à confirmer la perte ou son usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception.

ARTICLE 2 : CONDITIONS ET FONCTIONNEMENT.

2.1 Services disponibles :

La CNEP-Banque offre, au titre des services « CNEP B@nking » au titulaire du compte un ensemble de services sous forme de pack qui sont présentés en détail dans la demande d'abonnement.

2.2 Inscription au service « CNEP B@nking » :

Le titulaire du compte procède au renseignement des informations demandées dans la demande d'abonnement qui est une partie intégrante de la présente convention par la détermination du compte ou des comptes qu'il souhaite inscrire au service « CNEP B@nking ». Le titulaire du compte ne peut inscrire plus d'un compte « CNEP B@nking » que le(s) compte(s) ouvert(s) en son nom.

2.3 Code secret

Le titulaire du compte peut avoir accès au service «CNEP B@nking » par l'introduction de numéro d'identification et mot de passe qui lui sont attribués à la signature de la convention d'abonnement au service « CNEP B@nking ».

Le mot de passe communiqué par la banque doit être modifié immédiatement et des réception. Par mesure de sécurité, il est recommandé au titulaire du compte de le modifier fréquemment.

Les codes sont confidentiels, il est donc de l'intérêt du Client de les tenir secrets et de ne les communiquer à quiconque. Il est demandé au Client de modifier le mot de passe s'il a été transmis lors de la première connexion au service.

Toutes les transactions faites sur e-BANKING au moyen des codes d'accès (login et mot de passe) valent identification du Client et dispense la Banque de tout contrôle.

Le Client est entièrement responsable de la conservation et de l'utilisation de ses codes secrets et, le cas échéant, des conséquences de leurs divulgations ou de leurs utilisations par les tiers.

Dans le cas où le Client oublie ou perd son mot de passe, une demande de modification du code secret doit être effectuée à sa demande en agence, un justificatif de l'identité du client est requis.

En cas de besoin, le client peut solliciter les instructrices pour faire entrer son mot de passe, la raison e-BANKING est interrompue.

Le mot de passe est remis au client par :

- Un document imprimé en présence du client, remis à ce dernier contre accusé de réception
- Ou par SMS envoyé au client au numéro de téléphone mobile communiqué lors de l'abonnement.

5.2.6 - Le Client s'oblige, à peine d'irrecevabilité, à adresser à la Banque toute demande concernant la transmission d'un fichier ou la communication de données à partir du serveur dans le délai d'un mois à compter de la date de réception de la communication des sus-dites informations.

5.2.7 - Le Client doit sécuriser son espace e-Banking et ses comptes par les moyens suivants :

- Choisir un mot de passe complexe et unique et le modifier régulièrement. Le mot de passe doit être composé au minimum de huit (8) caractères avec des lettres majuscules et minuscules, des chiffres et caractères spéciaux.
- Ne pas donner à personne ses codes secrets (ni à la banque, la police ou même un membre de sa famille).
- Le mot de passe ne doit pas être enregistré sur terminal.
- Ne pas se connecter à partir d'un lien trouvé dans un e-mail (ou SMS), c'est sûrement du phishing.
- En cas de doute de contacter sa banque.
- Consulter régulièrement son compte pour vérifier qu'il n'y a pas eu d'opérations régulières.
- Consulter régulièrement des consignes de sécurité de la banque.

5.3 - OBLIGATIONS DE LA BANQUE :

5.3.1 - La Banque s'engage à assurer la réception au Client de tout fichier qui lui aura été transmis par le titulaire de son compte en précisant sa bonne ou mauvaise réception, la date ainsi que la conformité des signatures électroniques du fichier.

5.3.2 - La Banque exécutera les fichiers conformes aux clauses de la présente convention selon les conditions et les modalités prévues par la convention de compte courant.

5.3.3 - En cas de suspension des prestations, objet de la présente convention, et ce, qu'elle qu'en soit la raison ou le motif, la Banque informera le Client dès que possible par tout moyen écrit (fax, mail, SMS, lettre simple avec accusé de réception, etc.).

5.3.4 - La Banque s'oblige à maintenir en bon état de fonctionnement l'ensemble de ses systèmes informatiques humains et techniques nécessaires à l'exécution de ses prestations et pour ce faire, à assurer toute la maintenance nécessaire.

ARTICLE 6 : RESPONSABILITE DES PARTIES :

6.1 - RESPONSABILITE DU CLIENT :

6.1.1 - Le Client est engagé par toute utilisation de la signature et du code d'activation tels que définis dans la présente convention.

6.1.2 - Le Client assume la responsabilité de la garde, de la conservation et de la confidentialité des identifiants ainsi que des mots de passe définis avec la Banque pour l'exécution des prestations.

6.1.3 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation par des tiers des identifiants et des mots de passe des suites de la divulgation de son fait personnel ou de son identité.

6.1.4 - Le Client se considère le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation et l'envoi des informations via les différents canaux de communication par le client (téléphone et mail) dont les changements et modifications n'ont pas été communiqués à la banque.

6.1.5 - Le Client déclare avoir utilisé tous les moyens de sécurité (code secret, effacement des messages...) pour préserver la confidentialité des messages reçus.

6.2 - RESPONSABILITE DE LA BANQUE :

6.2.1 - Dans le cas où la Banque aurait recours à un ou plusieurs sous-traitants pour exécuter tout ou partie des prestations au titre du Contrat, elle demeure responsable de leur bonne exécution vis-à-vis du Client.

6.2.2 - La Banque déclare qu'elle entreprendra ses meilleurs efforts pour assurer la maintenance aux périodes où elles entraîneront le Client à effectuer des opérations.

