

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA  
RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU**

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES  
ET DE GESTION  
DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES**

**Mémoire  
en vue de l'obtention du diplôme  
de magister en Sciences Economiques  
Option: Monnaie-Finance-Banque**

**Thème**

**Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie : cas  
de la wilaya de Tizi-Ouzou**

**Présenté par :  
Mr. SAM Hocine**

**Devant le jury composé de :**

**Président : Mr. AMMOUR Benhalima, Professeur, Université d'Alger**

**Rapporteur : Mlle. BOUZAR Chabha, Maître de Conférence, «A », UMMTO**

**Examineurs : Mr. ABIDI Mohamed, Maître de Conférences, « B », UMMTO  
Mr. ACHOUCHE Mohamed, Maître de Conférences, « A », UAMB**

**Date de soutenance : .....**

**Je dédie ce travail :**

**A mes chers parents**

**A mes frères et à ma sœur**

**A la mémoire de mon frère Ali**

## **REMERCIEMENTS**

Mes remerciements les plus vifs s'adressent tout particulièrement au Docteur BOUZAR Chabha, Maître de conférences à l'Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou pour avoir accepté de diriger ce travail, tout en me conseillant, m'aidant et m'encourageant tout au long de mes recherches.

Nos remerciements vont aux membres de jury qui ont accepté de lire et d'évaluer ce mémoire.

Nous tenons à remercier également le personnel des agences bancaires et de la succursale de la Banque d'Algérie, ainsi que le personnel de la Direction de la Planification et d'Aménagement du Territoire (DPAT) et de l'Unité Postale de la wilaya de Tizi-Ouzou (EPIC) qui nous ont fourni les informations nécessaires à la réalisation du présent mémoire.

Enfin, nous remercions toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

## Sommaire :

Introduction générale.....	1
----------------------------	---

### **Partie I : Cadre conceptuel de la bancarisation**

Introduction de la première partie.....	6
---	---

#### Chapitre I : Le développement de la bancarisation : étude de l'offre et de la demande des services bancaires

Introduction.....	7
-------------------	---

Section I : L'offre des services bancaires.....	8
---	---

Section II : La demande des services bancaires.....	30
---	----

Conclusion du chapitre.....	53
-----------------------------	----

#### Chapitre II : Indicateurs de mesure et facteurs d'extension de bancarisation

Introduction.....	54
-------------------	----

Section I : Indicateurs de mesure et niveaux de bancarisation.....	55
--	----

Section II : Facteurs d'extension de la bancarisation.....	70
--	----

Conclusion du chapitre.....	98
-----------------------------	----

Conclusion de la première partie.....	99
---------------------------------------	----

### **Partie II : Analyse de la bancarisation en Algérie**

Introduction de la deuxième partie.....	101
---	-----

#### Chapitre I : Le développement de la bancarisation en Algérie

Introduction.....	103
-------------------	-----

Section I : La bancarisation en Algérie : état des lieux.....	104
---	-----

Section II : Les tentatives de promotion et le contexte actuel de la bancarisation.....	129
---	-----

Conclusion du chapitre.....	157
-----------------------------	-----

Chapitre II : Analyse de la bancarisation dans la wilaya de Tizi-Ouzou	
Introduction.....	158
Section1 : Structure de la demande et de l'offre des services bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	159
Section 2 : Analyse du niveau de bancarisation de la wilaya de Tizi-Ouzou et contraintes de son développement.....	184
Conclusion du chapitre.....	210
Conclusion à la deuxième partie.....	211
Conclusion générale.....	213
Bibliographie.....	218
Liste des tableaux, graphiques et schémas.....	224
Liste des abréviations.....	227
Annexes.....	229
Table des matières.....	255

## **Introduction générale**

La bancarisation, qui reflète le degré de pénétration des services bancaires au sein de la population, est un phénomène relativement récent qui a connu des changements dans la taille et dans la structure sociale de la population. En effet, au départ, dans tous les pays au monde, les secteurs bancaires ont été réservés uniquement à l'élite économique et sociale où seuls la grande bourgeoisie d'affaires et les petits patrons de l'industrie et du commerce sont liés au monde bancaire. Cela signifie, qu'une partie importante de la population (la paysannerie ou la classe modeste) est non bancarisée et ne trouve pas des moyens de financement. Cela est lié selon le cas ; au refus du banquier d'entretenir des relations avec des clients à revenu modeste, au manque de techniques de couverture et d'évaluation des risques ou bien au refus des clients de recourir à l'emprunt, considérant cette pratique comme un signe de faiblesse. De ce fait, la contrainte de la bancarisation était de nature psychologique et culturelle.

Le premier développement des systèmes financiers au profit d'une large clientèle populaire remonte en Europe avec l'apparition des banques de dépôts, dont les services bancaires sont restreints aux « petits » crédits à l'épargne dont l'objectif est de mobiliser les ressources des épargnants et lutter contre les pratiques informelles. Par ailleurs, les systèmes bancaires, notamment dans les pays développés, ont connu un développement des structures mutualistes dans le monde rural pour permettre une inclusion de la population paysanne dans le système bancaire local. Donc, la bancarisation des fortunés est passée à la bancarisation des moins fortunés.

A cet effet, la population bancarisée s'accroît et l'organisation bancaire se rationalise sur un mode bureaucratique<sup>1</sup>. Les populations des pays développés comme la France ont réellement développé leurs relations avec le secteur bancaire sous l'effet de la réorganisation du secteur bancaire par l'État caractérisée par la nationalisation de nombreux établissements bancaires et l'encadrement de leurs activités, d'une part, et l'instauration d'un cadre juridique pour promouvoir véritablement le phénomène de bancarisation de masse de la population d'autre part.

---

<sup>1</sup> GLOUKOVIEZOFF et LAZARUS., « La relation bancaire avec la clientèle des particuliers : revue de la littérature », p.2, 2005

Malgré cela, le rythme de la bancarisation a connu par une certaine stabilité, en raison de la réglementation de l'activité bancaire caractérisée par une spécialisation bancaire qui limitait la concurrence, une densité bancaire peu étendue et une politique du marketing peu développée ou quasi absente<sup>1</sup>.

Ce n'est qu'à partir des années 80, que la relation bancaire a commencé à s'amplifier sous l'impulsion des marchés financiers et la transformation du contexte économique et réglementaire dans le monde. Cet état de fait a conduit à une ouverture interne et externe des marchés bancaires et a entraîné une forte concurrence et un élargissement du champ d'activité des établissements de crédit et des produits qu'ils proposent à la clientèle.

Dans ce contexte, essentiellement dans les pays développés, l'extension des réseaux bancaires, l'apparition de nouveaux intermédiaires financiers tels que les compagnies d'assurance, les fonds de pension et les organismes de placements collectifs ont favorisé l'apparition du phénomène de la multibancarisation de la clientèle et parfois celui de la surbancarisation de l'économie.

Contrairement aux pays développés, les pays en développement et pauvres souffrent d'un retard de la généralisation de la bancarisation. En effet, les rapports et les études que nous avons consultés sur la situation de la bancarisation dans ces pays, en particulier dans les pays de l'Afrique de l'Ouest, l'Afrique centrale et les pays du Maghreb, ont montré, grâce aux certains indicateurs comme la densité du réseau bancaire ; le taux de pénétration des services bancaires et la part du secteur bancaire dans le Produit Intérieur Brut (PIB), des retards dans l'accélération de la bancarisation ; les services bancaires et financiers demeurent inaccessibles pour une grande partie de la population.

En Algérie, le rythme d'évolution de la bancarisation a connu deux phases importantes. En effet, dans un premier temps, le système bancaire a été réglementé et soumis aux programmes planifiés de l'Etat. Dans un second temps, après la loi 90/10 relative à la monnaie et au crédit, l'Algérie a connu une phase de mutation du système financier. La réforme engagée à partir de 1990 a permis, non seulement, de redéfinir les missions de la

---

<sup>1</sup> La banque de cette époque était exigeante, compassée, prudente et peu prodigue de ses faveurs en ne traduisant aucune volonté de contact avec la clientèle. Ainsi, la quantité de guichets est essentiellement située dans les grandes villes et la possession d'un compte en banque empreinte d'une forte connotation sociale.

Banque d'Algérie, mais surtout de réorganiser le système bancaire dans son ensemble. Cette loi a contribué à la libéralisation de la sphère financière qui s'est traduite par une ouverture réelle du secteur bancaire aux capitaux privés nationaux et étrangers, et ce, dans le but d'étendre le réseau bancaire sur le territoire national, par la constitution des établissements financiers sous forme de banques d'affaires, de sociétés de leasing ou de capital risque et par l'élargissement de la gamme de produits au profit de la clientèle.

Toutefois, le niveau de bancarisation demeure modeste. Les contraintes de son développement peuvent être expliquées par la fragilité du système bancaire algérien, aggravée par des contraintes réglementaires, les faillites des banques privées algériennes, les scandales financiers des banques publiques et l'étroitesse du réseau bancaire. A ces facteurs, s'ajoute le développement des opérations « bancaires » sur le marché informel et l'absence de culture bancaire de la population.

Dès lors, la question centrale à laquelle nous allons tenter de répondre consiste à savoir si les réformes de 1990, la modernisation du système bancaire et la création des dispositifs de soutien à la bancarisation de masse ont permis de relever le niveau de bancarisation en Algérie ?

Ce travail intervient dans un contexte de mutation du système bancaire algérien marquée par l'ouverture du marché bancaire à la concurrence des banques privées et les réformes de modernisation de l'infrastructure bancaire, notamment des systèmes et des moyens de paiement, d'une part, et suite aux recommandations des instances internationales telle que la Banque Mondiale pour promouvoir la bancarisation en Algérie, d'autre part.

L'objectif de la présente étude étant, après avoir cerné certains éléments théoriques relatifs à la question, d'essayer de nous rendre compte du niveau de bancarisation enregistré au niveau national et régional en nous référant à la wilaya de Tizi-Ouzou.

Ensuite, il s'agit de mener quelques investigations sur les facteurs qui entravent le développement de la bancarisation en Algérie pour enfin entrevoir quelques perspectives en vue de son amélioration.

**Démarche de la recherche :**

Pour mener à bien cette étude et répondre à la question évoquée précédemment, nous avons adopté une démarche suivante :

Pour les aspects théoriques, nous avons procédé à la recherche bibliographique (consultation des ouvrages, documents, rapports, articles, mémoires et thèses) et les différentes études qui ont été réalisées au niveau international dans le cadre de la bancarisation (Banque Mondiale, l'Union des banques maghrébines, l'Union Monétaire et Economique de l'Afrique de l'Ouest et de l'Afrique centrale).

Pour la démarche pratique, nous avons procédé à l'étude de l'évolution de la bancarisation en Algérie, cela, nous a conduit à recourir aux rapports annuels de la Banque d'Algérie, aux rapports d'activité des banques publiques et aux informations de l'Office National des Statistiques (ONS).

Concernant l'étude de terrain, nous avons procédé, d'abord, à la diffusion des questionnaires auprès des organismes comme la Direction de Planification et d'Aménagement du Territoire (DPAT) ; la succursale de la Banque d'Algérie de la wilaya ; les Directions des banques publiques et les agences bancaires implantées sur le territoire de la région et, ensuite, à la réalisation des entretiens et des interviews avec les responsables de banques afin de recueillir des statistiques et des informations qui permettent de mesurer le niveau de bancarisation et de se rendre compte des contraintes de son développement dans la région.

Toutefois, durant cette étude, nous avons rencontré plusieurs problèmes liés non seulement à la rétention de l'information par les banques, mais également à l'éloignement des communes et les daïras où sont localisées certaines agences bancaires, ceci a rendu difficile la communication de ces agences. Cet état nous a contraint de nous tourner vers les Directions des banques publiques et privées siégeant à Alger.

Pour la démarche méthodologique, nous avons structuré notre travail en deux parties :

La première partie, d'ordre théorique, est conçue dans le but de comprendre les concepts liés à la notion de bancarisation. Cette partie est scindée en deux chapitres, le premier est consacré à l'étude de l'offre et la demande des services bancaires. Quant au second, il

présente un ensemble d'indicateurs qui permettent de mesurer le niveau de bancarisation dans un pays ainsi que les facteurs contribuant à l'extension de la bancarisation d'un pays ou d'une région.

La deuxième partie, d'ordre pratique, se subdivise également en deux chapitres. Le premier mettra en exergue le développement de la bancarisation en Algérie depuis de l'indépendance à nos jours. Le deuxième chapitre consiste à montrer, en premier lieu, la structure de l'offre et la demande des services bancaires et, en second lieu, il sera procédé à l'analyse de la bancarisation de la wilaya de Tizi-Ouzou afin d'illustrer les inégalités régionales des niveaux de bancarisation à l'intérieur d'un même pays.

## **Introduction à la première partie**

A travers les relations qu'ils entretiennent avec la clientèle, les intermédiaires financiers ont pour objet de transmettre les capacités de financement des agents détenant de l'argent à ceux qui se trouvent symétriquement en situation de besoin de financement.

En effet, dans chaque pays du monde, les banques jouent un rôle capital dans le financement des activités productives et contribuent à la croissance économique. En tant qu'intermédiaires, les banques assurent à l'ensemble des opérateurs, créanciers et débiteurs les services de liquidité. Par leur intermédiation, les banques mettent à la disposition des clients les services de base, notamment le compte bancaire et leur permettent d'accéder à leur gamme de produits (les moyens de paiement, de crédit...).

La bancarisation de la population constitue une véritable problématique que posent tous les pays pauvres et en développement où les systèmes financiers sont peu modernisés et moins libéralisés. Les indicateurs de mesure de la bancarisation indiquent le degré d'implication du secteur bancaire dans l'économie en général, et le degré de pénétration des produits et services et pratiques bancaires au sein de la population en particulier.

L'extension de la bancarisation paraît incontournable pour permettre l'inclusion de la population dans le secteur bancaire. Pour cela, l'implantation des institutions de services financiers de masse dans les milieux sous bancarisés et l'instauration des plans du marketing au niveau des banques sont nécessaires pour conquérir et fidéliser la clientèle.

C'est autour de ces aspects que nous allons aborder cette première partie dont l'objectif consiste à cerner les aspects théoriques de la bancarisation. Cette partie se subdivise en deux chapitres. Dans le premier, nous nous intéressons à l'analyse du développement de la bancarisation en nous penchant sur l'offre des services bancaires (section I) et ensuite, l'étude de la demande des services (section II)

Dans le second chapitre, nous aborderons les principaux éléments de mesure et les facteurs d'extension de la bancarisation (section I). Ensuite, nous examinerons les facteurs, au niveau macroéconomique et microéconomique, qui permettent de relever le niveau de la bancarisation dans un pays (section II).

## **Introduction générale**

La bancarisation, qui reflète le degré de pénétration des services bancaires au sein de la population, est un phénomène relativement récent qui a connu des changements dans la taille et dans la structure sociale de la population. En effet, au départ, dans tous les pays au monde, les secteurs bancaires ont été réservés uniquement à l'élite économique et sociale où seuls la grande bourgeoisie d'affaires et les petits patrons de l'industrie et du commerce sont liés au monde bancaire. Cela signifie, qu'une partie importante de la population (la paysannerie ou la classe modeste) est non bancarisée et ne trouve pas des moyens de financement. Cela est lié selon le cas ; au refus du banquier d'entretenir des relations avec des clients à revenu modeste, au manque de techniques de couverture et d'évaluation des risques ou bien au refus des clients de recourir à l'emprunt, considérant cette pratique comme un signe de faiblesse. De ce fait, la contrainte de la bancarisation était de nature psychologique et culturelle.

Le premier développement des systèmes financiers au profit d'une large clientèle populaire remonte en Europe avec l'apparition des banques de dépôts, dont les services bancaires sont restreints aux « petits » crédits à l'épargne dont l'objectif est de mobiliser les ressources des épargnants et lutter contre les pratiques informelles. Par ailleurs, les systèmes bancaires, notamment dans les pays développés, ont connu un développement des structures mutualistes dans le monde rural pour permettre une inclusion de la population paysanne dans le système bancaire local. Donc, la bancarisation des fortunés est passée à la bancarisation des moins fortunés.

A cet effet, la population bancarisée s'accroît et l'organisation bancaire se rationalise sur un mode bureaucratique<sup>1</sup>. Les populations des pays développés comme la France ont réellement développé leurs relations avec le secteur bancaire sous l'effet de la réorganisation du secteur bancaire par l'État caractérisée par la nationalisation de nombreux établissements bancaires et l'encadrement de leurs activités, d'une part, et l'instauration d'un cadre juridique pour promouvoir véritablement le phénomène de bancarisation de masse de la population d'autre part.

---

<sup>1</sup> GLOUKOVIEZOFF et LAZARUS.,« La relation bancaire avec la clientèle des particuliers : revue de la littérature », p.2, 2005

Malgré cela, le rythme de la bancarisation a connu par une certaine stabilité, en raison de la réglementation de l'activité bancaire caractérisée par une spécialisation bancaire qui limitait la concurrence, une densité bancaire peu étendue et une politique du marketing peu développée ou quasi absente<sup>1</sup>.

Ce n'est qu'à partir des années 80, que la relation bancaire a commencé à s'amplifier sous l'impulsion des marchés financiers et la transformation du contexte économique et réglementaire dans le monde. Cet état de fait a conduit à une ouverture interne et externe des marchés bancaires et a entraîné une forte concurrence et un élargissement du champ d'activité des établissements de crédit et des produits qu'ils proposent à la clientèle.

Dans ce contexte, essentiellement dans les pays développés, l'extension des réseaux bancaires, l'apparition de nouveaux intermédiaires financiers tels que les compagnies d'assurance, les fonds de pension et les organismes de placements collectifs ont favorisé l'apparition du phénomène de la multibancarisation de la clientèle et parfois celui de la surbancarisation de l'économie.

Contrairement aux pays développés, les pays en développement et pauvres souffrent d'un retard de la généralisation de la bancarisation. En effet, les rapports et les études que nous avons consultés sur la situation de la bancarisation dans ces pays, en particulier dans les pays de l'Afrique de l'Ouest, l'Afrique centrale et les pays du Maghreb, ont montré, grâce aux certains indicateurs comme la densité du réseau bancaire ; le taux de pénétration des services bancaires et la part du secteur bancaire dans le Produit Intérieur Brut (PIB), des retards dans l'accélération de la bancarisation ; les services bancaires et financiers demeurent inaccessibles pour une grande partie de la population.

En Algérie, le rythme d'évolution de la bancarisation a connu deux phases importantes. En effet, dans un premier temps, le système bancaire a été réglementé et soumis aux programmes planifiés de l'Etat. Dans un second temps, après la loi 90/10 relative à la monnaie et au crédit, l'Algérie a connu une phase de mutation du système financier. La réforme engagée à partir de 1990 a permis, non seulement, de redéfinir les missions de la

---

<sup>1</sup> La banque de cette époque était exigeante, compassée, prudente et peu prodigue de ses faveurs en ne traduisant aucune volonté de contact avec la clientèle. Ainsi, la quantité de guichets est essentiellement située dans les grandes villes et la possession d'un compte en banque empreinte d'une forte connotation sociale.

Banque d'Algérie, mais surtout de réorganiser le système bancaire dans son ensemble. Cette loi a contribué à la libéralisation de la sphère financière qui s'est traduite par une ouverture réelle du secteur bancaire aux capitaux privés nationaux et étrangers, et ce, dans le but d'étendre le réseau bancaire sur le territoire national, par la constitution des établissements financiers sous forme de banques d'affaires, de sociétés de leasing ou de capital risque et par l'élargissement de la gamme de produits au profit de la clientèle.

Toutefois, le niveau de bancarisation demeure modeste. Les contraintes de son développement peuvent être expliquées par la fragilité du système bancaire algérien, aggravée par des contraintes réglementaires, les faillites des banques privées algériennes, les scandales financiers des banques publiques et l'étroitesse du réseau bancaire. A ces facteurs, s'ajoute le développement des opérations « bancaires » sur le marché informel et l'absence de culture bancaire de la population.

Dès lors, la question centrale à laquelle nous allons tenter de répondre consiste à savoir si les réformes de 1990, la modernisation du système bancaire et la création des dispositifs de soutien à la bancarisation de masse ont permis de relever le niveau de bancarisation en Algérie ?

Ce travail intervient dans un contexte de mutation du système bancaire algérien marquée par l'ouverture du marché bancaire à la concurrence des banques privées et les réformes de modernisation de l'infrastructure bancaire, notamment des systèmes et des moyens de paiement, d'une part, et suite aux recommandations des instances internationales telle que la Banque Mondiale pour promouvoir la bancarisation en Algérie, d'autre part.

L'objectif de la présente étude étant, après avoir cerné certains éléments théoriques relatifs à la question, d'essayer de nous rendre compte du niveau de bancarisation enregistré au niveau national et régional en nous référant à la wilaya de Tizi-Ouzou.

Ensuite, il s'agit de mener quelques investigations sur les facteurs qui entravent le développement de la bancarisation en Algérie pour enfin entrevoir quelques perspectives en vue de son amélioration.

**Démarche de la recherche :**

Pour mener à bien cette étude et répondre à la question évoquée précédemment, nous avons adopté une démarche suivante :

Pour les aspects théoriques, nous avons procédé à la recherche bibliographique (consultation des ouvrages, documents, rapports, articles, mémoires et thèses) et les différentes études qui ont été réalisées au niveau international dans le cadre de la bancarisation (Banque Mondiale, l'Union des banques maghrébines, l'Union Monétaire et Economique de l'Afrique de l'Ouest et de l'Afrique centrale).

Pour la démarche pratique, nous avons procédé à l'étude de l'évolution de la bancarisation en Algérie, cela, nous a conduit à recourir aux rapports annuels de la Banque d'Algérie, aux rapports d'activité des banques publiques et aux informations de l'Office National des Statistiques (ONS).

Concernant l'étude de terrain, nous avons procédé, d'abord, à la diffusion des questionnaires auprès des organismes comme la Direction de Planification et d'Aménagement du Territoire (DPAT) ; la succursale de la Banque d'Algérie de la wilaya ; les Directions des banques publiques et les agences bancaires implantées sur le territoire de la région et, ensuite, à la réalisation des entretiens et des interviews avec les responsables de banques afin de recueillir des statistiques et des informations qui permettent de mesurer le niveau de bancarisation et de se rendre compte des contraintes de son développement dans la région.

Toutefois, durant cette étude, nous avons rencontré plusieurs problèmes liés non seulement à la rétention de l'information par les banques, mais également à l'éloignement des communes et les daïras où sont localisées certaines agences bancaires, ceci a rendu difficile la communication de ces agences. Cet état nous a contraint de nous tourner vers les Directions des banques publiques et privées siégeant à Alger.

Pour la démarche méthodologique, nous avons structuré notre travail en deux parties :

La première partie, d'ordre théorique, est conçue dans le but de comprendre les concepts liés à la notion de bancarisation. Cette partie est scindée en deux chapitres, le premier est consacré à l'étude de l'offre et la demande des services bancaires. Quant au second, il

présente un ensemble d'indicateurs qui permettent de mesurer le niveau de bancarisation dans un pays ainsi que les facteurs contribuant à l'extension de la bancarisation d'un pays ou d'une région.

La deuxième partie, d'ordre pratique, se subdivise également en deux chapitres. Le premier mettra en exergue le développement de la bancarisation en Algérie depuis de l'indépendance à nos jours. Le deuxième chapitre consiste à montrer, en premier lieu, la structure de l'offre et la demande des services bancaires et, en second lieu, il sera procédé à l'analyse de la bancarisation de la wilaya de Tizi-Ouzou afin d'illustrer les inégalités régionales des niveaux de bancarisation à l'intérieur d'un même pays.

## **Introduction à la première partie**

A travers les relations qu'ils entretiennent avec la clientèle, les intermédiaires financiers ont pour objet de transmettre les capacités de financement des agents détenant de l'argent à ceux qui se trouvent symétriquement en situation de besoin de financement.

En effet, dans chaque pays du monde, les banques jouent un rôle capital dans le financement des activités productives et contribuent à la croissance économique. En tant qu'intermédiaires, les banques assurent à l'ensemble des opérateurs, créanciers et débiteurs les services de liquidité. Par leur intermédiation, les banques mettent à la disposition des clients les services de base, notamment le compte bancaire et leur permettent d'accéder à leur gamme de produits (les moyens de paiement, de crédit...).

La bancarisation de la population constitue une véritable problématique que posent tous les pays pauvres et en développement où les systèmes financiers sont peu modernisés et moins libéralisés. Les indicateurs de mesure de la bancarisation indiquent le degré d'implication du secteur bancaire dans l'économie en général, et le degré de pénétration des produits et services et pratiques bancaires au sein de la population en particulier.

L'extension de la bancarisation paraît incontournable pour permettre l'inclusion de la population dans le secteur bancaire. Pour cela, l'implantation des institutions de services financiers de masse dans les milieux sous bancarisés et l'instauration des plans du marketing au niveau des banques sont nécessaires pour conquérir et fidéliser la clientèle.

C'est autour de ces aspects que nous allons aborder cette première partie dont l'objectif consiste à cerner les aspects théoriques de la bancarisation. Cette partie se subdivise en deux chapitres. Dans le premier, nous nous intéressons à l'analyse du développement de la bancarisation en nous penchant sur l'offre des services bancaires (section I) et ensuite, l'étude de la demande des services (section II)

Dans le second chapitre, nous aborderons les principaux éléments de mesure et les facteurs d'extension de la bancarisation (section I). Ensuite, nous examinerons les facteurs, au niveau macroéconomique et microéconomique, qui permettent de relever le niveau de la bancarisation dans un pays (section II).

## **Introduction au premier chapitre:**

La bancarisation définit le processus d'appropriation et l'utilisation de services bancaires par la population<sup>1</sup> et renseigne sur l'implication du secteur bancaire dans les rouages de l'économie.

Néanmoins, la bancarisation demeure tributaire de facteurs structurels tels que le niveau de développement économique et éducatif, la part de la population active occupée et la confiance du public. C'est pourquoi nous avons choisi d'étudier, dans ce présent chapitre, deux éléments importants de la bancarisation, à savoir l'offre et la demande des services bancaires.

En effet, l'offre concerne l'institution bancaire. La banque en tant qu'intermédiaire financier qui entretient des relations des services avec leurs clients en leur offrant une gamme de produits. Depuis les années 80, le monde bancaire a connu de profonds bouleversements caractérisés par l'émergence des nouveaux intermédiaires financiers concurrentiels. Cela a incité les établissements bancaires à développer leur gamme de produits tant sur le marché de crédit correspondant à l'intermédiation du bilan que sur le marché financier correspondant à l'intermédiation du marché. (Section I).

La demande, qui est faite par la population ou la clientèle de la banque, constitue un autre élément primordial pour déterminer les niveaux de bancarisation. Mais, la demande des services bancaires est influencée aussi bien par des facteurs socio économiques et démographiques de la population mais également par les facteurs psychologiques et comportementaux (section II).

---

<sup>1</sup> GANSINHOUNDE.A-J « comparaison des niveaux de bancarisation dans le monde : situation de l'UEMOA et de la CEMAC. Voir le site : [www.memoireonline.com/07/08/1431/m-la-promotion-de-la-bancarisation-dans-l-espaceUMOA21.html](http://www.memoireonline.com/07/08/1431/m-la-promotion-de-la-bancarisation-dans-l-espaceUMOA21.html) , p.4

## **Section I : L'offre des services bancaires**

Afin de comprendre l'offre des services bancaires, l'objet de cette section consiste à examiner, le rôle économique de la banque en tant qu'intermédiaire financier et la relation qu'elle entretient avec la clientèle. Enfin, l'accent sera mis sur le développement de la relation bancaire dans un contexte de mutation financière.

### **1. Le rôle de la banque en tant qu'intermédiaire financier**

La définition du terme banque varie d'un pays à l'autre. Mais, en général, les autorités monétaires des pays considèrent qu'il y a exercice d'une activité bancaire quand une entreprise assume simultanément au moins trois fonctions centrales de première importance pour l'économie, tant à l'échelle nationale qu'internationale.

Selon MIKDASHI Z., dans les fonctions des banques « *les systèmes de paiement pour l'échange de biens et services font réunir les dépôts et autres fonds afin de financer les crédits et enfin les instruments de transferts des ressources économiques à travers le temps, les régions géographiques et les branches de l'économie* »<sup>1</sup>. En d'autres termes, les banques sont des entreprises, qui effectuent la collecte de dépôts du public, l'octroi des crédits et la mise à la disposition des clients des moyens de paiements et la gestion de ceux-ci.

#### **1.1. Notion d'intermédiation**

La notion d'intermédiation montre que dans une économie, il existe deux catégories d'agents dont les préoccupations sont complémentaires : les agents à besoin de financement, qui souhaitent se procurer de ressources (qui sont les emprunteurs) et les agents à capacité de financement (qui sont les épargnants) qui cherchent à placer leurs ressources. La banque assure l'interface entre ces deux types d'agents et fournit les services nécessaires à la clientèle.

Pour mieux cerner la notion de l'intermédiation, il convient de distinguer entre l'intermédiation bancaire et l'intermédiation financière<sup>2</sup>. En effet, les deux types d'intermédiation sont des intermédiations de crédit qui remplissent une fonction de

---

<sup>1</sup> MIKDASHI Z., « La banque à l'ère de la mondialisation », édition Economica, Paris 1998, p.2

<sup>2</sup> Il faut également distinguer entre l'intermédiation du bilan et l'intermédiation du marché- voir le second point de la section.

transformation de titres, mais cette transformation de titres est de nature bien différente dans l'un et l'autre cas.

D'abord, « l'intermédiation financière » consiste en une transformation d'échéance de titres. Le rôle principal des intermédiaires financiers est de financer les entreprises par des crédits à moyen et long terme au moyen de la capacité<sup>1</sup> de financement des agents non financiers excédentaires. Autrement dit, les dépôts d'épargne des ménages financent les crédits demandés par les agents à besoin de financement. Ce sont alors « *les dépôts qui font les crédits*<sup>2</sup> ».

Quant à « l'intermédiation bancaire », celle-ci opère une transformation plus radicale puisqu'il s'agit d'une transformation de nature des titres. La création monétaire consiste, en la monétisation de créances non monétaires. De ce fait, ce sont "*les crédits qui font les dépôts*" et il y a création de ressources nouvelles de financement ; la création monétaire équivaut à une promesse de production future et correspond à une anticipation d'épargne.

Ceci dit, deux remarques s'imposent :

- Sur le plan institutionnel, la banque est une institution financière qui a le pouvoir de créer de la monnaie.
  
- Sur le plan technique, il y a création de monnaie à chaque fois que la masse monétaire augmente, ce qui génère une augmentation du volume des moyens de paiement mis à la disposition des agents non financiers. Une banque crée par conséquent de la monnaie lorsqu'elle octroie un crédit à partir d'une quantité de monnaie centrale reçue d'un autre établissement ou de la Banque Centrale à l'occasion d'un règlement interbancaire.

## **1.2. Le rôle des intermédiaires bancaires**

Selon LOPEZ F. « *Les banques constituent des intermédiaires financiers majeurs dans l'économie de pays, cette intermédiation constitue une activité essentielle qui organise les*

---

<sup>1</sup> Cette capacité de financement peut être captée soit en offrant des titres longs en intervenant sur le marché financier

<sup>2</sup> Voir document BIALES Ch., « L'intermédiation financière », Décembre 2009, p.9.

*transferts d'épargne à destination du système productif* »<sup>1</sup>. Les auteurs comme PLIHON.D<sup>2</sup>, expliquent l'existence de l'intermédiation bancaire dans l'analyse économique moderne par trois raisons, à savoir la réalisation des économies d'échelle, la réduction des asymétries d'information et l'assurance de liquidité.

### **1.2.1. La réalisation des économies d'échelle**

Les intermédiaires financiers permettent de réaliser les économies d'échelle<sup>3</sup> par la réduction des coûts de transactions<sup>4</sup>.

L'économie d'échelle est liée à la capacité des intermédiaires financiers à offrir une gamme diversifiée des services financiers à leur clientèle. Cette économie de gamme s'explique par le fait que les banques cherchent à diversifier leur offre de produits au niveau des guichets de manière à optimiser leurs coûteuses infrastructures.

### **1.2.2. La réduction de l'asymétrie de l'information**

La relation entre les prêteurs et emprunteurs connaît souvent une asymétrie d'information, au sens où les emprunteurs ont souvent plus d'informations que les prêteurs. Les intermédiaires financiers permettent de réduire les asymétries de l'information et contribuent ainsi à une meilleure allocation des ressources dans l'économie. Pour ce faire, trois techniques peuvent être mises en place :

- Les banques collectent des informations privées lors de contrat de crédit à la clientèle des particuliers et des entreprises. Ceci donne un avantage à la banque d'évaluer, non seulement la solvabilité de son client, mais aussi et surtout de retirer une information précieuse sur son chiffre d'affaires, sa rentabilité, son endettement. Par ailleurs, du fait de la connaissance de son client, la banque empêche celui-ci de

---

<sup>1</sup> LOPEZ F., « Banque et marché de crédit », Edition PUF, Paris 1997, p.8.

<sup>2</sup> PLIHON D., « banques : nouveaux enjeux et nouvelles stratégies », La documentation française, Paris 1999, p.44.

<sup>3</sup> L'économie d'échelle signifie que le coût unitaire de production des services financiers diminue à mesure que la quantité produite augmente.

<sup>4</sup> Les économies d'échelle proviennent, en premier lieu, du fait que les intermédiaires financiers travaillent sur les gros montants. En second lieu, les économies d'échelle proviennent de ce que les intermédiaires financiers exploitent les avantages issus de leur spécialisation. Cela signifie que l'intermédiaire financier se spécialise dans un type d'activité dont il a une connaissance précise.

dissimuler des informations avant la signature du contrat et de réduire ainsi les asymétries d'informations, qui conduisent à la sélection adverse.<sup>1</sup>

- Les banques, en accordant des prêts, requièrent un suivi de l'exécution du contrat. En effet, après la signature du contrat du crédit, le prêteur court un risque d'une exécution partielle ou de la non exécution de ce contrat.
- Les banques sont particulièrement bien placées dans le rôle de la réduction d'asymétrie d'informations, car elles sont amenées à entretenir des relations à long terme avec la clientèle.

De ce fait, l'élément primordial de la relation bancaire est l'échange informationnel entre la banque et ses clients. Une fois la relation engagée, trois sources principales d'information sont à distinguer :

- L'information issue des transactions liées au compte bancaire. Elle provient de l'observation par la banque des mouvements de compte de son client, qui la renseignent sur le niveau du solde courant, positif ou négatif ainsi que sur les flux financiers ;

- L'information ex-ante à l'achat d'autres produits. Cette information est liée aux demandes de renseignements du client pour l'offre de produits. Cette interaction est indispensable au client pour connaître les produits correspondant à ses préférences ;

- Enfin, l'information liée au portefeuille produits du client qui permet à la banque de mieux déterminer le type du client en fonction de la classe de produits et services qu'il détient (degré d'aversion au risque par exemple) et d'anticiper sur ses besoins futurs.

La relation banque- client implique des transferts d'informations propriétaires du client, et l'engagement continu dans le temps par la banque d'offrir et de distribuer des produits et services.

---

<sup>1</sup> La sélection adverse est une situation contractuelle dans laquelle l'asymétrie d'information concerne des éléments indépendants de l'action des contractants. Par exemple, sur le marché du crédit, le banquier ignore les caractéristiques exactes du projet d'investissement que l'entreprise emprunteuse cherche à financer.

### **1.2.3. L'assurance de liquidité**

La banque est incontournable pour la fourniture de liquidités. Pour assurer un développement harmonieux d'une économie monétaire où les échanges sont incertains, il faut un moyen de paiement fiable. Selon BIALES, « *seules les monnaies bancaires, parce qu'elles se confondent avec la liquidité absolue et qu'elles bénéficient de la confiance de la communauté des agents, surtout que leur valeur est assurée par une Banque Centrale qui chapeaute l'édifice bancaire tout entier, représentent des créances sûres et permettent dans toute la mesure du possible de réduire l'asymétrie d'information régnant sur les marchés* »<sup>1</sup>.

En effet, dans un monde où l'avenir est incertain, les agents économiques ont besoin de détenir des actifs liquides ayant deux propriétés. La première concerne la stabilité de la valeur des actifs, tandis que la seconde, concerne la disponibilité de ces actifs<sup>2</sup>. En d'autres termes, l'emprunteur cherche souvent des placements liquides et peu risqués et l'entreprise emprunteuse peut avoir besoin d'un financement à long terme pour un projet très risqué. Pour réaliser cette « interface » les intermédiaires financiers, notamment les banques, transforment les trois caractéristiques principales des dettes et des créances des agents non financiers, à savoir, l'échéance, le taux d'intérêt et le risque.

D'abord, la transformation de l'échéance repose sur la transformation des ressources à court terme en créances à long terme. Cela signifie que les banques peuvent financer des projets d'investissement des entreprises par l'épargne collectée auprès des ménages.

Par contre, la transformation des taux repose, par exemple, sur un prêt à taux variable financé sur des ressources à taux fixe. Enfin, la transformation de risques repose sur le financement de crédits des entreprises sur des ressources immédiatement exigibles et sans risque.

En définitive, l'examen de l'intermédiation bancaire entre les agents économiques, nous contraint de mettre en exergue la relation des services qui existe entre les banques et leur clientèle.

---

<sup>1</sup> Voir document BIALES-Ch., « intermédiation financière », Décembre 2009, p.37.

<sup>2</sup> PLIHON.D (1999), op.cit., p.45

## **2. La relation bancaire**

GLOUKOVIEZOFF (2004) définit la relation de services « *comme étant une relation dans laquelle le praticien se trouve en contact direct avec le public. Dans ce type de relation sociale, « certaines personnes ou (clients) se mettent entre les mains des autres personnes (praticiens-réparateurs) »*. Les autres auteurs comme (BESUCCU, 2002) l'ont définie comme « *une relation mettant en contact le salarié et la personne à qui est destinée la prestation* », cette seconde définition permet de distinguer la relation de la prestation de services. En effet, si la prestation est le service effectivement rendu, celle-ci a lieu dans le cadre d'un échange entre deux personnes.

GLOUKOVIEZOFF et LAZARUS. J, considèrent que l'emploi de l'expression « *prestation de services bancaires* » renvoie directement au service rendu et aux résultats obtenus devant satisfaire le client. Selon eux, la prestation de services correspond donc à un échange marchand. Ce qui peut inciter à la considérer comme relevant de la seule science économique.