6.2.3 - La Banque s'engage à avoir mis en œuvre toutes les mesures de sécurité nécessaires à la protection et la confidentialité des données du Client.

6.2.4 - Toutes les données envoyées par mail sont confidentielles et susceptibles de contenir des informations couvertes par le secret professionnel, toute utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

6.3 - EXONERATION DE RESPONSABILITE :

6.3.1 - EXONERATION POUR CAUSE DE SITUATION DE FORCE MAJEURE

Chacune des deux parties consent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'inexécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou des diverses obligations contractuelles de la partie concernée dès lors que la défaillance de ladite partie est due à un cas de force majeure. Les deux parties conviennent que le cas de force majeure est tout acte ou événement,

qui est insurmontable, indépendant de leur volonté et ayant des conséquences directes sur l'exécution des obligations de la présente convention, dont notamment, le défaut de fourniture de courant électrique, toute intervention, décision et/ou fait de l'Etat, d'une autorité ou de toute institution publique,

les contingences techniques, administratives ou autres ayant une influence

directe sur les lignes et les réseaux de transmission informatiques, les guerres ou menaces de guerre, le terrorisme, le sabotage, les situations d'émeutes, de grèves, les incendies, les inondations, toute autre catastrophe naturelle, etc... La partie, empêchée par le cas de force majeure, ne saurait être tenue à aucune réparation ni dédommagement à l'égard de l'autre partie et la durée de la présente convention sera alors prorogée d'une durée égale à celle de la force majeure.

La partie, qui invoque la force majeure, doit aviser la partie intéressée et/ou concernée du cas de force majeure dans les meilleurs délais et ce, par tout moyen (lettre recommandée avec accusé de réception, télex, fax, etc.). En joignant tout justificatif y afférent.

Toutefois, si la situation de force majeure excède la durée de trente (30) jours à compter de la date de la survenance de la situation de force majeure, chacune des deux parties pourra résilier la présente convention en informant l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception ou tout autre moyen écrit sans que cette dernière puisse prétendre à de quelconques réparations civiles.

6.3.2 - EXONERATION DU FAIT D'UNE PARTIE TIERCE :

La responsabilité d'une partie ne peut en aucun cas être alléguée par l'autre partie dès lors que l'inexécution ou la mauvaise exécution de l'une ou, de plusieurs ou des obligations contractuelles de ladite partie est due au fait d'une tierce partie.

ARTICLE 7 : SUSPENSION DES PRESTATIONS :

Pour préserver la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques ainsi que pour exécuter les tâches de maintenance nécessaires à la bonne marche de ses équipements, la Banque pourra suspendre l'exécution de tout ou partie des prestations, objet de la présente convention.

Pendant toute la durée de la suspension, la Banque usera des procédures de substitution qu'elle aura convenues avec le client.

ARTICLE 8 : REPARATION DES PREJUDICES :

Chacune des parties s'oblige à réparer les dommages subis par l'autre partie du fait de sa défaillance, de l'inexécution ou de la mauvaise exécution de l'une, de plusieurs ou de ses diverses obligations contractuelles.

ARTICLE 9 : MODIFICATIONS ET/OU COMPLEMENTS A LA CONVENTION :

Toute modification de la présente convention fera l'objet d'un avenant signé par les parties contractantes.

ARTICLE 10 : RESILIATION DE LA CONVENTION :

La présente convention pourra être résiliée sans délai de préavis par l'une ou l'autre des deux parties par lettre recommandée avec accusé de réception en cas :

- de la clôture de ses comptes par le client,
- de décès du client
- de faillite ou de liquidation judiciaire du Client et après mise en demeure adressée au liquidateur par lettre recommandée avec accusé de réception restée sans suite plus d'un mois après sa date de réception par ledit liquidateur,
- de non adaptation par l'une des deux parties à toute nouvelle norme définie par la Banque d'Algérie et/ou la législation Algérienne.

ARTICLE 11 : REGLEMENT DES CONTESTATIONS ET LITIGES :

Toute contestation ou litige pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution des termes de la présente convention, qui n'aurait pas pu être réglée à l'amiable dans un délai d'un mois à compter de sa survenance, seront soumis aux juridictions territorialement compétentes.

ARTICLE 12 : Conditions tarifaires

Les frais d'abonnement relatifs aux prestations du service « CNEP B@nking » de la CNEP-Banque sont prélevés périodiquement par la banque pour l'abonnement régi par la présente convention. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de la banque en vigueur. Le titulaire du compte sera informé des tarifs le jour de la signature de la convention d'abonnement.

Une commission à l'opération est appliquée, notamment aux opérations de virements et aux mises en oppositions sur cartes et chèques.

Par la présente convention, le titulaire du compte autorise la banque à débiter son compte des frais d'abonnement et commissions.

ARTICLE 13 : Election de domicile

Pour l'exécution de la présente convention, la banque et le titulaire du compte font élection de domicile à leurs adresses respectives indiquées ci-dessus.

ARTICLE 14 : ENTREE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention entrera en vigueur à compter de la date de sa signature par les deux parties.

Fait en deux exemplaires originaux en langue française, un exemplaire étant remis à chacune des parties.