Ces théoriciens définissent la relation bancaire comme « *une succession d'interactions entre le client et le prestataire de services, une succession suffisamment cohérente et durable pour que la relation bancaire soit considérée comme un objet d'étude à part entière* »<sup>1</sup>.

Avec une expression plus simple, les économistes comme N. DALEY ont défini la relation bancaire comme « *la connexion entre une banque et un client qui va au-delà de l'exécution simple, anonyme et financière des transactions* »<sup>2</sup>.

Enfin, à partir de ces définitions, il convient de préciser que la relation bancaire relève l'existence d'une gamme des services et produits bancaires que la banque offre à sa clientèle.

### **2.1. Les services bancaires**

Les services bancaires et financiers regroupent l'ensemble des services offerts par les établissements bancaires et financiers commençant par l'ouverture de compte. Ils jouent un

---

<sup>1</sup> Voir le document de GLOUKOVIEZOFF et LAZARUS op.cit. p.3 et 4.

<sup>2</sup> DALEY N., « multi - bancarité des ménages : les effets de la différenciation et de numérisation », - CERNA, Centre d'économie industrielle- Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris- 2002, p.4

rôle stratégique dans le dynamisme économique quotidien et prennent une ampleur à la mesure des besoins socioéconomiques considérables.

L'objectif de la banque consiste, non seulement, à améliorer sa rentabilité mais aussi, faciliter la vie courante des agents économiques et relever le niveau de bancarisation par l'utilisation optimale des moyens scripturaux.

Cependant, le succès des services bancaires dépend naturellement de leur capacité à identifier les attentes de la clientèle et à y répondre de façon efficiente à un prix compétitif. Cela explique que les services bancaires se composent de trois éléments essentiels, à savoir les pratiques bancaires, le degré d'accès aux services et enfin la tarification des services bancaires.

### **2.1.1. Les pratiques bancaires et financières**

Les pratiques bancaires et financières décrivent l'ensemble de la relation bancaire qu'une personne entretient avec sa banque dans le cadre de la consommation des services, qui lui sont proposés. Une entrave à ces pratiques traduit une limitation dans l'accès aux dits services.

### **2.1.2. Le degré d'accès aux services bancaires**

CHAMBERLAIN et WALKER (2005) définissent le mot « accès »<sup>1</sup> comme étant « l'habilité d'un individu à obtenir et, sur une base soutenable, à utiliser des services bancaires et financiers, qui sont abordables et utilisables qui satisfont ses besoins financiers »<sup>1</sup>. Cette définition reprend en d'autres termes, celle donnée par GLOUKOVIEZOFF (2001), qui parle de droit formel et de droit réel pour différencier la capacité d'obtention et la capacité d'utilisation. Cela veut dire, le terme « accès » revêt une notion de droit, qui peut être répartie en droits formels et droits réels. Le droit formel décrit l'autorisation et la liberté d'accéder aux services bancaires et financiers, tandis que le droit réel décrit la capacité de comprendre et d'utiliser ces services.

Ainsi, cette définition apporte une précision importante concernant la satisfaction du besoin de la personne, qui accède à ces services. La demande se justifie, en effet, par la

---

<sup>1</sup>Voir le site : <http://memoireonline.com/c07/08/1431/m-la-promotion-de-la-bancarisation-dans-lespaceUMOA21.html>

nécessité de satisfaire un besoin financier. De même en absence de besoin et donc de demande potentielle, il est difficile de faire consommer les services bancaires.

Enfin, quant à la prestation de services, celle-ci est dépendante de la qualité de la relation, qui s'établit entre le client et le prestataire, cela s'explique par l'importance de leur collaboration dans la réalisation de la prestation et dans la production de ses effets. En d'autres termes, il n'est pas possible d'opposer ou de séparer la prestation de services et la relation bancaire. La première est dépendante de la seconde. Ceci dit qu'une même prestation bancaire peut impliquer qu'il existe plusieurs relations bancaires dans la mesure où un client d'une seule banque peut être en relation avec un ou plusieurs banques<sup>1</sup>.

### **2.1.3. La tarification des services bancaires**

La tarification des services bancaires prend une importance toute particulière dans un contexte de concurrence entre les banques et les autres intermédiaires financiers. Mais, la détermination de la méthode de fixation du prix d'un service nécessite de mettre l'accent sur deux approches principales, l'une est traditionnelle et l'autre émergente :

- L'approche traditionnelle conduit les banques à réexaminer leur politique des prix. Pour ce faire, deux possibilités sont à distinguer :

- La pénétration d'un ou plusieurs segments, qui consiste à définir une tarification de services en vue d'attirer un plus grand nombre de personnes qui travaillent en dehors le circuit bancaire.
- La maximisation du volume conduit à adopter une démarche non nécessairement segmentée. L'objectif est alors d'utiliser la tarification pour stimuler la demande des services bancaires, selon l'élasticité-prix de la demande observée. Dans ce domaine, deux notions d'élasticité sont à distinguer, à savoir l'élasticité prix du marché et l'élasticité prix de la banque. La première désigne la réponse de la demande totale du marché, pour un produit bancaire, à une baisse de son prix de la part des concurrents. Donc, si la demande du marché pour un service est élastique, une diminution de prix attire de nouveaux clients jusqu'ici tenus à l'écart pour des

---

<sup>1</sup> C'est la multi bancarité de la clientèle. Voir chapitre 2.

raisons de prix. Par contre, si la demande du marché est inélastique, le marché est quasiment saturé et un changement du prix affecte peu le volume des affaires<sup>1</sup>.

Donc, si la banque opère une baisse de prix sur l'un de ces produits, les autres concurrents sont également contraints de revoir la tarification de services. Dans ce cas, les clients auront plusieurs possibilités d'achat de produits, voire même cette situation incite les autres (non clients), contestant au départ la tarification des produits bancaires (crédit par exemple), à entrer en relation avec la banque.

- Les approches émergentes reposent sur la tarification relationnelles et la tarification efficiente. En effet, la première tarification a pour objectif de renforcer les liens entre la banque et son client. Cette méthode conduit à proposer aux détenteurs de compte à vue des offres spéciales de comptes d'épargne, de location de coffres ou des taux préférentiels de rémunération de compte à terme<sup>2</sup>. Par contre, la tarification efficiente a pour objectif d'attirer la clientèle à la recherche du meilleur prix, c'est-à-dire la fourniture d'une meilleure prestation au prix fixé et sur la réduction des coûts<sup>3</sup>.

## **2.2. Les prestations de services bancaires**

La relation des services dans la banque a connu deux phases d'évolution importantes ; la première est liée aux fonctions traditionnelles remplies par les banques (l'intermédiation du bilan), tandis que la seconde est liée à nouvelle intermédiation bancaire dans le contexte de la globalisation financière (l'intermédiation du marché).

### **2.2.1. La relation bancaire dans un contexte traditionnel : services bancaires de base**

Après l'ouverture d'un compte, la banque doit être en mesure d'offrir à son client la panoplie des moyens de paiement et de crédit qui lui permettent de gérer son argent, ainsi que

---

<sup>1</sup> ZOLLINGER M. et LAMARQUE E. « marketing et stratégie de la banque », 4<sup>e</sup> édition Dunod, Paris 2004, p.101

<sup>2</sup> Cette technique prend deux formes ; soit des contrats à long terme, soit des packages bancaires. Les premiers reposent sur une offre des incitations tarifaires et non tarifaires au maintien d'une relation de long terme avec la même banque. Tandis que les packages bancaires conçus comme une offre groupée comprenant au moins deux produits ou services qui conduit à une réduction de coût marginal de chacun des produits ou services.

- les packages bancaires se multiplient sous différentes formes : ils peuvent être un ensemble de services proposés avec l'ouverture d'un compte à vue, une association d'un crédit à la consommation avec le compte à vue ou encore la commercialisation des crédits permanents associés à d'autres services tels que la carte bancaire, produits d'épargne, assurances...

<sup>3</sup> ZOLLINGER M. et LAMARQUE E. ; op.cit, p. 103-106

tous les produits et services qui lui permettent de réaliser ses différents projets moyennant, bien entendu, rémunération.

### **2.2.1.1. La fourniture de gamme de moyens de paiements scripturaux**

La généralisation et le développement des moyens de paiement constituent l'un des facteurs qui accélèrent la bancarisation de la population en raison des avantages qu'ils présentent aussi bien pour les banques que pour les clients. En effet, pour la banque, celle-ci réalise son intermédiation à partir des moyens de paiement présentés sous formes des supports traditionnels tels que les chèques, les virements ou en supports modernes comme la carte bancaire<sup>1</sup>. De l'autre côté, l'utilité pour les personnes réside dans la sécurisation des patrimoines et des transactions et la rapidité des opérations.

Pour comprendre les principaux composants des instruments de la monnaie scripturale, nous allons tenter de présenter la gamme des produits bancaires sous forme supports traditionnels et modernes.

#### **A. Supports traditionnels :**

##### **A.1. Le chèque**

PIEDELVIÈRE S. définit le chèque comme « *un titre par lequel une personne, dite tireur, donne ordre à une banque ou un établissement de crédit assimilé, dite tirée, de payer à vue une certaine somme d'argent au profit d'une troisième personne dite porteur* »<sup>2</sup>.

Or, le chèque est généralement extrait d'un carnet à souche délivré par la banque (ou la Poste) permettant à son bénéficiaire d'effectuer un retrait dans l'établissement concerné.

##### **A.2. Le virement**

Le virement est un ordre donné par le titulaire d'un compte « émetteur » à son banquier pour débiter une certaine somme sur son compte pour la créditer dans le compte du bénéficiaire (destinataire), soit dans le même établissement ou bien dans un établissement différent. Il présente les caractéristiques suivantes :

---

<sup>1</sup> La carte bancaire devient, de plus en plus, un instrument le plus courant dans la vie des personnes, dans les pays développés.

<sup>2</sup> PIEDELVIÈRE S., « instrument de crédit et de paiement », édition Dalloz, Paris 1999, p.155

- L'ordre de virement peut être ponctuel ou permanent et il peut porter sur une somme fixée ou conditionnelle ;
- Le virement est irrévocable et présente une garantie de paiement ;
- Le virement suppose que les personnes qui procèdent au règlement des opérations détiennent un compte en banque ou dans un organisme assimilé ;
- Le coût de virement est en fonction des conditions fixées par les établissements des concernés (selon le destinataire et la modalité de transmission).

### **A.3. L'avis de prélèvement automatique**

L'avis de prélèvement automatique est un moyen de paiement dans lequel le « *donneur d'ordre* » prend l'initiative de la mise en recouvrement de la créance sous réserve de l'autorisation préalable et permanente de son débiteur. En d'autres termes, le prélèvement autorise un créancier à faire débiter son compte de son client à son profit.<sup>1</sup>

Parmi ses caractéristiques, l'avis de prélèvement suppose qu'il y a un double mandat, le premier est donné par le débiteur à son créancier l'autorisant à transmettre à la banque un ordre de virement. Le second autorise la banque à exécuter tout ordre donné par le créancier ;

- L'avis de prélèvement suppose que les personnes procédant à cette opération détiennent un compte en banque ou dans un organisme assimilé ;
- Le transfert de fonds se traduit par un simple jeu d'écriture.

### **A.4. Le titre interbancaire et universel et de paiement**

Le titre interbancaire est un moyen de paiement dans lequel le créancier (donneur d'ordre) prend l'initiative de recouvrer la créance (facture) et dans lequel le débiteur donne son accord lors de chaque règlement. Autrement dit, le titre interbancaire est un document annexé à la facture, daté et signé par le débiteur et renvoyé au créancier, qui procèdera par la suite à l'encaissement.

Ce titre est également utilisé par les grands facturiers pour les paiements ayant un caractère répétitif et pour lesquels le débiteur souhaite garder la maîtrise de paiement (facture d'électricité, téléphone, quittances d'assurance...);

---

<sup>1</sup> DESCAMPS C. et SOICHOT J., « Economie et Gestion de la banque », édition EMS, Paris 2002, p.78

Quant au Titre Universel de Paiement (TUP), il est considéré comme un titre sur lequel le créancier fait figurer sur une ligne spéciale ses propres références de compte, celles de client et le montant à régler. Ce titre est transmis au débiteur avec facture des prestations à régler. L'opération peut s'effectuer ainsi :

- Paiement par chèque où le débiteur renvoie son chèque avec ce titre au centre de traitement, qui le transforme en avis de prélèvement à la banque du débiteur ;
- Paiement direct par le titre universel (TUP), dans ce cas, le débiteur détient un compte qui transcrit son numéro sur le TUP, daté et signé pour l'expédier par la suite au centre des chèques. Dans ce cas là, l'opération devient un *virement* ;

Les instruments de crédit sont également considérés comme services bancaires fournis par les banques. Ils contiennent généralement des effets de commerce et la lettre de crédit.

#### **A.5. Les effets de commerce**

Les effets de commerce sont présentés sous deux formes à savoir la lettre de change et le billet à ordre :

La lettre de change est un écrit par lequel un commerçant appelé « tireur » donne un mandat à un débiteur appelé « tiré » pour payer à une tierce personne (bénéficiaire) ou à l'ordre de celui-ci une certaine somme d'argent à une date déterminée.

- La lettre de change est rédigée avec une clause à ordre et peut être transmise par endossement ;
- La lettre de change est soumise à la procédure d'acceptation qui garantit le paiement ;
- Du fait que la lettre de change n'est pas immédiatement payable, elle est considérée comme un instrument de crédit, qui s'effectue par la technique d'escompte.

Aujourd'hui, la quasi-totalité des lettres de change émises sous forme informatique de Lettre de Change Relevé (LCR), dans le cas d'une utilisation sous électronique, la banque du tiré lui adresse un relevé de lettre de change pour acceptation.

Le billet à ordre est un titre par lequel un débiteur s'engage à payer un mandat déterminé à une date déterminée à un bénéficiaire ou à son ordre.

#### **B. Les supports modernes**

Avant de définir la carte bancaire, il est important de souligner que la monétique constitue un ensemble de moyens électroniques mis en œuvre pour automatiser les

transactions bancaires.<sup>1</sup> Donc, la carte bancaire est une nouveauté pour les banques. Elle permet la circulation de la monnaie scripturale sans support papier.

Ainsi, les cartes remplissent une double fonction, à savoir le retrait et le paiement. En effet, la fonction du retrait repose sur les retraits, à concurrence d'un plafond d'avoir sur un compte bancaire par l'intermédiaire d'un DAB (Distributeur Automatique de Billets). Ce DAB peut être celui de l'émetteur lui-même ou d'une autre banque et ce, dans le cadre de l'interbancaire, tandis que la fonction de paiement repose, à la place du chèque ou de virement, sur les paiements des règlements des transactions entre les agents économiques.

En plus de cette gamme des moyens de paiement, la banque propose d'autres services en l'occurrence, les différents crédits en faveur de la clientèle.

#### **2.2.1.2. Les opérations de crédit**

Le crédit distribué par la banque s'avère indispensable pour les agents économiques afin de disposer immédiatement de fonds pour financer leurs activités économiques et sociales.

Le recours au crédit contribue à « faire tourner la machine économique ». En effet, le crédit aux entreprises et à l'Etat permet d'anticiper sur les recettes à venir de la production et de financer les investissements lorsque ces derniers dépassent les possibilités d'autofinancement (Etat ou entreprises). Quant aux crédits particuliers, ils constituent un soutien du pouvoir d'achat, car il permet aux individus de disposer de ressources répondant aux besoins de consommation (crédit logement, automobile, acquisition des équipements...).

Il convient de noter que normalement l'accès au crédit constitue un droit du citoyen à part entière. Cependant, un faisceau d'éléments met en évidence les difficultés rencontrées par certaines catégories de la population, notamment pauvres, modestes ou à faible revenu pour bénéficier de service de base. En effet, en raison de la crainte de dépassement de délais de remboursement ou de la défaillance totale de la créance, les banques sont réticentes à l'égard de ce type de clientèle.

---

<sup>1</sup> ZOLLINGER M., « Monétique et Marketing », édition Dunod, Paris 1989, p.9

Cependant, dans un contexte de la globalisation financière, l'activité bancaire traditionnelle est influencée par l'expansion des marchés de capitaux et les mouvements de capitaux entre les pays du monde. En conséquent, les banques se trouvent doublement « menacées » par le développement de la finance désintermédiée, d'une part, et par la montée en puissance de nouveaux concurrents, d'autre part. Cela conduit à examiner le développement de la relation bancaire dans un contexte de la mutation financière du système bancaire et d'essayer de mettre en exergue la nouvelle gamme de produit offerte pour répondre aux besoins naissants.

### **2.2.2. Le développement de la relation bancaire**

Les années quatre-vingt ont été marquées par une accélération des mutations qui ont bouleversé l'environnement des banques. En effet, les nouvelles technologies de l'information et de communication et les innovations financières se sont conjuguées avec une profonde transformation des équilibres financiers caractérisés par l'évolution des besoins et des capacités de financement des agents non financiers.

#### **2.2.2.1. La croissance de la finance directe**

Dans la théorie, le marché de capitaux est défini comme un lieu de rencontre des offres et les demandes de capitaux. Il est qualifié de « direct » dans la mesure où l'emprunteur fait face à face au prêteur. Le marché de capitaux comprend deux compartiments : le marché monétaire et le marché financier.

Le premier compartiment de la finance directe est le marché monétaire. Celui-ci est défini comme un marché de restructuration de la trésorerie de la banque. Il est subdivisé en marché interbancaire et en marché de titres de créances négociables. Le premier est destiné à permettre aux banques d'obtenir la monnaie de la Banque centrale « monnaie centrale » dont elles peuvent avoir besoin, tandis que le second est réservé à tous les agents économiques, prêteurs ou emprunteurs. Il permet, d'une part, la mise en œuvre de nouvelles formes de collecte de ressources par les banques, le Trésor et les entreprises et, d'autre part, de nouvelles formes de placement de trésorerie pour les entreprises.

Le second compartiment est le marché financier<sup>1</sup>. Celui-ci est défini comme un marché de l'épargne longue. Il représente l'ensemble des offres et des demandes de capitaux par les souscripteurs en capital social des entreprises et des placements à long terme.

Le marché financier se caractérise par les fonctions suivantes :

- Un circuit direct de financement de l'activité économique ;
- Un moyen d'organisation de l'épargne et de son orientation ;
- Un lieu de mesure de la valeur des actifs, c'est-à-dire, d'évaluation des actifs des entreprises.

Dans la pratique, depuis le début des années 1980, les modes de financement des entreprises se sont diversifiés avec la mutation financière. Les émissions des titres constituent une véritable alternative au traditionnel crédit bancaire. A titre d'exemple, en France, de 1980 à 2003, l'encours des actions émises par les entreprises françaises a crû de deux fois et demie plus vite que celui des crédits obtenus par les banques. Quant au marché monétaire, le recours aux titres de dettes (billets de trésorerie et bons à moyen terme négociable) et aux obligations (titres de dettes du marché financier) a fortement augmenté, l'encours correspondant a progressé de trois fois et demie plus vite que celui des crédits.

Ces indicateurs montrent que la croissance de la finance directe, comme alternative de financement de l'économie, a influencé l'activité de crédit qui perd, nécessairement de son importance dans le financement des entreprises.

Outre que la finance directe a augmenté, les mutations du système financier mondial ont favorisé l'émergence de nouveaux acteurs concurrentiels, qualifiés comme investisseurs institutionnels, et d'autres formes d'activités bancaires.

---

<sup>1</sup> Sur le marché financier sont émises et négociées les valeurs mobilières représentant soit des droits d'associés (actions), soit des obligations, soit des produits intermédiaires entre les deux catégories de titres. Ainsi, les émissions de titres s'opèrent sur le marché primaire par l'intermédiaire des banques qui prennent en charge les préparatifs de l'émission et le placement des titres auprès du public et des investisseurs contre versement de commissions par les émetteurs. Par contre, les négociations des titres, antérieurement émis, s'effectuent sur le marché secondaire ou la Bourse de valeurs mobilières, où ils font l'objet d'une cotation. Pour plus de détails, voir PLIHON D., « *les banques acteurs de la globalisation financière* », la Documentation française, Paris 2006, p.19

### **2.2.2.2. Le développement des nouveaux acteurs concurrentiels et leur impact sur la bancarisation des agents économiques**

Au cours des décennies 1980 et 1990, les pays industrialisés ont connu des profonds changements dans leur système financier. Comme nous l'avons souligné, le phénomène le plus marquant est la montée en puissance de la finance directe, qui a entraîné une reconfiguration de la structure des patrimoines des agents économiques et l'émergence des nouveaux acteurs appelés « investisseurs institutionnels »<sup>1</sup> qui sont :

#### **A. Les organismes de placement collectif**

En théorie, la fonction de ces organismes est la collecte de fonds des particuliers, des entreprises et des autres investisseurs institutionnels afin de les utiliser pour acquérir des actifs financiers. En d'autres termes, la fonction économique essentielle de ces organismes est de réaliser une diversification des fonds collectés en faisant jouer un effet de taille résultant de l'agrégation des dépôts individuels et à réduire de ce fait le risque de marché<sup>2</sup>.

Les principaux types d'organismes de placement collectif constituent des structures, qui assurent la gestion collective des fonds en plaçant en valeurs mobilières des avoirs, qui leur sont confiés par des épargnants. Ils sont qualifiés d'OPCVM (Organismes de Placement Collectif des Valeurs Mobilières).

Ces derniers sont créés sous deux formes, à savoir la SICAV (Société d'Investissement à Capital Variable) et les FCP (Fonds Communs de Placement). La SICAV est une société par action à capital variable, qui émet des actions en fonction des souscriptions effectuées par les épargnants et rachète leurs propres titres à la demande de porteurs lorsque ces épargnants souhaitent leurs avoirs<sup>3</sup>. Par contre, le FCP est considéré comme une copropriété de valeurs mobilières dépourvues de la personnalité morale. Contrairement à la SICAV, le FCP n'émet pas les actions, mais les parts qu'il rachète à la demande du porteur.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Les investisseurs institutionnels (les organismes de placement collectif, les assurances et les fonds de pension) désignent des organismes ou individus qui ont pour fonction d'investir sur les marchés financiers l'épargne collectée auprès des ménages. Et ce dans le but de contribuer à la satisfaction des besoins de financement de l'économie.

<sup>2</sup> BOUBEL A. et PANSARD F., « Les investisseurs institutionnels », édition la Découverte, Paris 2004, p.19.

<sup>3</sup> Tout investisseur qui souscrit les actions devient actionnaire, il peut s'exprimer sur la gestion de la société lors des assemblées générales.

<sup>4</sup> Le porteur ne dispose aucun droit que ceux conférés aux actionnaires

Enfin, les organismes de placement collectif présentent des avantages pour épargnants, qui sont incités à investir dans ces organismes pour plusieurs raisons :

- Les placements en OPCVM permettent aux investisseurs la possibilité d'acheter et de vendre les titres tout en restant liquide (puisque'ils sont cessibles à tout moment) ;
- La gestion est assurée par des professionnels et des spécialistes (le risque opérationnel est rare).

## **B. Les fonds de pension**

Les auteurs comme BOUBEL A. et PANSARD F. considèrent les fonds de pension comme « *des institutions financières chargées de collectées et de centraliser les contributions salariales et/ou patronales et de les investir dans les actifs en vue d'assurer le paiement des prestations futures de retrait aux adhérents du fonds* »<sup>1</sup>. Les fonds de pension peuvent donc fournir aux individus des moyens d'accumuler de l'épargne durant la vie active pour financer leurs besoins de consommation à la retraite, représentant ainsi une forme d'assurance retraite. Les fonds de pension sont généralement de deux types ; ceux à prestation définies et ceux à cotisation définies.

- Fonds de pension à prestations définies : les membres du fonds connaissent, dès leur adhésion, le montant de la prestation qu'ils toucheront quand ils seront à la retraite. Cette prestation est dite définie, car elle est calculée généralement par référence au dernier salaire et au nombre d'années de cotisation.

- Fonds de pension à cotisations définies : les prestations de retraite n'ont pas été fixées au préalable par la loi ou une convention collective. Ce qui a été défini au départ, c'est le montant de cotisation que l'employeur et les employés doivent verser au fonds.

Enfin, les fonds de pension constituent un concurrent de l'activité bancaire car leur rôle consiste à gérer l'épargne des individus dans une logique de retraite par capitalisation.

---

<sup>1</sup> BOUBEL A. et PANSARD F., op.cit., p. 20

### **C. Les compagnies d'assurance « ou les assureurs »**

Les compagnies d'assurance sont des intermédiaires financiers spécialisés dans l'élaboration de contrats ayant pour objectif de protéger les souscripteurs d'un risque de perte financière associée à la réalisation d'évènement particulier.

Ainsi, les assureurs, en échange de promesses d'indemnisation, perçoivent une somme appelée « cotisation » par des personnes dites « assurés », qui seront victimes de l'évènement redouté. L'industrie de l'assurance se compose de deux secteurs :

- L'assurance dommage : a pour objet de réparer les conséquences de dommage affectant le patrimoine de l'assuré (incendie, dégâts des eaux...).
- L'assurance de personne ou assurance vie : les assureurs-vie peuvent développer une activité d'épargne retraite spécifique. En d'autres termes, les compagnies d'assurance offrent des produits, qui sont achetés directement par des fonds de pension et/ou elles proposent des plans de retraites individuels.<sup>1</sup>

Les assureurs peuvent agir comme des gestionnaires d'actifs pour les fonds de pension, comme ils ont une position privilégiée pour capter les mandats.

Il y a lieu de noter que les agents économiques (ménages et les entreprises) ont modifié leur attitude face au risque. En effet, les entreprises assument plus volontiers le risque financier, ce qui se traduit par une désintermédiation, tandis que les ménages, face au risque de survie et à l'incertitude des systèmes traditionnels de retraite, cherchent une protection accrue en se constituant un patrimoine pour le futur.

Dans la pratique, l'émergence de la finance directe et le développement des nouveaux intermédiaires sur marché ont contribué à l'essor du patrimoine financier des ménages, qui provient intégralement de l'augmentation de l'épargne longue. Celle-ci est affectée, de plus en plus, sous forme de produits financiers par l'intermédiaire des banques, des organismes de placement collectif et des sociétés d'assurance.

---

<sup>1</sup> Les assureurs peuvent agir comme des gestionnaires d'actifs pour les fonds de pension, car ils ont une position privilégiée pour capter les mandats. Les différents instruments d'épargne se distinguent selon le partage des risques qui est opéré entre l'assuré ou l'épargnant et son assureur.

En chiffres, en France, le patrimoine financier des ménages s'est profondément modifié, passant de 980 milliards d'euros en 1990 à 2169 milliards d'euros en 2003. Les sociétés d'assurance occupent une part qui passe de 14% en 1990 à 38,5% en 2003, notamment en raison d'une fiscalité avantageuse, ce qui a entraîné une concurrence acharnée entre les banques et les compagnies d'assurance.

Par conséquent, la crainte de la concurrence de la finance directe et les investisseurs institutionnels a conduit les banques à développer les activités sur le marché financier. Elle devient une entreprise de services adossée aux marchés de capitaux<sup>1</sup>.

En France, à l'instar des pays industrialisés, les activités de nouveaux intermédiaires du marché, dépendent essentiellement des banques. Celles-ci ont pris une part active en assurant les diverses fonctions sur le marché. Ces évolutions amènent à considérer le rôle de la banque en tant que prestataire de services sur le marché.

En somme, dans la plupart des pays développés, les mutations financières ont eu des conséquences sur les bilans bancaires<sup>2</sup>. A titre d'exemple, du côté du passif, les entreprises se sont massivement tournées vers les financements du marché qui sont moins coûteux par rapport aux financements intermédiés. De plus, l'augmentation du taux d'autofinancement des entreprises, couplé aux possibilités nouvelles d'émission de titres, a réduit la dépendance au financement bancaire des meilleurs clients des banques et les entreprises de grande envergure.

### **2.2.3. La gamme de services bancaires dans un contexte de la mutation financière**

La forte concurrence dans l'activité bancaire a obligé les banques à adapter leurs offres aux nouveaux besoins de la clientèle en vue de renforcer leurs relations et favoriser la bancarisation de l'économie.

---

<sup>1</sup> PLIHON D., (2006) op.cit ; p.25

<sup>2</sup> En France, la hausse de l'inflation dans les années 70 et l'augmentation des taux d'intérêt ont rendu les épargnants plus sensibles aux différents taux de rendement des différents actifs. Ainsi, les faibles taux rémunérateurs des dépôts bancaires ont généré un mouvement de conversion en actifs à plus fort rendement comme les SICAV et les FCP.

Les banques deviennent un ensemble complexe dont le pourtour va très au-delà de l'activité traditionnelle de mutualisation de la collecte de l'épargne et la distribution des crédits<sup>1</sup>.

### **2.2.3.1. La relation bancaire sur le marché financier**

Le développement de la finance directe a incité les établissements bancaires à développer davantage leurs activités sur le marché en tant que prestataires de services. En s'autres termes, le développement de la finance directe a contraint la banque d'intervenir sur le marché financier. Les banques, en achetant et en vendant les titres<sup>2</sup>, contribuent largement à la liquidité du marché et permettent de passer à «l'intermédiation de marché ».

Selon GARSUAULT et PRIAMI, « *les opérations de la banque sur le marché sont réparties en deux catégories, à savoir les opérations traitées pour le compte ou à destination de la clientèle et les opérations réalisées pour le compte propre de la banque* »<sup>3</sup>.

Pour ces auteurs, les banques doivent s'efforcer de substituer à leur rôle traditionnel celui d'intermédiaire sur le marché. Au total, elles fournissent à la clientèle les prestations suivantes :

- Les opérations de vente ou d'achat de titres pour le compte de client sur le marché financier, le marché monétaire ou le marché des dérivés ;
- La gestion du patrimoine de certains de ses clients ;
- L'élaboration et proposition de produits innovants et composites de financement ou de placement à l'attention d'une clientèle spécifique, notamment les entreprises et les investisseurs institutionnels ;
- La gestion sous forme collective, de sommes confiées par la clientèle, via les SICAV et les FCP de la banque<sup>4</sup> ;
- L'émission de titres à court et à long terme ou l'introduction en Bourse de la clientèle (entreprises, institutionnels) ;

---

<sup>1</sup> PASTRE O., « la nouvelle économie bancaire », édition Economica, Paris 2005, p.12

<sup>2</sup> Cet aspect sera détaillé dans le point qui suit, voir le développement de la gamme des produits et services bancaires sur le marché.

<sup>3</sup> GARSUAULT et PRIAMI, « la banque : fonctionnement et stratégie », édition Economica, Paris 1995- p.284-285

<sup>4</sup> Cette activité est souvent décentralisée et confiée à des filiales

- Les placements des titres auprès de certains gestionnaires de capitaux (notamment pour les grandes entreprises, les institutionnels, associations...).

En outre, la complexité des opérations sur le marché incite les dirigeants, les investisseurs et les entreprises à recourir à un intermédiaire compétent, qui détient les informations sur les intentions de vente ou d'achat de ses clients. De ce fait, le banquier, compte tenu de sa position privilégiée, doit détecter l'éligibilité d'une affaire à une ingénierie financière<sup>1</sup>. Ceci contribue à la fluidité du marché tout en constituant une autre source de revenu pour les banques.

Par ailleurs, les banques, comme tous les agents économiques, ont des besoins de placement, de financement ou de protection contre les risques. Elles sont, alors, dans l'obligation de développer, pour leur propre compte, une activité de marché. Dans ce cas, la banque peut procéder à un placement si elle est excédentaire ou à contrario à l'emprunt en cas d'insuffisance de trésorerie.

Cependant, en intervenant sur le marché, la banque souhaite se défaire de risques qu'elle ne maîtrise pas. Pour cela, elle a la possibilité de recourir aux opérations de couverture sur les marchés financiers en utilisant les instruments financiers comme la « titrisation ».

En effet, la marchandisation bancaire via la titrisation est un phénomène qui a marqué l'activité bancaire dans son ensemble. La titrisation, selon MIKDASHI-Z « *est une alternative à la méthode de cession ou en vente en bloc des créances bancaires* »<sup>2</sup>. Cette technique autorise les banques à créer un fonds commun de créances (FCC)<sup>3</sup> capable de convertir un portefeuille de créances résultant d'opérations de crédit en titres négociables susceptibles d'être vendus aux investisseurs institutionnels. En faisant sortir de son bilan une portion de

---

<sup>1</sup> L'ingénierie financière est un ensemble des méthodes et techniques mises en œuvre pour viabiliser financièrement l'entreprise au-delà des ses mutations, en préservant la solidité de son bilan, la cohésion de son actionnariat et l'adéquation entre finance et capital. Pour plus de détail, voir PRUNIER et MAUREL, « *ingénierie financière dans la relation banque entreprise* », édition Economica, Paris 2000, p.4.

<sup>2</sup> MIKDASHI-Z, op.cit ; p.130-131.

<sup>3</sup> Les fonds communs de créances répondent aux besoins d'investissement qui préfèrent des titres à échéance fixe en évitant l'inconvénient des titres susceptibles d'être rappelés ou remboursés avant l'échéance sur l'initiative des débiteurs. La diversification des FCC représente des atouts indéniables pour les investisseurs.

ses actifs non négociables, la banque améliore son profil de risque afin de respecter les règles prudentielles dans ce domaine.

### **A. La bancassurance**

Selon DHAFER S, « *l'activité d'assurance dans la banque résulte de l'interpénétration entre banques et compagnies d'assurance* »<sup>1</sup>. L'incursion des banques sur le marché des assurances est le résultat d'une stratégie de partenariat et d'accords de commercialisation entre les banques et les compagnies d'assurance, sous l'appellation de « bancassurance ».

La bancassurance peut être définie comme l'adjonction par une banque :

- Soit des produits d'assurance à son offre de services bancaires, dans ce cas là, l'association entre la banque et l'assurance peut prendre la forme d'un contrat de distribution par une banque d'un produit d'assurance ;
- Soit une compagnie d'assurance à la banque, pour offrir des produits d'assurance conçus par le groupe lui-même, dans ce cas là, l'association passe par l'absorption d'une compagnie d'assurance existante par une banque.

Autrement dit, la bancassurance est une situation où un assureur décide d'adjoindre par le contrat avec une banque, un service bancaire à la gamme des produits d'assurance ou monter une filiale bancaire au sein de groupe d'assurance.<sup>2</sup>

Pour conclure, il y a lieu de noter que la relation bancaire classique est fondée sur l'activité du crédit et la collecte de l'épargne de la clientèle des particuliers, des entreprises de grandes envergures et même des petites et moyennes entreprises. Ces fonctions sont celles de banque de détail.

Mais avec le développement de la finance directe (sur le marché), les banques investissent sur le marché dans l'achat et la vente de titres, la prise de participation et la gestion, des fusions acquisitions...etc. Donc, la banque devient universelle. Dans ce cas, la relation bancaire s'élargit au détriment de la « petite » clientèle (marginalisation et exclusion bancaire<sup>3</sup>).

---

<sup>1</sup> DHAFER S., « la nouvelle banque : métiers et stratégies », revue banque édition, Paris 2006, p.48-49.

<sup>2</sup> TRAINERP., « la bancassurance : généralisation ou déclin du modèle », Revue d'Economie Financière n°53, 1999, p. 95

<sup>3</sup> L'exclusion bancaire est un phénomène apparu dans les pays développés où l'économie est financée par l'émission des titres sur le marché et le déclin des activités traditionnelles des banques.

Après avoir vu le rôle de la banque dans l'économie, il paraît évident de nous pencher, dans la prochaine section, sur un autre aspect de la bancarisation à savoir la demande de prestations bancaires. Pour ce faire, nous allons montrer, dans un premier temps, les besoins financiers et les motivations de la clientèle et ensuite, nous présenterons les principaux facteurs, qui influencent son comportement à l'égard des services bancaires.

## **Section II : La demande des services bancaires**

La différence des niveaux de bancarisation entre les pays découle de la croissance démographique, la taille, le degré de formation et le développement socioéconomique de la population. C'est pour ces raisons que nous allons tenter de donner des précisions concernant les caractéristiques générales de la population ; les dimensions, les besoins et les attentes de la clientèle à l'égard des services bancaires, d'une part, et ensuite de procéder, à la détermination des principaux facteurs, qui influencent le comportement de la population en général, et les clients bancaires en particulier, d'autre part.

### **1. Analyse des caractéristiques de la population, de dimensions, du besoin et les attentes de la clientèle de la banque**

Avant d'analyser le besoin du client, il importe de mettre en exergue les caractéristiques et les dimensions de la population et étudier ensuite ses besoins ou ses attentes à l'égard des établissements bancaires.

#### **1.1. Analyse des caractéristiques de la population**

Les besoins bancaires et financiers varient selon le degré d'occupation et d'activité de la population. La population active occupée est susceptible d'être bancarisée (besoin d'un compte courant, produits d'épargne, moyens de paiement...), tandis que les besoins bancaires sont limités pour la population inactive<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Toutes ces définitions se réfèrent à des personnes « ayant dépassé un âge spécifié », également désignées par l'expression : population en âge de travailler. Pour définir la population en âge de travailler, chaque pays doit spécifier un âge minimum adapté aux circonstances nationales, par exemple l'âge de scolarité obligatoire, l'âge minimum d'admission à l'emploi ou l'étendue du travail des enfants. La diversité de ces circonstances nationales est telle qu'il est impossible de spécifier un âge minimum obligatoire universellement applicable au niveau international. Certains pays appliquent aussi une limite d'âge maximum pour définir la population en âge de travailler, mais cette pratique n'est pas recommandée par les normes internationales.

### **1.1.1. La population active**

Il n'existe pas de définition unique de la population active, qui peut être différente selon les instituts, les organismes et les pays. L'Organisation Internationale du Travail (OIT) considère la population active comme l'ensemble des personnes en âge de travailler qui sont disponibles sur le marché du travail, qu'elles aient un emploi (population active occupée) ou qu'elles soient au chômage (population active inoccupée) à l'exclusion de celles ne cherchant pas d'emploi, comme les personnes au foyer et les rentiers. En général, l'âge de cette catégorie de population est fixé entre 15 et 64 ans.

#### **1.1.1.1. La population active occupée**

La population active occupée comprend les personnes, qui fournissent du travail pour la production de biens et de services. Mesurée sur une courte période de référence (d'une semaine ou d'un jour), cette population englobe toutes les personnes, qui ont effectué un travail en vue d'un salaire, d'un bénéfice ou d'un gain familial durant cette période. Elle inclut aussi toutes les personnes, qui ont un emploi ou une entreprise mais en sont temporairement absentes durant cette période de référence, pour raison de maladie, vacances, congé de maternité, grève ou mise à pied.