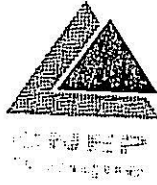
PILA BANQUE,

Nom, prénom, qualité du représentant

(Cachet humide de la Banque)

L'ABONNE

Nom & Prénom



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
XoK%N+ Xo4%NioLIX I %OioX%N V %O%XH%O
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

DEMANDE D'ABONNEMENT « CNEP B@nking »
Client Particulier

Identifiant client (ID) :
Nom :
Prénoms :
Date et lieu de naissance : / / à
Pièce identité n° : Délivrée le / / à
Adresse :
Numéro de téléphone fixe :
Numéro de Téléphone Mobile :
E-mail :

Liste des comptes autorisés par l'abonnement :

Libellé du compte	N° Compte (RIB)	Remarque
		Compte autorisé aux prélèvements des frais d'abonnement et commissions

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack
Particulier	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Consultation des cartes et leurs opérations Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing)	
Particulier +	Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau de la CNEP-Banque et chez les confrères Commande de chéquier et de carte Opposition sur chèque et carte Service SMS	

Fait àle

Reçue par la banque le.....

Signature du titulaire des comptes



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
 X.0K8%+ X.4%0.0LIX I %0.0X%0 V %0%XH%0
 Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

DEMANDE D'ABONNEMENT « CNEP B@nking »
 Client Commerçant /Entreprise

Identifiant client (ID) :
 Nom :
 Prénoms :
 Date et lieu de naissance : / / à
 Pièce identité : n° Délivrée le / / à
 Adresse :
 Numéro de téléphone fixe :
 Numéro de Téléphone Mobile (gérant) :
 E-mail (gérant):

Liste des comptes autorisés par l'abonnement :

Libellé du compte	N° Compte (RIB)	Remarque
		Compte autorisé aux prélève- ment des frais d'abonnement et commissions

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack
Entreprise/Professionnel	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Consultation des cartes et leurs opérations Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing)	
Entreprise +/Professionnel +	Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau de la CNEP-Banque et chez les confrères Virement de Masse Prelevement Commande de chéquier et de carte Opposition sur chèque et carte Service SMS	

Fait àle

Reçu par la banque le.....

Signature du titulaire des comptes



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك

Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance - Banque

CNEP-Banque "Société par Actions" au capital social de 46.000.000.000 DA
Siège social: 61, Bd Soudani Boudjemâa - Chéraga - Alger

DGA- SI « 090 »

DIP « 094 »

Réf : N°156 /DIP / 2020

Alger, le 06 juillet 2020

Mesdames et Messieurs les Directeurs
des Réseaux Commerciaux

Objet : Lancement du service « E. Banking ».

PJ : NP n° 03/2020 du 16/06/2020

Documents normalisés

Guide utilisateur

Dans le cadre de la diversification des produits de la Banque et la digitalisation de ses services, il est porté à la connaissance de l'ensemble de nos réseaux commerciaux, la mise en place, d'un nouveau service, nommé, « E-Banking ».

Le e-Banking est un service avec abonnement qui permet à notre clientèle d'effectuer à distance des consultations des comptes, cartes et certaines opérations financières en temps réel, via internet 24H/24 et 7j/7 en utilisant le lien : <https://webanking.cnepbanque.dz>, moyennant un identifiant client et mot de passe.

Les clients abonnés au service e-Banking ont accès aux opérations incluses dans leur Pack tel que défini dans la Note de procédure n° 03/2020 du 16/06/2020 portant gestion et traitement des services e-Banking.

Le lancement du e-Banking se fera par lot comme suit :

LOT 1 : Lancé le 05/07/2020 avec gratuité pour l'ensemble de la clientèle.

- Consultation des soldes et historiques des comptes.
- Consultation des cartes et leurs autorisations
- Edition du RIB
- Edition du relevé de compte
- Autres informations

LOT 2 : Prévu pour le 2ème semestre 2020

- Commande et gestion de chèquiers
- Commande et gestion des cartes monétique
- Virement unitaire
- Virements multiples (exp : salaires)
- Gestion des bénéficiaires (Ajout, Modification et/ou Suppression)
- Prélèvements.

Conformément à la note de procédure n° 03/2020 du 16/06/2020, l'accès au e-Banking est conditionné par :

- L'abonnement du client au service e Banking
- La Saisie de l'abonnement par le chargé de la clientèle au niveau du SI T24 conformément aux étapes énumérées dans le guide utilisateur ci-joint.
- La Signature en double exemplaire de la convention par le client, renseignée manuellement par le chargé clientèle pour cette première phase et éditée systématiquement au niveau du SI en deuxième phase.

Cet abonnement se fera au niveau du service clientèle :

- D'une manière systématique pour l'ensemble des nouveaux clients.
- A la présentation du client aux guichets de la banque et la mise à jour de la fiche client par les informations nécessaires obligatoires, notamment du numéro de téléphone mobile et l'adresse mail...

La généralisation de ce service à l'ensemble de la clientèle permettra de désengorger les guichets des agences, fidélisation de la clientèle et la maîtrise des différents risques.

Restant à votre disposition pour toute information complémentaire.

Cordialement.

Copie : DGA-SI ; DGA-DEV ; DGA-FC ;
DRE ; D.Ep ; DMAC ; BEXAL ; DE



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك

Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance - Banque

CNEP-Banque "Société par Actions" au capital social de 46.000.000.000 DA
Siège social: 61. Bd Souidani Boudjemâa - Chéraga - Alger

DGA- FINANCES & COMPTABILITE
DIRECTION EPARGNE « 082 »
N° 476 /D.E / 2020

Alger, le 08.07.2020

NOTE DE SERVICE

Mesdames et Messieurs les Directeurs des Réseaux Commerciaux

Objet : A/S Service « E. Banking »

Dans le cadre de la diversification des produits de la Banque et pour une meilleure prestation et offre pour notre clientèle, il est porté à la connaissance de l'ensemble de nos réseaux commerciaux, la mise en place, d'un nouveau produit, nommé, « E-Banking ».