Cette catégorie de population est bancarisée, dans la mesure où les personnes occupées ont des besoins financiers en matière de placement, de crédit,...)<sup>1</sup>.

#### **1.1.1.2. La population active inoccupée ou en chômage**

La population au chômage se compose de personnes, qui sont disponibles pour travailler mais n'ont pas fourni de travail pour la production de biens et de services. Mesurée sur une courte période de référence, cette population englobe toutes les personnes sans travail, qui auraient accepté un emploi approprié ou créé une entreprise durant la période de référence si elles en avaient eu la possibilité et, qui ont activement tenté d'obtenir un emploi ou de créer une entreprise dans un passé récent.

---

<sup>1</sup> En Algérie, les fonctionnaires, domiciliés à l'époque au niveau du Trésor, perçoivent, aujourd'hui, leurs salaires au niveau de la Poste. Une action importante pour les fonctionnaires car le retrait s'effectue sur n'importe quelle agence postale installée sur le territoire national.

Cette population peut avoir un besoin bancaire (un crédit pour la création d'une PME par exemple), mais la réponse peut être favorable ou défavorable, elle varie selon la réglementation et la volonté politique d'un pays.<sup>1</sup>

### **1.1.2. La population inactive**

La population inactive est l'ensemble des personnes qui ne sont pas disponibles de travailler ou ils n'ont pas l'âge de travailler. En général, l'âge est inférieur à 15 ans et supérieur à 64 ans. La relation existante entre cette catégorie et la banque est restreinte aux quelques services financiers.

## **1.2. Les dimensions de la population**

Pour comprendre le comportement d'un client à l'égard de la banque, il faut mettre en exergue trois dimensions qui caractérisent la population, à savoir la dimension consommateur, la dimension prospecteur et la dimension acheteur.

### **1.2.1. La dimension consommateur**

Cette dimension du client consommateur est en contact avec la banque. Donc, c'est la partie de la clientèle qui consomme et développe des besoins de trésorerie, d'épargne, de retraite, de constitution de patrimoine... Son comportement est analysé selon ses besoins. Pour répondre à ses attentes, la banque doit structurer son offre de manière à constituer des familles différenciées de produits et de services correspondant à chacun des besoins du client-consommateur.

### **1.2.2. La dimension prospecteur**

Le prospecteur n'est pas en contact avec la banque mais souhaite l'être. C'est la partie de la clientèle qui veut savoir où acheter l'un des produits de la banque. Son comportement est étudié selon ses processus de choix d'un point de vente. Il apparaît ainsi deux formes du client prospecteur :

---

<sup>1</sup> Par exemple, l'Algérie a instauré les dispositifs de soutien à l'emploi comme l'ANSEJ, CNAC, ANGEM afin de redynamiser l'activité économique. Cette initiative constitue un levier de la bancarisation, car elle permet aux jeunes non bancarisés de s'insérer dans les circuits bancaires, dans la mesure où le financement bancaire occupe une grande part dans le financement du projet. Voir chapitre 1- partie 2.

- Le client trafic est celui qui choisit un point de vente pour des raisons de la proximité mais aussi la bouche à l'oreille, image de l'enseigne, habitudes familiales, la recherche de compétences spécifiques ;

- Le client flux est celui qui choisit le point de vente en raison de sa proximité ou de sa facilité d'accès ;

Chacun de ces clients peut être attaché ou non à son point de vente. Le client attaché <sup>1</sup> se sent généralement coupable lorsqu'il fréquente d'autres agences bancaires.

Les clients (flux ou trafic) ne fréquentent pas l'agence avec la même régularité. Autrement dit, le client flux vient souvent et donne l'occasion d'une relation cordiale. Tandis que les visites du client trafic au niveau de l'agence sont plus rares mais le temps consacré est généralement plus long.

### **1.2.3. La dimension acheteur**

L'acheteur est la partie client qui achète et dont il faut connaître les processus d'achat de libre service et de conseil dans les divers espaces de vente (guichets). Son comportement est analysé pour détecter la perception des produits et des offres périphériques du point de vente. Il s'agit notamment de détecter, parmi les différents types de produits, ceux qui font l'objet d'achat spontané et ceux qui déclenchent un processus de décision plus complet. <sup>2</sup>

### **1.3. L'analyse des besoins et les attentes bancaires de la population**

Après avoir examiné les dimensions de la clientèle, il est nécessaire de procéder à l'étude de ses besoins bancaires à l'égard des établissements bancaires. Le marché bancaire comprend les clients particuliers et les entreprises, l'approche de ces deux populations de clients n'est pas identique. Les entreprises présentent effectivement comme caractéristique principale d'être significativement bancarisées et même multi bancarisées afin de réduire leurs risques et ceux des banquiers, tandis que les particuliers ne peuvent être bancarisés que lorsqu'ils auront un besoin bancaire.

---

<sup>1</sup> L'attachement est obtenu grâce aux efforts de personnels en terme d'accueil, de reconnaissance et de personnalisation de la relation avec la clientèle.

A l'opposé, le client détache est celui qui fréquente l'agence par souci de simplicité ou de la recherche de compétences professionnelle mais sans qu'il entretienne une relation affective avec son agence.

<sup>2</sup> ZOLLINGER M. et LAMARQUE E., op.cit ; p.52-54

### **1.3.1. Les besoins et les motivations des particuliers**

Les besoins de la population à l'égard des banques peuvent se présenter sous forme de transaction, d'installation, de prévoyance et d'épargne.

#### **1.3.1.1. Les besoins de transactions ou de bancarisation**

Ce besoin consiste à gérer le budget du client (ses recettes et ses dépenses), avoir un compte en banque et des instruments de paiement (chèque, cartes bancaires), bénéficier des autres produits concernant l'épargne, le crédit... De ce fait, le client est motivé par la consommation des services bancaires.

#### **1.3.1.2. Le besoin d'installation**

Le besoin d'installation est le besoin d'accéder à la propriété, disposer d'un apport personnel, faire une demande de crédit immobilier ou protéger le bien immobilier acquis. La motivation du client est d'être un propriétaire.

#### **1.3.1.3. Le besoin de prévoyance et d'épargne**

Le besoin de prévoyance et épargne permet d'assurer les personnes, d'anticiper l'épargne retraite, souscrire une assurance-décès, capitaliser en vue de la retraite et de compléter les garanties des biens et les personnes. Donc, la motivation du client consiste à se protéger et protéger son patrimoine.

#### **1.3.1.4. Les besoins d'investissement**

Le besoin d'investissement est le besoin de défiscaliser, de placer, d'obtenir des plus values, de gagner de l'argent en diminuant les charges, investir sur le marché financier et dans l'immobilier locatif. Donc, la motivation du client est de développer et protéger son patrimoine mobilier et immobilier.<sup>1</sup>

#### **1.3.1.5. Les besoins de transmission**

Le besoin de transmission est le besoin de préparer la succession dans les meilleures conditions pour les ayants droit, il comporte les placements spécifiques, assurance-vie et aussi l'épargne traditionnelle (livret) ou régime spécial (épargne logement), biens immobiliers,

---

<sup>1</sup> Voir le rôle de la banque sur le marché financier comme filiale de gestion des actifs financiers des investisseurs. La banque intervient comme un prestataire de services (d'intermédiation du marché).

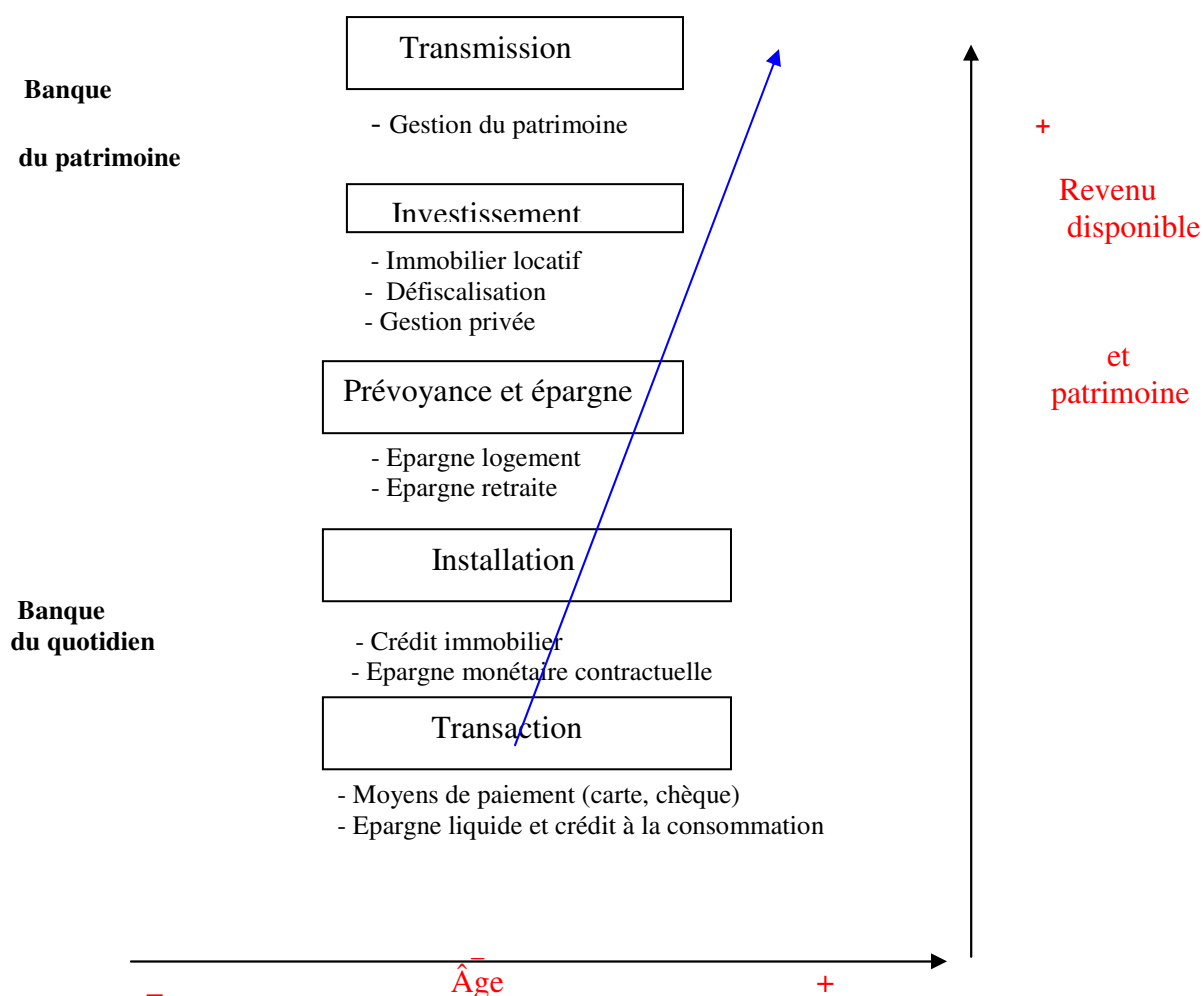
conseils patrimoniaux personnalisés. La motivation du client consiste à se tranquilliser en protégeant les ayants droit.

La gamme des produits et services bancaires répond à chaque formation de besoins, chaque besoin exprimé par le client particulier est satisfait d'une façon ou d'une autre. Cela doit répondre à deux conditions :

- Le client doit, lui-même, exprimer son besoin et le chargé de clientèle de la banque doit déceler ce besoin si le client ne le connaît pas.

- Pour être clair avec le client, le banquier doit répondre au besoin décelé ou exprimé par le client et informer celui-ci sur l'évolution du cycle de vie de ses besoins bancaires, <sup>1</sup>comme le montre le schéma ci-dessous.

**Schéma 1 : Le cycle de vie des besoins bancaires : concernant les clients particuliers**



Source: BARTHELEMYC., CATHO Y. et MAISONNEUVE H.,

<sup>1</sup> BARTHELEMYC., CATHO Y. et MAISONNEUVE H., « Les méthodes de vente pour les banques à réseau » revue Banque édition, Paris 2002, p.82.

Ce schéma explique deux entrées, l'une est **l'âge** du client particulier qui conditionne son besoin bancaire. L'autre est **le revenu disponible et son patrimoine** mobilier ou immobilier. L'évolution du besoin bancaire est en fonction de la croissance des revenus disponible et le patrimoine.

### **1.3.2. Les besoins et les motivations des professionnels**

Les besoins financiers des professionnels sont plus larges par rapport aux besoins des particuliers. En effet, l'entreprise peut recourir à la banque pour les besoins de financement de la trésorerie, des équipements, de prévoyance et épargne (notamment pour elle-même et les salariés) et d'investissement (les grands projets d'investissement) et de transmission.

#### **1.3.2.1. Les besoins de trésorerie**

L'entreprise recourt aux services bancaires pour financer le besoin de son fonds de roulement, bénéficiant d'un compte courant (pour l'entreprise et les salariés) et les moyens de paiement ainsi que d'autres besoins financiers tel que la facilité de caisse, l'escompte ...

Les entreprises recourent aux instruments de paiement pour les paiements immédiats et les paiements à échéance :

- Les instruments pour les paiements immédiats : les alternatives sont le virement (plus moderne, électronique, plus sûr) et le chèque (avantage : inclut la capacité de paiement de proximité) ;

- Instruments pour les paiements à échéance : opportunité d'un instrument en support de services de gestion de trésorerie (escompte), également comme base de refinancement pour les banques (réescompte).

#### **1.3.2.2. Les besoins de financement des équipements**

L'entreprise recourt aux services bancaires pour bénéficier des financements des projets d'équipement, travaux d'organisation et de rénovation, aide à l'import/export, le crédit documentaire...

#### **1.3.2.3. Les besoins de prévoyance et épargne**

Afin de se protéger contre les risques de vol, d'incendie ou de perte, l'entreprise recourt à la banque pour l'assurance de son matériel, le stock et de fonds ainsi que l'assurance du

personnel. En outre, l'entreprise a besoins des produits d'épargne (épargne salariale et les plans d'épargne).

#### **1.3.2.4. Les besoins d'investissement**

Le développement de l'entreprise dépend de sa capacité à investir sur le plan productif et sur le plan financier. Généralement, l'entreprise souhaite investir dans de grands projets et les participations financières pour la recherche des plus values<sup>1</sup>.

Il est clair que la croissance de la finance directe a conduit les entreprises à recourir au financement du marché, mais l'appel aux services bancaires est inévitable, la banque joue un rôle prépondérant sur le marché, consistant non seulement, en la gestion des titres et des patrimoines, les ordres d'achat et de vente, mais aussi le conseil, l'assistance et l'ingénierie financière... (Voir plus haut).

#### **1.3.2.5. Les besoins de transmission**

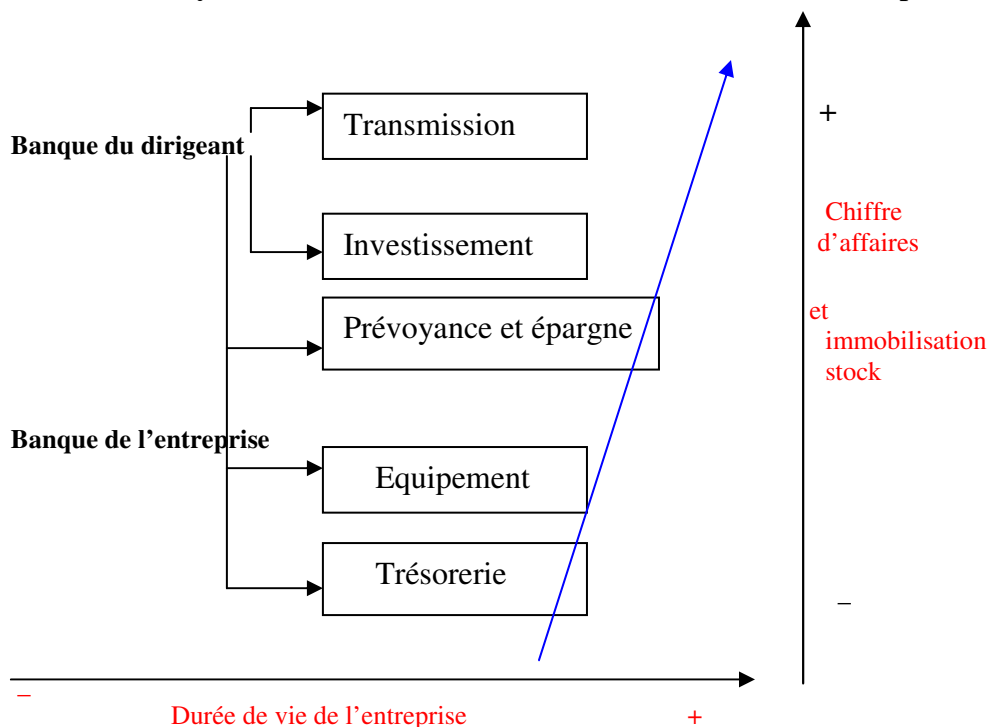
Les besoins de transmission pour l'entreprise peuvent être sous formes de dispositions notariées, de placements défiscalisés, de cession d'entreprise, la protection des ayants droit...

Pour mieux cerner les besoins bancaires de la clientèle de l'entreprise, le schéma ci après retrace le cycle de vie des besoins.

---

<sup>1</sup> BARTHELEMY C., CATHO Y. et MAISONNEUVE H. ; op.cit p.83

**Schéma 2 : le cycle de vie des besoins bancaires : concernant les clients professionnels :**



Source: BARTHELEMY C., CATHO Y. et MAISONNEUVE H.; op.cit, p. 84

Pour l'entreprise, ce schéma montre que le besoin bancaire des « professionnels » est en fonction croissante de la durée du vie de l'entreprise, le chiffre d'affaires et les immobilisations de stock de l'entreprise.

#### **1.4. Les attentes des clients vis-à-vis des banques**

Les attentes des clients à l'égard des banques sont de plusieurs ordres. Actuellement, la clientèle bancaire exige la proximité, la disponibilité des agents de conseil et d'assistance, la qualité des services et le critère de l'interactivité.

##### **1.4.1. Le critère de proximité**

Le critère de proximité constitue le premier critère de choix d'une banque par les clients. Cette capacité à assumer une relation humaine de proximité passe par le déploiement des réseaux d'agences bancaires. Le nombre de points de retraits d'espèces (DAB et GAB) contribue aussi à cette relation de proximité.

Dans les milieux isolés, à côté des agences bancaires, se développent le réseau postal, les réseaux mutualistes et les Caisses d'épargne. Ceci encourage la concurrence et diversifie les canaux de distribution des services bancaires au profit de la population marginalisée.

#### **1.4.2. La disponibilité des conseillers**

La disponibilité des conseillers constitue un critère distinct du précédent. Une agence peut être située près de ses clients sans pour autant que l'accessibilité à ses conseillers soit considérée comme suffisante.

#### **1.4.3. La qualité des services**

Les attentes des clients en matière de services font apparaître deux notions, à savoir celle de services désirés et celle des services adéquats. La première est définie par ZOLLINGER et LAMARQUE<sup>1</sup> « *comme le niveau de service que le client souhaite recevoir, qu'il estime mériter pour un prix donné* », tandis que la seconde, conçue comme le niveau de services que le client est prêt à accepter, se rapproche du niveau minimal de service désiré.

En terme de qualité, LAFITTE<sup>2</sup> ajoute la qualité objective, qui résulte des bonnes performances des produits financiers proposés par la banque qui résulte une qualité relationnelle, qui traduit la confiance générée par le bon niveau de relation du conseiller face à son client lors de leurs échanges aboutissant à l'acte d'achat.

Selon l'auteur, la dimension de la qualité tient au packaging des produits qui offre notamment des garanties d'assurance vie en complément des produits bancaires et à l'extension des cartes bancaires.

#### **1.4.4. L'interactivité plus forte liée à la multiplicité des canaux de distribution**

Les banques investissent dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication<sup>3</sup>. Le concept de multicanal, issu des progrès techniques, consiste à communiquer globalement avec les clients en utilisant un ensemble des moyens de contact, qui vont de l'agence de proximité à la banque en ligne (voir deuxième chapitre).

---

<sup>1</sup> ZOLLINGER et LAMARQUE ; op.cit p.85

<sup>2</sup> LAFITTE M., « la valeur client et ses implications bancaires » revue banque édition, Paris 2005, p.86

<sup>3</sup> LAFITTE M., op cit p.87

## **2. Facteurs influençant le comportement de la population à l'égard des services bancaires**

L'objet de ce deuxième volet est de montrer que la relation bancaire est influencée par des déterminants internes ou individuels de la population liés aux facteurs sociaux, sociodémographiques, psychologiques, psychographiques et les déterminants externes liés aux circonstances conjoncturelle et structurelle, socioéconomique et l'informel.

### **2.1. Les influences individuelles**

#### **2.1.1. Les facteurs sociaux et sociodémographiques sur le comportement de l'individu**

L'explication du comportement de la population face aux agences bancaires nécessite d'examiner les facteurs qualitatifs de la population. Ces facteurs sont détectés selon ZOLLINGER « *par l'analyse psychologique ou sociologique* »<sup>1</sup> de la population.

En effet, les déterminants sociaux expliquent deux principales catégories de la population, à savoir des classes sociales et les groupes sociaux, l'organisation familiale, les socio styles et la localisation géographique des ménages.

##### **2.1.1.1. Les classes sociales**

Les différentes classes ont des attitudes différentes face au recours aux services bancaires de base (crédit et épargne) fournis par les établissements bancaires.

En effet, en matière de crédit, les classes les plus modestes ont tendance à emprunter davantage pour satisfaire des besoins personnels. Par contre, les classes les plus aisées empruntent surtout pour des besoins de leurs activités professionnelles ou pour des achats et travaux immobiliers. Les premiers, ils ont une attitude moins favorable au remboursement, donc ils bénéficient rarement de services bancaires. Par contre, les seconds, ont une attitude plus favorable au crédit et utilisent plus souvent les moyens de paiement.

---

<sup>1</sup> ZOLLINGER M. et LAMARQUE E., « Marketing et stratégie de la banque », 4<sup>e</sup> édition DUNOD, Paris 2004, p.55

Quant à l'épargne, les classes sociales les plus favorisées présentent les plus fortes propensions à épargner. L'épargne constituée par des classes modestes n'est pas orientée vers l'investissement mais considérée comme une épargne de précaution.

### **2.1.1.2. Les groupes sociaux**

Au-delà de la classe sociale, les groupes sociaux exercent deux influences sur l'individu par le biais de relations interpersonnelles, à savoir l'influence normative et l'influence informative. Dans la première, le groupe fait pression sur l'individu pour qu'il adopte ses normes de consommation des services bancaires. Par contre, dans la seconde, le groupe constitue la source d'information, notamment dans les achats complexes des services financiers.<sup>1</sup>

Les influences sociales, qui se manifestent dans la phase préalable à la consommation des produits bancaires, occupent un poids important dans le domaine financier. Ceci explique que si l'information donnée à une personne par la banque correspond à celle fournie par un groupe d'appartenance (amis, famille, proche...), cette personne devient un consommateur bancaire. Dans le cas contraire, quand l'information offerte est en contradiction avec celle du groupe, l'attitude de la personne à l'égard du service ou de l'enseigne (agence) sera défavorable.

### **2.1.1.3. L'organisation familiale**

Le rôle familial est particulièrement sensible dans l'exercice d'une influence plus directe sur l'individu. C'est la raison pour laquelle de nombreux statisticiens considèrent le ménage comme l'unité de consommation des services bancaires la plus significative, car les divers membres de la famille ont un rôle d'incitation ou de conseil pour l'ensemble de groupe.<sup>2</sup> Par exemple, l'incitation parentale sur leurs enfants pour ouvrir un compte et l'agence où sont domiciliés.

### **2.1.2.4. Les déterminants géographiques**

La localisation géographique des individus influence considérablement leur comportement vis-à-vis des banques. En effet, les citadins n'ont pas la même approche de besoins de services bancaires que les habitants dans les zones rurales en matière des services

---

<sup>1</sup> ZOLLINGER M. et LAMARQUE E. op.cit p.56

<sup>2</sup> LAFITTE M. (2005) ; op.cit p.76

bancaires. De même, il est possible de différencier les populations de manière beaucoup plus « fine » au sein d'un quartier ou d'un arrondissement d'une grande ville.

Au-delà de l'influence des facteurs cités plus haut, les critères sociodémographiques influencent fortement le comportement de l'individu vis-à-vis les établissements bancaires. En d'autres termes, l'identité sexuelle, l'âge, la situation familiale, la zone de l'habitat, le statut professionnel, le revenu, le niveau de l'éducation forment les variables sociodémographiques qui peuvent agir sur le comportement des individus à l'égard des services bancaires.

### **2.1.2. Les déterminants sociodémographiques sur le comportement de l'individu**

Les variables démographiques les plus importantes dans le domaine bancaire sont le sexe et le revenu disponible, l'âge, et le temps disponible.

#### **2.1.2.1. Le sexe et le revenu disponible**

L'identité sexuelle constitue un facteur différenciant très important. En effet, les hommes et les femmes ont des comportements différents à l'égard des banques et les produits bancaires.

Les hommes salariés recourent, généralement, aux produits d'épargne et de crédit pour achat de logement, travaux d'extension, véhicule...

Ainsi, les hommes dont la situation financière est instable, sans emploi permanent ne souhaitent pas un contact avec la banque. Quant aux femmes, ZOLLINGER.M<sup>1</sup> a expliqué trois portraits des femmes susceptibles de créer un contact avec la banque, notamment dans le produit d'épargne :

- Les femmes sereines qui sont dans une situation stable, mariée, mères de famille peuvent recourir aux services de la banque, notamment l'épargne ;
- Les femmes gestionnaires qui sont souvent des mères de familles, elles ont des projets à long terme et épargnent régulièrement ;

---

<sup>1</sup> ZOLLINGER M. et LAMARQUE E. ; op.cit, p.62

- Les femmes soucieuses sont souvent des mères de familles disposant des revenus plus faibles que la moyenne. Ces femmes très économes et privilégient les placements sûrs (livrets d'épargne).

Cependant, les femmes peuvent être en dehors de tout contact avec le circuit bancaire dans les cas d'instabilité, chômage volontaire et/ou involontaire ou sans emploi permanent et d'analphabétisation...

### **2.1.2.1. L'âge**

L'âge constitue un élément très important de différenciation comportementale des individus. Ainsi, les besoins des services bancaires varient selon les tranches d'âges, en l'occurrence les juniors et les seniors.

#### **A. Les juniors**

Les juniors constituent une catégorie de la population qui fait depuis une trentaine d'années l'objet de toutes attentions de consommation des services bancaires et financiers. Cependant, cette catégorie de personnes ne peut être bancarisée que lorsqu'elle est contrainte d'avoir un compte en banque. Il s'agit, généralement, des étudiants, des jeunes actifs et urbains.

#### **B. Les seniors**

Ils représentent une tranche d'âge qui s'étend de la cinquantaine dépassée à la fin de la vie. Il s'agit, dans ce cas, des masters, des libérés et des paisibles et les aînés.

- Les masters (50-59 ans) : les masters disposent d'un fort revenu disponible mais présentent une ambivalence comportementale à l'égard des établissements bancaires ;
- Les libérés (60-74 ans) : les libérés disposent d'un revenu disponible maximal (en situation désendettée). Les libérés ont accès à l'épargne (soit protéger leur argent contre le vol ou l'incendie ou constituer une épargne pour leurs enfants) mais pas au crédit bancaire (car la loi ne l'autorise pas) ;

- Les paisibles et les aînés (75 et plus) : ils ne privilégient que des projets à court terme, car ils se sentent âgés. Donc, cette catégorie de personnes devient entièrement non bancarisée.

Toutefois, les personnes âgées influencent directement l'environnement familial car ils peuvent inciter leurs enfants de recourir aux services de la banque<sup>1</sup>.

En somme, les variables sociodémographiques les plus importantes dans le domaine bancaires semblent être l'âge, le revenu disponible et le temps disponible. En effet, l'âge est une caractéristique importante aux yeux des responsables des banques et le comportement de la population jeune à l'égard des banques est plus favorable dans la mesure où les besoins aux services bancaires sont importants<sup>2</sup>.

### **2.1.3. Les déterminants psychologiques et psychographiques**

#### **2.1.3.1. Les déterminants psychologiques**

Les déterminants psychologiques distinguent les influences historiques et culturelles et les portraits psychologiques des individus face à l'argent.

##### **A. les influences historiques et culturelles**

L'environnement social et culturel influence le comportement de l'individu. D'ailleurs la perception de l'argent à travers des relations morales et psychologiques est fortement différenciée selon la culture d'appartenance de l'individu.

D'abord, l'approche historique a expliqué le comportement traditionnel des individus à l'égard de l'argent et des établissements qui le manipulent. Autrement dit, traditionnellement, de nombreuses affirmations ont été forgées par la population pour traduire le malaise que l'argent inspire :

- « *L'argent ne fait pas le bonheur* », dicton utilisé aussi bien par les démunis pour se rassurer ;

---

<sup>1</sup> D'après l'étude du centre de recherche et de formation, la bancarisation des seniors ne peut améliorer que si les banquiers leur offrent des services spécifiques : des conseils, des suivis réguliers, gestion de patrimoine, car ce type de population privilégie la proximité et la disponibilité.

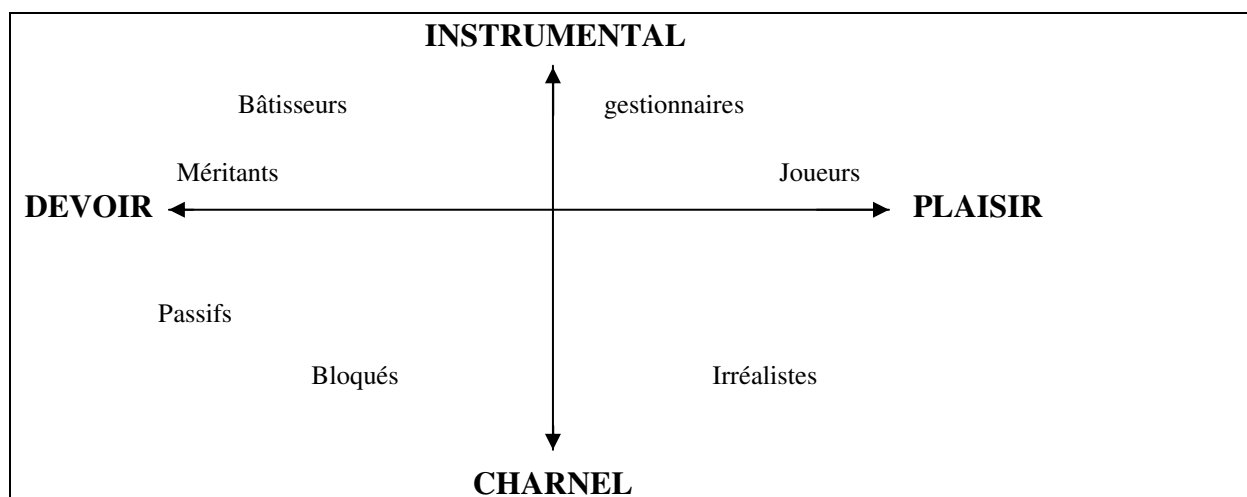
<sup>2</sup> Par exemple, en France, parmi les jeunes de 15 à 19 ans, deux sur trois sont bancarisés et parmi la totalité des bancarisés 15 à 24 ans (dont deux tiers sont des jeunes urbains, étudiants et autres actifs).

- « *L'argent n'a pas d'odeur* » pour disculper celui qui reçoit une somme importante et lui éviter d'en avoir honte ;
- « *Mais, l'argent est bon serviteur et mauvais maître* », l'argent n'est pas une fin en soi.

### **B. Les portraits psychologiques des individus face à l'argent**

Les individus peuvent avoir des comportements différenciés par rapport à l'argent. Le schéma ci-dessus montre, sur la base de sept groupes distribués selon deux axes, la distinction des groupes humains aux contours psychologiques.

**Schéma 3 : la psychologie des individus face à l'argent**



Source : LAFITTE M. ; op.cit p.83

Pour mieux comprendre la psychologie des individus face à l'argent, il paraît évident d'expliquer le schéma ci-dessus.

- **Les bâtisseurs (instrumentaux, axe devoir)** sont bien informés, leur rigidité est liée à une attitude défensive afin d'échapper au doute et à l'inquiétude que suscite en eux toute décision concernant l'argent ;
- **Les méritants (ni charnels, ni instrumentaux, axe devoir)** pour eux, l'argent est surtout une chose qui doit se mériter, se conserver, se transmettre, c'est-à-dire que les plaisirs de l'argent se justifient par les besoins rationnels ;

- **Les passifs (un peu moins charnels, axe devoir)** n'aiment pas penser à l'argent. Ainsi, ils adoptent une attitude ambivalente face au conseil et à l'information ;
- **Les bloqués (les plus charnels, axe devoir)** : l'argent les angoisse, ils réagissent par une conduite d'évitement, par la dissimulation, le secret ou la méfiance ;
- **Les gestionnaires (instrumentaux, ni devoir, ni plaisir)** : l'argent est pour eux un moyen d'acquérir des biens utiles ou désirés qui leur procurent plaisir ou puissance sociale. ;
- **Les joueurs (instrumentaux, axe plaisir)** : ils aiment le défi, le risque, et selon leur fortune, ils sont joueurs actifs ou joueurs frustrés. Pour eux, l'argent est un vecteur de plaisir individuel<sup>1</sup> ;
- **Les irréalistes (charnels, axe plaisir)** : ils ont un rapport quasi fusionnel avec l'argent. Pour eux, l'argent est avant tout un dispensateur de satisfaction dont il est difficile d'admettre qu'il comporte des contraintes, ainsi leur besoin d'emprunt dépasse fréquemment leur capacité de remboursement.

Ces portraits sont souvent représentés au sein de la société actuelle et leur importance relative est affectée par l'évolution de la société et de ses valeurs dominantes ainsi que, pour chaque individu, par son âge, en relation avec ses revenus, sa structure patrimoniale et sa stabilité sociale.

La perception de l'argent affecte celle de la banque qui reste encore perçue comme une entreprise à part<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> ZILLINGER et LAMARQUE ; op.cit p.66

<sup>2</sup> La perception de la banque peut être visée par :

- Sa nature : la banque travaille avec l'argent des autres ;
- Sa fonction : dépositaire de l'argent du public ;
- Son fonctionnement : elle dispose d'un rapport de force déséquilibré vis-à-vis le client ;
- Son opacité : elle représente un univers complexe et abstrait et souvent non clairs par le client.

### **2.1.2.2. Les influences psychographiques**

Ces déterminants sont établis pour connaître le style de vie des personnes et ainsi que leur comportement vis-à-vis les banques. Les caractéristiques psychographiques de la population comprennent, généralement cinq familles de personnes. Il s'agit de matérialistes, les rigoristes, les cocooner, les nouveaux notables et les switcheurs.

#### **A. Les matérialistes**

Les matérialistes se caractérisent par l'âge moyen, peu diplômée, peu cultivée .Ils appartiennent à la classes moyenne ou modeste. Les matérialistes s'intéressent des services financiers (aide et l'assistance financière), mais leur faible solvabilité amène les établissements de crédit à les évincer.

#### **B. Les rigoristes**

Les rigoristes sont issus de la bourgeoisie traditionnelle et conservatrice. Ce groupe est constitué de patrons de PME, de gros agriculteurs, de professions libérales, de cadres supérieurs et de hauts fonctionnaires qui peuvent adopter une attitude financière centrée sur le patrimoine pour sa constitution et pour sa protection. Cette catégorie de personnes travaille beaucoup plus avec les assurances, mais elle peut être en contact avec la banque, car elle a souvent des besoins tels que le conseil, l'ingénierie financière, gestion du portefeuille etc.

#### **D. Les nouveaux notables**

Les nouveaux notables ou conservateurs modernistes, constitués des patrons, cadres supérieurs et professions libérales, très diplômés et qualifiés, forment une cible particulièrement intéressante par leurs avoirs financiers importants.

L'importance de ces nouveaux notables tient à leur responsabilité personnelle et leur implication dans les finances des entreprises qu'ils dirigent. Cette catégorie, bien formée et exigeante, peut avoir un comportement défavorable à l'égard des banques en raison de l'insatisfaction des offres bancaires en raison de la lenteur de la fourniture de services, la bureaucratie etc. Dans ce cas, les nouveaux notables souhaitent une banque moderne et de puissance ou de compétences (assurance, prêt, gestion des comptes, cartes...).

## **E. Les switcheurs**

Les switcheurs sont plus tempérés et mieux intégrés à la société, intellectuels et cultivés. Ils peuvent être des étudiants, enseignants, cadres, travailleurs sociaux. Ils constituent, certes, une cible intéressante pour les banques dans la mesure où ils ont une source des revenus, mais leur mentalité de « renards » les rend très exigeants dans leur comportement financier. Cette catégorie de la population, en relation avec multiples institutions financières, est peu fidèle et peu attachée à la proximité des agences.

## **2.2. Les influences externes**

Les circonstances structurelles et conjoncturelles et l'importance de l'informel exercent une influence considérable sur le comportement de la population vis-à-vis les services bancaires.

### **2.2.1. Les circonstances structurelles et conjoncturelles**

Le besoin de la clientèle peut être influencé par des facteurs, qui sont liés aux circonstances structurelles et conjoncturelles.

#### **2.2.1.1. Circonstances structurelles**

Cette situation relève de la responsabilité des autorités monétaires du pays, qui disposent de la prérogative de déterminer la fiscalité de certains produits bancaires aux établissements bancaires et à leurs clients. Cette pratique développe une sensibilité fiscale chez les clients<sup>1</sup>.

#### **2.2.1.2. Les circonstances conjoncturelles**

Les besoins de client et les offres bancaires ont connu des changements considérables, les uns sont sectoriels et liés au cadre réglementaire, et les autres cumulent et amplifient les évolutions du reste de l'économie, notamment par l'impact des technologies et l'information (notamment le back office qui permet d'améliorer la qualité des services proposés) et la communication.

La rémunération anormalement élevée et défiscalisée par certains concurrents de la banque détournent les clients de certains produits pour d'autres. Ainsi, le comportement de la

---

<sup>1</sup> Ces facteurs exercent en effet une influence sur le niveau de la bancarisation des particuliers et des professionnels.

clientèle est influencé par la tarification des services bancaires appliquée par la banque à la clientèle.