Les prestations qui en découlent de ce produit permettent à notre clientèle d'effectuer certaines opérations à distance, incluses dans la première étape dite « LOT 1 », à savoir :

- Consultation des soldes et historiques des comptes.
- Consultation soldes et situations des crédits
- Consultation des cartes et leurs autorisations
- Commande et gestion de chéquiers
- Commande et gestion des cartes monétique
- Virement à distance
- Autres informations

A ce titre, nous vous informons des principales caractéristiques et recommandations à prendre en compte :

Ce produit est présenté sous forme d'un abonnement en ligne, qui sera lié à l'ensemble des comptes d'un client, par lequel il lui sera permis de bénéficier de certains services y attachés.

Cette prestation est matérialisée par la signature de la convention « E- Banking », portant les clauses contractuelles y afférentes.

Mise en application :

L'application de ces dispositions se fera selon les deux éventualités suivantes :

1. Pour les nouveaux clients :

Pour les nouvelles ouvertures de compte (Tous comptes confondus), le chargé de clientèle est tenu de présenter aux clients la convention d'abonnement aux services « E- Banking ».

Le chargé de la clientèle doit procéder, obligatoirement, au renseignement de la fiche client convenablement et ne pas négliger les informations relatives au numéro de téléphone et Email, servant au bon fonctionnement du service « E- Banking » via l'appareil de téléphone pour les SMS et via internet

2. Pour les clients existants :

Pour les clients déjà domiciliés au sein de la Banque, il y a lieu de saisir chaque opportunité, à l'occasion de la présentation des clients auprès de nos guichets, pour effectuer les opérations courantes, afin de les interpeller et leur faire signer la convention d'abonnement aux services « E- Banking ».

Il est de même pour cette catégorie de la clientèle de veiller scrupuleusement aux renseignements fiables de la dite fiche client.

Nous comptons sur votre habituelle collaboration pour la prise en charge de ces dispositions.

Cordialement

Copie : DGA/F ; DGA-DEV ; DGA-SI, DGA-Risque
DAC, DIP, DMC, DEXAU, DEAI, DMRST, DP RSI, DRSSI, DCTP



Guide Utilisateur

Référence :	AVENIR 24-GU-AG.EBANK
Version :	3
Date :	29/06/2020

GESTION DES ABONNEMENTS

✓ Gestion des Abonnements Ebank

Agence

SOMMAIRE

INTRODUCTION

PRESENTATION DE LA STRUCTURE DU MENU

Partie I. Gestion des abonnements Ebank

I.1 Comment créer un abonnement.

- Créer un interlocuteur
- Créer une autorisation.

I.2 Comment autoriser un abonnement.

I.3 Comment régénérer le Mot de Passe.

Partie II. Consultations abonnements Ebank

Consultation des abonnements.

INTRODUCTION

Le présent document explique le mode d'utilisation des menus de T24 destinés à la gestion des abonnements EBANK au niveau de l'agence.

Ainsi, le présent guide décrit les menus permettant :

- ✓ La création d'un abonnement, d'un interlocuteur et d'une autorisation ;
- ✓ L'autorisation d'un abonnement ;
- ✓ La consultation des abonnements ;
- ✓ La régénération du Mot de passe.


Ainsi, le présent guide permet de repérer facilement à travers des symboles, les principaux éléments à prendre en compte et d'attirer l'attention sur certains aspects procéduraux importants. Les symboles signifient :


Symbole	Signification
! Important	Point nécessitant une attention particulière dont l'utilisateur doit en tenir compte, notamment d'ordre procédural
Conseil	Recommandations à suivre
Note	Information complémentaire en rapport avec l'écran utilisé
	Règles de gestion ou contrôles automatiques assurés par T24

Enfin, l'utilisateur est tenu de se conformer à la nouvelle procédure établie, compte tenu de la nouvelle logique de T24 et ce, en vue d'assurer une utilisation optimale et sécurisée du système.

PRESENTATION DE LA STRUCTURE DU MENU

- Gestion abonnement Ebank
 - Creation d'abonnement
 - Autorisation d'abonnement
 - Regeneration des SMS
- Consultation abonnement Ebank
 - Consultation des abonnements

 Cliquer une fois sur le titre pour détailler l'arborescence du menu

 Cliquer une 2^{ème} fois pour cacher l'arborescence du menu

Partie I. Gestion des abonnements Ebank

I.1 Comment créer un abonnement.

Action 1 : Accéder au menu « création d'abonnement ».

- Gestion abonnement Ebank
 - Création d'abonnement
 - Autorisation d'abonnement
 - Suppression des SMS
- Consultation a bonnement Ebank
 - Consultation des abonnements

[Cliquez ici](#)

Action 2 : Saisir les données de l'abonnement, les champs obligatoires sont marqués par un ().*

Date début		24/08/2019
Date fin		
Type d'abonnement		EBANK
Client		
Région		
Commune		
Code postal		
Département		
Code d'identification		
Date d'ouverture		
Date d'expiration		

Infos Abonnement	
Client	9990001593
Nom	FOUDAD MOHAMED N
Adresse	CITE HERES DJIRINA
Email	
Num de tel	0699421613
date ouverture	
date clôture	
Créer autorisation Créer interlocuteur	

! Important

- Le process « création d'abonnement » passe par plusieurs écrans regroupés dans un seul écran.
- L'écran principale affiche la date du début du contrat et sert à choisir le pack approprié à l'abonné.
- L'ID de l'abonnement est celui du client
- Un autre écran à droite affiche les informations de l'abonné et donne la possibilité d'accéder aux écrans « Créer interlocuteur » et « Créer autorisation ».