### **2.2.2. L'impact du secteur informel de financement sur la bancarisation de la population**

Les activités informelles génératrices de biens et services, qui ne peuvent jouir de crédibilité auprès du circuit de financement officiel peuvent trouver une autre source parallèle pour se financer.

Le secteur informel est considéré, d'abord, comme une opération d'emprunt, de prêt ou de constitution d'épargne qui se déroule en dehors des circuits officiels. Cette opération est considérée informelle quelque soit son importance ou le domaine d'activité où elle se déroule. Donc, le secteur informel est défini comme un secteur non structuré, parallèle ou souterrain.

Le secteur informel peut être comme une autre source de financement à laquelle peuvent recourir les agents économiques (ménages et les entreprises<sup>1</sup> non solvables ou non déclarées) dans les cas suivants :

#### **2.2.2.1. L'influence des « banquiers » clandestins ou illicites**

Il s'agit d'une activité très ancienne quand la profession bancaire était individuelle, échappant à toute réglementation puisqu'elle est exercée discrètement et par des hommes souvent de confession autre que musulmane (en raison des considérations religieuses sur l'usure). Ce type de financement concerne non seulement les activités parallèles de biens et services mais aussi les entreprises réputées parfaitement formelles, qui peuvent y recourir en cas de difficultés de trésorerie.<sup>2</sup>

#### **2.2.2.2. Un financement par la thésaurisation**

La thésaurisation s'effectue sous forme d'une monnaie en nature (biens meubles, bijoux, bétail, stock marchandises...). Elle est considérée comme une forme d'épargne lorsque son objectif est le financement d'un projet. Son caractère informel la distingue des autres formes d'épargne.

---

<sup>1</sup> Il s'agit des entreprises de petites tailles telles que les PME (petites et moyennes entreprises) et les TPE (très petites entreprises)

<sup>2</sup> Ce type de financement intervient généralement lorsque les possibilités bancaires sont épuisées.

### **2.2.2.3. Un financement par l'association temporaire**

Ce type de financement s'exerce généralement dans le milieu rural et dans certains commerces où l'associé bailleur de fonds est un personnage fréquent dans l'activité artisanale qui porte l'appellation « banquier rural ». Celui-ci apporte des moyens financiers nécessaires à son activité. Les bailleurs de fonds sont parfois des fonctionnaires à la recherche de la fructification de leur épargne.

En plus de ces types de financement informels, il convient d'ajouter une autre source de financement, à savoir « fonds des émigrés ». Ceux-ci ne peuvent être formels que si le transfert est effectué par voie officielle (l'émigré et le bénéficiaire sont bancarisés), sinon tout transfert qui se fait en dehors de circuit officiel est considéré informel, dans ce cas là, les deux parties sont non bancarisées)<sup>1</sup>.

### **2.2.2.4. L'influence des fonds des émigrés**

Dans les pays en développement, les transferts de fonds effectués par les émigrés constituent une source externe de capitaux qui participe généralement à la stimulation de la croissance économique du pays d'origine en général et les régions des migrants en particulier et qui influence le niveau de bancarisation dans le pays d'origine.

Les études<sup>2</sup>réalisées dans le cadre des transferts des fonds des émigrés ont montré que le bien être de la famille, le simple intérêt personnel et la constitution d'une épargne sont les motifs qui animent les migrants pour envoyer de l'argent vers le pays d'origine du migrant.

Enfin, il convient de préciser que la bancarisation des flux transférés constitue un avantage non seulement pour les migrants, mais aussi pour les pays bénéficiaires pour les raisons suivantes :

- Les transferts réalisés par les réseaux bancaires procurent un haut degré de sécurité et de fiabilité, et constituent un outil de prévention des fraudes notamment dans le cadre de la lutte anti-blanchiment (identification, traçabilité) ;

---

<sup>1</sup> ABDAIMI M. « Le secteur de financement informel : problématique, typologie et évaluation à partir d'enquêtes à Marrakech et dans le Sud marocain », édition AUPELPH, Paris 1990, p.157-163.

<sup>2</sup> Etude de l'OCDE sur les perspectives de migrations internationales, Partie II « les transferts de fonds internationaux des émigrés et leur rôle dans le développement », édition 2006, voir le site : [www.ocde.org/dataocde/61/47/38840516.pdf](http://www.ocde.org/dataocde/61/47/38840516.pdf)

- C'est une alternative aux Sociétés de Transfert d'Argent (STA) qui a pour effet de stimuler la concurrence et pour conséquence inéluctable de baisser les coûts d'opérations et d'accroître la qualité des prestations, tout cela au bénéfice du migrant ;

- La bancarisation des transferts permet au migrant d'accéder à des services financiers complémentaires, qui répondent à d'autres besoins qui lui sont propres<sup>1</sup>.

Ainsi, les dispositifs formels réduisent considérablement les risques associés au transfert, mais ils sont les plus coûteux par rapport aux dispositifs informels.

De ce fait, les transferts d'argent opérés par les émigrés exercent incontestablement un certain nombre d'effets au niveau micro et macroéconomique. En d'autres termes, ces flux constituent un facteur d'intégration économique et financière pour les migrants et leurs familles.

En définitive, au niveau de bancarisation de l'économie, les institutions de transfert de fonds sont chargées de l'envoi d'argent d'un pays donné à un autre. En général, elles permettent aux émigrants de transférer des ressources financières à leurs parents. Les services de ces institutions sont souvent proposés aux guichets des banques et des Postes, offrant ainsi un (premier) contact entre les destinataires des transferts et la banque. Donc, il s'agit d'un facteur favorisant l'accès aux services bancaires par la population pour deux raisons:

- La croissance du nombre d'agences: l'utilisation de ces services étant assez répandue, plusieurs agences bancaires ou financières sont ouvertes, parfois dans les zones les plus reculées, afin de répondre aux besoins financiers des populations ;

- Le comportement des bénéficiaires de l'argent est influencé par l'envoi de l'argent. Les ménages aisés (bénéficiaires de l'argent) peuvent répondre facilement aux dépenses quotidiennes (santé, éducation, achat véhicule, extension de la maison...), comme ils peuvent également recourir à la banque pour l'épargne et le financement des projets d'investissements (généralement dans les micro-projets).

---

<sup>1</sup> Conseil Economique et Social « comment mobiliser l'épargne des migrants en faveur du co-développement », avril 2008. Voir le site : [www.conseil-economique-et-social.fr/presidence/publication/pu08-299.pdf](http://www.conseil-economique-et-social.fr/presidence/publication/pu08-299.pdf) p. 14

Chapitre I : Le développement de la bancarisation : étude de l'offre et de la demande des services bancaires

En résumé, la bancarisation nous a forcément conduit à étudier la demande des services bancaires. Nous avons aussi noté les principales caractéristiques de la population en terme d'activité, de besoin ou de motivation peuvent affecter cette demande. Signalons enfin que la bancarisation est influencée par d'autres facteurs liés, non seulement, au comportement psychologique de la population (influence interne), mais aussi aux facteurs externes ; structurels et/ou conjoncturels.

## **Conclusion du premier chapitre**

Le concept de bancarisation nous a conduit, durant ce chapitre, de donner un éclairage sur le rôle de l'offre et de la demande des services bancaires dans le développement de la bancarisation de l'économie.

Du côté de l'offre, la prépondérance du secteur bancaire paraît primordiale du moment où les banques s'interposent entre les agents économiques et offrent une gamme de prestations de services à la clientèle.

Cependant, la relation bancaire a connu des profonds changements après le développement de la finance directe et l'apparition des nouveaux acteurs concurrentiels. Ceci a contribué à la diversification la gamme de produits bancaires.

Quant à la demande, le degré d'accès aux services bancaires est, non seulement lié, au développement du secteur bancaire, mais également au comportement et la motivation, voire le besoin bancaire de la population.

Il faut toutefois noter que les caractéristiques de la clientèle bancaire sont difficiles à analyser et même à évaluer du fait qu'elles comportent aussi bien des éléments quantitatifs comme l'âge et le revenu, mais également des éléments qualitatifs non mesurables comme la psychologie et la sociologie de l'individu. A ces caractéristiques, il convient d'ajouter les chocs externes qui peuvent influencer le comportement de la clientèle (crises financières et économiques), qui génèrent à la fois des crises de confiance entre la banque et son client et la dégradation de la relation bancaire.

Enfin, il est clair que la bancarisation est mesurée par des indicateurs variés et divers, qui résultent des situations différentes entre un espace géographique et l'autre.

Ceci nous amène à examiner dans le prochain chapitre les indicateurs de mesure de la bancarisation et les facteurs de son extension.

## **Introduction au deuxième chapitre**

La bancarisation, qui désigne la pénétration des services bancaires et financiers au sein de la population, induit une meilleure mobilisation et affectation de l'épargne et une plus grande efficacité économique en général.

Le processus de la bancarisation est variable dans le temps et selon les pays. Le niveau de bancarisation peut être quantifié et jugé à un instant « t ».

Cela indique que la bancarisation d'un pays ou d'une région ne peut être identifiable qu'à partir des indicateurs de mesure et chacun d'eux apporte une information nécessaire et une estimation réaliste du niveau d'appropriation et l'utilisation des services bancaires au sein de la population<sup>1</sup>.

Néanmoins, chaque pays, quelque soit son niveau de développement peut entreprendre la bancariser son économie. Pour ce faire, les autorités concernées élargissent les réseaux de distribution des services bancaires de proximité, d'une part, et les banques procèdent au développement du marketing, d'autre part.

Toutes ces considérations seront examinées dans ce chapitre, qui met l'accent, en premier lieu, sur les indicateurs de bancarisation dans un pays et les différentes situations qui en résultent (section I). En second lieu, nous nous pencherons sur les facteurs d'extension de la bancarisation (section II).

---

<sup>1</sup> GANSINHOUNDE-A-J « comparaison des niveaux de bancarisation dans le monde : situation de l'UEMOA et de la CEMAC » 2008. p.4

## **Section I : Indicateurs de mesure et niveaux de la bancarisation**

Le niveau de la bancarisation est mesuré par un ensemble d'indicateurs et la détermination de ces indicateurs varie suivant les pays qui n'en ont forcément pas la même définition.

### **1. Indicateurs de mesure de la bancarisation**

Le niveau de la bancarisation est mesuré par le taux de bancarisation ; la densité du réseau bancaire ; la part du secteur bancaire dans les crédits à l'économie ; les mouvements de la masse monétaire et autres indicateurs comme les effectifs des banques et la pénétration de la monétique dans un pays considéré.

#### **1.1. Le taux de bancarisation ou le taux de pénétration des services bancaires**

Le taux de bancarisation donne une information brute sur le nombre de personnes disposant d'un compte en banque sans aucun autre renseignement sur la nature et l'utilisation effective de ce compte. Le taux de bancarisation se définit donc comme la proportion de la population titulaire d'un compte en banque<sup>1</sup>.

Le taux de bancarisation est mesuré dans certains pays avec l'intégration des comptes CCP (comptes courants postaux), les comptes de la CNE (caisse d'épargne nationale)<sup>2</sup> et même les comptes ouverts auprès du Trésor.

Le taux de bancarisation peut être calculé pour chaque type de compte :

Taux = Nombre de comptes chèques (en banque, au CCP, au Trésor)/ Population active;

Taux = Nombre de comptes de dépôt en banque / Population active;

Taux = Nombre de comptes chèques en banque /Population active;

Taux = Nombre de compte chèque en banque, CCP, Trésor, CNE /Population active;

<sup>1</sup> GANSINHOUNDE-A-J : « Les déterminants de la faible bancarisation dans l'UEMOA », Université polytechnique du Bénin, Master Banque Finance. P.3

<sup>2</sup> Dans les pays développés, la bancarisation s'entend en comptes ouverts au niveau des banques, mais les pays en développement comptabilisent aussi les comptes de Caisse d'Epargne Nationale (le Maroc par exemple) et les comptes courants postaux.

Notons que les études et les documents que nous avons consultés indiquent que le taux de bancarisation est élevé pour les pays développés et bas pour les pays en développement. Par exemple, la France et l'Angleterre enregistrent respectivement un taux de bancarisation de 99% et 87% pour les ménages. Par contre, dans les pays de l'Ouest Africaine enregistrent un taux moyen à 3,02% et les pays de l'Afrique Centrale enregistrent en moyenne un taux de 3,4%<sup>1</sup>.

Cependant, le taux de bancarisation est calculé par rapport aux ménages, aux adultes et aux actifs. La question qui se pose est de savoir quelle est la catégorie de la population occupée. S'agit-elle de la population active occupée ? L'ensemble des ménages ? L'ensemble des adultes ou l'ensemble des habitants de plus de 15 ans ? Car chaque définition influence le résultat.

### **1.1.1. Le taux de bancarisation des ménages**

Le taux de bancarisation des ménages représente la proportion des ménages ayant au moins un compte en banque. En effet, un compte au moins par ménage constitue une assurance de bancarisation des revenus. De plus, les moyens de paiements scripturaux (chèques, virements, cartes...) peuvent être utilisés conjointement par les membres d'un ménage. Cette approche se base sur le principe de solidarité familiale.

Mais, cette approche sous estime l'effet de l'individualisme lié au développement économique notamment dans les pays occidentaux. Dans ces pays, il est illusoire de considérer qu'un seul compte peut servir aux besoins financiers de tout un ménage, le désir d'indépendance financière entre les membres d'un ménage rend obligatoire la bancarisation individuelle. Dans certains pays d'Afrique et d'Asie, le taux de bancarisation prend en considération un compte par ménage comme base d'appréciation<sup>2</sup>.

### **1.1.2. Le taux de bancarisation des adultes**

Le taux de bancarisation des adultes représente la proportion des adultes disposant d'un compte en banque. Dans un ménage, il peut y avoir plusieurs adultes qui ont besoin de disposer d'une relation bancaire sans passer par un conjoint ou un parent.

---

<sup>1</sup> GANSINHOUNDE AJ., « comparaison des niveaux de bancarisation dans le monde : situation de l'UEMOA et de la CEMAC » 2008. p.6

<sup>2</sup> Dans ces pays, les ressources financières sont quasi-exclusivement détenues par l'homme faisant office de Chef de foyer.

Il s'agit donc de mesurer le niveau d'appropriation et d'utilisation des services bancaires par rapport aux besoins des personnes potentiellement en âge de travailler. Cet indicateur est plus proche de la réalité en matière de mesure des besoins de massification des services bancaires.

### **1.1.3. Le taux de bancarisation des actifs**

Le taux de bancarisation des actifs représente la part des actifs ayant un compte en banque. Toute personne, économiquement, active est susceptible d'avoir un besoin de services bancaires (notamment un compte). Cet indicateur est significatif car il traduit la part réelle des besoins d'une personne active en services bancaires (voir plus haut).

A titre d'exemple, dans les pays développés, la bancarisation des salaires et des revenus sociaux a mis le compte bancaire au centre de la vie économique. Même dans les pays anglo-saxons, où le salaire peut être perçu hors banque, la consommation nécessite la possession d'un compte. Par contre, dans certains pays en développement comme le Burkina Faso et le Sénégal, malgré la mise en place d'un cadre juridique<sup>1</sup> ces dernières années, le taux de bancarisation est influencé par la prédominance du secteur informel et le niveau de développement économique des pays.

## **1.2. La densité du réseau bancaire**

Le réseau bancaire désigne l'ensemble des agences et bureaux où sont commercialisés les services bancaires et assimilés. L'importance du réseau varie suivant le niveau de développement économique mais aussi suivant le cadre réglementaire.

Le seuil de référence indiqué est différent d'une étude à une autre. L'étude effectuée sur la situation de la bancarisation dans les pays de l'UEMOA et la CEMAC a fixé une norme

---

<sup>1</sup> L'article 4 de Loi n°003-2005 du 24 mars 2005 stipule « les salaires, indemnités et autres prestations en argent dus par l'Etat, les administrations publiques, entreprises ou autres personnes publiques et parapubliques aux fonctionnaires, agents, autres personnels en activité ou non ou à leurs familles ainsi qu'aux prestataires et portant sur des sommes d'argent d'un montant supérieur ou égal au montant de référence fixé par instruction de la BCEAO sont payés par chèque ou par virement sur un compte ouvert auprès des services financiers de la poste ou d'une banque, à moins qu'il n'y ait un autre moyen scriptural de paiement approprié pour servir au paiement du montant inférieur au montant de référence ».

d'une agence bancaire pour 5000 habitants<sup>1</sup>. Par contre, dans le rapport de l'Union des Banques Maghrébines (UBM), la norme est fixée à une agence bancaire pour 8000 habitants<sup>2</sup>.

Les spécialistes ont montré que les pays en développement ont une densité du réseau bancaire faible et sont considérés comme sous bancarisés. En chiffres, les pays de l'Afrique de l'Ouest présentent une agence pour 110 677 habitants. Dans les pays maghrébins comme l'Algérie, la densité du réseau bancaire est estimée à une agence bancaire pour 27000 habitants. Par contre, dans les pays développés, comme la France, la densité du réseau bancaire est évaluée à une agence pour 4000 habitants, une situation qui traduit un phénomène de surbancarisation du pays<sup>3</sup>.

Dans certains pays, cet indicateur prend en compte les institutions mutualistes, les caisses d'épargne et le réseau postal.<sup>4</sup>

### **1.3. La part du secteur bancaire dans le crédit à l'économie**

Dans chaque pays, les banques occupent une place importante dans le financement de l'économie. En dépit de la croissance des marchés financiers, la banque continue de jouer un rôle de la collecte de ressources financières et dans la satisfaction des besoins de financement.

La part du secteur bancaire dans les crédits à l'économie constitue un indicateur de mesure de bancarisation. L'information véhiculée par cet indicateur est différente entre les pays développés où les marchés financiers prennent de l'ampleur dans le financement de l'économie, et les pays en développement où le marché financier est encore à l'état embryonnaire.

Néanmoins, le crédit bancaire peut être influencé par trois contraintes fondamentales : réglementaires et la politique monétaire, le développement de la finance directe et les financements informels.

---

<sup>1</sup> Le réseau bancaire existant dans les pays développés est dense et capable de desservir les besoins financiers de la population. Par contre, dans les pays en développement le réseau bancaire est moins dense, traduisant l'exclusion géographique dont est victime une frange importante de la population.

<sup>2</sup> Nous avons repris cette norme à partir de l'étude de l'Union des Banques Maghrébines sur « comparaison de la bancarisation dans les pays maghrébins : Algérie- Tunisie- Maroc » 2009.

<sup>3</sup> Ces statistiques sont données à base d'une étude sur la situation de la bancarisation dans les pays de l'UEMOA et la CEMAC.

<sup>4</sup> C'est la bancarisation de masse, voir la section 2

### **1.3.1. Les contraintes réglementaires et la politique monétaire**

Les contraintes réglementaires consistent dans ratios prudentiels que les banques doivent respecter afin de faire face aux risques.

Les instruments de la politique monétaire mis en œuvre par les autorités monétaires agissent sur la distribution des crédits à l'économie. Il s'agit des instruments directs ou indirects<sup>1</sup>.

### **1.3.2. Le développement des acteurs concurrentiels et la finance directe**

La finance directe a pris de l'ampleur dans les pays industrialisés et constitue de ce fait la principale source de financement, la banque restreint ses activités à la prestation de services (voir plus haut).

### **1.3.3. Les financements informels**

Cette contrainte pèse sur le financement bancaire du moment où les agents économiques (entreprises) ne cherchent que les meilleures conditions pour se financer.

## **1.4. Les mouvements de la masse monétaire ou le degré de la « scripturalisation » de l'économie**

Dans une économie, les mouvements de la masse monétaire se présentent sous forme de la monnaie scripturale (chèques, virements...) et la monnaie fiduciaire (billets et pièces).

L'indicateur de la masse monétaire désigne le degré de la scripturalisation d'une région. Une économie est considérée bancarisée lorsque les agents économiques recourent à la monnaie scripturale et inversement. Ceci dit, une forte prédominance de la monnaie fiduciaire dans une économie signifie un faible niveau de la bancarisation.

Notons que cet indicateur n'est pas loin du taux de bancarisation, car le recours à la monnaie bancaire ou scripturale est dépendant de l'accès au compte.

Néanmoins, la définition intrinsèque de la bancarisation fait référence à la proportion de la population ayant un compte de dépôt (bancaire ou non)<sup>1</sup>. Tous les autres comptes, même en

---

<sup>1</sup> Les instruments directs comportent la politique d'encadrement et la sélectivité du crédit, mais les instruments indirects peuvent être sous forme de réescompte, d'open market et de système de réserve obligatoire.

banque, ne donnent pas droit à l'utilisation des moyens scripturaux de paiement, comme le compte livret de la Poste et le compte d'épargne. Cela signifie que malgré la bancarisation par l'ouverture de comptes, la part de la scripturalisation de l'économie peut être moins importante.

### **1.5. Les autres indicateurs de mesure du niveau de la bancarisation**

En plus des indicateurs examinés plus haut, le niveau de bancarisation est mesuré par le nombre d'effectifs par rapport à la population active, la pénétration des automates bancaires et les cartes bancaires au sein de la population.

#### **1.5.1. Le taux de bancarisation par les effectifs de la banque**

Le taux de bancarisation par les effectifs des banques renseigne sur la contribution du secteur bancaire dans l'emploi. Il peut être calculé par le nombre des personnes employées dans le secteur bancaire sur la population active. Il est présenté comme suit :

$$\text{Taux} = \text{Nombre d'employés de la banque} / \text{Population active}$$

#### **1.5.2. Le degré de pénétration de la monétique**

Le degré de développement de la monétique dans une région peut être estimé par le nombre de cartes bancaires par rapport à la population et par la densité du réseau des distributeurs et guichets automatiques de billets et les terminaux de paiements.

##### **1.5.2.1. L'utilisation de la monnaie électronique**

Cet indicateur représente la pénétration de la monnaie électronique, notamment les cartes de retrait et du paiement auprès de la population.

##### **1.5.2.2. La densité du réseau DAB /GAB et les TPE (Terminaux de paiements électroniques)**

Cet indicateur représente la densité des DAB/GAB et les TPE pour une population déterminée. La densité du réseau électronique peut être mesurée par les ratios suivants :

- Population totale/ DAB et GAB ;

---

<sup>1</sup> GANSINHOUNDE-A-J : « Les déterminants de la faible bancarisation dans l'UEMOA », Université polytechnique du Bénin, Master Banque Finance. P.15

- Nombre des ménages/ nombre DAB et GAB ;
- Nombre de commerçants/ nombre de TPE.

L'analyse des indicateurs de mesure de la bancarisation donne plusieurs niveaux de bancarisation que nous reprenons ci-après.

## **2. Les niveaux de la bancarisation**

Les pays développés se caractérisent par le phénomène de la surbancarisation, la multibancarisation, mais souvent accompagné par l'exclusion bancaire, tandis que les pays en développement ou pauvres se caractérisent par des situations de la sous bancarisation ou la faible bancarisation.

### **2.1. Niveaux de la bancarisation dans les pays en développement**

#### **2.1.1. La sous bancarisation ou la faible bancarisation de la population**

D'après les articles et les études sur ce plan, une économie (ou une région) qui ne répond pas à la norme internationale est considérée 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.

Certains auteurs comme GANSINHOUNDE-A J ont ajouté l'indicateur de « marge de bancarisation » dont la formule d'estimation est la suivante :

<b>Marge de bancarisation= 100% - taux actuel de bancarisation</b>
--

Cette marge représente 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.

Dans les pays de la CEMAC 96,6% de la population n'a pas accès aux services bancaires.

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 :

- 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 urbains<sup>1</sup> ;
- Les facteurs humains : sont liés à la situation des personnes à faibles revenus qui recourent au marché informel pour se satisfaire.

Enfin, 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<sup>2</sup>, qui rend difficile la couverture des besoins financiers des personnes.

### **2.1.2. La non bancarisation**

La sous bancarisation est à distinguer de la non bancarisation. Une personne est qualifiée de non bancarisée lorsqu'elle ne dispose pas d'une relation avec l'institution financière (banque, Poste ou autres). Dans ce cas, le besoin financier est souvent couvert par le marché informel (financement parallèle) et les potentialités monétaires et financières sont également investies sur ce même marché.

Une région est qualifiée de non bancarisée lorsqu'elle est dépourvue d'agences bancaires ou organismes assimilés. Dans ces conditions, la population résidente est contrainte de se déplacer vers les régions limitrophes pour bénéficier des services bancaires. Ce phénomène caractérise quelques régions des pays sous développés et pauvres.

## **2.2. Les niveaux de bancarisation dans les pays développés**

### **2.2.1. La surbancarisation**

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

---

<sup>1</sup> Crédit Municipal de Paris, « la bancarisation des nouveaux marchés urbains : expériences américaines », édition Economica. Paris 2004, p.4

<sup>2</sup> Le contact de la banque est peu automatisé et la personne est contrainte de se rendre physiquement au guichet, il est donc fort probable de se rendre à plusieurs reprises à l'agence pour la même opération.

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 surbancaisation est le résultat d'une évolution marquée par les mutations financières et le développement de la concurrence. La surbancaisation se caractérise par les éléments suivants :

- Un surdimensionnement des réseaux ;
- Un surinvestissement en infrastructures bancaires;
- La sous productivité des guichets bancaires, qui résulte de la déréglementation et la concurrence par les prix.

Enfin, la surbancaisation peut également être considérée comme une surcapacité bancaire, qui désigne 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).

### **2.2.2. La multibancarisation**

La multibancarisation se définit « *comme le recours d'un client de la banque à plusieurs acteurs financiers fournissant les services financiers* »<sup>1</sup>.

GOUILLARD.G<sup>2</sup> 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...

Les facteurs favorisant la multibancarisation de la clientèle<sup>3</sup> sont liés aux coûts, la réglementation et à la libéralisation financière.

---

<sup>1</sup> GOUILLARD G. « les nouveaux enjeux de la multibancarisation », Guide-conseil, 2005, p.18

<sup>2</sup> GOUILLARD G. op.cit, p.19

<sup>3</sup> Cette catégorie de clientèle est multifidèle. Car elle fréquente la concurrence pour satisfaire ses besoins. Face à cette clientèle que s'exerce toute une rivalité concurrentielle. Et les flux de ce type de clients peuvent être capturés progressivement des autres enseignes en misant sur un produit ou service mieux maîtrisé et permettant une différenciation. Contrairement à la multibancarisation, la monobancarisation ne peut exister que lorsque les services bancaires et financiers sont satisfaits au niveau de la même agence bancaire. Il s'agit ici de la monofidélité de la clientèle bancaire malgré la pression concurrentielle. Voir ZOLLINGER M. et LAMARQUE E. ; op.cit p.54

### **2.2.2.1. L'existence des coûts**

La multibancarité trouve une première explication dans l'existence des difficultés pratiques, les lourdeurs administratives et les coûts de sortie pour la clientèle déjà bancarisée<sup>1</sup>.

Le client étant « prisonnier » de sa banque, il décide de contracter de nouveaux produits auprès d'une seconde banque plutôt que de clôturer l'ensemble de ses comptes et de changer la banque<sup>2</sup>.

### **2.2.2.2. La réglementation**

Le secteur bancaire est soumis aux directives des autorités monétaires, qui peuvent imposer des restrictions aux banques<sup>3</sup>. A titre d'exemple, les autorités monétaires peuvent concéder des monopoles sur certains produits d'épargne à un ou deux établissements pour satisfaire des objectifs de politique économique.

### **2.2.2.3. L'impact de la libéralisation financière**

La redéfinition des conditions d'exercice de l'ensemble des établissements financiers entraîne la banalisation des produits financiers et introduit la concurrence entre banques et le décloisonnement des marchés financiers. Ceci provoque une concurrence plus forte, particulièrement sur le segment de la clientèle d'entreprises, qui a plus largement accès aux ressources du marché pour se financer.

En conséquence, des nouvelles mesures fiscales et une vague d'innovations financières initiées par les autorités publiques. Par ailleurs, les nouvelles mesures fiscales incitent les ménages à contracter des SICAV monétaires comme les Plans d'Epargne Populaire et les Plans d'épargne actions (PEA) assortis d'avantages fiscaux importants.

---

<sup>1</sup> Pons J-F « mobilité bancaire : les bonnes pratiques au sein de l'Union Européenne », revue banque- n°699, Février 2008 - p.47.

<sup>2</sup> Signalons toutefois que le client fait face à deux choix lorsqu'il se multibancarise, soit il subit des coûts de transfert d'une banque à l'autre pour approvisionner son produit d'épargne, soit il ouvre un second compte courant pour faciliter les transferts vers ses produits d'épargne.

<sup>3</sup> Nathalie Daley « Multi-bancarité des ménages : Les effets de la différenciation et de la numérisation » Paris 2002- Centre d'économie industrielle - Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris, p.12

Les mutations financières, caractérisées par la libéralisation du marché bancaire et l'intensification de la concurrence ont, certes, favorisé la multibancarisation de la clientèle, mais le problème de l'exclusion bancaire demeure important dans le sens où une grande partie de la population est confrontée à des difficultés d'usage ou d'accès aux services bancaires.

### **2.3. Le phénomène de l'exclusion bancaire**

GLOUKOVIEZOFF.G (2004) définit l'exclusion bancaire comme « *le processus par lequel une personne rencontre de telles difficultés d'accès et/ou d'usage dans ses pratiques bancaires, qu'elle ne peut plus mener une vie sociale normale dans la société qui est la sienne* »<sup>1</sup>. Selon l'auteur, une situation d'exclusion bancaire n'est donc définissable que par rapport aux conséquences sociales qui la composent.

Pour éviter la confusion entre l'exclusion et la pauvreté, il est indispensable de préciser que s'il existe un lien évident entre faiblesse des ressources et privation d'accès aux différents services bancaires et financiers, l'exclusion bancaire ne se résume pas à cela. D'une part, les difficultés d'usage ne sont pas liées au niveau de revenu mais à l'inadéquation entre les besoins et capacités des personnes et les réponses apportées par les établissements bancaires. D'autre part, l'exclusion bancaire peut concerner des personnes appartenant à des catégories sociales très différentes (employé, ouvriers, artisans, commerçants, agriculteurs, cadres et aussi les personnes en situation de précarité qui ne peuvent être définies par leur situation professionnelle).

Ce point de vue est bien partagé par SERVET.J-M qui considère l'exclusion « *comme un handicap dans l'accès aux services bancaires et financiers* »<sup>2</sup>. Selon l'auteur, cet handicap réside dans les contraintes d'accès et de l'usage de la population de certains moyens de paiement ou de règlement, l'accès aux certaines formes de prêt et de financement et les moyens de préserver son épargne et de répartir dans le temps ses revenus et ses dépenses comme la possibilité de s'assurer contre les risques touchant sa propre existence et ses biens ou dans celle de transférer des fonds et de revenus.

---

<sup>1</sup> GLOUKOVIEZOFF G., « de la bancarisation d masse à l'exclusion bancaire » voir le site : [www.grenelle-insertion.fr/userfile/exclusion%20bancaire%20sociale\(1\).pdf](http://www.grenelle-insertion.fr/userfile/exclusion%20bancaire%20sociale(1).pdf), 2004- P.12

<sup>2</sup> SERVET.J M., « Banquiers aux pieds nus : la microfinance », édition Odile, Paris 2006, p.262

### **2.3.1. Les causes de l'exclusion bancaire**

Le phénomène de l'exclusion bancaire peut être engendré soit par l'intensification de la financiarisation des rapports sociaux et le problème de sélection de la clientèle par la banque.

#### **2.3.1.1. L'intensification des formes de la financiarisation**

SERVET.J-M considère la financiarisation des rapports sociaux comme « *un ensemble de contraintes à l'emploi des moyens de paiement et de règlement et au recours au crédit et à la protection contre les risques, contraintes qui agissent de façon différente, directe ou indirecte, tant au Nord qu'au Sud, contraintes qui s'imposent individuellement aux personnes et aux entreprises, et collectivement aux groupes sociaux* »<sup>1</sup>.

Selon cette définition, les personnes subissent les conséquences de mouvement de financiarisation dans leur emploi et leurs revenus ainsi que dans leur protection sociale, cela signifie que ces personnes peuvent être des acteurs de financiarisation, en pensant agir conformément à leurs propres intérêts, tandis que les autres subissent ces mouvements et se trouvent dans l'incapacité d'ouvrir un compte d'épargne ou d'obtenir un prêt bancaire<sup>2</sup>.

#### **2.3.1.2. L'anti-sélection de la clientèle**

Pour toutes les banques, la sélection de la clientèle est un problème crucial. L'économiste EBER.N a expliqué l'antisélection comme le « *problème de l'imperfection de l'information que dispose les banques sur les demandeurs de services bancaires et financiers, notamment les emprunteurs* »<sup>3</sup>.

Plus précisément, l'asymétrie de l'information conduit à un phénomène de l'antisélection.

Dans le contexte du marché du crédit, un problème d'antisélection apparaît lorsque les prêteurs « établissements de crédit » ne peuvent identifier parfaitement le risque des emprunteurs.

---

<sup>1</sup> SERVET.J-M (2006); op.cit p.266

<sup>2</sup> Les formes de financiarisation peuvent être la monétisation des dépenses, la croissance de l'intermédiation bancaire, la financiarisation de la protection contre les risques et le développement des spéculations.

<sup>3</sup> EBER.N., « Sélection de la clientèle et exclusion bancaire », revue d'économie financière n°58, 3<sup>e</sup> trimestre 2000, p.79-79.

Généralement, cette pratique oblige le banquier à appliquer des taux reflétant la qualité moyenne des emprunteurs. En effet, l'antisélection pénalise les « bons » risques (clients) qui paient des primes de risques trop fortes, mais avantage les « mauvais » risques qui paient des primes trop faibles. En conséquence, les bons clients sont exclus du marché de crédit<sup>1</sup>.

### **2.3.1.3. Le comportement de la population aggravant le phénomène**

Les différents types de comportements identifiés peuvent aggraver le phénomène de l'exclusion bancaire. Il s'agit, de la revendication, la culpabilité, la rationalisation, l'auto exclusion et la mise à l'écart de la relation bancaire.

#### **A. la revendication**

Les personnes considèrent que les difficultés qu'elles rencontrent ne sont pas de leur responsabilité mais sont dues aux problèmes de la société dans son ensemble.

Leur attitude revendicatrice s'exprime de deux manières :

- Soit elles se montrent agressives par exemple au guichet de la banque ;
- Soit elles considèrent leurs difficultés avec une apparente légèreté sans se soucier des conséquences éventuelles.

C'est principalement, ce type de comportement qui alimente les jugements moraux négatifs des banquiers sur les personnes en difficultés.

#### **B. La culpabilité**

Les personnes vivent leurs difficultés comme véritable humiliation. Chaque retard de versement ou impayé n'est pas seulement une dette financière, c'est également une dette morale. En conséquence, ces personnes vont tout faire pour éviter cette « situation » qu'elles jugent humiliante. Pour cela, elles évitent la rencontre du banquier et refusent d'honorer leurs dettes au risque de déstabiliser leur budget.

#### **C. la rationalisation**

D'autres personnes parviennent à faire face aux difficultés, qu'elles rencontrent, en justifiant leur situation et en mobilisant les différentes ressources à leur disposition pour agir

---

<sup>1</sup> EBER N., op.cit p.80

et trouver des solutions adaptées. Cependant, les divers degrés et formes de la financiarisation induisent des situations de marginalisation et d'exclusion de la population des services financiers.

#### **D. L'auto exclusion et la mise en retrait de la relation bancaire**

L'auto exclusion concerne les clients, qui se retirent de l'utilisation de certains produits de la banque (la carte bancaire par exemple). Soit ils ont assimilé que ces produits ne sont « pas pour eux » ou bien ne leur seront pas accordés, soit ils les estiment trop risqués (par expérience ou non).

La mise en retrait de la relation se réalise lorsque les clients renoncent à solliciter leur banquier en cas de difficultés en raison des pratiques réelles ou supposées de ce dernier. Ainsi, confronté au chômage et à la difficulté de combler son découvert et de peur que son banquier lui retire les moyens de paiement, le client s'adresse, plutôt à un établissement de crédit spécialisé dans le crédit revolving<sup>1</sup>.

### **2.3.2. Formes et conséquences de l'exclusion bancaire**

#### **2.3.2.1. Formes de l'exclusion bancaire**

L'exclusion bancaire peut aujourd'hui revêtir trois formes. Il s'agit de la stigmatisation et la discrimination, la mise à l'écart et la marginalisation économique et sociale de la population.

#### **A. La stigmatisation et la discrimination**

La stigmatisation par l'usage ou non usage de certains moyens de paiement, de règlement, d'épargne ou de transfert peut être vécue par celui ou celle qui les utilise ou elle peut résulter un regard des autres. A titre d'exemple, payer en liquide à une caisse du marché, payer par un mandat dans certains pays, ou bien être endetté auprès d'un boutiquier ou de son employeur sont des effets qui peuvent être vécus comme stigmatisant<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Ce type de crédit est proposé par un établissement spécialisé soit directement soit par des intermédiaires telle la les entreprises de grande envergure (voir ci-dessous). Le crédit revolving est un crédit à la consommation qui permet de disposer d'une réserve d'argent remboursable au fur et à mesure et qui se reconstitue en fonction des remboursements effectués. Selon le montant emprunté et le montant des mensualités, le taux d'intérêt varie rendant le calcul du coût global très difficile.

<sup>2</sup> SERVET J M., « L'exclusion, un paradoxe de la finance », revue d'économie financière, troisième trimestre, 2000 n°58, p.21

La discrimination est ressentie lorsque la sélection se réalise par des conditions d'accès à tel ou tel instrument. Le banquier peut accorder une prestation de service à une personne et la refuser, en même temps, à une autre personne. A titre d'exemple, la carte bancaire n'est pas destinée à un client dont le revenu est modeste malgré sa détention d'un compte bancaire.

### **B. La mise à l'écart**

La mise à l'écart peut être exercée par un établissement particulier qui, voulant diminuer son niveau de risque, rejette tel ou tel client ou donne un accès, un privilège ou service pour une minorité de sa clientèle. A titre d'exemple, la méthode dite scoring, utilisée pour l'octroi des prêts à la consommation, est particulièrement discriminante.

La mise à l'écart concerne les « interdits bancaires ». Grâce aux fichiers permettant de centraliser les informations et de les redistribuer, certaines personnes peuvent être privées d'usage de chéquiers ou de cartes bancaires illustre un vaste processus d'exclusion bancaire, voire sociale.

### **C. la marginalisation économique et sociale**

La troisième forme d'exclusion bancaire concerne les handicaps qu'une personne subit en raison de son lieu de vie, de sa situation personnelle patrimoniale et de revenu et de l'irrégularité de ses flux des revenus. Ces handicaps peuvent s'additionner et conduire ceux qui les subissent à une situation de forte marginalité financière et économique.

Toutes les franges de population dans un même pays n'ont pas le même rapport de proximité aux établissements bancaires en raison des disparités d'implantation des établissements et d'une barrière culturelle<sup>1</sup> dans l'accès aux services financiers.

En résumé, la bancarisation est déterminée par un ensemble d'instruments de mesure permettant de détecter diverses situations caractérisant un pays ou une région.

Il ressort que les pays pauvres et en développement accusent un retard en matière de démocratisation des services bancaires auprès des populations, tandis que les pays développés

---

<sup>1</sup> Ce qui est appelé par SERVET.J-M, « l'analphabétisme » ou « l'illettrisme » financier de la population.

présentent des niveaux de bancarisation relativement élevés, mais sont confrontés à des problèmes de l'exclusion bancaire et sociale de la population.

Il nous reste à développer dans la prochaine section, les principaux facteurs de développement et d'extension de la bancarisation dans un pays.

## **Section II : Facteurs d'extension de la bancarisation**

Les contraintes de « démocratisation » des services bancaires et financiers au sein des populations des pays pauvres et sous développés et l'importance de l'exclusion bancaire et sociale dans les pays développés peuvent conduire certains Etats à mettre en place un ensemble de mécanismes afin de couvrir les besoins financiers des sous bancarisés.

L'objet de cette section consiste à faire ressortir les deux principaux facteurs permettant l'extension de la bancarisation. Le premier facteur, qui dépend de la volonté politique et des autorités monétaires, est lié au développement de la bancarisation de masse. Le second, qui dépend de la volonté des banquiers, il consiste dans l'instauration et le développement des plans du marketing.

### **1. Les facteurs macro économiques : la bancarisation de masse**

Selon la définition avancée par la Banque Mondiale, « *la bancarisation de masse est l'offre de services financiers d'épargne, de crédit et des moyens de paiement au profit des populations à faible revenu (artisans, commerçants, agriculteurs voire salariés)* »<sup>1</sup>.

La bancarisation de masse se concrétise à travers la banque de détail pour les populations exclues du système financier ainsi que le financement des besoins des très petites entreprises. Elle inclut également les crédits immobiliers et les crédits à la consommation, voire les produits d'assurance (assurance liée au crédit, assurance incendie...).

La bancarisation de masse vise deux principaux objectifs. Le premier consiste à construire des systèmes financiers inclusifs au profit du plus grand nombre de personnes, tandis que le second, permet de lutter contre l'exclusion bancaire et ses conséquences pour

---

<sup>1</sup> Voir rapport final de CGAP et de l'A.F.D sur la bancarisation de masse en Algérie : opportunité et défis, juin 2006, p.8

favoriser l'inclusion financière, la réduction de la pauvreté et le développement local, grâce aux institutions de la microfinance.

### **1.1. Les mécanismes de la bancarisation de masse**

L'objectif de ces mécanismes consiste à permettre la consommation de masse des services financiers par les populations non bancarisées. Pour ce faire, le déploiement des canaux de distribution des services bancaires peut être envisageable par les Etats. Ils comprennent les canaux traditionnels et les canaux modernes.

#### **1.1.1. Les mécanismes traditionnels de distribution des services financiers**

Les mécanismes de transmissions des services financiers sont la Poste et les grandes entreprises.

##### **1.1.1.1. Les services financiers de la Poste**

La poste est considérée comme une entreprise qui fournit des services postaux et financiers au profit de la clientèle<sup>1</sup>.

- Les services postaux sont constitués par la vente des timbres, envoi de lettres recommandées, colis postaux, petits paquets, télégrammes, la distribution des courriers de faible poids sur tout le territoire ;
- Les services financiers sont les mandats, les chèques payés, la demande d'avoir, les pensions, les transferts d'argent par Western Union.

En raison de la densité de son réseau et les produits bancaires qu'elle propose à sa clientèle (compte salaire, compte d'épargne, fonds de placement), la poste constitue à la fois un acteur de la bancarisation et un concurrent direct<sup>2</sup> de la banque.

Enfin, il est vrai qu'au-delà des simples critères de densité démographique, ce réseau contribue à l'aménagement du territoire. Mais la notion même de proximité (ou

---

<sup>1</sup> MIKDASHI Z., op.cit p.226

<sup>2</sup> Les activités financières de la Poste sont une source de distorsions potentielles de la concurrence puisqu'elle a la possibilité de :

- Recourir à des subventions et les garanties de l'Etat (exonération fiscale par exemple) ;
- Financer les investissements à des conditions avantageuses ;
- Elle n'est pas soumise à la réglementation prudentielle ;
- Vendre les papiers valeurs de l'Etat et les fonds de placement d'une banque partenaire.

d'accessibilité) évolue grâce aux techniques de communication et aux partenariats avec d'autres acteurs territoriaux<sup>1</sup>.

#### **1.1.1.2. Les services financiers des entreprises de grande envergure**

Tout comme la Poste, les grandes entreprises ou « les grands distributeurs » deviennent de plus en plus des néo-banquiers en raison de leur forte concentration et les produits offerts à la clientèle.

L'importance de ces entreprises réside dans les offres proposées telles que les cartes privatives destinées à fidéliser la clientèle et une gamme de services plus étendue (l'assurance, les promotions exclusive et surtout les crédits fournisseurs<sup>2</sup>).

#### **1.1.2. Les canaux modernes : la banque virtuelle**

La révolution technologique, en matière d'information et de communication, a entraîné l'apparition de la banque à distance et a poussé à la multicanalisation de la distribution des services bancaires et financiers au profit de la population.

Avec la banque multi- canal ; toute activité bancaire destinée à un client ou à un prospect, se déroule à partir d'un point de service électronique et utilise un système de télécommunication.

Parmi les banques multi canal, figure la banque virtuelle, qui est accessible grâce à des moyens tels que le téléphone, le micro ordinateur dont les fonctionnalités présentes ou attendues sont potentiellement celles de banques classiques (demande de soldes, état de tenue de compte, transferts de fonds, demande de chèque et d'acquisition de produits financiers).<sup>3</sup>

La base de la relation entre la banque et son client est la qualité fournie en terme de services, selon CAPIEZ A. « *L'objectif est d'abord la fidélisation du client en lui offrant une gamme complète de services par les canaux de distribution les plus modernes* »<sup>4</sup>. Selon

---

<sup>1</sup> La densité postale peut être ainsi considérée comme un indicateur pour mesurer la densité bancaire dans certains pays (le Maroc par exemple)

<sup>2</sup> Les grands distributeurs ont vite appris le métier de la finance.

<sup>3</sup> LAFITTE.M, « Economie digitale et services financiers » édition banque, Paris 2002, p.123

<sup>4</sup> CAPIEZ-A « nouvelles technologies et performance : le cas de la banque à distance » Université d'Angers Faculté de Droit, d'Economie et des Sciences sociales-

l'auteur, la stratégie de la banque à distance ou virtuelle est une solution indéniable pour des clients, qui se rendent plus rarement à leur agence et deviennent de plus en plus exigeants<sup>1</sup>.

La définition avancée par DESCAPMS C. et SOICHOT J. (op. Citée, p.228), « *la banque virtuelle comme une banque offrant l'ensemble de ses services à distance en utilisant les technologies de téléphone, de l'Internet et de la télématique* ». Selon ces auteurs, la caractéristique essentielle de cette banque réside dans son inexistence physique (guichet), elle a une structure de coût et de travail complètement différente de la banque classique. La banque virtuelle recouvre :

- La circulation et l'échange d'informations entre les lieux de vie des clients (habitats, travail...) et les locaux de production de la banque ;
- Le démarchage, la vente, la distribution et l'accès aux services bancaires.

#### **1.1.2.1. Stratégies de la banque à distance**

Les stratégies de la banque à distance résident dans la fidélisation et la conquête de la clientèle, la sécurisation des transactions et la baisse des coûts.

##### **A. Stratégie de fidélisation et de conquête**

Pour répondre concrètement aux attentes de ses clients et atteindre ses objectifs de fidélisation, la banque transforme ses méthodes de distribution aussi bien dans le domaine de la vente des produits que celui de la fourniture de services liés à ces produits. A ce titre, la banque est appelée à :

- Se démarquer des références aux comportements traditionnels, en se basant non pas sur l'appartenance à un groupe social ou à un segment déterminé mais plutôt en fonction de la situation du client au moment de la transaction ;
- Personnaliser les relations par les offres ciblées (particuliers/entreprises, placeurs/emprunteurs) ou de masse, par les canaux de distribution ainsi que par les conditions d'adhésion ;

---

<sup>1</sup> DHAFER S., (2006) op.cit, p.24

- Assurer la disponibilité et l'accessibilité totale des services 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 sans déplacement du client ;
- La banque est appelée à mieux gérer les clients, qui ne cherchent pas forcément à passer à l'agence, grâce à la mémorisation des comportements individuels.

### **B. Stratégies de sécurisation des transactions**

Pour une banque, l'essentiel de ce qu'elle offre est la confiance. Celle-ci est instaurée à partir des moyens suivants :

- L'utilisation des cartes à puce qui permet de minimiser les risques de falsification ou d'utilisation frauduleuse car la sécurisation est intégrée dans la puce même ;
- Le cryptage des transactions qui permet de rendre un message ou une transaction illisible et inaccessible et ce, par l'utilisation de la signature électronique ;
- Le recours au tiers certificateur, qui peut jouer, grâce à des certificats préalablement délivrés ou à la biométrie, le rôle d'arbitre en offrant aux deux parties l'historique des messages.

### **C. Stratégies des coûts**

Les banques virtuelles ont une capacité à faire baisser les coûts et donc à proposer des tarifs compétitifs pour deux raisons :

- Le recours à une technologie avancée, qui les amène à sous traiter un ensemble d'opérations. Cette sous-traitance peut être réalisée aisément à partir des zones à faible coût de production, les sous-traitants peuvent être interconnectés ;
- Les nouvelles banques en ligne connaissent parfaitement le prix de revient de leurs services, ce qui leur permet d'affiner leur facturation ;

Enfin, l'avantage de coût de la banque virtuelle est aussi un avantage comparatif dans la mesure où elles créent leur système d'information.

### **1.1.2.2. La banque virtuelle : un levier de la bancarisation de masse**

Selon Jacques ATTALI « la banque virtuelle peut toucher 80% de la population de la planète »<sup>1</sup>. Pour cet auteur, les services financiers virtuels permettent à des populations défavorisées ou habitant dans des zones rurales de communiquer avec la banque et de s'intégrer dans le système financier. Cette nouvelle technologie permet de mettre en œuvre des techniques de vente des services la clientèle « grand public ».

### **1.1.2.3. Les moyens de banque multicanal**

Avec le développement de la technologie et la généralisation des moyens de communication et de l'information, la banque est contrainte de développer son réseau en matière de distribution pour la satisfaction de sa clientèle.

#### **A. Les automates bancaires (DAB, GAB, TPE et le PME)**

Les automates offrent des prestations évoluées pour des opérations bancaires courantes aux consommateurs. Ils sont devenus un élément clé de processus transactionnel de la banque et de leur optimisation.

##### **A.1. Les distributeurs automatiques de billets (DAB)**

Les distributeurs sont des appareils installés par les agences bancaires ou postales ou par les groupes d'émetteurs de cartes au niveau de leur siège ou dans les espaces publics, grands commerces, supermarchés ... et ce, pour limiter la circulation massive du cash (espèce).

Tout retrait effectué au niveau d'un DAB doit faire l'objet d'une autorisation<sup>2</sup>. Cette autorisation est accordée soit par le serveur d'autorisation de la banque émettrice, si elle en dispose, soit par délégation par la Société de Monétique du pays concerné.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> ATTALI.J « la banque de demain », revue Banque n°55, juillet, août 2008, p.18

<sup>2</sup> Les DAB fonctionnent actuellement en mode "on line", c'est à dire qu'ils sont connectés aux serveurs d'autorisation des banques émettrices soit à celui de la Société de Monétique. En fonction de la réponse du serveur d'autorisation, la transaction initiée au niveau d'un automate donne lieu soit :

- A la délivrance du nombre de billets correspondants au montant demandé ;
- Au refus du montant car le plafond est dépassé ;
- A la capture de la carte si elle est mise en opposition, qu'elle n'existe pas réellement (contrefaçon) ou après un certain nombre (3 en général) d'essais consécutifs d'introduction d'un code confidentiel erroné.

<sup>3</sup> Comme la SATIM en Algérie et la SMT en Tunisie

## **A.2. Les guichets automatiques de banque (GAB)**

Les guichets automatiques sont des appareils aménagés à l'intérieur de la banque permettant non seulement le retrait de l'argent mais les GAB autorisent également le versement de l'argent, la remise des chèques, la consultation des comptes et l'acquisition des relevés d'identité bancaire (le RIB).<sup>1</sup>

## **A.3. Les Terminaux de paiement électroniques (TPE)**

Les terminaux de paiement sont destinés aux commerçants affiliés au système de paiement. Ces commerçants doivent respecter certaines obligations contractuelles dont le respect d'un plafond de garantie.

Au cas où la transaction dépasse le plafond, une demande d'autorisation est obligatoire pour que le paiement soit garanti au commerçant<sup>2</sup>.

Ces automates dits « libre-service » permettent, outre les retraits d'espèces, la remise de chèques avec capture d'image, l'édition d'extraits de comptes, l'édition de RIB<sup>3</sup>, l'exécution de virements et, de manière générale, de réaliser en libre service toutes les opérations d'agence.

## **A.4. La porte monnaie électronique (PME)**

Pour LAFITTE.M « *le Porte Monnaie Electronique est un système portatif permettant le transport d'unités électroniques de paiement, stockées dans une mémoire interne, la mémoire la plus utilisée étant la puce* ». <sup>4</sup>

Le Porte Monnaie Electronique permet d'automatiser divers types d'opérations manuelles correspondant à deux grandes catégories :

- L'utilisation d'automates, des besoins en matière de télécommunications, de chaînes de télévision et de distribution de certains services, des besoins des communautés urbaines ;

---

<sup>1</sup> Contrairement au distributeur automatique, le guichet automatique est considéré comme un service bancaire, il concerne la Carte Visa et Mastercard

<sup>2</sup> Les paiements peuvent être effectués soit manuellement soit de manière électronique. Pour ce faire, le commerçant doit insérer la carte dans la fente du TPE pour enregistrer les caractéristiques de la carte et doit compléter la transaction par la saisie du montant à l'aide du clavier.

<sup>3</sup> Le RIB (relevé d'identité bancaire) : il permet l'identification de compte, notamment pour les opérations de virement ou de prélèvement sur le compte.

<sup>4</sup> LAFITTE.M (2002), op.cit p.76

- L'opportunité de développer des paiements des petites sommes à distance (Internet notamment) ;

## **B. Le téléphone : moyen de relation bancaire et de bancarisation de masse**

Le téléphone est un autre moyen de communication avec le client qui, à travers un certain nombre de questions et de réponses entre le téléconseiller et le client, permet de créer une relation bancaire durable entre les deux parties, constituer un outil de distribution et de massification des services bancaires et financiers.

### **B.1. Le téléphone comme un outil de la relation bancaire**

Le téléphone dans l'agence est un outil de communication entre le banquier et le prospect. Dans ce cas, deux étapes de communication du prospect sont utilisées par le banquier.

Pour ce faire, le banquier doit écouter les besoins du prospect, ensuite, parler de offres de la banque, des conditions avantageuses offertes en terme d'assurance et de prévoyance et surtout communiquer les conditions de banques (tarification des services) et enfin organiser un rendez vous avec le prospect.

### **B.2. Le téléphone comme un outil de distribution et de bancarisation de masse**

Les pays en développement (Afrique, Europe de l'Est...) où le niveau de bancarisation est relativement faible, les Etats ont investi dans la téléphonie mobile en tant que moyen de communication et de transactions financières entre les individus.

Puisqu'il est considéré comme un moyen de communication, le téléphone mobile devient de plus en plus un outil de distribution de produits et services que les établissements bancaires utilisent en vue d'élargir leur part du marché, augmenter l'interactivité et de décharger les agences des tâches administratives à faible valeur ajoutée, et ce, dans le but de conquérir les non bancarisés dans le monde bancaire et financier.

Parmi ces moyens, le M- Banking<sup>1</sup> ou Le téléphone mobile (SMS) constitue une forme de la téléphonie mobile des pays en développement et pauvres<sup>2</sup> où l'accès aux services bancaires est largement bloqué par les coûts de transactions (transports, frais d'agence...) ainsi que les facteurs culturels qui favorisent le réseau informel.

Le M-Banking permet à son client de bénéficier de certaines prestations comme :

- La vérification du solde à chaque modification ou selon une périodicité préalablement fixée ;
- La vérification du sort de la demande de crédit ;
- L'information concernant la disponibilité d'un chéquier ou d'une carte bancaire l'invitant à les retirer au niveau de son agence ;
- Les transactions opérées (vente ou achat) sur des valeurs mobilières.

A ces services, s'ajoutent ceux qui peuvent être offerts via le mobile, en l'occurrence de Internet mobile qui permet d'accéder au site web de la banque à partir de son mobile et le M-payment<sup>3</sup> qui permet d'effectuer certains paiements par le mobile et joue le rôle de porte-monnaie.

Pour couvrir les besoins financiers des populations à revenu faible ou modestes (RFM), le mobile banking forme une autre possibilité de la bancarisation par les avantages qu'il peut offrir à son détenteur.

En effet, en matière de tarification, des frais cinq fois inférieurs à ceux pratiqués par les banques et les sociétés de transfert de l'argent. En matière de disponibilité, un accès aux

---

<sup>1</sup> Par définition, Le M-banking est un service de messagerie qui permet aux clients, par le biais de leurs téléphones mobiles, de recevoir et d'envoyer des messages SMS (Short Message Service), avec les techniques Push ou Pull.

<sup>2</sup> Selon le Forum de Technologie réalisé à Yaoundé en 2008, le marché africain de la téléphonie mobile comptait 100.000.000 d'abonnés. L'objectif pour 2010 demeure l'atteinte de 300.000.000 d'abonnés, et ce, pour améliorer le niveau de la bancarisation de masse qui demeure plus au moins faible dans certains pays de l'Afrique (la République de Congo, Kenya, Burkina, Sénégal, Côte d'Ivoire, Niger...etc). Voir l'étude sur la bancarisation, le cas des pays de l'Ouest Africaine et de l'Afrique Centrale, réalisée en 2008

<sup>3</sup> Cette solution permet de renforcer le rôle du téléphone mobile tout en fidélisant davantage la clientèle et en générant du trafic supplémentaire. Les opérateurs peuvent aussi profiter de la diaspora à l'étranger pour créer du trafic vers l'international (partenariat entre opérateurs des pays émergents et ceux des pays développés). Ainsi, le M-payment permet de dynamiser l'économie des pays émergents en palliant le faible taux de bancarisation et en facilitant l'apparition de flux financiers en local et à l'international. De plus, cela permet aux opérateurs télécoms de trouver un nouveau relais de croissance.

services 24heures/24heures et 7jours/7 jours ainsi que la possibilité d'effectuer des transferts d'argent de personne à personne.

Enfin, en matière d'offres spécifiques, le M- banking permet de démocratiser les transferts internationaux, en proposant une offre de services à des coûts accessibles pour les populations fortement migrantes<sup>1</sup>.

Pour terminer, il est évident de préciser que cette technique de distribution permet à la banque le passage de l'intrabancarité à l'interbancarité, l'harmonisation des politiques des télécommunications, le passage des systèmes nationaux de compensation avec virements transnationaux et enfin de disposer d'un système de centralisation des Incidents de paiements.

### **C. Le Net ou e-banking**

Le Net est un outil qui permet à la banque de travailler à distance d'être plus réactifs mutualiser des modules entiers de production tout en conservant la confidentialité et la personnalisation de fonctions stratégiques comme la gestion du client dont les meilleurs produits sont proposés à la clientèle via des multiples canaux de communication.<sup>2</sup>

En plus, le Web est un canal complémentaire de distribution de services financiers pour rendre encore meilleur le service attendu par les clients<sup>3</sup> et permet de répondre aux problématiques des banques qui doivent déployer rapidement dans le monde et dans plusieurs longues.

Les services offerts sur le web reposent sur la connaissance de la banque et de ses produits, les services de gestion du compte, les services de placement, les services de crédit et les services d'informations.

---

<sup>1</sup> Ce réseau de distribution est devenu, dans les pays asiatiques, comme des véritables banques de proximité, en raison de sa forte concentration et les offres adaptées aux besoins financiers qu'il procure aux populations non bancarisées.

<sup>2</sup> BELQIZI.M, « industrialiser la production pour privilégier la relation client », Revue Banque n°55, juillet-août 2008, p.11

<sup>3</sup> MARTEZ.C, « les apports du site Web dans une stratégie multicanal », Revue Banque n° 55, juillet- août 2008, p.15

L'e-banking, qui semble être un bon créneau pour trouver de nouveaux clients avec un potentiel international important, peut améliorer sa compétitivité, à condition que cette nouvelle forme de banque s'adapte aux évolutions de la clientèle<sup>1</sup>.

Il est important de noter que la révolution technologique en matière d'information et de communication a permis l'apparition des nouvelles formes de distribution de services bancaires, comme elle a poussé les établissements financiers à instaurer une stratégie de distribution multicanal en vue de conquérir une nouvelle clientèle quelque soit son éloignement.

Il nous reste à développer dans cette section un autre moyen qui améliore l'accès aux services financiers et qui cible également une catégorie spécifique de la population (pauvres et exclus du système financier), à savoir la microfinance.

## **1.2. La microfinance : un outil de la bancarisation de masse**

Le concept moderne de microfinance peut être défini de plusieurs manières et recoupe plusieurs réalités différentes, selon l'état de développement et du système bancaire du pays.

### **1.2.1. Notions et objectifs de la microfinance**

#### **1.2.1.1. Notions de la microfinance**

Avant de définir la microfinance, il paraît évident de mettre l'accent sur la notion du microcrédit. Le microcrédit est né à partir d'une simple constatation « *une somme d'argent suffit pour démarrer une activité commerciale* ». Il est orienté vers les personnes pauvres et hors circuit bancaire. En reconnaissant leurs talents, leurs besoins, leurs motivations et surtout leurs capacités de remboursement, les microcrédits sont des financements spécifiques des activités génératrices de revenu.

Si le terme de « microcrédit » a été popularisé par le fondateur de la Grameen Bank, *le Professeur Muhammad Yunus*<sup>1</sup>, la microfinance recouvre une pluralité d'activités.

---

<sup>1</sup> A l'heure actuelle, on parle du rôle des NTIC (nouvelle technologie de l'information et de la communication) parmi lesquelles Internet, les terminaux points de vente, et surtout les téléphones portables, qui contribue de manière efficace à la diffusion de services financiers novateurs dans les zones rurales de nombreux pays en développement.

Le concept moderne de microfinance part de cette primauté du crédit sur l'épargne, de l'investissement sur la thésaurisation. Il a connu un succès du fait qu'il a pu s'appuyer sur un volume important de ressources exogènes publiques et privées, ce que n'avaient pu (ou su) faire les systèmes mutualistes il y a un siècle.

La microfinance constitue un ensemble d'activités financière axées sur l'épargne et le crédit en faveur des personnes globalement non bancarisées<sup>2</sup>.

Il est important de rappeler que l'objectif principal de la microfinance est hautement social et humain. C'est d'ailleurs, plusieurs définitions ont été avancées par des personnalités et chercheurs l'ont qualifiée comme suit :

Joël Wassi ADECHI, Ambassadeur du Bénin auprès des Nations Unies, a défini la microfinance comme « *une approche participative du développement permettant aux gens de prendre le contrôle sur leurs vies et de devenir autonomes... il n'est pas nécessaire de disposer de moyens considérables pour avoir des idées créatives en affaires, pour épargner en fonction de ses propres priorités et pour, au final, planifier son avenir* ».

Une seconde définition est avancée par Kofi ANNAN, ex. Secrétaire Général de l'ONU, considère la microfinance comme « *l'accès durable à la microfinance aide à réduire la pauvreté en permettant la génération de revenus et la création d'emplois, en donnant la possibilité aux enfants d'aller à l'école et aux familles d'avoir accès à des soins médicaux et en permettant aux gens de faire les choix qui répondent au mieux à leurs besoins. Ensemble, nous pouvons et nous devons construire des secteurs financiers accessibles à tous qui aident les gens à améliorer leurs conditions de vie* ».

Enfin, pour Mark Malloch BROWN, administrateur du Programme des Nations Unies pour le Développement, « *la microfinance est bien plus qu'un simple outil pour la génération de revenus. En renforçant les rapports de force en faveur des pauvres, et en particulier des femmes, elle est devenue un des mécanismes clés pour l'atteinte des Objectifs du Millénaire*

---

<sup>1</sup> Muhammad Yunus : Professeur en économie, qui a obtenu le prix Nobel de la paix en 2006, et ce, grâce la création de la banque Grameen Bank qui propose des prêts aux plus pauvres du Bangladesh.

<sup>2</sup> Commission des communautés européennes : « initiative européenne pour un développement du microcrédit en faveur de la croissance et de l'emploi », Bruxelles, 2007, p.35.

*pour le Développement, et plus spécifiquement pour l'atteinte de la cible globale de réduction de moitié, de l'extrême pauvreté et de la faim, à l'horizon 2015 ».*

Au total, quelque soit la définition donnée à la microfinance<sup>1</sup>, son rôle est de contribuer à la bancarisation de masse et la réduction de la pauvreté.

### **1.2.1.2. Objectifs de la microfinance**

#### **A. La bancarisation de masse par l'inclusion bancaire**

L'accès aux services financiers des personnes à faible revenu est l'une des priorités des institutions de la microfinance. En effet, les services d'épargne et de crédit parrainés par la microfinance reposent sur la conviction que les pauvres et des personnes modestes des zones rurales peuvent s'intégrer au système financier.

##### **A.1. Les besoins d'épargne**

Les personnes pauvres souhaitent épargner car ils sont confrontés à des risques importants<sup>2</sup>, ils épargnent souvent sous des formes rémunératrices.

Pour comprendre l'apport de la microfinance dans les milieux défavorisés, il convient de mettre l'accent sur les besoins, qui animent les épargnants à solliciter ce service :

- *La précaution et la sécurité* : constitue la grande partie des ménages pauvres ou à revenu modeste. L'épargne doit permettre de tenir compte de rythmes différents de perception de revenus et des flux de dépenses à l'intérieur, mais également des risques individuel (maladie, accident, incendie ou vol,...) ou collectif (sécheresse, inondation, tremblement de terre, crise sectorielle ou conjoncturelle ;
- *Le rendement et la spéculation* : est souvent lié aux besoins d'une clientèle haut de gamme, qui prend les risques tant en capital qu'en rendement ;

---

<sup>1</sup> Ces définitions sont tirées du rapport de la commission européenne, « le microcrédit pour la petite entreprise et sa création : combler une lacune du marché », 2002-2003.

<sup>2</sup> SCHNEIDER H., « Microfinance pour les pauvres ? », Centre de développement de l'OCDE, Paris 1997, p.27

- *Le maintien de solidarité sociale* : qui peut manifester dans le cadre d'une épargne projet, par exemple, les dépenses prévues pour le mariage, les funérailles, une initiation...
- *La volonté de réaliser un projet* : la volonté de créer une entreprise ou de son expansion (boutique, entreprise artisanale, moyen de transport) peut inciter les personnes à constituer une épargne au niveau des institutions. Néanmoins, dans les milieux défavorisés, l'épargne constituée n'est pas suffisante pour réaliser les activités des promoteurs et répondre aux besoins élémentaires des ménages à revenu modeste.<sup>1</sup>

## **A.2. Les besoins de financement**

Le financement est destiné aux ménages et les petits promoteurs. Pour encourager les créateurs d'entreprises, la microfinance offre son appui à toutes les personnes, qui sont économiquement marginales et exclues, qui veulent lancer une activité artisanale, agricole ou même industrielle.

Au niveau des entreprises existantes, l'impact positif de la microfinance apparaît au niveau de l'accroissement de la productivité et l'amélioration des relations avec les fournisseurs.

Au niveau individuel, l'impact apparaît principalement au niveau de l'autonomisation de l'individu, en particulier des femmes. A ce titre, dans un monde où la plupart des pauvres sont des femmes, l'expérience montre que celles-ci sont des emprunteuses dignes de confiance et très dévouées à l'égard des institutions rurales qui leur proposent les services financiers dont elles ont besoin.

SCHNEIDER H, considère également que le soutien aux femmes consiste simplement à assurer l'égalité des sexes en matière d'accès aux services financiers<sup>2</sup>. Autrement dit, le microcrédit est considéré comme un levier de revalorisation de la femme, d'amélioration de

---

<sup>1</sup> Il est ainsi à signaler que les populations pauvres peuvent épargner, dans la plupart du temps, de façon informelle. Elles investissent dans des biens tels que les bijoux, dans le bétail, dans les matériaux de construction et les objets qui peuvent facilement être échangés contre l'argent liquide. Voir l'année internationale du microcrédit en 2005, réalisé par l'ONU.

<sup>2</sup> SCHNEIDER.H, op.cit p.50

leur sort et celui de leur famille et surtout comme un facteur d'évolution profonde des sociétés.

### **B. Le développement local et la réduction de la pauvreté**

Le second objectif de la microfinance réside dans le développement local et la réduction de la pauvreté. Comme nous venons de signaler, la microfinance contribue à l'aide des entrepreneurs dans la création de leurs entreprises (PME et les TPE notamment). Ceci peut avoir un impact sur le développement local et la création d'emploi, car elle peut cibler des secteurs aussi divers :

- L'agriculture (groupement villageois, coopératives paysannes, organisations professionnelles agricoles) ;
- L'artisanat (groupement d'artisans, associations artisanales féminines) ;
- Le financement de l'économie sociale (mutuelles d'épargne et de crédit, banques villageoises) ;
- La protection sociale (mutuelle de santé, caisses de santé primaires)<sup>1</sup>.

Toutefois, pour atteindre ses objectifs, la microfinance est constituée d'institutions qui vont permettre une inclusion financière des personnes non bancarisées.

#### **1.2.2. Les institutions de la microfinance (IMF)**

Les institutions de la microfinance sont généralement chargées de fournir des services financiers à une clientèle plus pauvre et plus vulnérable que les clients traditionnels des banques<sup>2</sup>. Elles comprennent les banques, les mutualités, les intermédiaires en opérations de banques, les associations de microcrédit et les institutions internationales.

##### **1.2.2.1. La place des établissements financiers dans la microfinance**

La présence des établissements financiers spécialisés dans la microfinance permet de bancariser les classes populaires<sup>3</sup>.

En effet, les établissements financiers dont l'activité se limite aux opérations de crédit (crédit-bail, crédit à la consommation, crédit foncier...) contribuent avec une fraction non

---

<sup>1</sup> SCHNEIDER.H, op.cit p.55

<sup>2</sup> « Précis de réglementation de la microfinance-Tome1: problématique ». Voir le site [www.esf.asso.fr/portail/img/pdf/precis-tome1-problematique.pdf](http://www.esf.asso.fr/portail/img/pdf/precis-tome1-problematique.pdf), p.19-20

<sup>3</sup> LHERIAU-L, « Réglementer la microfinance : état des lieux », 2005, p.66

négligeable de la microfinance dans zones urbaine et périurbaine, dont l'activité est limitée seulement au crédit.

Toutefois, l'objectif de l'établissement financier est, parfois, difficile à atteindre à cause des obstacles réglementaires telle que la politique des taux instaurée par la Banque Centrale (coûts de refinancement) et la fiscalité applicable. Cette institution est assujettie à une fiscalité qu'elles pourront retranscrire dans le coût des services rendus à la clientèle, c'est la raison qui a entraîné la dissuasion de la création des banques de microfinance<sup>1</sup>.

#### **1.2.2.2. Le secteur mutualiste**

Le secteur mutualiste constitue l'ossature historique de la microfinance. Ses réseaux se basent sur l'approche purement de crédit solidaire et de l'épargne. Le fondement du mutualisme repose sur la solidarité, l'entraide et la responsabilité individuelle. Ainsi, les mutualistes se basent sur la mobilisation de l'épargne locale pour financer le développement économique.

En ce concerne le microfinancement, l'accès au crédit est conditionné à une épargne préalable d'une durée de trois à 6 mois généralement en fonction des réseaux. Le niveau du crédit est proportionnel au niveau de l'épargne variant entre deux, trois, quatre fois voire plus en fonction des réseaux, du client et de l'objet du crédit.

Quant à l'épargne, elle constitue un élément de sécurisation pour le sociétaire et un moteur pour l'économie locale. La sécurisation des transactions se fait par implication des sociétaires, par le professionnalisme des salariés et par la mise en place d'outils performants (manuels de procédures, contrôle de gestion, inspection, système d'information).

Le ciblage peut se faire, non par la clientèle, mais par la diversification des produits permettant de répondre aux besoins de chaque catégorie de population, car la gamme de produits a tendance à se diversifier avec la maturité des réseaux.

---

<sup>1</sup> Il est à noter que les conditions requises en termes de capital minimum sont moindres que celles imposées pour l'agrément d'une banque.

### **1.2.2.3. Les intermédiaires en opérations en banque (IOB)**

Les difficultés d'organisation ou les réticences de toutes sortes rencontrées par les banques pour créer des guichets de microfinance, ont amené les autorités publiques de certains pays<sup>1</sup> à mettre en place des médiateurs entre ces institutions et la clientèle cible de la microfinance.

L'intermédiaire en opération en banque est toute personne qui, à titre de profession habituelle, met en relation les parties intéressées à conclure une opération en banque, sans se porter ducroire (sans se porter garant)<sup>2</sup>.

Ces intermédiaires peuvent être sous forme de filiale de la banque, avec éventuellement ouverture du capital à un prestataire technique de services, ou bien une fondation, une organisation non gouvernementale<sup>3</sup> (ONG) de développement pluridisciplinaire mettant sa connaissance du terrain au service de la bancarisation de populations cibles.

Pour la banque, l'avantage de ce système réside dans la possibilité d'« externaliser » la fonction de relation avec la clientèle dans une sorte de sous-traitant technique.

### **1.2.2.4. Les IMF non mutualistes et non bancaires**

Cette catégorie d'institution représente une innovation majeure du droit financier pour s'adapter à la nouvelle réalité, qui est la microfinance. Ce genre d'institutions peut exister presque dans tous les pays à l'exception de ceux qui limitent la microfinance aux associations de microcrédit.

Ces institutions peuvent être soit sous forme d'établissement de crédit selon la loi bancaire, soit dans le cadre de textes spécifiques hors loi bancaire.

---

<sup>1</sup> Ce type d'organisation qui voit se créer des sociétés de services entre la banque et la clientèle, connaît un certain succès en Amérique Latine où la profession ne semble pas réglementée.

<sup>2</sup> Des définitions similaires sont contenues dans les législations de l'Union Monétaire de l'Afrique centrale, l'ouest africaine, Madagascar et au Maroc.

<sup>3</sup> Les ONG (organisation non gouvernementale) sont des bailleurs de fonds à caractère caritatif, elles visent à faciliter l'accès des pauvres au financement, en proposant des plans d'acceptation pour leurs partenaires locaux et pour le gouvernement. Ainsi, les microcrédits accordés par les ONG essentiellement à des fins d'inclusion sociale et la lutte contre le chômage. Enfin, le cadre juridique des ONG varie : association sans but lucratif, société de bienfaisance, société sans but lucratif.

Il s'agit de créer l'équivalent à petites banques ou de petits établissements financiers dédiés à la microfinance.

#### **1.2.2.5. Les associations de microcrédit**

Les associations de microcrédit<sup>1</sup> ne sont ni banques, ni établissements financiers, mais elles sont socialement indispensables<sup>2</sup>. Leur objectif est à la fois d'apporter un financement à un micro entrepreneur et de l'accompagner vers la bancarisation.

#### **1.2.2.6. Les institutions internationales**

Les institutions internationales tel que le Fonds International de Développement Agricole (le FIDA) contribuent à l'élargissement durable en faveur des pauvres par le financement des micro-entreprises à travers la fourniture des services financiers basée sur deux concepts importants, à savoir l'accessibilité et la viabilité.

L'accessibilité constitue la capacité des systèmes financiers et des instruments qu'ils mettent en œuvre à atteindre directement les populations pauvres et exclues du système, en leur permettant de participer davantage aux processus du marché.

L'importance de la viabilité apparaît dans la mise en place des programmes de soutien et à l'aide au développement des populations défavorisées dans le cadre l'élargissement de la bancarisation de masse, en leur fournissant des crédits, des facilités officielles à l'épargne et d'assurance.

Signalons toutefois, que la diversification des canaux de distribution des services bancaires dans les régions éloignées ne se traduit pas forcément à la bancarisation de la population résidente. Ceci signifie que les actions de sensibilisation, de l'information et de segmentation de la population doivent être instaurées par la politique du marketing.

---

<sup>1</sup> Les associations sont, généralement, soumises à une simple surveillance. Elles sont tenues de tenir une comptabilité et de la transmettre à l'autorité du tutelle.

<sup>2</sup> Les associations sont développées en France, en Tunisie et au Maroc dans le but de servir de « tremplin » vers une bancarisation normale du micro-entrepreneur urbain.

## **2. Les facteurs microéconomiques : l'utilisation du marketing dans la banque**

L'objet de ce point est d'examiner un facteur microéconomique, qui repose sur la mise en place des plans marketing par les banques en vue d'améliorer, non seulement, la rentabilité de la banque par la préservation des parts du marché mais aussi de conquérir un plus grand nombre de clients.

### **2.1. Les objectifs fondamentaux du marketing bancaire**

Selon BADOCC « *Si le marketing est avant tout un état d'esprit, destiné à orienter avec une résolution l'ensemble des forces vives de l'institution bancaire vers la satisfaction de la clientèle, il ne doit pas réaliser le désir au détriment de l'entreprise (la rentabilité et le maintien de l'amélioration de la rentabilité). Pour cet auteur, le marketing est « l'art de satisfaire, tout en faisant plaisir à son patron (rentabilité-qualité-image). Ou encore, l'art de créer de la valeur conjointement pour le client et l'entreprise »*<sup>1</sup>.