- T24 contrôle si le client appartient à l'agence
- T24 contrôle si le client a un abonnement en cours

Description des principaux champs

Ecran principale

Champs affichés

Libellé champ	Description
Date début	Affichage de la date du jour(date début du contrat)

Champs saisir

Libellé champ	Description
Création d'abonnement	Saisir le l'identifiant du client
Pack	Sélectionner le Pack approprié à l'abonné

Deuxième écran (à droite)

Champs affichés

Libellé champ	Description
Client	Affichage de l'identifiant du client
Nom	Affichage du nom et prénom du client
Adresse	Affichage de l'adresse du client
Email	Affichage de l'adresse email du client
Créer interlocuteur	Pour accéder à l'écran de saisie de l'interlocuteur de l'abonnée
Créer autorisation	Pour accéder à l'écran de saisie de l'autorisation

Action 3 : Créer interlocuteur

Infos Abonnement
 Client 9990001593
 Nom FOUAD MOHAMED NADIR
 Adresse CITE FRERES OJENADI N'
 Email
 Itun de tel 0699421613
 date ouverture
 date clôture

[Créer autorisation](#) [Créer interlocuteur](#)

Cliquer ici pour accéder à l'écran

Action 4 : Saisir les données de l'interlocuteur, les champs obligatoires sont marqués par un ().*

Créer interlocuteur USR.9990001593.0001

Client 9990001593
 Nom & Prénom FOUAD MOHAMED NADIR
 Email m.fouad@onebbanque.dz
 Login 9990001593
 Mode sécurité JA
 Sms 0699421613

Description des principaux champs

Champs affichés

Libellé champ	Description
Création interlocuteur	Affichage de l'identifiant de l'interlocuteur
Client	Affichage de l'identifiant du client interlocuteur (abonné pour personne physique, gérant pour personne morale).
Nom et Prénom	Affichage du Nom et Prénom de l'interlocuteur (abonné pour personne physique, gérant pour personne morale)
Login	Affichage du nom d'utilisateur pour accéder à la plateforme

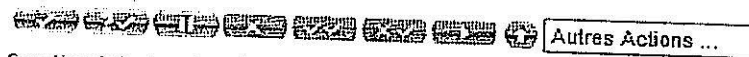
Champs saisir

Libellé champ	Description
Email	Récupérer celui mentionné sur la fiche client avec possibilité de le modifier
SMS	Récupérer celui mentionné sur la fiche client avec possibilité de le modifier

Action 5 : Pré valider puis valider la saisie de l'interlocuteur

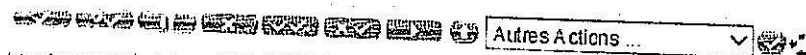
— Cliquer ici
pour valider

☐ Cliquer ici pour
pré- valider



Creation interlocuteur USR.9990001593.0001

Client: 9990001593
 Nom & Prenom: FOUDAD MOHAMED NADIR
 Email: m.foudad@onepostnwa.az
 Login: 9990001593
 Mode securite: M
 Sms: 0655421612] x



Creation interlocuteur USR.1220040024.0001

Client Merd de mettre a jour la fiche de ce client

Client: 1220040024
 Nom & Prenom: ALIAM NADJET
 Email: s-yani@gmail.com] x
 Login: 1220040024
 Mode securite: M
 Sms: 0770080827

Audit

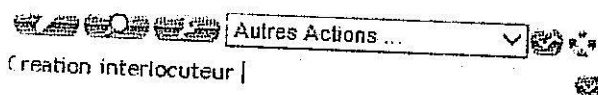
Override.1

Demande Status

! Important

- T24 contrôle si la fiche client est à jour.
- Si la fiche client n'est pas à jour, un message bloquant apparaît lors de la création de l'interlocuteur.

Après validation, l'écran ci-dessous s'affiche
(confirmation de l'exécution de l'opération)



Trn complète: USR.9990001593.0001 14:47:26 05 FEB 2020 TNA.EBANK.INTERLOCUTEUR,CREATE I

Action 6 : Créer autorisation

Navigation icons: Home, Back, Forward, Stop, Refresh, Print, etc.

Autres Actions ...

Creation autorisation AUTH.9990001593.0000001

Infos Abonnement

Client	9990001593
Nom	FOUAD MOHAMMED HADIR
Adresse	CITE FRERES DJERHADI N°
Email	
Num de tel	0699421613
date ouverture	
date cloture	

Créer autorisation Créer interlocuteur

☞ Cliquer ici pour accéder à l'écran

Menu: Accueil, Recherche, Paramètres, Profil, Historique, etc.

Navigation: Accueil, Recherche, Paramètres, Profil, Historique, etc.

Header: Accueil, Recherche, Paramètres, Profil, Historique, etc.

Footer: Accueil, Recherche, Paramètres, Profil, Historique, etc.

Action 7 : Saisir les données de l'autorisation, les champs obligatoires sont marqués par un ().*

Navigation icons: Home, Back, Forward, Stop, Refresh, Print, etc.

Autres Actions ...

Creation autorisation AUTH.9990001593.0000001

Compte 99970000046208

interlocuteur JSR 9990001593.00001

Date debut 03 FEB 2020

Mode securite M

Description des principaux champs

Champs affichés

Libellé champ	Description
Création autorisation	Affichage de l'identifiant de l'autorisation
Date début	Affichage de la date du jour(date début du contrat)


Champs saisir

Libellé champ	Description
Compte	Sélectionner le compte de l'autorisation
interlocuteur	Sélectionner l'interlocuteur approprié à cet abonnement





Action 8 : Pré valider puis valider la saisie de l'autorisation

☑ Cliquer ici
pour valider


☑ Cliquer ici pour
pré- valider



Creation autorisation AUTH.9990001593.0000001

Compte --  99970000046208 
 interlocuteur  USR.9990001593.0001 
 Date debut 03 FEB 2020
 Mode sécurité M

Après validation, l'écran ci-dessous s'affiche
(confirmation de l'exécution de



Creation autorisation |

Fin complete: AUTH.9990001593.0000001 15:14:17 05 FEB 2020 TNA.EBANK.AUTHORISATION,CREATE I

1.2 Comment autoriser un abonnement.

Action 1 : Accéder au menu « autorisation abonnement ».