Pour atteindre un niveau satisfaisant de la bancarisation, le marketing bancaire constitue un levier propre à la banque qui répond à la fois au principe de segmentation de la clientèle bancarisée et non bancarisée et contribue à la rentabilité de la relation banque-client.

#### **2.1.1. La segmentation de la clientèle**

La segmentation peut être définie comme le regroupement ou le rassemblement des clients en fonction de leurs caractères socio-démographiques, socio-culturels, géographiques, comportementaux ainsi que leur valeur potentielle et leur souscription aux produits financiers.

L'objectif final de la segmentation est de cadrer les enjeux par segment de clients, de définir des niveaux de services différenciés, d'allouer les ressources financières et commerciales et de piloter les investissements commerciaux afin de satisfaire les besoins de la clientèle en termes de produit et la qualité des prestations, d'une part, et prospector la nouvelle clientèle à la bancarisation, d'autre part.

Pour ce faire, la banque devra développer une base de données en cohérence avec les segments de clients définis préalablement. Cette base d'informations sur les clients recèle des

---

<sup>1</sup> BADOCC.M, « Réinventer le marketing de la banque et de l'assurance », revue banque édition, Paris 2004, p.27

enseignements riches sur le client, notamment son mode de vie, les événements saillants de sa vie et ses besoins de financement.

La segmentation stratégique permet à la banque de formuler une stratégie marketing pour un marché cible :

- L'affinité : en se basant sur les segments de clients prédéfinis, le marketing devra créer des matrices d'affinité afin de développer des produits qui intéressent le client ;
- La gestion du multicanal : la segmentation de la clientèle permettra au marketing de définir aussi bien le canal de distribution que celui de communication préféré par les différents segments de clientèle ;
- L'attrition : il s'agit de la détection de segments de clients qui manifestent un désintérêt pour leur banque.

Après la segmentation, la banque devra formuler de nouvelles stratégies relatives aux produits et aux canaux de distribution et de communication pour chaque segment de clients.

Il faut toutefois noter que la segmentation stratégique établie dans les banques ne prend pas en compte le facteur risque. Ceci est dû à un manque de vision multidimensionnelle de la part des équipes marketing et à une absence de coordination des équipes marketing et risque.

### **2.1.2. La production de l'information pour une rentabilité de la relation- client**

La banque possède diverses informations sur la production. Le marketing doit identifier les informations pertinentes, apprécier leur utilité et les mettre en valeur afin d'augmenter la rentabilité par client. Ces informations peuvent aider le marketing à rechercher les comportements pouvant améliorer la rentabilité de la relation client, pérenniser et développer la relation bancaire.

Il ressort que la rentabilité de la relation client repose sur le raccourci du délai de rentabilisation, l'optimisation du profil de la relation, la lutte contre les pertes de client et l'optimisation des coûts commerciaux.

Pour répondre à ces objectifs ; développer une nouvelle relation bancaire, la maintenir et de diversifier l'offre bancaire au sein de la population, la banque doit mettre en place un ensemble d'outils du marketing.

## **2.2. Les outils du marketing des services bancaires**

Généralement, les outils du marketing bancaire interviennent dans la mise en place du système de gestion de relation client, la politique du produit et du service et enfin la politique de communication avec le client.

### **2.2.1. La mise en place du système de gestion de la relation client (GRC)**

Le souci accru de fidéliser sa clientèle et la crainte de la voir s'adresser à un autre concurrent, d'une part, et la forte concurrence entre les établissements bancaires, a conduit la banque à mettre en place des systèmes performants de gestion de la relation bancaire (GRC). L'objectif étant d'augmenter la satisfaction du client, de réduire les coûts de gestion, d'améliorer la qualité de l'information et enfin d'élaborer une relation permanente interactive et personnalisée avec ses clients<sup>1</sup>.

La gestion de relation client (GRC) comprend trois catégories d'informations :

- Le besoin du client : qui dépend de nombreux facteurs décelés dans la politique d'étude marketing. Pour ce faire, des éléments liés à la segmentation sociologique ou comportementale aux styles et aux cycles du vie sont, à la fois, répertoriés et analysés;
- La rentabilité du client : il s'agit d'évaluer la valeur actuelle et potentielle du client.

### **2.2.2. La mise en place d'une politique de produit /service**

Le rôle de la politique de produits consiste à réaliser une adéquation maximale de la production bancaire par rapport aux besoins exprimés par les consommateurs cibles.

La politique du produit est un élément très important de la politique de marketing : elle concerne la création de nouveaux produits et l'entretien des produits déjà existants.

---

<sup>1</sup> BADOUC M., op.cit p.124

### **2.2.2.1. La création de nouveaux produits**

La création de nouveaux produits bancaires correspond au besoin, à la clientèle cible et à la technologie.

#### **A. La notion de besoin**

Comme nous l'avons montré antérieurement, l'analyse des besoins de la clientèle dans le domaine monétaire et financier conduit à distinguer des besoins de nature différente et de concevoir les produits, qui satisfont au mieux ces besoins.

#### **B. La notion de clientèle**

La segmentation de clientèle met en évidence, pour chaque segment, des comportements bancaires relativement homogènes. En fonction de la clientèle cible, la banque offre les produits adaptés à ses besoins spécifiques : d'où le couple produits-client ou produit-marché est au coeur de toute politique de produit bancaire.

Dans l'approche produits-client ou produit-marché, on tient compte de l'aboutissement des différents besoins d'un même segment de clientèle, des assemblages (packages) sont alors créés concentrés sur un seul produit plusieurs caractéristiques permettant la satisfaction de plusieurs besoins.

#### **C. La technologie**

L'état de la technologie conditionne au même titre que le besoin ou le client le produit bancaire. En effet, l'innovation technologique donne naissance à de nouveaux produits, notamment lorsqu'elle se développe dans le domaine des télécommunications (les cartes bancaires, la télé-compensation, les distributeurs automatiques de billet et autres).

De plus, l'impact de la technologique se fait de plusieurs façons :

- Distribution de produits directement par des moyens virtuels ;
- Automatisation des tâches administratives;
- Meilleure connaissance du client grâce à l'enregistrement et l'analyse de données le concernant, ces informations permettant ensuite de personnaliser l'offre.

### **2.2.2.2. L'entretien des produits existants**

Les problèmes d'entretien et de survie des produits bancaires constituent un aspect très important de la politique de produit d'une banque. Les produits ont en général un vieillissement très lent d'où la nécessité de procéder à des « habillages » ou des « réhabillages ». Trois phases caractérisent le produit bancaire : la phase de lancement, la phase de maturité et la phase du déclin.

#### **A. La phase de lancement**

Cette phase est relativement brève dans le temps. Le nouveau produit est introduit sur le marché.

- Si le produit a été créé à l'initiative des Pouvoirs Publics, il est introduit par l'ensemble de la profession et bénéficiera de ce fait d'une large diffusion ;
- Si le produit a été créé à l'initiative d'une banque, il sera rapidement imité par les principaux concurrents<sup>1</sup>.

#### **B. La phase de maturité**

Cette phase est assez longue dans le temps. Le produit a acquis une notoriété suffisante. Son taux d'utilisation se stabilise ou croît légèrement par paliers en fonction des actions publicitaires de relance entreprises. Chaque banque maintient sa part de marché car la demande est bien moins intense durant cette phase.

#### **C. La phase de déclin**

Cette phase est la plus longue de toutes et s'étend sur des dizaines d'années. L'obsolescence gagne progressivement le produit en raison de l'émergence d'un nouveau produit mais elle n'entraîne pas pour autant son élimination, car la clientèle habituée au produit résiste au changement.

### **2.2.3. La mise en place de la politique des prix**

Comme nous l'avons mentionné précédemment, un client ne choisit pas uniquement un produit à cause de son design, de ses qualités, de sa marque commerciale. Le client a également une attitude vis-à-vis du prix du produit. Toutefois, la politique des prix joue un rôle limité en matière de marketing bancaire :

---

<sup>1</sup> LOINTIER J C., op.cit, p.16

- Certain prix sont fixés par les autorités monétaires: Taux de rémunération des comptes (sur livrets, épargne etc..);
- D'autres sont déterminés à l'échelon de la profession bancaire, après entente entre les principaux établissements de crédit, par exemple les taux d'intérêt débiteurs ;
- La connaissance des coûts des principaux produits bancaires est relativement récente.

#### **2.2.4. La mise en place de la politique de distribution**

La distribution est marquée par l'exclusivité traditionnelle du circuit que constitue le réseau d'agences de chaque établissement. Toutefois, la politique de distribution est élaborée selon les objectifs de la banque, l'environnement et le diagnostic la banque.

- D'abord, l'implantation d'une entité doit répondre à la stratégie globale de la banque définie par des objectifs en cohérence avec la politique marketing.

- Selon l'environnement, qui tient compte de démographique sociologique, culturel et économique et, qui implique nécessairement une adaptation de la politique de distribution<sup>1</sup> ;
- Selon le diagnostic de la propre banque, qui prend compte la taille, la puissance financière, l'image de marque, la gamme et ses caractéristiques (produits à promouvoir), la forme et la qualité du réseau.

Cependant, les méthodes de distribution tendent à se modifier, les techniques actuelles sont devenues plus proches du conseil de gestion informatisé. De nouveaux réseaux sont apparus :

- Création d'agences de conseil spécialisées ;
- Réduction du linéaire guichet privilégie la relation assise ;
- Multiplication des moyens de vente directe ;
- Création de réseau de prescription.

---

<sup>1</sup> Les données recueillies du marché constituant une base sur laquelle reposera le choix des circuits (lieu d'implantation, l'aménagement, les caractéristiques de la concurrence, forces et faiblesses et la connaissance de ses pratiques).

De plus, le développement du personnel plus proche de la clientèle constitue non seulement un élément important de la politique de distribution mais aussi un support de la politique de communication.

### **2.2.5. La mise en place de la politique de communication**

La politique de la communication se définit par toutes les actions d'une firme en vue de se faire connaître et s'apprécier elle-même en tant qu'entreprise bancaire, et faire connaître et apprécier ses produits.

Le contenu d'une politique de communication fait connaître la banque et son savoir faire afin de lui conférer une image, qui soit le reflet de son identité. De ce fait, la banque doit agir simultanément sur deux dimensions : la communication externe et la communication interne.

#### **2.2.5.1. La communication externe avec la population**

La communication externe traite des relations de la banque avec la population qui est composé de tout un ensemble de groupes ayant chacun des comportements, des besoins ou des attentes très différents. Il est nécessaire de savoir que la communication externe repose sur deux éléments importants à savoir, la notion d'image et les moyens de communication.

##### **A. La notion d'image**

L'image est une composante de la stratégie de développement de la banque. Grâce à sa politique de communication, la banque essaie de se forger une image, qui soit le reflet de sa propre identité par rapport à ce qu'elle produit. Cette action est appelée « communication ou marketing institutionnel ».

La principale difficulté dans le véhicule d'une image globale réside dans sa complexité<sup>1</sup>. Elle est la combinaison de :

- L'image interne (valeur et culture d'entreprise) ;
- L'image de la marque qui englobe, la notoriété, la perception positive / négative par l'environnement et la position par rapport à la concurrence ;
- L'image sociale, c'est-à-dire, le rôle de la banque dans la société.

---

<sup>1</sup> LOINTIER JC., op.cit- p.18

Si la banque parvient à se créer une image forte, celle-ci imprégnera tous ses produits, elle s'imposera à l'opinion publique et surtout servira de bouclier en cas de crise.

## **B. Les moyens d'une politique de communication**

Pour l'attrait de la nouvelle clientèle, la banque met en œuvre deux techniques de communication externe, en l'occurrence, le sponsoring et la publicité.

### **B.1. Le mécénat et sponsoring**

Ces techniques concourent à façonner l'image globale de l'entreprise, accroître sa notoriété et améliorer son image de marque. Ces deux actions sont aujourd'hui un aspect important de la politique de communication d'une banque.

### **B.2. La publicité**

L'action publicité a été longtemps réservée aux biens de grande consommation, les milieux bancaires étaient réticents vis-à-vis de cette technique. A présent, le recours à l'action publicitaire est indispensable. Quatre différents types d'actions publicitaires sont envisageables dans une banque.

La première action repose sur trois axes :

- La publicité de notoriété, qui vise à faire connaître le nom de la banque auprès du public. Elle se traduit par un sigle (logotype) marquant l'appartenance au secteur bancaire ;
- La publicité de l'image de marque, qui vient compléter la publicité de notoriété. Non seulement le public connaît la banque mais il perçoit aussi d'une certaine façon la relation qu'il a ou qu'il pourra avoir avec la banque et ce, à travers ses produits, son circuit de distribution, sa clientèle ;
- La publicité des produits qui vise à faire connaître les produits de la banque en mettant l'accent sur leurs qualités. Cette action est entreprise lors du lancement d'un produit nouveau ou l'entretien des produits existants en fonction des objectifs du plan marketing.

La deuxième action est la campagne de publicité. Comme dans les entreprises industrielles et commerciales la campagne publicitaire s'articule sur quatre éléments :

- La détermination du budget de publicité ;
- L'élaboration du message ;
- La formulation de l'annonce publicitaire ;
- Le choix des médias et le calendrier de l'action publicitaire.

La troisième action consiste dans la publicité sur le lieu de ventes (PLV). Elle est particulièrement appropriée à la structure de la banque puisqu'elle dispose d'un réseau de guichets. Elle se présente sous forme de dépliants ou brochure posés sur les présentoirs et d'affiches placées dans les agences. Cette publicité atteint le client lors de sa visite lorsqu'il est disposé à demander des renseignements complémentaires sur le produit.

La quatrième action est le marketing direct. La banque désire entrer en relation directement avec son client par le biais d'envois de « mailing personnalisés » ou d'appels téléphoniques. Le client est ainsi directement contacté et interrogé sur sa situation financière, ses besoins, ses projets etc.

Cependant, quel que soit sa nature, toute communication externe ne peut être efficace que si elle est accompagnée à la fois d'une bonne communication interne et d'une parfaite cohérence avec les autres actions marketing pour obtenir une efficacité.

#### **2.2.5.2. La communication interne**

La communication interne vise en premier lieu à assurer une bonne circulation de l'information au sein de la banque. Elle repose sur deux principes fondamentaux :

- La communication interne doit faire savoir à tous les membres de la banque les objectifs retenus par la direction générale, les moyens mis en œuvre, les points forts et les points faibles de l'entreprise ;
- Tout le personnel de la banque, quel que soit son niveau hiérarchique doit être informé de façon claire et concise sur sa stratégie de développement ;

Toutefois, il ne suffit pas d'informer, il faut plutôt faire adhérer le personnel aux objectifs fixés et développer le sentiment d'appartenance au groupe et de partager les mêmes valeurs avec les autres membres de ce groupe.

En résumé, les pays sous bancarisés sont souvent confrontés à des contraintes de la généralisation des services bancaires et financiers au sein la population. Sur le plan théorique, une meilleure répartition et diversification des canaux des services bancaires et le développement des actions du marketing paraissent comme leviers primordiaux de la bancarisation. En réalité, la sous bancarisation des économies en développement ou pauvres est souvent expliquée par l'absence d'un cadre juridique et réglementaire adéquat définissant les mécanismes de la bancarisation de masse et par la faiblesse des stratégies bancaires liée à la taille du système bancaire.

**Conclusion du deuxième chapitre :**

En conclusion, il importe de souligner que le degré de pénétration des pratiques bancaires au sein de la population est à la fois un indicateur et un instrument majeur de modernisation économique. En effet, l'épargne, au lieu d'être stérilisée en dehors du cycle économique, ou employée inefficacement, elle est réinvestie en créant de la richesse et enclenche un nouveau cycle d'épargne.

Nous avons montré, dans ce chapitre, un ensemble d'indicateurs de mesure de la bancarisation où nous avons relevé des inégalités en matière d'accès aux services bancaires et financiers entre les pays.

Dans la dernière étape, nous avons mis en évidence deux principaux facteurs qui permettent de démocratiser les services bancaires et financiers et couvrir les besoins de la population. Au niveau macroéconomique, ils portent sur les mécanismes permettant la consommation de masse des services bancaires. Au niveau microéconomique, nous avons essayé d'expliquer comment les plans marketing des services bancaires peuvent attirer la clientèle non bancarisée et renforcer la relation bancaire.

## **Conclusion de la première partie :**

Tout au long de la première partie, nous avons tenté de donner quelques éclaircissements sur les concepts que sous tend la notion de bancarisation.

Cela nous a conduit, dans un premier temps, à étudier deux principaux éléments : l'offre et la demande des services bancaires.

Du côté de l'offre, nous pouvons dire que la capacité de la banque à s'intercaler entre les agents économiques, en amont, et à offrir sa gamme de produits et services en aval, conduit largement à meilleure bancarisation de la population et inversement.

D'un autre côté, l'influence de la relation bancaire provient du comportement de la clientèle. Cela signifie que si le marché bancaire comprend les clients particuliers et les entreprises, l'approche de ces deux populations n'est pas identique et nécessite des études spécifiques.

Dans un second temps, nous avons mis l'accent sur les indicateurs de mesure et les facteurs d'extension de la bancarisation. Compte tenu de leur diversité, les indicateurs de mesure de la bancarisation, généralement retenus, afin d'évaluer l'implication du secteur bancaire dans les rouages de l'économie, sont : le taux de bancarisation ; la densité bancaire et la part des banques dans l'économie.

Cependant, l'information amenée par ces indicateurs indique l'existence d'écarts entre les niveaux de bancarisation de pays et régions différentes. Il se peut que des pans entiers de populations ne soient pas encore liés au monde bancaire.

Enfin, nous avons voulu mettre en exergue les moyens permettant une meilleure pénétration des services bancaires au sein de la population à travers la densification des canaux traditionnels de distribution des services financiers et la mise en place de la banque à distance dans les zones sous bancarisées, d'un côté, et le lancement et le développement des actions de communication et de l'information du grand public sur les services bancaires par le biais du marketing, de l'autre côté.

Notons que le rythme de bancarisation ne dépend pas seulement de la taille de l'offre et la demande des services bancaires, les Pouvoirs Publics ont aussi un rôle décisif dans l'assouplissement des contraintes réglementaires, administratives et institutionnelles pour permettre l'inclusion bancaire et un accès meilleur aux services bancaires par la population.

**Introduction à la deuxième partie :**

L'évolution de la bancarisation de l'économie algérienne a connu deux phases dont chacune d'elles correspond à une doctrine économique. En effet, la première phase (1962- fin des années 1980), qui se caractérise par la formation et la nationalisation du système bancaire algérien, correspond à l'économie centralement administrée. Dans ce contexte, le système bancaire a été réduit en un simple argentier de l'Etat où les banques avaient pour mission d'assurer le relais entre le Trésor et les entreprises publiques. Les facteurs réglementaires, institutionnels et socioéconomiques et l'étroitesse du réseau bancaire ont constitué des facteurs de blocage de la généralisation de la bancarisation de la population en Algérie.

Dans la deuxième phase, à partir de 1990, le comportement du système financier algérien a graduellement changé avec la transition de l'Algérie vers un mode de gestion économique axé sur le marché. Dans ce contexte, la bancarisation de l'économie a été marquée par l'ouverture du champ bancaire à la concurrence privée, la déspecialisation bancaire et la constitution d'un marché financier pour stimuler la mobilisation de l'épargne et l'allocation de ressources à l'économie.

A partir des années 2003, plusieurs réformes ont été engagées afin de surmonter les handicaps de l'intermédiation financière et étendre la bancarisation à toute l'économie. Il s'agit, en effet, de la dématérialisation et de la généralisation des moyens de paiement modernes, peu développés durant les années 1990, et ce, en vue d'augmenter l'utilisation de la part de la monnaie scripturale dans les échanges et les transactions.

Afin de répondre efficacement à ces objectifs, les Pouvoirs Publics procèdent à la modernisation de l'infrastructure bancaire. En effet, à partir de l'année 2005, le système de paiement de gros montants en temps réel (RTGS) et le système de télécompensation (ATCI) ont été mis en œuvre pour non seulement réhabiliter les supports classiques (chèques et virements) et développer les supports modernes, mais aussi pour assurer la rapidité et la sécurisation des transactions et élargir le degré de pénétration des services bancaires au sein des populations.

Par ailleurs, la volonté de l'Etat en matière développement de la bancarisation de masse s'affiche dans la création des dispositifs de soutien aux jeunes et à l'emploi telle que

l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM, l'élargissement du réseau mutualiste et le lancement des produits de la finance islamique sur quelques régions du pays. Il s'agit de promouvoir, en amont, les prestataires de services bancaires et financiers et couvrir, en aval, les besoins financiers d'une population non bancarisée.

Cette partie est scindée en deux chapitres ; le premier portera sur le développement de la bancarisation en Algérie, tandis que le second, tentera d'analyser l'état de la bancarisation dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

**Introduction au premier chapitre**

Les premiers mouvements de bancarisation de la population algérienne sont apparus depuis l'indépendance où les autorités monétaires ont procédé à la réorganisation et la création d'un système bancaire et financier national. Ensuite, à partir des années 1970, le rythme d'évolution de la bancarisation s'accélère lentement dans le sens où les banques algériennes ont été fortement réglementées et soumises à la planification financière de l'Etat.

A partir des années 1990, le niveau de bancarisation a progressé sous l'effet de l'ouverture du marché bancaire à la concurrence des banques privées et la déréglementation des conditions de banques. Ensuite, l'Etat, pour soutenir la bancarisation, a procédé à la modernisation du système bancaire en développant les systèmes de paiement ainsi que la généralisation de la monétique sur le territoire national.

Ces interrogations nous amènent à examiner dans le présent chapitre le développement de la bancarisation en Algérie durant trois principales périodes : la phase post indépendance marquée essentiellement par la souveraineté et la nationalisation du secteur bancaire ; la phase de la gestion planifiée de l'économie, marquée par la spécialisation sectorielle des banques et l'encadrement de l'activité bancaire ; la phase de réformes de 1990, marquée par la réorganisation et la redéfinition des missions du système bancaire dans son ensemble.

Le présent chapitre vise donc un double objectif ; le premier consiste à mettre en évidence les principaux traits d'évolution de la bancarisation durant ces trois périodes (Section I), tandis que le second, mettra l'accent sur les tentatives engagées dans le cadre de promotion de la bancarisation en Algérie (Section II).

## **Section I : Les traits d'évolution de la bancarisation en Algérie**

La présente section a pour but d'analyser, sur la base de quelques indicateurs monétaires et financiers, la situation de la bancarisation en Algérie. Mais avant, il paraît essentiel de mettre en l'accent sur les étapes d'évolution du système bancaire correspondant à chaque période.

### **1. La bancarisation de l'économie avant les réformes de 90**

Jusqu'en 1990, le secteur bancaire algérien a connu trois phases importantes :

#### **1.1. L'état de la bancarisation durant la période 1962-1969**

A la veille de l'indépendance, le secteur bancaire était implanté dans les grands centres urbains et constitué en grande partie de succursales et agences des grandes banques françaises et de réseau des banques populaires soumis à la réglementation française.

Durant cette période, les institutions financières avaient pour objectifs de servir les intérêts économiques des colons ainsi que l'industrie européenne locale, et les populations étaient totalement marginalisées et écartées des services bancaires.

Au lendemain de l'indépendance, le secteur bancaire, a connu des difficultés et des défaillances en matière de la mobilisation de l'épargne et d'affectation de ressources à l'économie, ce qui a conduit les autorités publiques à prendre des mesures visant, d'une part, à récupérer l'un des attributs de la souveraineté par la création d'un institut d'émission et de la monnaie nationale (le dinar algérien) et créer, d'autre part, des instruments monétaires et financiers ainsi que les banques nationales pour assurer le financement de l'économie<sup>1</sup>.

Jusqu'en 1970, la rétrospective de la formation du système bancaire et financier a connu deux grandes étapes, à savoir l'étape de la souveraineté et l'étape de nationalisation des banques.

---

<sup>1</sup> NAAS A., «le système bancaire algérien », édition INAS, Paris 2003, p.9

### **1.1.1. L'étape de souveraineté (1962-1963)**

Cette étape a permis la naissance de trois principales institutions financières algériennes, à savoir le Trésor Public, la Banque Centrale, la Caisse Algérienne de Développement (CAD) et enfin la Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP).

- Le Trésor Public a été créé en Août 1962 pour prendre en charge les activités traditionnelles de la fonction Trésor, auxquelles sont ajoutées d'importantes prérogatives en matière d'octroi de crédit d'investissement au secteur économique, ainsi que les crédits d'équipement au secteur agricole autogéré, que les institutions bancaires existantes ne finançaient plus entre la période 1962-1963<sup>1</sup>.

- La création de la Banque Centrale d'Algérie (BCA) par la loi du 13-12-1962, qui a été fonctionnelle à partir du 02-01-1963. La Banque Centrale exerce les fonctions traditionnelles d'émission de la monnaie fiduciaire, de direction et surveillance du crédit, notamment par le réescompte ainsi que la gestion des réserves de change.

La BCA, à l'instar du Trésor, a été chargée, à titre exceptionnel et transitoire, de l'octroi direct de crédit (les avances), notamment ceux d'exploitation au secteur autogéré, se substituant aussi aux banques et organismes de crédit défaillants.

- La création de la Caisse Algérienne de Développement (CAD) par la loi 07-05-1963 à partir de la Caisse Nationale des marchés de l'Etat, la Caisse des dépôts, la Caisse d'Équipement et Développement de l'Algérie et le Crédit National. Elle est dotée de très larges prérogatives qu'elle n'exerce que très peu, notamment en sa qualité de banque d'affaires.

- La création de la Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP) par la loi du 10-08-1964 à partir de la Caisse Nationale d'Épargne Française, de la Caisse de Solidarité des Départements et Communes d'Algérie. Jusqu'à 1970 la CNEP s'est limitée à la collecte de l'épargne sur livret, avec des prêts sociaux hypothécaires. A partir de cette période la CNEP prend la charge de financement des programmes de logement en utilisant les fonds d'épargne et les fonds du Trésor Public<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Document de la SIBF sur la conférence sur le système bancaire algérien », p.13-14, 1994.

<sup>2</sup> Voir la revue trimestrielle de la CNEP banque, n° 19, octobre 2004 p. 8

Durant cette période, deux constats sont à relever, l'un concerne les insuffisances de la maîtrise des leviers monétaires et financiers, ce qui engendre une véritable défaillance du tissu bancaire algérien et l'autre montre la faible couverture géographique des agences bancaires.

En effet, la quasi-totalité des petites banques ont cessé leurs activités et les autres se sont concentrées dans les grandes cités urbaines. Pour faire face à ce marasme, l'Etat a procédé à la nationalisation du secteur bancaire.

### **1.1.2. L'étape de nationalisation (1966-1967)**

La création d'un système bancaire purement algérien s'est imposée dès le début de la période post indépendance. L'Etat procède à la fois, à la création des autres banques nationales et à la nationalisation des banques existantes.<sup>1</sup>

En effet, l'option de reprise d'activités des anciennes banques et la création de banques algériennes par conventions a permis la création de trois banques, en l'occurrence de la Banque Nationale d'Algérie, le Crédit Populaire d'Algérie et la Banque Extérieure d'Algérie ;

- La création de la Banque Nationale d'Algérie (BNA) par ordonnance n° 66-178 du 13-06-1966 pour reprendre les activités des banques étrangères suivantes tel que Crédit Foncier d'Algérie et de Tunisie (CFAT), Banque Nationale pour le Crédit et l'Industrie d'Afrique (BNCIA), le Crédit Industriel et Commercial (CIC) et la Banque de Paris et des Pays Bas (BPPB). Cette banque intervient dans le secteur agricole prenant la relève de la Caisse de Crédit Agricole Mutuel pour financer le secteur agricole autogéré.

- La création du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) par ordonnance du 29-12-1966. Cette banque est constituée à partir du transfert du patrimoine et des activités des quarante (40) banques populaires existantes et par la reprise des activités sous forme de conventions passées avec la Société Marseillaise de Crédit (SMC) et la Banque Algérie MISR-BIM.

---

<sup>1</sup> Cette solution a été mise en œuvre par absorption des patrimoines des banques existantes sous forme de "reprise négociée" pour les raisons suivantes : - éviter la rupture de fonctionnement des banques avec les conséquences sur les entreprises et les déposants

- Asseoir les nouvelles banques sur des structures déjà existantes, correctement organisées et bien implantées.

- La création Banque Extérieure d'Algérie (BEA) par ordonnance n° 67-204 du 01-10-1967 par reprise sous forme de conventions passées avec le Crédit Lyonnais (CL), la Banque Industrielle d'Algérie et de la Méditerranée (BIAM), la Société Générale (SG), le Crédit du Nord (CN) et la Barclay's Bank (BB).

En définitive, l'économie algérienne était sous bancarisée dans le sens où le secteur bancaire, hérité de la période coloniale, a souffert des dysfonctionnements liés au départ du personnel des banques et l'absence de cohérence et l'étroitesse du réseau bancaire, le manque de culture financière et bancaire au sein d'une population, qui était quasiment rurale et analphabète. Cela a conduit les Pouvoirs publics à adopter une stratégie de développement centrée sur la planification centralisée comme mode de gestion de l'économie nationale.

## **1.2. L'état de bancarisation durant la période de la planification financière 1970-1986**

La loi de finances 1970 complétée par celle de 1971 et 1972 a façonné pendant les deux décennies 70 et 80 le rôle et le mode d'intervention des banques dans le financement de l'activité économique. Cela suscite intérêt sur l'impact de la réforme de la planification de l'économie sur l'activité des banques et sur la bancarisation de l'économie.

### **1.2.1. Impact de la gestion planifié sur l'activité bancaire**

La gestion planifiée de l'économie engagée durant les années 70 a eu des effets considérables sur l'activité bancaire sur le plan de la mobilisation de l'épargne et sur la répartition planifiée des moyens financiers.

#### **1.2.1.1. La mobilisation de l'épargne**

L'affectation des ressources aux besoins de l'investissement s'exerce à travers la mise en application de deux principes fondamentaux : le principe de l'unicité des ressources et le principe de la domiciliation unique et la spécialisation des banques.

##### **A. le principe de l'unicité des ressources**

Pour répondre aux besoins de l'économie, les ressources collectées seront affectées au financement des entreprises publiques. Pour ce faire, un ensemble de mesures a été mis en place par les autorités monétaires :

- Obligation faite aux entreprises nationales de souscrire aux bons du Trésor ;

- Dépôt des liquidités des compagnies d'assurances et de sécurité sociale dans un compte au niveau du Trésor ;
- Interdiction de placements monétaires à long terme ;
- Les établissements publics à caractère administratif ne peuvent disposer de comptes bancaires ;
- L'obligation de paiement par virement ou chèque bancaire pour les entreprises publiques. Ceci a pour objectif de centraliser des ressources nécessaires auprès des banques pour permettre à celles-ci de disposer des fonds à l'octroi du crédit d'investissement planifié à moyen terme.

### **B. le principe de la domiciliation unique et la spécialisation des banques**

Le principe de domiciliation unique apparaît dans l'article 7 de la loi de finances 1970 qui fait obligation aux entreprises publiques de concentrer leurs comptes bancaires et de domicilier toutes les opérations bancaires d'exploitation dans une seule et unique banque primaire. Cela signifie que les entreprises sont réparties par banque primaire<sup>1</sup>. La conséquence directe d'une telle directive est évidemment l'élimination de toute concurrence entre les banques.

#### **1.2.1.2. La répartition planifiée des moyens financiers**

Dans le cadre de la planification financière, le crédit à l'investissement et le financement du commerce extérieur constituent l'essentiel de l'activité des banques algériennes.

### **A. Le financement des investissements**

Le crédit d'investissement est soumis à une réglementation précise des autorités monétaires. En d'autres termes, la loi de finances 1971 a institué des procédures de financement, qui impose l'affectation des ressources aux emplois productifs planifiés.

Il faut préciser que la décision d'investissement constitue une prérogative essentielle de l'organe de planification tout en soulignant que tout projet d'investissement d'une entreprise doit être financé par le biais du système bancaire, soit sur ses ressources, soit sur celles transmises par le Trésor.

---

<sup>1</sup> Cette répartition s'est effectuée non pas sur la nature sectorielle des entreprises mais en recherchant l'équilibre de trésorerie des banques. C'est le principe de *monobanque*.

Toutefois, cette obligation ne concerne que les investissements productifs financés par des concours temporaires du Trésor. Ce dernier participe aussi au financement des investissements productifs<sup>1</sup> par des crédits à long terme octroyés par le biais de la Banque Algérienne de Développement (BAD) (ex-CAD), tandis que les banques primaires pourvoient les entreprises en crédit moyen terme réescomptable auprès de la Banque Centrale.

### **B. Le financement des dépenses d'exploitation et du commerce extérieur**

Le financement des dépenses d'exploitation s'effectue à partir de la présentation annuelle d'un plan de financement d'exploitation par les entreprises publiques permettant de dégager leurs besoins de trésorerie en vue de permettre aux banques primaires de fixer les objectifs de collecte de l'épargne.

Le financement des opérations du commerce extérieur s'effectue à partir d'une enveloppe globale destinée à l'importation délivrée par le Ministère du Commerce.

L'ensemble des mécanismes de la planification financière mis en place va permettre non seulement l'aboutissement à une emprise directe de la banque sur les mouvements des fonds mais aussi constitue l'une des bases essentielles d'un développement intégré et planifié de l'économie nationale.

Pour pouvoir apprécier l'impact de cette réforme sur l'économie nationale, il paraît évident de démontrer la situation de la bancarisation durant cette période.

#### **1.2.2. Situation (en chiffres) de la bancarisation dans le cadre de la planification financière 1970-1989**

Les mouvements de la circulation monétaire et les crédits à l'économie sont deux indicateurs qui vont nous permettre d'apprécier, approximativement, le niveau de bancarisation durant la période de la planification financière.

---

<sup>1</sup> Les investissements non productifs sont financés par des ressources du Trésor sous forme des concours définitifs. Ces investissements obéissent aux mêmes règles d'inscription sur la nomenclature générale du plan ne sont pas domiciliés auprès des guichets bancaires, hormis les opérations hors budget.

### 1.2.2.1. Les mouvements de la masse monétaire

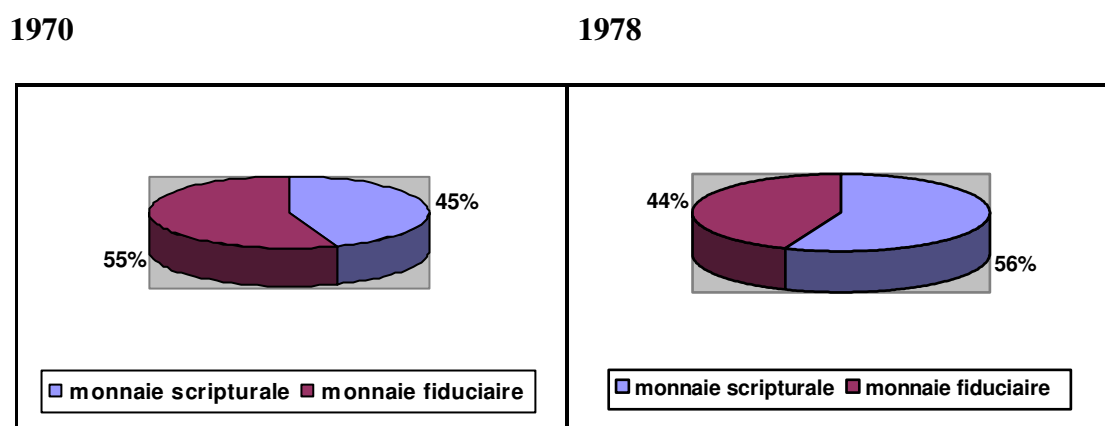
Afin d'apprécier le rôle des banques algériennes dans la collecte de dépôts, le tableau et les schémas ci-dessous montrent l'évolution de la quantité de la masse monétaire dans l'économie entre 1970-1980.

**Tableau 1 : Evolution de la masse monétaire (dépôts de banque et circulation fiduciaire) durant la période 1970-1980 (En millions de DA et en %)**

Années	1970	1973	1975	1978	1980
Masse monétaire					
<b>Dépôts de banque</b>	<b>8,4</b>	<b>11,5</b>	<b>20,9</b>	<b>40,1</b>	<b>51,2</b>
A vue	6,9	9,8	19,2	34,8	42,3
A terme	1,5	1,4	1,7	5,3	9,1
<b>circulation fiduciaire</b>	<b>4,7</b>	<b>8,8</b>	<b>12,7</b>	<b>27,4</b>	<b>42,3</b>
<b>La masse monétaire M2</b>	<b>13,1</b>	<b>20,3</b>	<b>33,6</b>	<b>67,5</b>	<b>93,5</b>

Source : Statistiques de la Banque Centrale d'Algérie, Guide Economique établi par la BEA en 1992, p.34

**Graphique 1 : Les mouvements de la monnaie scripturale et fiduciaire en % (1970-1978)**



Source : Etabli par nous même sur la base des statistiques de la Banque Centrale d'Algérie,

L'activité des banques en matière de collecte de ressources a progressé entre la période 1970 et 1980. En effet, les dépôts de banques passent de 8,4 millions DA à 51,2 millions DA en 1980, soit une augmentation de 42,8 millions DA, où les dépôts à vue occupent la moyenne de 22,6 millions DA durant cette décennie et les dépôts à terme ne représente que 3,8 millions DA durant la même période. Cette situation indique la méfiance des agents

économiques à l'investissement découragés notamment par les conditions de banques (taux créditeurs) très élevées.

De son côté, la monnaie fiduciaire occupe une part importante, soit une moyenne de 46,5% durant la période 1970-1978. Mais, par rapport aux années 60, la circulation fiduciaire a chuté de 8%, elle est passée de 52% en 1962 à 45% en 1970, à 44% en 1978.

Sous l'angle de la circulation monétaire, il faut noter que l'état de bancarisation demeure modeste du moment où les paiements fiduciaires occupent une place non négligeable dans la circulation totale. Les moyens scripturaux, bien qu'en progression, représentent encore un recours faible par la population.