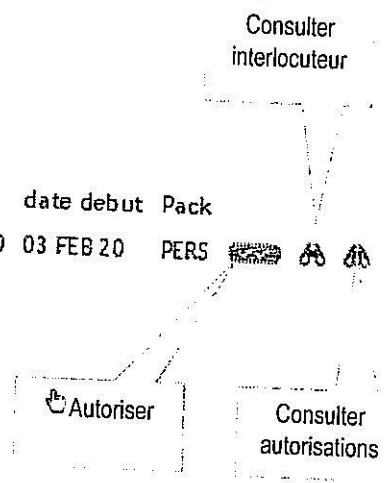
- Gestion abonnement Ebank
 - [Création d'abonnement](#)
 - [Autorisation d'abonnement](#)
 - [Regénération des SMS](#)
- Consultation abonnement Ebank
 - [Consultation des abonnements](#)

 Cliquer ici

Action 2 : Sélectionner l'abonnement à autoriser à partir de la liste des abonnements saisi.

Liste des abonnements à autoriser

Client	Nom	Adresse	date debut	Pack	
9990001593	FOUDAD MOHAMED NADIR	CITE FRERES DJENNADI M18 BLIDA09000	03 FEB 20	PERS	  



» Action 3.1 : Consulter interlocuteur

Results 1 - 1 of 1

Liste des interlocuteurs

Identifiant interlocuteur	Client	Login	Nom & Prenom	Email	SMS
USR.9990001593.0001	9990001593	9990001593	FOUDAD MOHAMED NADIR	m.foudad@cneqbanque.dz	0699421613

» Action 3.2 : Consulter autorisation

Results 1 - 1 of 1

Liste des autorisations

Identifiant	Compte	Client	interlocuteur	Date debut
ALITH.9990001593.0000001	99970000046208	9990001593	USR.9990001593.0001	03 FEB 20

» Action 3.3 : Autoriser abonnement

Cliquer ici
pour autoriser

Autres Actions ...

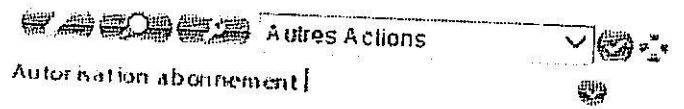
Autorisation abonnement 9990001593

Date debut 03 FEB 2020

Duree abonnement 30 ans

Date fin 03 FEB 2050

Après validation, l'écran ci-dessous s'affiche
(confirmation de l'exécution de l'opération)



Tel. Completer: 999.000.1593 *5:53:10 05 FEB 2020 TNA.EBANK.ABONNEMENT,AUTH A

! Important

- En attendant l'implémentation de la partie « Edition Convention Abonnement » sur le système T24, nous vous précisons que cette dernière sera éditée hors système.
- Une fois l'abonnement et autorisé, un SMS sera envoyé au client comportant le Mot de passe.

I.3 Comment régénérer le Mot de Passe.

Action 1 : Accéder au menu « Régénération SMS ».

- Gestion abonnement Ebank
 - Création d'abonnement
 - Autorisation d'abonnement
 - Régénération des SMS
- Consultation abonnement Ebank
 - Consultation des abonnements

☛ Cliquer ici

Favoris

Liste des logins

Options complémentaires

Effacement des critères

Rechercher

Client égal à

1190004210

Liste non triée égal à


TNA.INTERLOCUTEUR.LIST.SMS


Saisir L'ID du client
pour faciliter la
recherche




Liste des logins

Client	Login	Nom & Prenom	Email	SMS	
1190004210	1190004210	RAHMANI ABDELKADER	a_yahi@gmail.com	0770080637	<u>Renvoyer sms</u>

Renvoyer
SMS




 Cliquer ici
pour valider

 Cliquer ici pour
pré-valider

 Autres Actions ...  

TNA.EBANK.LOGIN, SEND 1190004210

Login 1190004210
Telephone 0770080637

 Autres Actions ...  

TNA.EBANK.LOGIN, SEND|

Trn complète: 1190004210 11:36:30 29 JUN 2020 TNA.EBANK.LOGIN, SEND I

! Important

- Une fois la régénération est validée, un SMS sera envoyé au client comportant le Mot de passe.

Results 1 - 1 of 1

Liste des interlocuteurs

Identifiant interlocuteur	Client	Login	Nom & Prenom	Email	SMS
USR.9990001593.0001	9990001593	9990001593	FOUDAD MOHAMED NADIR	m.foudad@cneqbanque.dz	0699421613

Liste des abonnements

Client	Nom	Adresse	date debut	Pack	Consulter interlocuteurs	Consulter autorisations
9990001593	FOUDAD MOHAMED NADIR	CITE FRERES DJENNADI N18 BLIDA09000	04 FEB 20	PERS		

Consulter autorisations

Results 1 - 1 of 1

Liste des autorisations

Identifiant	Compte	Client	interlocuteur	Date debut
AUTH.9990001593.0000001	99970000046208	9990001593	USR.9990001593.0001	04 FEB 20

Table des matières

Table des matières

Remerciements. **I**

Dédicaces..... **II**

Liste des abréviations. **III**

Liste des figures et graphes. **IV**

Sommaire. **V**

Introduction générale. **01**

***Chapitre I : Evolution des technologies d’information de communication
dans le domaine bancaire***

Introduction : **04**

**Section 1 : Evolution des technologies d’information et de communication dans le
secteur financier** **04**

1.1 Définition et évolution des TIC **04**

1.1.1 Définition des TIC..... **04**

1.1.2 Aperçu historique d’évolution des TIC **06**

1.2 Les types des technologies d’information et de communication **07**

1.3 Les caractéristiques des TIC..... **08**

1.4 Les outils de la technologie : **09**

1.4.1 Le téléphone..... **09**

1.4.2 Le fax..... **09**

1.4.3 Le réseau **09**

1.5 Les outils de gestion des données : **13**

1.5.1 Les bases de données : **13**

Table des matières

1.5.2 Customer Relationship Management :	14
1.5.3 Echange de données informatisées (EDI) :	14
1.6 Intégration matérielle	15
1.6.1 Le GroupeWare :	15
1.6.2 Entreprise Ressource Planning (ERP)	15
1.6.3 LeWorkflow	16
Section 2 : Evolution des technologies d'information de communication dans le secteur bancaire.....	17
1. Définition de la banque	17
2. Rôle de la banque	18
3. L'informatisation et l'automatisation du secteur bancaire :	18
3.1 Les fonctions du système d'information.....	18
3.2 Les objectifs du système d'information	19
4. La prolifération des outils informatiques	20
5. L'adaptation des nouvelles technologies par les banques :	20
5.1 La banque à distance	20
5.2 La monnaie électronique	21
5.2.1 La carte bancaire	21
5.2.2 Les cartes à puce :	22
5.3 Les DAB/GAB	23
5.4 Les TPE.....	24
6. Les autorités de gestion de la monétique en Algérie	25
6.1 La SATIM (Société d'Automatisation Interbancaire et de Monétique)	25
Section 3 : Instruments des technologies d'information et de communication dans les banques.....	28

Table des matières

3.1	Les instruments des TIC	28
3.1.1	Les ordinateurs	28
3.1.2	Le téléphone et les tablettes numériques	28
3.1.3	Les réseaux informatiques	29
3.1.4	Les puces intelligentes	29
3.1.5	Les logiciels	29
3.1.6	Le call center	30
3.1.7	SMS's Alert	30
3.2	Les avantages et limites des technologies d'information et de communication	30
3.2.1	Les avantages des TIC	30
3.2.2	Les limites de l'investissement dans les TIC	32
	Conclusion.....	33

Chapitre II : Inclusion financière par la technologie d'information et de communication

Introduction	34
Section 1 : Approches théoriques sur l'inclusion financière	35
1. Banclarisation et indicateurs de mesure :	35
1.1 Niveaux de la banclarisation	36
2. Comprendre le processus d'inclusion bancaire	43
2.1 Définition de l'inclusion financière :	43
2.2 L'importance de l'inclusion financière :	43
2.3 Garantir l'accès au compte et autres services financières :	44
2.4 Accès aux services financiers :	46
3. Les Obstacles de l'inclusion financière :	49
3.1 L'inclusion financière des retraités :	49
3.2 L'inclusion financière des personnes en chômage :	49
3.3 l'inclusion financière de l'homme par rapport à la femme :	49
3.4 Le niveau des revenus :	50

Table des matières

3.5 L'emplacement géographique de la population.....	50
3.6 Le degré d'instruction et le d'éducation de la population	51
Section 2 : Approche théorique sur le E-Banking.....	51
1. Définition d'e-Banking :	51
2. Présentation d'E-Banking	53
2.1 Les services E-Banking.....	54
2.1.1 L'internet Banking	54
2.1.2 Guichet Automatique Bancaire (GAB)	55
2.1.3 Le M-Banking.....	55
2.2 E-Banking en Algérie :	57
2.2.1 Carte CIB (carte interbancaire)	58
2.2.2 Internet-Banking en Algérie	59
3. Les différents types de banques en ligne.....	59
3.1 Les banques 100 % en ligne :	59
3.2 Les banques hybrides :	60
Section 3 : Rôle de E-Banking dans l'inclusion financière.....	61
1. Amélioration de la gamme de service proposé	61
2. L'accessibilité des services proposés par e-Banking	61
3. Les systèmes de sécurité mis en place par les banques en ligne	61
4. Certaine habitude de sécurité à garder pour se protéger	62
5. Développer son autonomie et une disponibilité au bon moment	62
6. La fiabilité des banques en ligne concernant la satisfaction client	62
7. L'apport de la satisfaction et la fidélisation du client pour la banque	64
Conclusion.....	65

Chapitre III : Etude pratique sur l'e-Banking au sein de la CNEP

Introduction.....	66
Section 1 : présentation de la CNEP-banque.....	66
1. Présentation	66

Table des matières

2.	Missions et opérations de la CNEP-banque	68
2.1	Les missions de la CNEP- banque	68
2.1.1	La collecte de l'épargne	68
2.1.2	Le financement de l'habitat.....	69
2.1.3	La promotion immobilière.....	69
2.2	Les opérations de la CNEP Banque	69
3.	Organisation de la CNEP-banque	70
4.	Les produits commercialisés par la CNEP-banque :	74
4.1	Les sources rémunérées (épargne et placement)	74
4.1.1	Carte épargne	74
4.1.2	Le dépôt à terme logement	75
4.1.3	Dépôts à terme banque	75
4.2	Les sources non rémunérées.....	75
4.2.1	Le compte chèque	75
4.2.2	Le compte courant commercial	75
4.2.3	La carte bancaire	76
5.	Présentations de l'Agence CNEP-banque 208 DBK.....	76
5.1	Organisations de l'agence	76
	Section2 : les modalités et fonctionnement des services E-Banking :	79
	Article 1 :	79
	Article2 : Les services E-Banking.....	79
2.1.	E-Banking	79
2.2.	Abonné	79
2.3.	Interlocuteur	79
2.4.	Comptes autorisés	79
2.5.	Login	79
2.6.	Mot de passe	79
	Article 3 : bénéficiaires des services e-banking.....	79
	Article 4 : services offres (via e-banking)	79
4.1.	Consultation des soldes et de l'historique des soldes :	80