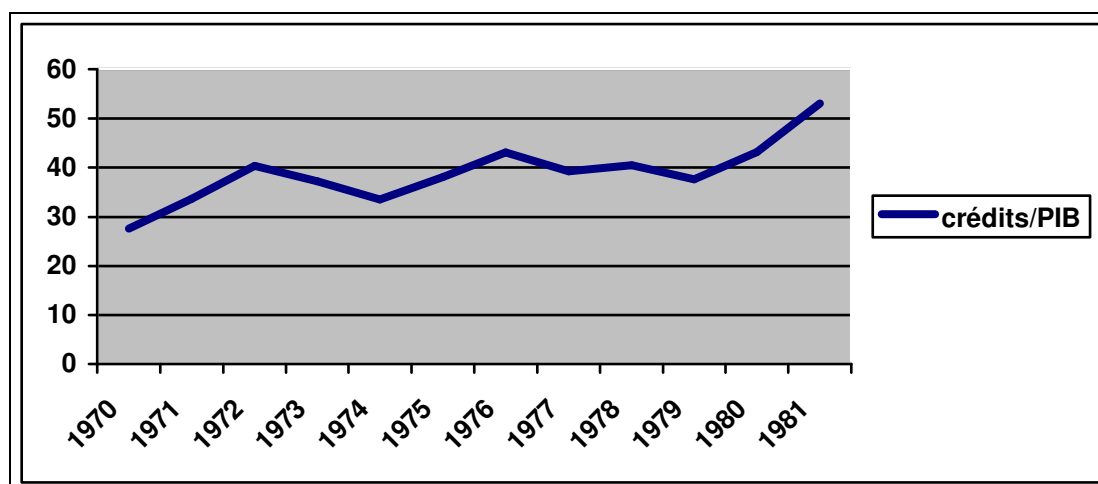
#### 1.2.2.2. Les crédits bancaires à l'économie (1970-1981)

Le tableau ci-après nous montre que durant cette période, les crédits des banques commerciales ont connu une amélioration remarquable par rapport aux années 60 qui ne représentent que 10 à 15% du Produit Intérieur Brut.

**Tableau 2: Evolution des crédits bancaires par rapport au PIB (en milliards DA et en %)**

Années	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981
<b>Crédits</b>	6,5	8,1	13,6	15,9	21,9	29,0	37,2	40,1	51,7	60,0	68,5	88,5
<b>PIB</b>	23,5	24,1	33,6	42,7	65,3	76,1	86,3	102,0	127,6	158,8	158,5	166,5
<b>Crédits /PIB en %</b>	<b>27,6</b>	<b>33,6</b>	<b>40,4</b>	<b>37,2</b>	<b>33,5</b>	<b>38,1</b>	<b>43,1</b>	<b>39,3</b>	<b>40,5</b>	<b>37,7</b>	<b>43,2</b>	<b>53,1</b>

Source : Statistiques de la Banque Centrale d'Algérie, Guide Economique établi par la BEA en 1992, p. 35

**Graphique 2 : Evolution de crédits à l'économie par rapport au PIB**

Source : Etabli par nous même sur la base du tableau 2

A partir du tableau 2, nous constatons que les crédits octroyés par les banques commerciales ont connu une évolution croissante passant de 6,5 milliards de dinars en 1970 à 88,5 milliards de dinars en 1982, soit une augmentation de 82 milliards de dinars.

En terme de bancarisation, nous remarquons que le ratio (crédits bancaires /PIB) a enregistré une amélioration jusqu'en 1972 malgré une légère baisse durant les années 1973,1974 et 1975 dont le rythme de croissance moyen était de 36,2% par an. A partir de 1980, le ratio des crédits à l'économie/PIB commence à s'améliorer, il passe de 43,2% en 1980 à 53,1% en 1981. Cette situation signifie que le secteur bancaire commence à s'impliquer davantage dans le financement de l'économie.

Malgré le rôle du secteur bancaire dans le financement de l'économie, la part des crédits reste en dessous de la barre de 50% durant les années 70, la bancarisation de l'économie reste donc insuffisante. D'ailleurs, NAAS.A<sup>1</sup>, explique les raisons de la sous bancarisation de l'économie algérienne par les contres performances du système bancaire et le rôle particulier joué par la politique des taux d'intérêt, qui n'était pas incitative à la mobilisation de l'épargne existante sur le marché<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> NAAS.A op.cit p.108

<sup>2</sup> Les taux créditeurs étaient fixés entre 2,62 à 4,5 entre 1972-1979, tandis que les taux débiteurs 2,75-3,25 pour les prêts moins d'une année et 4 à 8% pour les prêts à moyen et à long terme.

### **1.2.3. L'état de bancarisation durant la période de restructuration du système bancaire 1982-1985**

Durant cette période, les autorités monétaires se sont engagées dans un processus de réformes visant à surmonter les faiblesses de financement bancaire de l'économie nationale.

L'objectif principal de la restructuration était principalement la mise en place d'un système bancaire performant capable d'assurer son rôle de financement planifié des secteurs productifs de l'Etat. Durant cette période, le secteur bancaire était renforcé par la création des deux banques publiques dans l'objectif de « soulager » les banques primaires existantes telles que la BNA, le CPA et la BEA dans leurs activités.

- En 1982, la Banque d'Agriculture et du Développement Rural (BADR) est créée par l'Ordonnance n° 82/206 du 13-02-1982<sup>1</sup> en vue d'assurer le financement du développement secteur agricole (pris en charge précédemment par la BNA), la promotion des activités agricoles, artisanales, agro-industrielles et à l'extension des structures et des activités de toute nature, liées en amont et en aval à la production du secteur agricole.

- En 1985, la Banque de Développement Local (BDL) est créée par l'ordonnance n°85-85 du 30-04-1985 sous forme d'une banque de dépôt pour reprendre certaines activités du Crédit Populaire d'Algérie (CPA)<sup>2</sup>. Cette banque est chargée de contribuer conformément à la politique du gouvernement, au développement économique et social des collectivités locales, et ce, par les financements accordés aux entreprises, les établissements publics à caractère économique, les opérations d'investissements productifs planifiés et les entreprises privées non agricoles.

### **1.3. L'état de bancarisation à partir des réformes 1986**

A partir de 1986, les autorités monétaires se sont engagées dans un processus de réformes économiques et financières pour consolider et réorganiser les mécanismes financiers. La réforme institutionnelle du système bancaire s'est effectuée en deux phases marquées, essentiellement, par la loi 86-12 du 19 Août 1986 et la loi 88-01 du 12 Janvier 1988.

---

<sup>1</sup> J.O.R.A n° 11 du 16-03-1982

<sup>2</sup> A savoir la restructuration du CPA en 1985.

### **1.3.1. Le secteur bancaire et la réforme d'Août 1986**

La loi 86-12 du 19 Août 1986, première loi bancaire, qui continue à considérer les banques primaires comme un instrument de mise en œuvre de la politique gouvernementale. En d'autres termes, l'objectif de cette loi vise, d'abord, l'instauration du Plan National de Crédit (PNC)<sup>1</sup>, ensuite, la modification du système de financement de l'économie en réhabilitant le rôle des banques dans leurs missions d'intermédiation financières, et en mettant en place une politique de contrôle de l'offre de monnaie pour améliorer substantiellement la collecte de l'épargne par les banques algériennes<sup>2</sup>.

La loi bancaire de 1986 a permis aux banques primaires d'exercer leurs activités dans un cadre plus autonome dans le cadre des opérations, qui leur sont attribuées<sup>3</sup> :

- La collecte de ressources auprès des tiers à court et à moyen terme ;
- La fourniture et l'assurance des services bancaires, notamment les moyens de paiement ;
- Les opérations de change et de commerce extérieur.

### **1.3.2. La loi 88-01 du 12 Janvier 1988**

La loi 88-01 du 12 Janvier 1988 relative à la création des Entreprises Publiques Economiques (EPE) autonomes qui modifie le statut des banques et des établissements financiers<sup>4</sup>.

Cette loi a redéfini le statut des banques primaires et de la Banque Centrale conformément à la loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques (EPE), qui sont soumises désormais aux règles de la commercialité et à l'autonomie financière.

Elle a permis à la Banque Centrale de retrouver son autonomie dans la gestion des instruments de la politique monétaire et dans la mise en place d'un système bancaire à deux niveaux en séparant son rôle en tant que prêteur en dernier ressort de l'activité de crédit pris en charge par les banques commerciales.

---

<sup>1</sup> Le Plan National de Crédit (PNC) est mis en place par la loi afin de déterminer le volume et la nature des ressources internes et les crédits à accorder par chaque banque, le niveau de l'intervention de la Banque Centrale dans le financement de l'économie et enfin déterminer l'endettement et les modalités de son fonctionnement.

<sup>2</sup> Guide économique Algérie, réalisé par la Banque Extérieure d'Algérie, Copyright 1992, p.33.

<sup>3</sup> Article 17 de la loi 86-12

<sup>4</sup> Voir le Guide Economique établi par la BEA en 1992, p.33

L'article 64 de la loi 88-01 donne la possibilité aux banques et établissements financiers, d'émettre dorénavant des emprunts à terme auprès du public et de mobiliser des concours d'origine externe, tandis que, l'article 63 de la même loi a permis aux institutions financières non bancaires la prise de participations sous formes d'actions et obligations, de titres participatifs aux dividendes ou toute opération de capital tant au niveau national qu'au niveau international.

### 1.2.3.2. Impact de la restructuration organique et les réformes de 1986 sur le niveau de la bancarisation

A partir des indicateurs monétaires et financiers, nous allons apprécier le niveau de bancarisation durant la phase de restructuration du système bancaire algérien.

#### A. L'impact de la restructuration organique sur les mouvements de la circulation monétaire

A partir de 1982, l'intermédiation bancaire enregistre quelques progrès, en matière de collecte de ressources, mais la part de la circulation fiduciaire demeure encore importante, comme le souligne le tableau ci-dessous.

**Tableau 3 : Evolution de la masse monétaire (dépôts de banque et circulation fiduciaire) durant la période 1982-1989 (En millions de DA et en %)**

	1982	1984	1987	1989
<b>Dépôts de banque</b>	<b>88,7</b>	<b>127,2</b>	<b>161</b>	<b>188,2</b>
A vue	49,2	67,5	127,0	130,1
A terme	12,6	14,3	34,0	58,1
<b>circulation fiduciaire</b>	<b>42,2</b>	<b>67,5</b>	<b>96,9</b>	<b>119,2</b>
<b>La masse monétaire M2</b>	<b>137,9</b>	<b>194,7</b>	<b>257,9</b>	<b>307,4</b>

Source : Statistiques de la Banque Centrale d'Algérie, Document de la SIBF, op.cit p.23-24, 1994

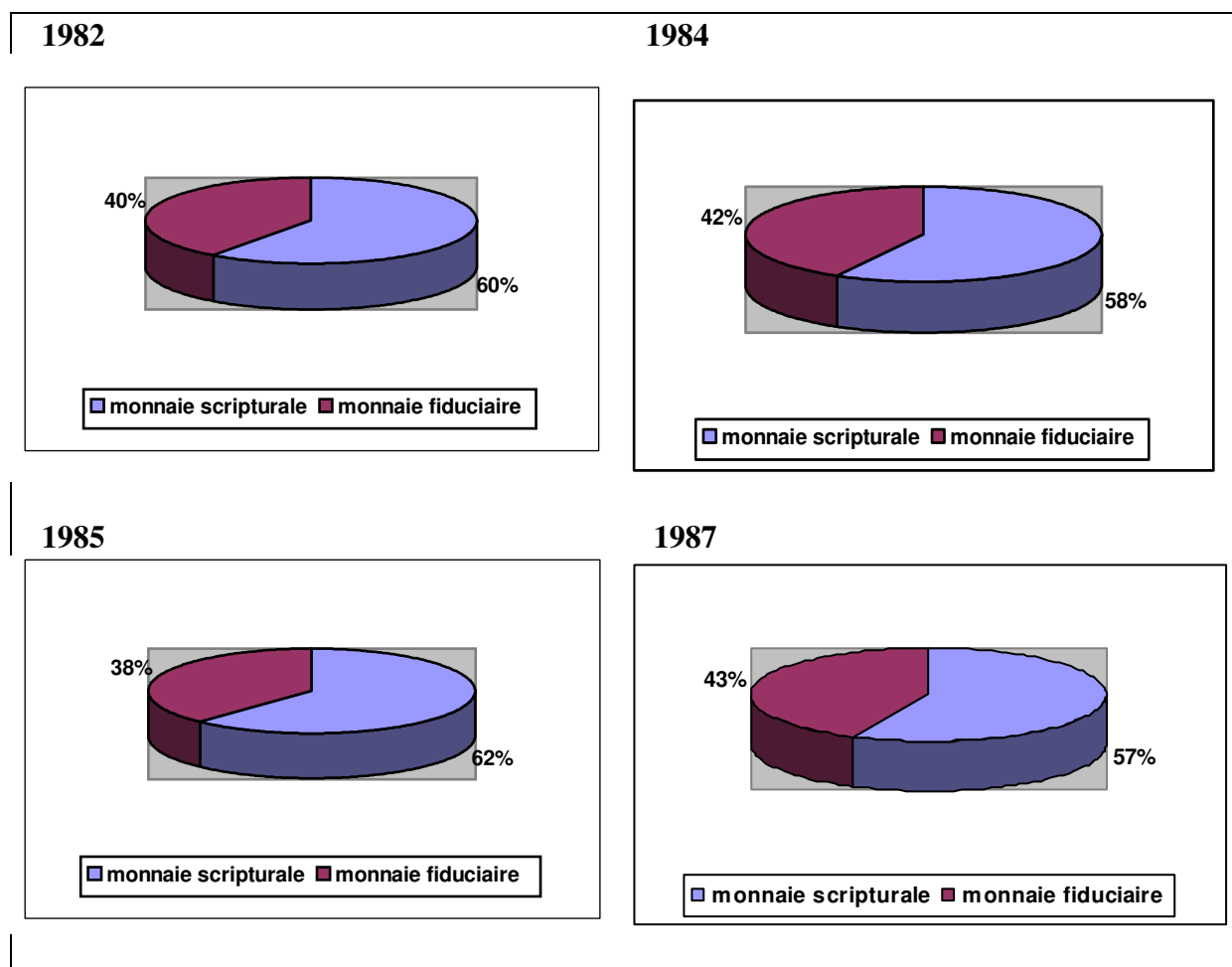
La lecture du tableau 03 montre que la circulation monétaire dans l'économie a enregistré une amélioration appréciable, passant de 137,9 milliards de dinars en 1982 à 307,4 milliards en 1989, soit une augmentation de 169,5 milliards de dinars. Cette augmentation

signifie que les composantes de la masse monétaire (monnaie fiduciaire et scripturale) ont augmenté d'une manière importante et continue durant cette période.

En effet, la monnaie scripturale constituée des dépôts à vue et des dépôts à terme a augmenté de 99,5 milliards DA entre la période 1982-1989, dont 80,9 milliards sont considérés comme de dépôts à vue, soit 89,40% de total des dépôts.

En parallèle, l'évolution de la monnaie fiduciaire a enregistré un accroissement de 79,7 milliards DA dans la circulation monétaire entre la même période. Cette situation est traduite dans les schémas suivants :

**Graphique 3 : Les mouvements de la monnaie fiduciaire et scripturale en % (1982-1987)**



Source : Etabli par nous même à partir des statistiques de la Banque Centrale d'Algérie

A partir du graphique 3, nous constatons que la monnaie scripturale qui n'a représenté durant les années 70 que 26,4 milliards de dinars soit 35% du total de la masse monétaire, a

connu une amélioration remarquable en passant à 141,5 milliards durant les années 80, soit 59,25% de la masse monétaire totale dans l'économie.

En définitive, jusqu'en 1986, la prépondérance de la monnaie fiduciaire dans la circulation monétaire<sup>1</sup> est liée aux points suivants :

- Le pouvoir libérateur illimité, c'est-à-dire qu'aucun seuil maximum ne limite son usage ;
- Parmi la population bancarisée, on a noté une très faible attirance pour les moyens de paiements scripturaux due à leur méconnaissance par la population et leur inadaptation à une utilisation pratique au quotidien, une trop grande complexité dans les procédures d'attribution et d'usage et une faible acceptabilité par les commerçants ;
- Enfin, l'organisation interne des banques et les nombreuses exigences de contrôles mises en place génèrent une restriction dans l'attribution des moyens de paiement scripturaux (chéquiers, cartes...) et une attitude de méfiance vis-à-vis de leur clientèle.

### **B. l'impact de la restructuration organique sur le rôle des banques dans l'octroi de crédits**

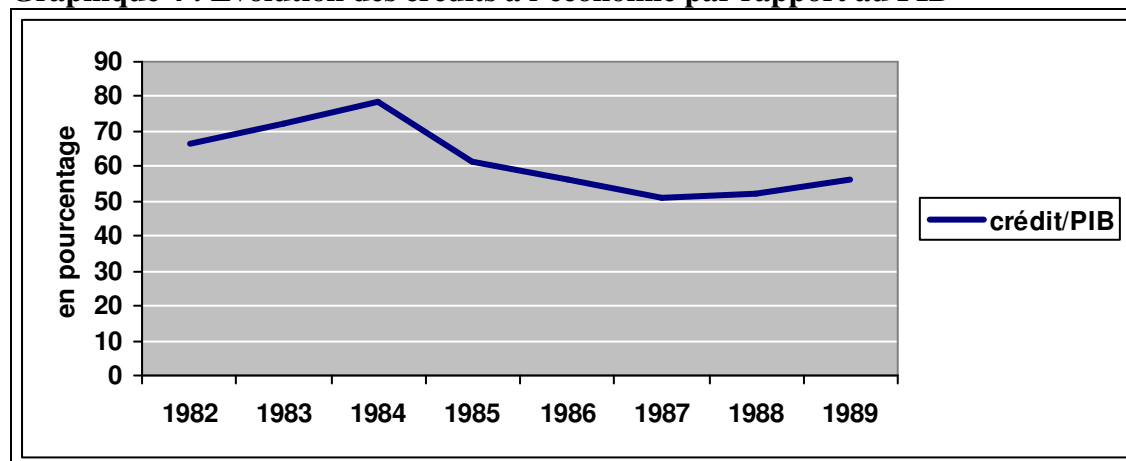
Les crédits bancaires ont, certes, enregistré des progrès en 1980, mais la centralisation en matière des décisions d'investissement et la spécialisation sectorielle des banques ont entraîné un retard dans l'affectation des ressources vers les secteurs productifs de l'Etat. Cette situation peut être appréhendée à travers le tableau ci-après, qui présente la part du financement bancaire par rapport au Produit intérieur brut.

**Tableau 04: Evolution des crédits bancaires par rapport aux PIB (en milliards et en %)**

Années	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
<b>Crédits</b>	112,8	132,9	156,0	174,6	176,8	180,5	191,9	209,3
<b>PIB</b>	169,0	183,3	198,3	283,7	311,9	351,3	366,8	371,0
<b>Crédits /PIB en %</b>	<b>69,8</b>	<b>72,5</b>	<b>78,6</b>	<b>61,5</b>	<b>56,4</b>	<b>51,4</b>	<b>52,3</b>	<b>56,4</b>

Source : Statistiques de la Banque Centrale d'Algérie, reprises par NAAS A. op.cit, p. 101

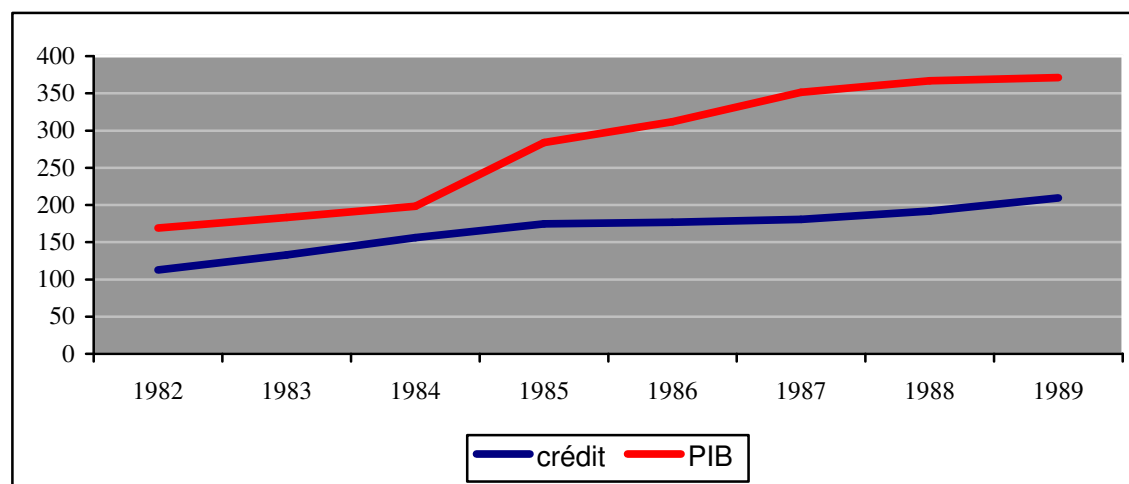
<sup>1</sup> La nécessité de réintroduire les actuelles transactions en espèce dans le circuit bancaire, cette masse de monnaie fiduciaire pénalise gravement le secteur bancaire qui en assure seul, la sécurité, le transport, le stockage et la distribution au guichet.

**Graphique 4 : Evolution des crédits à l'économie par rapport au PIB**

Etabli par nous même à partir des statistiques du tableau 4

Nous constatons que la part des banques dans le financement de l'économie enregistre une amélioration continue tout au long de cette période. En effet, jusqu'en 1984, la période de la restructuration organique du système bancaire, les crédits à l'économie représente 78,6% du produit intérieur brut (PIB).

Mais à partir de 1985, la période de réorganisation et de redéfinition des nouvelles missions des banques, le ratio crédits par rapport au PIB connaît une chute remarquable, et ce malgré, une nette amélioration des montants de crédits entre 1985-1989, le rythme de croissance du ratio moyen était de 55,6% par an, alors qu'il était auparavant à 73,63%, soit une baisse 18%.

**Graphique 5 : Evolution du rythme de croissance des crédits et du PIB (en milliards DA)**

Source : Etabli par nous même à partir des données du tableau 4

Les réformes engagées dans le contexte de la planification économique et financière fondées sur une gestion administrative et centralisée des banques en matière de financement des entreprises et la mobilisation de l'épargne n'ont pas abouti à une meilleure intermédiation financière. Les facteurs de blocage relèvent de l'endettement structurel des entreprises auprès des banques et des banques auprès de la Banque Centrale et de la nature endogène de la création de monnaie.

Un tel contexte a généré le faible recours aux services bancaires et financiers par une clientèle, qui s'est trouvée « pénalisée » par la réglementation des conditions de banques. Celles-ci ne stimulent ni la mobilisation de l'épargne des particuliers ni le financement des investissements des entreprises déficitaires. Par ailleurs, la faible densité du réseau bancaire et la répartition déséquilibrée entre les régions urbaines et rurales a entraîné :

- L'absence de la culture bancaire et de traditions dans l'épargne et le crédit chez les populations ;
- L'essor de pratiques informelles de financement<sup>1</sup> dans les régions sous bancarisées.

En matière de l'organisation, nous pouvons évoquer :

- Des techniques d'évaluation des risques sont peu développées. Elles ont marginalisé le secteur privé puisque l'évaluation du risque se base essentiellement sur la projection de données comptables et financières<sup>2</sup> ;
- La formation du personnel n'a pas évolué depuis une trentaine d'années ;
- Les produits bancaires sont très limités et l'absence du marketing bancaire est flagrant ;
- Les innovations sont très rares, la monétique était pratiquement inexistante.

Pour surmonter ces faiblesses et améliorer le niveau de bancarisation de l'économie, l'Etat s'est engagé dans un processus de réformes à partir de 1990, qui vise la réhabilitation du système financier, la déréglementation des tarifs bancaires, la déspecialisation bancaire et

---

<sup>1</sup> L'exemple des emprunts familiaux.

<sup>2</sup> En raison de peu de fiabilité de ces techniques et de l'insuffisance des fonds propres engagées dans la gestion, les engagements de la banque sont adossés à des garanties réelles. Cette exigence, dont l'utilité économique et la rentabilité financière sont quasiment sûres, aboutit à l'élimination des projets.

la création d'un marché financier, et ce, dans le cadre de la transition de l'Algérie vers un mode de gestion économique axé sur le marché.

## **2. Développement de la bancarisation après la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit**

La loi 90-10 sur la monnaie et le crédit constitue une véritable charte, qui a bouleversé toutes les règles instituées jusqu'à cette période et consacre le retour à l'orthodoxie bancaire tout en fixant un cadre légal par l'ouverture du champ bancaire à la concurrence de banques privées nationales et étrangères.

Les objectifs recherchés à travers la réforme du système financier de 1990 résident dans la nécessité de déspecialiser et déréglementer les activités bancaires ainsi que la densification du réseau bancaire sur le territoire national, et ce, pour permettre une meilleure concurrence interbancaire et améliorer substantiellement le niveau de bancarisation de l'économie.

### **2.1. Contenu de la loi 90-10 du 14 Avril 1990 portant sur la monnaie et le crédit**

Parmi les objectifs fondamentaux de la loi relative à la monnaie et au crédit le développement à la fois le réseau et de la gamme de produits et le savoir faire bancaire au sein du système bancaire.

#### **2.1.1. L'ouverture du marché bancaire à la concurrence privée**

Le premier objectif visé par l'Etat consiste à renforcer le système financier algérien et la diversification des ressources de financement en matière d'investissement et de participation. C'est ainsi que l'article 130 de la loi 90-10 stipule « *l'ouverture en Algérie de succursales de banques et établissements financiers étrangers peut être autorisé par le Conseil et elle est soumise au principe de réciprocité* ».

Cependant, l'installation des banques ou établissements financiers nationaux et étrangers (sous formes de succursales<sup>1</sup> ou de bureaux de représentation) est soumise à des conditions administratives et des conditions liées au capital.

---

<sup>1</sup> La succursale est une entité d'exploitation qui n'a pas un statut juridique distinct et fait partie intégrante de la banque mère située dans un autre pays.

### **2.1.2. Constitution d'un marché financier**

Après la promulgation de la loi 90-10, un certain nombre de mesures réglementaires a été mises en place pour organiser le marché des capitaux en Algérie, et ce, par l'élargissement du marché monétaire aux autres intervenants et surtout le lancement d'un marché financier afin de créer une alternative de financement bancaire et optimiser l'affectation d'épargne en investissement.

Le marché des valeurs mobilières algérien a été créé par un décret législatif de 1993, modifié et complété par la loi n° 03-04 du 17 février 2003 relative à la Bourse des valeurs mobilières. La Bourse d'Alger, dont l'entité opérationnelle est la Société de gestion des valeurs mobilières (SGBV), a été lancée en 1999. L'autorité de régulation est la Commission d'organisation et de surveillance des opérations de Bourse (COSOB), opérationnelle depuis 1996.

La modernisation et la dématérialisation des titres ont conduit l'autorité du marché à créer un dépositaire central des titres géré par une société par actions dénommée «Algérie clearing», créée en 2002 et entrée en activité en 2004, les actionnaires sont les banques<sup>1</sup>.

En plus des dispositions législatives, la COSOB édicte une réglementation pour réguler les activités du marché boursier (appel public à l'épargne, statut des intermédiaires en opérations de Bourse, statut des organismes de placement collectifs en valeurs mobilières - SICAV et FCP- statut des émetteurs, l'information financière obligatoire et périodique, le dépositaire central, les comptes- conservation des titres...).

### **2.2.3. La déréglementation de l'activité bancaire**

Dans un contexte d'économie administrée où les tarifs bancaires sont fixés et les conditions de financement sont réglementées, le système de paiement s'est caractérisé par un faible recours aux des moyens scripturaux et les produits bancaires. Ceci a conduit les autorités monétaires à démanteler l'appareil réglementaire pour libérer les conditions des taux d'intérêt débiteurs et créditeurs.

---

<sup>1</sup> Voir Guide Investir en Algérie 2009, p.131

## 2.2. L'état de la bancarisation de l'économie en chiffres après la réforme 90

Avant de procéder à l'analyse de la réalité de la bancarisation suite à la réforme de 1990, il y a lieu de rappeler l'architecture du système bancaire algérien après l'ouverture à la concurrence privée.

### 2.2.1. La nouvelle architecture du système bancaire

A la fin 1999, le secteur bancaire algérien compte vingt-sept (27) banques et établissements financiers et la structure du système bancaire est présentée comme suit :

**Tableau 05 : Structure du système bancaire jusqu'à 1999**

Banques et établissements financiers publics	Etablissements financiers privés à capitaux nationaux	Banques à capitaux nationaux	Etablissements à capitaux mixtes	Etablissements à capitaux étrangers
- les six banques publiques (BEA, BNA, CNEP, BDL, BADR, CPA).  - Banque du Développement (BAD)  - Société de refinancement hypothécaire (SRH)  -FINALEP	- Union Bank  - Mouna Bank  - Compagnie Algérienne des Banques (CAB) - 1999	- El Khalifa Bank -1998  - Banque Commerciale et Industrielle d'Algérie (BCIA) -1998	- El Baraka banque  - Algerian International Bank (AIB) 1999	- Citibank -1998  - Arab banking corporation (ABC) - 1998  - Société Générale (SG) 1999

Source : Construction personnelle à partir des rapports de la Banque d'Algérie

A côté des banques publiques (BNA, CPA, BDL, BADR, BEA, CNEP banque), on a assisté au développement, depuis 1995, d'un grand nombre de banques et établissements financiers privés à capitaux nationaux et étrangers.

D'ailleurs, les banques algériennes ont été créées dans l'objectif de mettre fin au monopole des banques publiques et permettre une meilleure intermédiation financière. En effet, un établissement à capitaux mixtes a été créé en 1991, dont le rôle est de mettre les produits (conforme à la norme islamique) sur le marché algérien, l'Union Bank en 1995, Mouna Bank en 1997, Khalifa Bank et la BCIA en 1998 et la compagnie algérienne des banques (CAB) en 1999 dans le but d'accompagner les PME /PMI à l'investissement.

De plus, les Pouvoirs publics ont autorisé l'ouverture des sociétés spécialisées telles que la société de refinancement hypothécaire (SRH) dont le rôle est de refinancer les crédits immobiliers accordés par les banques et établissements financiers et la FINALEP dont le rôle est de promouvoir l'investissement en Algérie par un partenariat Algéro-Européen<sup>1</sup> et les établissements publics telle que la Banque algérienne d'investissement (en phase de restructuration).

Concernant les banques à capitaux internationaux, trois banques étrangères ont été implantées. Il s'agit, dans ce cas, de Citibank et Arab Banking corporation créées en 1998 et la Société Générale en 1999.

Ces nouvelles banques et établissements financiers ont pu élargir, en espace de deux ans, leurs réseaux à travers quelques wilayas localisées au Nord, mais à partir des années 2000, les banques privées algériennes ont connu des limites.

### **2.2.2. La situation en chiffre de la bancarisation entre 1990-2003**

Nous avons constaté précédemment que la structure de secteur bancaire a changé après le renforcement des banques privées nationales et étrangères.

#### **2.2.2.1. Les mouvements de la circulation monétaire en Algérie 1990-2002**

Les mouvements de la masse monétaire ont connu une amélioration remarquable depuis l'ouverture du système bancaire et financier à la concurrence privée. Le tableau ci-après montre l'évolution des composantes de la masse monétaire en circulation afin d'évaluer, par la suite, le degré de la scripturalisation de l'économie algérienne durant cette période.

---

<sup>1</sup> SADEG A., « Règlementation de l'activité bancaire en Algérie », édition. ACA, Tome 1, Alger 2006, p. 118

**Tableau 6 : Evolution de la situation monétaire entre 1990-2002 (En milliards DA et en %)**

Années	1990	1991	1992	1993	1994	1996	1997	1998	2000	2001	2002	2003
<b>M2</b>												
<b>Dépôts</b>	<b>208</b>	<b>257,6</b>	<b>344,3</b>	<b>437,8</b>	<b>510,4</b>	<b>624,1</b>	<b>747,3</b>	<b>917,1</b>	<b>1441,9</b>	<b>1789,9</b>	<b>2127,1</b>	<b>2443,4</b>
A vue	135,1	167,3	192,3	239,0	262,7	298,2	337,4	442,9	467,5	554,9	642,1	719,5
A terme	72,9	90,3	152,0	198,8	247,7	325,9	409,9	474,2	974,4	1 235	1 485	1723,8
<b>Circulation fiduciaire</b>	<b>119,9</b>	<b>157,2</b>	<b>184,9</b>	<b>211,3</b>	<b>223,0</b>	<b>290,9</b>	<b>337,0</b>	<b>390,8</b>	<b>449,5</b>	<b>550,2</b>	<b>777,8</b>	<b>781,3</b>
<b>Circulation fiduciaire/ PIB</b>	-	-	-	-	-	-	13,8	13,5	11,8	13,5	14,9	15,2
<b>Masse monétaire M2</b>	<b>343,3</b>	<b>414,8</b>	<b>529,9</b>	<b>649,1</b>	<b>733,4</b>	<b>915,0</b>	<b>1084</b>	<b>1288</b>	<b>1891,4</b>	<b>2340,2</b>	<b>2904,8</b>	<b>3354,9</b>

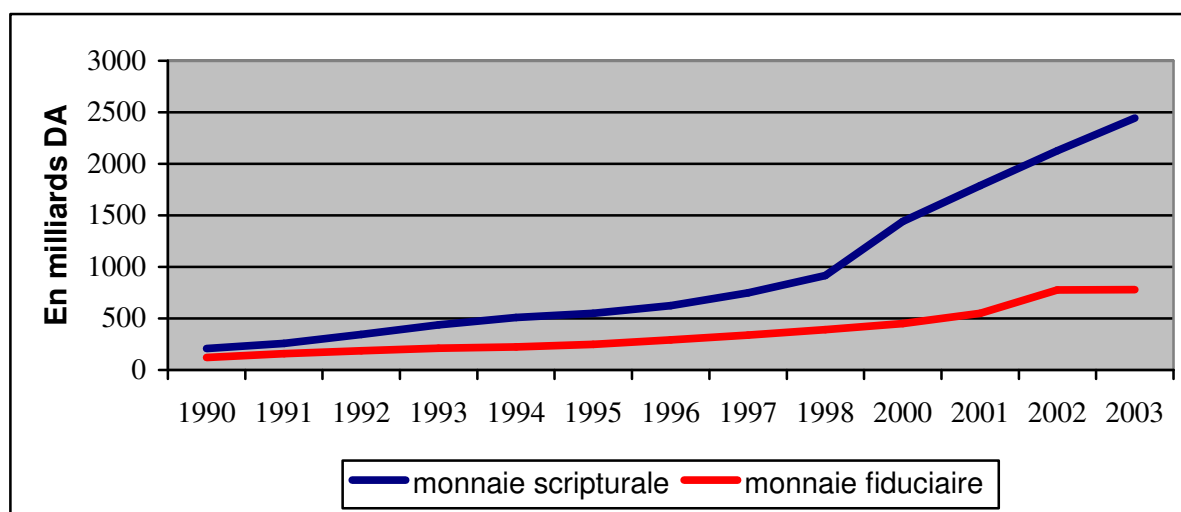
Source : Rapports annuels de la Banque d'Algérie, «sur l'évolution économique et monétaire ».

Le tableau 6 montre que la masse monétaire a enregistré une croissance importante de 3011,6 milliards de dinars durant la période 1990-2003. Cette croissance est due à l'augmentation des montants des dépôts de banques (monnaie scripturale), constitués des dépôts à vue et à terme, qui est passé de 208 milliards de dinars en 1990 à milliards de dinars à 2443,4 à la fin 2003, soit une croissance de 2235,4 milliards de dinars.

De plus, nous observons que les dépôts à vue, occupent une part considérable du total de ces dépôts durant les années 1970 et 1980 et au début des années 1990, ont connu une chute remarquable au profit des dépôts à terme à partir de 1995. Cela signifie que l'émergence du secteur privé permis aux banques de financer certains projets d'investissement et d'améliorer substantiellement la collecte de l'épargne du public.

De l'autre côté, la monnaie fiduciaire a augmenté de 661,4 milliards DA durant la même période. Elle a enregistré 781,3 milliards DA en 2003 contre 449,5 milliards DA en 2000 et 119,9 milliards DA en 1990. Elle a enregistré en moyenne de 13,78% du Produit Intérieur Brut (PIB) durant la période 1997-2003, ce qui confirme la prépondérance de la monnaie fiduciaire « cash » dans la circulation monétaire totale de l'économie.

Le graphique ci-dessous indique le rythme d'évolution de la monnaie fiduciaire et scripturale, dans l'économie durant la période 1990-2003.

**Graphique 06 : Evolution de la monnaie scripturale et fiduciaire en Algérie entre 1990-2002**

Source : Établi par nous même sur la base des données du tableau 6

D'après les chiffres du tableau 6, le processus de mutation entrepris à partir de 1990 a permis aux banques algériennes de confronter la concurrence des banques privées, dont l'incursion était marginale, et se libéraliser en matière des tarifs qu'elles appliquent à la clientèle. A cet effet, les chiffres repris dans le tableau 6 montrent clairement la croissance des dépôts de banques. Cette situation explique le recours progressif aux services bancaires et aux moyens de paiement notamment.

#### 2.2.2.2. La part des banques dans les crédits à l'économie

L'intermédiation bancaire, en matière de crédits octroyés, a enregistré des progrès considérables sous l'effet d'une nette libéralisation des taux d'intérêt des banques algériennes et l'ouverture du système bancaire aux banques privées.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Hormis El Baraka Bank (banque privée mixte) créée en 1990, le système bancaire n'a été renforcé des banques privées, qu'à partir de 1995.