Table des matières

4.2. Consultation des derniers mouvements :	80
4.3. Téléchargement des relevés de compte :	81
4.4. Edition des relevés de compte :	81
4.5. Edition des relevés d'identité bancaire (RIB) :	81
4.6 commandes de chéquier :	81
4.7. Consultation des cartes bancaires :	82
4.8. Opposition sur carte bancaire :	82
4.9. Consultation et Edition des opérations sur carte :	83
4.10. Consultation des crédits :	83
4.11. Virement unitaire :	83
4.12. Virement de masse :	85
4.13. Prélèvements :	85
4.14. Notification par »SMS « :	85
4.15. Cordonnées des agences de la banque :	85
4.16. Conversion des devises :	86
4.17. Gestion des bénéficiaires :	86
4.18. Service de messagerie :	86
4.19. Modification du mot de passe :	86
4.20. Autres informations :	87
Article 5 : les conditions d'accès aux services e-banking.....	87
Article 6 : les packs	87
6.1 Pack particulier.....	87
6.2 Pack particulier +	87
6.3 : pack entreprise	87
6.4 : pack entreprise +	88
6.5 : packs professionnels.....	88
6.6 : packs professionnels	88
6.7 : pack personnel CNEP	88
Article 7 : étapes de l'abonnement.....	88
7.1. renseignement de la demande d'abonnement.....	88

Table des matières

7.2 : souscription de l'abonnement	88
7.2.1 : saisie de l'abonnement :	88
7.2.2 : saisie des interlocuteurs :	88
7.2.3. Sélection des comptes autorisés :	89
7.2.4 : les profils :	89
7.3. Autorisation de l'abonnement :	91
7.4. Signature de la convention :	91
7.5. Génération des fichiers :	91
Article 8 : accès au service e-banking	91
Article 9 : durée de l'abonnement et résiliation	91
Article 10 : obligations du client et de la banque	92
10.1. Obligation mutuelle :	92
10.2. Obligations du client :	92
10.3. Obligations de la banque :	93
Article 11 : Responsabilités.....	94
11.1. Responsabilités du client :	94
11.2. Responsabilité de la banque :	94
Article 12 : force majeure	94
Article 13 : tarification	95
Article 14 : comptabilisation	95
Article 15 : traitement des réclamations	95
Article 16 : application.....	96
Article 17 : Entrée en vigueur.....	96
Section 3 : Discussion du résultat de l'entretien	96
1- Est-ce que l'évolution de l'internet en Algérie est la raison qui a poussé les banques à l'adoption d'E-Banking ?	96
2- Est-ce que l'implantation des NTIC dans votre banque contribuer à l'amélioration des services bancaire ?	96
3- Comment la banque sécurise-t-elle les services de E-Banking ?	97
4- Est-ce que ce service est rentable ?	97
5- Depuis combien de temps votre banque a-t-elle adopte le E-Banking ?	97

Table des matières

6-	Votre banque possède-t-elle un site web ?	97
7-	Par quel moyen fait vous la promotion de E-Banking ?	97
8-	Le développement continu des NTIC peut-il constituer un facteur pour favoriser l'inclusion financière de la population ?	97
9	Est-ce que l'E-Banking rend l'organisation et l'environnement de la banque plus difficile à maîtriser ?	97
10-	Trouvez-vous que y'a une insuffisance dans les outils nécessaires à la bonne pratique de l'E-Banking en Algérie ?	97
11-	Quel sont les avantages de l'E-Banking pour la banque ainsi les clients ?	97
12-	Quel sont les canaux de l'utilisation de l'E-Banking dans votre banque ?	98
13-	Quel type d'opération peut- on effectuer un service avec E-Banking ?	98
	Conclusion.	99
	<i>Conclusion générale.</i>	<i>100</i>

Bibliographie.

Annexes.

Table des matières.

Résumé.

Résumé

Vu l'importance capitale des technologies d'information et de communication et de l'E-Banking et sa propagation, la banque CNEP opte pour l'amélioration et à modernisation de ce secteur en termes d'avantage concurrentielle et de facilité d'utilisation qu'elles procurent à sa clientèle. On peut dire que le travail des banques à la promotion du service E-Banking porte ses fruits. La banque à distance constitue une réponse technique et stratégique à l'innovation technologique et aux nouvelles formes de concurrence dans l'offre bancaire. Bien que les efforts fournis par les banques, le développement de l'E-Banking reste faible et se confronte à quelques problèmes réglementaires, les habitudes culturelles restent l'entrave la plus importante.

Mots clés : les nouvelles technologies d'informations et de communications, E-Banking. Performance bancaire.

Abstracts

Considering the capital importance of information and communication technologies and E-Banking and its propagation, the CNEP bank opts for the improvement and modernization of this sector in terms of competitive advantage and ease of use that they provide to its customers. It can be said that the work of the banks in promoting the E-Banking service is bearing fruit. E-banking is a technical and strategic response to technological innovation and new forms of competition in the banking offer. Although the efforts made by the banks, the development of E-Banking remains weak and faces some regulatory problems, cultural habits remain the most important obstacle.

Key words : new information and communication technologies, E-Banking. Banking performance.