**Tableau 7 : Evolution des crédits à l'économie par rapport au PIB entre 1990-2003 (en milliards DA et en %)**

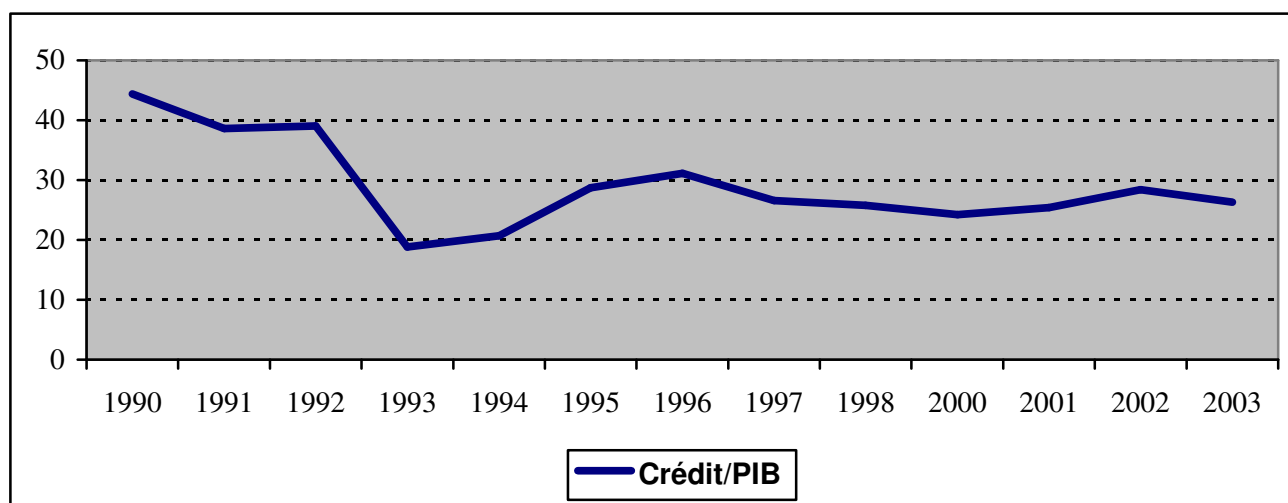
Années	1990	1991	1993	1994	1995	1996	1997	1998	2000	2001	2002	2003
<b>Crédits bancaires dont</b>	<b>247,0</b>	<b>325,9</b>	<b>219,2</b>	<b>304,8</b>	<b>564,5</b>	<b>776,8</b>	<b>741,3</b>	<b>731,1</b>	<b>993,05</b>	<b>1 077,7</b>	<b>1 266</b>	<b>1378,3</b>
secteur public	-	-	142,0	208,0	416,0	639,0	632,6	602,0	701,8	740,1	715,3	791,7
secteur privé	-	-	77,2	96	148,5	137,8	108,7	129,1	291,2	337,6	550,2	586,6
<b>PIB</b>	<b>556</b>	<b>844</b>	<b>1 162</b>	<b>1 471</b>	<b>1 966</b>	<b>2 495</b>	<b>2 780</b>	<b>2 831</b>	<b>4 099</b>	<b>4 236</b>	<b>4455</b>	<b>5124</b>
<b>Crédits/PIB (en %)</b>	<b>44,4</b>	<b>38,6</b>	<b>18,8</b>	<b>20,7</b>	<b>28,7</b>	<b>31,1</b>	<b>26,6</b>	<b>25,8</b>	<b>24,2</b>	<b>25,4</b>	<b>28,4</b>	<b>26,9</b>

Source : Statistiques des la Banque d'Algérie

A partir de ce tableau, nous constatons que le volume des crédits a augmenté, passant de 247 milliards DA en 1990 à 1378,3 milliards DA à la fin 2003, soit une augmentation de 1131,3 milliards de dinars.

Les crédits au secteur public passent de 791,7 milliards DA en 2003 contre 602 milliards en 1998 et 142 milliards en 1990, soit croissance de 649,7 milliards DA durant la décennie (1993-2003), tandis que le secteur privé a bénéficié de 586,6 milliards de dinars à la fin 2003, contre 77,2 milliards DA en fin 1993, soit une croissance de 509,4 milliards DA.

**Graphique 7 : Evolution des crédits bancaires par rapport au PIB (1990-2003)**



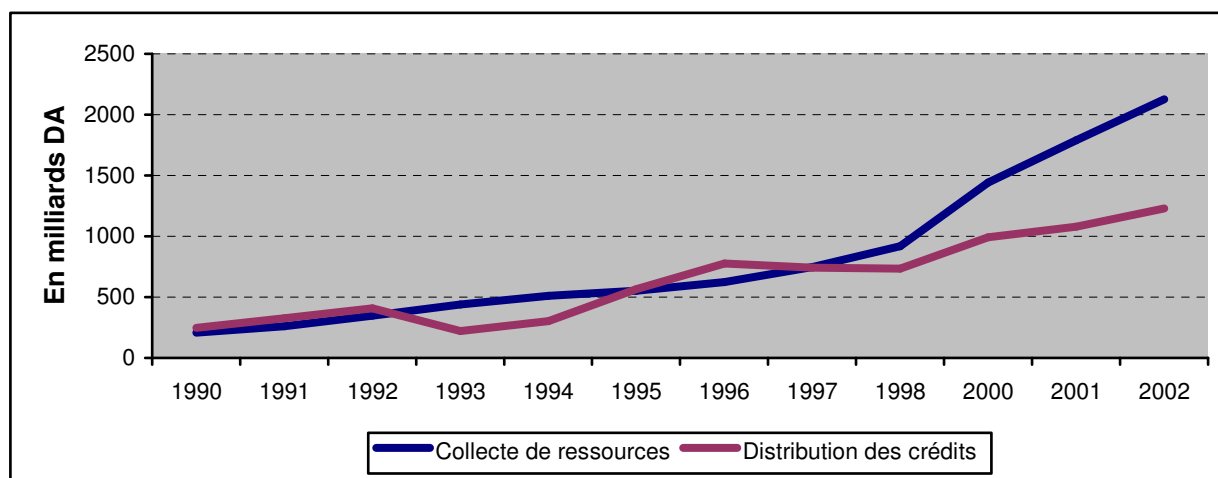
Source : Etabli par nous même sur la base des données du tableau 7

Nous observons que le ratio crédits bancaires/Produit Intérieur Brut est monté à 44,4% en 1990, mais dans la période 1991-1993, les crédits bancaires ont connu une tendance baissière de 24,9%, soit une baisse de 106,7 milliards DA, engendrant une baisse du ratio de 57,4% entre 1991-1993. C'est à partir de 1994 que le ratio commence à connaître une légère amélioration de 0,7% en 1994, de 5,4% en 1995, de 7,1% en 1996, de 9% en 1997, qui est liée à l'augmentation des crédits bancaires de 511,9 milliards DA entre 1993-1998.

Les années 2000 et 2001 enregistrent un recul du ratio de crédits bancaires/PIB de 10,5%. A partir de 2002, le ratio a connu une évolution de 2,9% reflétant la bonne reprise des crédits bancaires à l'économie.

Le graphique ci-dessous nous permet de nous rendre compte du rythme d'évolution de l'intermédiation bancaire en terme de collecte de ressources et la distribution des crédits durant cette période.

**Graphique 08 : Evolution de l'intermédiation bancaire entre 1990-2003**



Source : Etabli par nous même sur la base des données des tableaux 06 et 07

Nous observons, à partir du graphique ci-dessus, une progression des dépôts de banques. Cela signifie que la bancarisation progresse et les services bancaires commencent à s'impliquer davantage dans la vie quotidienne des agents économiques (entreprises et ménages), ceci permet d'accroître les crédits alloués à l'économie, comme le montre les données des tableaux 6 et 7.

### 2.2.3. La densité du réseau bancaire jusqu'au l'an 2000

La répartition du réseau bancaire montre clairement la prédominance des banques publiques sur le territoire national, tandis que les banques privées sont en phase de développement et s'implantent progressivement dans quelques zones du pays.

**Tableau 8 : Densité du réseau bancaire (par banque) à fin 2000**

Banques publiques et privées	Nombre d'agences	En %
BADR	286	<b>26,9%</b>
CNEP	185	<b>17,8%</b>
BNA	172	<b>16,5%</b>
BDL	155	<b>14,9%</b>
CPA	120	<b>11,5%</b>
BEA	68	<b>6,5%</b>
El Khalifa	24	<b>2,3%</b>
BCIA	12	<b>1,2%</b>
El Baraka	5	<b>0,5%</b>
Autres	13	<b>1,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1 040</b>	<b>100%</b>

Source : Rapport de la Banque d'Algérie, « Evolution économique et monétaire », 2000

Nous observons dans le tableau ci-dessus que les banques publiques détiennent un réseau d'agences bancaires plus développé que celui des banques privées. Par banque, la BADR est la plus dense avec 286 agences bancaires, soit 26,9% de la densité totale. La CNEP, la BNA, la BDL et le CPA disposent d'une part non négligeable, elles occupent respectivement 17,8/16,5/14,9 et 11,5% de la densité totale. Quant à la BEA, elle affiche une faible présence avec seulement 68 agences, soit 6,5% de la densité totale.

Nous constatons que les banques privées, même en état de progression, restent néanmoins peu développées.

Enfin, pour une population totale de 31 millions d'habitants en l'an 2000 environ, la couverture démographique est d'une agence pour 29807 habitants, soit un taux qui demeure faible malgré la croissance de nombre d'agences bancaires durant les années 1990.

Pour terminer cette section, nous disons que le premier point a tenté d'examiner l'environnement dans lequel a évolué la bancarisation de l'économie algérienne, et ce depuis l'indépendance jusqu'à la fin des années 80. Le second point concerne l'apport de la loi sur la monnaie et le crédit de 1990 sur la bancarisation du pays.

Durant ces deux phases, nous avons constaté le retard de bancarisation qui se traduit par une prépondérance de la monnaie fiduciaire dans la circulation monétaire avec une moyenne de 13,8% de la masse monétaire et la faible part du secteur bancaire dans le financement de l'économie avec la moyenne de 25% du PIB.

Conscients de ce retard, les Pouvoirs Publics ainsi que les autorités monétaires se sont engagés dans la modernisation du système bancaire algérien et le développement de la bancarisation de masse afin d'élargir les capacités de l'offre et la demande des services bancaires et augmenter l'utilisation de la monnaie scripturale dans l'économie.

## **Section II : La promotion de la bancarisation en Algérie**

L'objet de cette section est d'examiner, en premier lieu, les principales tentatives engagées par les autorités monétaires afin de promouvoir l'utilisation de la monnaie scripturale et développer l'offre des services de masse aux populations sous bancarisées, et en second lieu, essayer d'analyser la situation de la bancarisation dans le cadre de ces tentatives.

### **1. Tentatives de promotion de la bancarisation en Algérie**

Plusieurs actions ont été entreprises par l'Etat afin de renforcer le niveau de la bancarisation, dont les principales sont ; la promotion de la monnaie scripturale et le développement de la bancarisation de masse.

#### **1.1. La promotion de la monnaie scripturale en Algérie**

Les Pouvoirs Publics ont engagé, à partir de 2004, la modernisation de l'infrastructure bancaire pour améliorer la part des moyens scripturaux dans les échanges et les transactions

commerciales et financières tout en respectant les recommandations du comité de la Banque des règlements internationaux (BRI).

En réalité, la mise en place de la monétique remonte au milieu des années 1980, mais son utilisation était très faible, ce qui a conduit les autorités monétaires à créer une société de la monétique (SATIM) en 1995 pour développer, gérer et lancer les produits de la monétique au sein de la population<sup>1</sup>. Le projet de la promotion de la monnaie scripturale se concrétise à partir de 2004 avec la modernisation du système du paiement instantané pour les gros montants et le système de la compensation.

### **1.1.1. Le développement de la monétique**

Le rôle de la monétique est primordial, car elle permet de remplacer progressivement l'utilisation massive de la monnaie fiduciaire par la monnaie scripturale, donc elle favorise le recours aux services bancaires.

En Algérie, le projet de généralisation de la monétique fait partie intégrante de la réforme financière menée par le Ministère des Finances sous l'égide de la Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique (**SATIM**) créée en 1995<sup>2</sup>. Cette société est une filiale de huit banques algériennes à savoir la BADR, BDL, BEA, BNA, CPA, CNEP, CNMA et El Baraka.

En 1997, le premier projet de la monétique s'est soldé par le lancement de la carte interbancaire de retrait pour fournir aux clients porteurs et commerçants une offre de produits et services diversifiés basée sur les nouvelles technologies. Mais, la généralisation de cette carte n'a pas bien marché.

Ensuite, les efforts de la société consistent à lancer la Carte Interbancaire de Paiement (CIP) qui permet à son porteur de régler ses achats et services au niveau des Terminaux de

---

<sup>1</sup> En clair, les missions attribuées à la SATIM consistent à œuvrer au développement et à l'utilisation des moyens de paiements électroniques, mettre en place la gestion de la plate forme technique et organisationnelle assurant une interopérabilité totale entre tous les acteurs du Réseau de Monétique en Algérie, participer à la mise en place des règles interbancaires de gestion des produits monétiques, et enfin accompagner la banque dans la mise en place et le développement des produits monétiques.

<sup>2</sup> Voir le Séminaire de l'Union des Banques Maghrébines (UBM), « système de paiement par carte en Algérie », présenté par BENKRITLY.Nawel. Tunis 2007

Paiement (TPE) installées dans les grands commerces et effectuer des retraits sur tous les distributeurs automatiques connectés au réseau monétique interbancaire.

De son côté, à partir de 2004, Algérie Poste a enregistré quelques avancées par la mise en place d'un réseau électronique (DAB/GAB) au niveau des établissements postaux et la dématérialisation des chèques au profit des cartes magnétiques.

### **1.1.2. La modernisation du système de paiement**

Le système de paiement de gros montants en temps réel et le système de télécompensation sont mis en œuvre depuis l'année 2006, dans le but d'améliorer l'ensemble des services offerts à la clientèle et renforçant la relation banque- banque et banque- client.

#### **1.1.2.1. Système de paiement de gros montants en temps réel (RTGS)**

Le RTGS est un système interbancaire où s'effectuent les paiements de gros montants<sup>1</sup> ou de paiements urgents. Il peut être défini comme un système de règlements interbancaires des ordres de paiement par virements bancaires ou postaux de montants élevés effectués par des participants (adhérents) à ce système<sup>2</sup>. En d'autres termes, le système algérien de règlements bruts en temps réel est un système automatisé des paiements par ordres de virement. Ces ordres de virement sont effectués dans le système un par un et en temps réel<sup>3</sup>.

Les avantages de ce système consistent à relever le niveau de bancarisation dans le sens où il répond à l'amélioration de la qualité des services bancaires fournis à la clientèle.

A titre d'exemple, la mise en place d'un nouveau chèque par les banques commerciales établi par les services de la Banque d'Algérie offre un niveau de sécurité obéissant aux

---

<sup>1</sup> Le seuil minimum ne peut être inférieur à un (1) million DZD

<sup>2</sup> Voir l'article 2 du Règlement du Conseil de la Monnaie et le Crédit (CMC) – octobre 2005

<sup>3</sup> Le système RTGS est un système endogène à la Banque Centrale qui le gère et l'administre pour son compte et dans le cadre de sa mission de banque des banques. Autrement dit, les opérations effectuées avec la Banque Centrale ainsi que les opérations interbancaires sont traitées exclusivement et de manière automatique dans le RTGS. Les principaux participants dans ce système sont les banques commerciales, le Trésor Public Algérie Poste, Algérie Clearing pour les paiements à la Bourse et le Centre de pré compensation interbancaire (CPI) pour les paiements de masse.

standards de sécurité applicables aux valeurs, comme il permet de réhabiliter la confiance des clients pour recourir à cet instrument.

L'amélioration considérable des délais de recouvrement des créances des entreprises, qui optent pour les paiements urgents, contribue à la bonne gestion de leur trésorerie de ces entreprises. Le RTGS répond également à :

- L'optimisation de la gestion de la trésorerie pour chaque banque participante ;
- Une meilleure efficacité dans la conduite de la politique monétaire par la Banque d'Algérie conduisant à une utilisation efficiente des ressources dans l'économie ;
- Une intégration en temps réel du marché monétaire et du marché de change, dans le respect de la réglementation des changes et du contrôle des mouvements des capitaux dans le reste du monde ;
- L'amélioration de l'interaction entre les institutions financières par l'instauration et le développement de l'interbancaire ;
- L'introduction de la notion de Relevé d'Identité Bancaire au niveau de l'identification de la clientèle de la banque dans une optique de standardisation de la reconnaissance mutuelle des clients au niveau des établissements bancaires<sup>1</sup>.

L'entrée en fonctionnement de ce système constitue un socle de la réforme des systèmes de paiement en monnaie nationale et représente un pas énorme d'efficacité des traitements bancaires, qui est suivi du système de télécompensation.

#### **1.1.2.2. Télécompensation : Algérie Télécompensation interbancaire (ATCI)**

La télécompensation<sup>2</sup> repose sur le double principe de la dématérialisation des instruments de paiement et l'automatisation des échanges des données électroniques des opérations<sup>3</sup>. La mise en œuvre de la télécompensation interbancaire en Algérie peut relever le niveau de bancarisation dans le sens où elle vise à :

- La réduction des délais de recouvrement interbancaires ;
- La réhabilitation des moyens de paiements scripturaux classiques (chèques, effets, virements) ;

---

<sup>1</sup> Revue : CNEP News Avril 2006 p.5

<sup>2</sup> La réalisation du système de paiement de masse ATCI a été poursuivie tout au long de l'année 2005 et sa mise en fonctionnement est attendue pour le premier semestre 2006. Voir rapport de la Banque d'Algérie 2005, p.131

<sup>3</sup> La modernisation du circuit de traitement des moyens de paiement de masse représente en Algérie un volet important de la réforme du système de paiement dans son ensemble.

- Le développement de moyens de paiements modernes (prélèvements, opérations par cartes) ;
- La réduction des coûts des échanges interbancaires ;
- L'amélioration de la qualité et de la fiabilité des informations restituées ;
- La sécurisation des échanges interbancaires et leur traitement et la lutte contre les actions frauduleuses.

Il faut préciser que la modernisation du système de paiement en Algérie intervient au moment où les autorités publiques ont instauré un ensemble de lois portant sur la lutte contre le blanchiment d'argent. Dans ce contexte, la mise en place de ces deux systèmes permet de lutter efficacement contre le blanchiment d'argent<sup>1</sup> par la traçabilité qu'ils génèrent.

En plus de développement des paiements scripturaux, d'autres tentatives ont été aussi effectuées par l'Etat en vue d'atteindre la massification des services bancaires et financiers au sein des populations sous bancarisées.

## **1.2. Tentatives de développement de la bancarisation de masse en Algérie**

En théorie, la bancarisation de masse constitue l'un des vecteurs les plus importants qui permettent la massification ou « la consommation de masse » des services financiers par toute la population d'un pays quelque soit le degré de son développement socioéconomique.

En Algérie, plusieurs organismes ont été mis en œuvre par les autorités publiques pour réaliser, non seulement, une meilleure couverture géographique des services bancaires et financiers, mais aussi permettre une inclusion financière pour la population, économiquement et socialement, marginalisée.

---

<sup>1</sup> La lutte contre le blanchiment d'argent est consacrée par la loi n° 05-01 du 06 février 2005 qui oblige les banques et les établissements financiers à adopter des règles de conduite en matière de lutte contre le blanchiment d'argent. Cette loi dispose tout paiement d'un montant supérieur à un seuil fixé par voie réglementaire celui-ci doit être effectué par les moyens de paiement à travers les circuits bancaires et financiers, et ce, avant d'ouvrir un compte ou livret.

### **1.2.1. Mécanismes de la bancarisation de masse en Algérie**

#### **1.2.1.1. Les services financiers postaux**

D'après l'étude de la Banque Mondiale réalisée en 2006, le principal établissement de bancarisation de masse est Algérie Poste, grâce à la densité de son réseau (implantation dans toutes les zones géographiques du pays) et les services financiers qu'elle peut fournir au profit des populations.

En plus du réseau électronique (DAB et GAB), d'autres services sont implantés au niveau des bureaux postaux en Algérie. Il s'agit de :

- La caisse automatique de billets de banque, qui permet d'améliorer d'avantage les prestations fournies au public et alléger la manipulation des fonds aux agents payeurs des guichets<sup>1</sup> ;
- Le service Western Union a été mis en place auprès de certains établissements postaux à compter de l'an 2001. Les bureaux participant à cette prestation bénéficient en totalité de la connexion ADSL (Haut Débit), ce qui améliore la qualité des prestations fournies, entre autre la rapidité de paiement ;
- La télécompensation est une application, qui permet d'effectuer les transactions entre les banques et la Poste au profit des titulaires de comptes bancaires ou de comptes CCP ;
- Les bornes multimédias : il s'agit de stations (visus) installées dans les guichets des bureaux de poste raccordées au réseau Internet pour l'usage des clients de la poste à travers lesquelles, ils peuvent accéder au site d'Algérie Poste ([www.poste.dz](http://www.poste.dz)) pour effectuer des opérations financières ou postales<sup>2</sup>.

En somme, il convient de confirmer que l'Etat a joué un rôle considérable pour améliorer l'environnement réglementaire et promouvoir des nouveaux dispositifs passant notamment par le renforcement des infrastructures technologiques des services financiers de masse en Algérie.

---

<sup>1</sup> Ces caisses sont déployés dans les bureaux importants entrent dans le cadre de l'informatisation et la modernisation des prestations fournies aux citoyens. Elles ont permis de supprimer les déficits accusés, dans le passé, par les agents des guichets de paiement.

<sup>2</sup> Voir le site : [www.poste.dz](http://www.poste.dz)

Cependant, la problématique de la répartition des services financiers au niveau national continue à être posée. En effet, la superficie du territoire et la forte croissance démographique entravent la massification de ces services dans la population.

En plus de ces engagements, la volonté politique à améliorer la consommation de masse des services financiers se concrétise par la mise en place d'organismes et d'institutions permettant de multiplier l'offre des services financiers sous diverses dimensions. Il s'agit, dans ce cas, des dispositifs de soutien à la microfinance (CNAC, ANSEJ, ANGEM et les ONG), les mutualités agricoles et la finance islamique.

### **1.2.1.2. La notion de « micro finance » en Algérie**

En Algérie, la microfinance n'est pas très développée. Elle est liée généralement aux dispositifs publics d'aide à la création de micro projets, la lutte contre le chômage<sup>1</sup> et surtout le soutien au développement économique. Les spécificités de ces dispositifs reposent sur les montants de financement et les catégories de clients cibles.

#### **A. L'agence nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM)**

L'Agence Nationale de Gestion de Microcrédit est établie en 2002, ses activités ont débuté au cours du mois d'octobre 2004. Son objectif consiste à favoriser l'auto emploi, le travail à domicile et les activités artisanales dans les zones urbaines et rurales, encourager l'émergence d'activités économiques et culturelles de production de biens et services génératrices de revenus et développer l'esprit d'entrepreneuriat dans un souci d'intégration économique et sociale<sup>2</sup>.

Le domaine d'activité de l'ANGEM comprend la microfinance, la coordination, la mise en place de partenariats institutionnels et bancaires, l'information, le conseil et l'accompagnement et le suivi des activités réalisées.

---

<sup>1</sup> Rapport effectué par la mission conjointe du ministère des finances du CGAP et de l'AFD sous le haut patronage, Ministre délégué chargé de la réforme financière, : « Bancarisation de masse en Algérie, opportunités et défis » juin 2006, p.8

<sup>2</sup> <http://www.angem.org.dz>

Le prêt de l'ANGEM est un prêt individuel de petit volume destiné aux projets dont le coût varie entre 50 000 DA et 400 000 DA remboursables sur une période de douze (12) mois à soixante (60) mois. Il est destiné à l'acquisition de petits matériels et matières premières de démarrage.

### **B. Agence Nationale pour le Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)**

L'ANSEJ est une institution publique créée en 1996 chargée du soutien et de l'accompagnement des jeunes chômeurs porteurs de projets de création d'entreprise. A travers les étapes de création et d'extension de son entreprise, le jeune promoteur peut bénéficier de :

- L'assistance à titre gracieux (accueil –information –accompagnement - formation) ;
- Avantages fiscaux (franchise à la réalisation et exonérations à l'exploitation) ;
- Aides financières (Prêt Non Rémunéré – bonification partielle des intérêts bancaires)<sup>1</sup>.

L'ANSEJ cible, généralement, les jeunes chômeurs âgés entre 19 et 35 ans ayant une qualification professionnelle en relation avec l'activité envisagée. Quant au financement, le promoteur doit mobiliser un apport personnel (5 %) pour le financement du projet, le reste est financé par la banque (70%) et l'ANSEJ (25%) sous forme de prêt sans intérêt<sup>2</sup>.

### **A.3. Caisse nationale d'allocation chômage (CNAC)**

La CNAC est une institution publique de sécurité sociale, créée en 1994, qui a pour vocation d'atténuer ou amortir les effets sociaux consécutifs aux licenciements massifs de travailleurs salariés du secteur économique décidés en application du plan d'ajustement structurel (PAS)<sup>3</sup>. Les principales missions confiées à la CNAC sont :

---

<sup>1</sup> Bulletin bimestriel édité par l'ANSEJ, Novembre 2006. Voir les site : <http://www.ansej.org.dz>

<sup>2</sup> En clair, l'ANSEJ a pour missions, en relation avec les institutions et organismes concernés, de soutenir, de conseiller et d'accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement, de gérer, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur, les dotations du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt, dans la limite des enveloppes mises à sa disposition par le ministre chargé de l'emploi.

<sup>3</sup> La plus grande partie des entrées à l'assurance chômage s'étant produite entre 1996 et 1999, période de mise en œuvre intensive des mesures prévues par le PAS, une tendance à la baisse des effectifs des chômeurs inscrits à la CNAC s'est amorcée depuis.

- L'indemnisation du chômage : à partir de 1994, la CNAC a mis en application le régime juridique d'indemnisation du chômage au profit des travailleurs salariés ayant perdu involontairement leur emploi pour des motifs économiques<sup>1</sup> ;
- Les mesures actives : à partir de 1998 et jusqu'à 2004, la CNAC a mis en œuvre, les mesures actives destinées à la réinsertion des chômeurs allocataires que sont à l'aide à la recherche d'emploi et à l'aide au travail indépendant par un personnel spécialement recruté et formé, les conseillers animateurs, et dans des centres dotés d'infrastructures et d'équipements également destinés à cette fin<sup>2</sup>.

Dans le cadre du Plan de Soutien à la Croissance Economique (PSCE) et de l'application du programme du Président de la République, la CNAC s'est consacrée, à partir de 2004, en priorité à la mise en œuvre du dispositif de soutien à la création d'activité par les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans<sup>3</sup> pour des montants d'investissement pouvant atteindre cinq millions de dinars.

En plus de ces dispositifs, l'Organisation Non Gouvernementale (ONG) constitue un levier non négligeable dans le financement des catégories de personnes, qui se trouvent hors circuit bancaire.

Dans ce domaine, la Touiza, qui est la seule structure connue par la société civile, a mis en place un programme de financement des très petites entreprises comportant un volet d'accompagnement des petits projets.

---

<sup>1</sup> Premier métier de la CNAC dès sa création, l'indemnisation du chômage, a effectivement bénéficié à la fin 2006, à 189 830 chômeurs allocataires sur un total de 201 505 travailleurs licenciés dont les dossiers d'inscription ont été réceptionnés.

Parmi les 189 830 allocataires pris en charge, 176.769 – soit 94% du total des allocataires admis - ont épuisé leurs droits à la fin 2006.

<sup>2</sup> Les réalisations enregistrées sont :

- 11.583 chômeurs ont été formés par les conseillers animateurs aux techniques de recherche d'emploi.
- 2.311 chômeurs ont été accompagnés dans la création de leur micro entreprise.
- 12.780 chômeurs ont suivi, à partir de 1998, des formations destinées à leur permettre d'acquérir de nouvelles qualifications en vue d'accroître leurs chances de réinsertion dans la vie professionnelle.

<sup>3</sup> - Loi des Finances Complémentaires Art. 106 relatives aux mesures d'encouragement et d'appui à la promotion de l'emploi. (Jo n°44 du 26 Juillet 2009)

En Algérie, le mouvement Touiza est né en 1989. Elle est organisée en quatre pôles d'activités à savoir la Touiza animation jeunesse, Touiza développement, formation et étude. Le pôle Touiza développement consiste à accompagner des porteurs de projets par l'octroi des microcrédits avec un montant maximal de 350 000 dinars.

Enfin, cette organisation s'adresse également à une catégorie de la population pouvant être des commerçants, des artisans et agriculteurs, capables d'apporter 30% d'apport personnel et de bénéficier d'une caution pour le crédit octroyé par la Touiza.

Il convient de dire que malgré l'absence d'un cadre juridique de la microfinance<sup>1</sup> en Algérie, la mise en œuvre des dispositifs de soutien des petits projets contribue au développement des services financiers de masse dans la mesure où ils interviennent dans des créneaux différents avec des montants de crédits limités.

### **1.2.2. Le réseau mutualiste et la finance islamique**

Les réseaux financiers mutualistes et la finance islamique peuvent contribuer à la massification des services financiers grâce aux spécificités de produits qu'ils proposent à la clientèle.

#### **1.2.2.1. Le réseau mutualiste**

La Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA) a été autorisée depuis 1995 à effectuer des opérations de banque<sup>2</sup>, elle est devenue en 2006 une banque sous forme de SPA (CNMA banque).

La CNMA est un réseau financier mutualiste assurant les services bancaires à une clientèle populaire qui est généralement rurale ou paysanne<sup>3</sup>. Elle assure les activités d'assurance (elle est le leader sur le marché des assurances agricoles), la location-vente (leasing) en matière agricole avec sa filiale la SALEM (machines agricoles, unités d'assainissement de produits agricoles,...) et les activités bancaires en matière de crédit.

---

<sup>1</sup> La réglementation bancaire en Algérie n'autorise que les banques et les établissements financiers à financer les activités économiques.

<sup>2</sup> La CNMA devient à partir de Janvier 2010 un établissement financier. Et ce, en raison de son incapacité d'augmenter son capital minimum à dix milliards de dinars.

<sup>3</sup> Voir le site : [www.cnma.dz](http://www.cnma.dz)

La Mutualité agricole est composée de 62 caisses régionales (CRMA) et 40 caisses mutuelles de proximité (CMP) situées dans les zones très défavorisées pour permettre à la à cette caisse de développer un véritable réseau financier mutualiste de proximité au service de la clientèle. Cependant, cette mutualité connaît d'énormes difficultés financières.

### **1.2.2.2. La finance islamique**

La finance islamique pourrait jouer un rôle important dans le processus de bancarisation parce qu'elle pallie les insuffisances éthiques décriées par une frange de population au niveau du secteur bancaire classique<sup>1</sup>.

En Algérie, El Baraka Bank, installée depuis 1991, s'est lancée dans la microfinance islamique en 2008 en partenariat avec le FIDES (Financial Development Systems), société de droit suisse d'assistance et de conseil en matière de développement des systèmes de financement de micro activités inéligibles aux concours bancaires classiques. Ce partenariat a un double avantage :

- Développer davantage la variante islamique de cette branche, qui connaît un essor au niveau mondiale ;
- La consécration d'une valeur fondamentale du banking islamique en contribuant au développement économique et social des personnes défavorisées.

Le Directeur Central de la banque El Baraka, a relevé, dans un Forum sur la microfinance en Algérie<sup>2</sup>, que le nombre de projets proposés au financement durant les exercices 2008-2009 est de l'ordre de 100 à 500 projets pour des montants de dix (10) millions et de soixante (60) millions de dinars respectivement. Il envisage d'élargir les activités des petites entreprises pour un chiffre d'affaires annuel inférieur à 15 millions de dinars. Ces financements sont garantis par des cautions de groupe, le gage et le nantissement du matériel. Il est à noter que l'apport de la finance islamique dans la bancarisation de masse réside essentiellement dans la proposition des services financiers conformes à la *charia* islamique.

Avant de terminer, il convient de signaler que la bancarisation de masse en Algérie a enregistré un développement remarquable en terme de densité des services financiers postaux,

---

<sup>1</sup> Voir le séminaire du Maroc « Marrakech » portant sur « le défi de la bancarisation » Mai 2009.

<sup>2</sup> Voir l'article du journal El Moudjahid du 19 octobre 2009, p.16 et 17.

la mise en place de dispositifs publics de soutien à l'emploi et de microcrédit (ANSEJ, CNAC et l'ANGEM), l'extension des réseaux mutualistes et les produits de la finance islamique.

Cependant, pour élargir davantage la bancarisation de masse, le rapport de la Banque Mondiale (2006) relève la nécessité d'aménager certaines dispositions règlementaires liées au crédit, à savoir la législation anti-blanchiment d'argent, les normes prudentielles et comptables et la fiscalité.

En définitive, trois principales remarques sont à mettre en évidence :

- Le projet de développement des moyens de paiement leur modernisation constituent l'un des plus vastes programmes de la réforme du secteur bancaire algérien, qui permet d'améliorer le niveau de la bancarisation de l'économie ;
- L'extension de la bancarisation par la promotion des services financiers de masse est une action primordiale engagée par l'Etat algérien pour drainer les fortes ressources monétaires inexploitées vers les circuits « officiels » et réaliser le facteur de proximité aux populations non bancarisées.
- Enfin, la mise en œuvre de la nouvelle technologie de communication et de l'information (NTIC) et la téléphonie mobile offrent une multitude de possibilités pour le développement des services de transfert de fonds.

## **2. L'état de la bancarisation (en chiffres) durant la période 2004-2008**

L'objet de ce point est d'essayer d'analyser la situation de bancarisation dans le cadre de modernisation de l'infrastructure bancaire et le développement des services de masse, et ce grâce aux indicateurs comme la densité démographique du réseau bancaire ; le taux de bancarisation par les effectifs de banques ; la part des crédits dans le Produit Intérieur Brut ; le taux de pénétration des services bancaires par le nombre de comptes ouverts et par la monétique.

### **2.1. Mesure du niveau de la bancarisation sous l'angle de la densité du réseau bancaire**

La densité bancaire a, certes, connu un développement appréciable durant ces dernières années, mais la couverture démographique demeure insuffisante. D'ailleurs, la répartition

spatiale du réseau d'agences bancaires au niveau national affiche une inégalité dans la distribution entre trois régions du pays, le Nord, les hauts plateaux et le Sud.

Avant de procéder à la l'analyse de la densité bancaire, il paraît important de présenter l'évolution de la composition du système bancaire algérien entre 2000 et 2008.

### 2.1.1. Composition du système bancaire durant la période 2004-2008

Le tableau ci après montre que le secteur bancaire est composé de six banques publiques<sup>1</sup> dont une caisse d'épargne transformée en banque (CNEP-banque), des banques et établissements financiers privées dont les banques à capitaux mixtes (El baraka Bank), la Banque Algérienne de Développement (BAD) est en cours de restructuration<sup>2</sup> et les établissements financiers publics se composent de la mutuelle (CNMA), la Société de refinancement hypothécaire (SRH), la FINALEP.

**Tableau 9 : Evolution du nombre des banques et établissements financiers en Algérie**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Banques publiques	6	6	6	6	6
Etablissements financiers publics	2	1	2	2	2
Banques privées	15	12	11	12	14
Etablissements financiers privés	2	1	1	1	1
La BAD	1	1	1	1	1
Société de leasing publique	1	1	1	1	1
Société de leasing privée	1	1	2	2	1
Mutualité	1	1	1	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>

Données collectées à partir des rapports de la Banque d'Algérie 2004-2008 sur « l'évolution économique et monétaire ».

<sup>1</sup> Le processus de la privatisation des banques publiques (le CPA et la BDL) a été gelé à cause des conséquences de la crise financière internationale.

<sup>2</sup> Rapport de la Banque d'Algérie 2008, p.93.

Il importe de rappeler que la période 2002- 2005 s'est caractérisée par la mise en liquidation des banques privées à capitaux nationaux du système bancaire telles que Khalifa Bank, la BCIA et la CAB à cause des problèmes rencontrés qui ont engendré des pertes aux clients et celle de Mouna Bank, Al Rayan Bank, Arco Bank, Algerian International Bank et la BGM qui n'ont pas pu augmenter le capital imposé par le règlement.<sup>1</sup>

Nous constatons que le nombre d'institutions bancaires s'accroît d'une année à l'autre, car le gouvernement algérien ainsi que le Conseil de la monnaie et le crédit (CMC) continue à autoriser l'installation des succursales et bureaux de représentation étrangers sur le territoire national (Société générale, BNP Paribas, Trust Bank, Gulf Bank ...).

### **2.1.2. Répartition spatiale du réseau bancaire en Algérie à la fin 2009**

Pour démontrer l'inégalité de la répartition du réseau bancaire sur le territoire national, nous allons présenter une analyse comparative entre les régions du Nord, des hauts plateaux et la région du Sud.

---

<sup>1</sup> Le règlement 04-01 du 04 Mars 2004 relatif au capital minimum des banques et établissements financiers exerçant en Algérie mis en application à partir l'Ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit, ce texte réglementaire impose aux banques un capital minimum de 2,5 milliards de DA.

**Tableau 10 : Répartition du réseau d'agences de banques publiques et privées sur le territoire national à fin 2009**

Régions	BNA	BADR	CPA	BEA	BDL	CNEP banque	Société Gle	BNP Paribas	El Barak a
<b>Régions du Nord</b>									
Centre	94	102	61	31	57	56	37	39	06
Nord Ouest	36	54	32	17	22	47	10	07	02
Nord Est	28	43	19	13	21	26	02	01	04
<b>Total des agences régions Nord</b>	<b>158</b>	<b>199</b>	<b>132</b>	<b>31</b>	<b>100</b>	<b>129</b>	<b>49</b>	<b>47</b>	<b>12</b>
<b>Régions des hauts plateaux</b>									
	08	12	04	02	09	10	-	-	-
L'Ouest	08	14	04	06	04	06	-	-	-
le Centre	16	44	16	07	22	25	03	01	03
L'Est									
<b>Total des agences régions des hauts plateaux</b>	<b>32</b>	<b>70</b>	<b>24</b>	<b>15</b>	<b>35</b>	<b>41</b>	<b>03</b>	<b>01</b>	<b>03</b>
<b>Régions du Sud</b>									
Sud Ouest	07	10	02	01	05	05	-	-	-
Sud Est	12	13	07	08	08	10	-	01	02
Hoggar-Tassili	07	07	-	02	02	01	-	-	-
<b>Total des agences des régions du Sud</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>09</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>01</b>	<b>02</b>
<b>TOTAL DES AGENCES DES BANQUES PUBLIQUES</b>	<b>216</b>	<b>299</b>	<b>165</b>	<b>57</b>	<b>150</b>	<b>186</b>	<b>52</b>	<b>49</b>	<b>17</b>

Source : Construction personnelle à partir des données collectées des banques publiques et privées fin 2009.

N.B : Les autres banques et établissements financiers privés qui ne figurent pas sur le tableau se sont installés sous formes de bureaux de liaison dans la wilaya d'Alger et quelques wilayas du Nord.

A partir des du tableau plus haut, plusieurs constatations sont à relever:

Dans la région du Nord :

- Le réseau bancaire est mieux concentré au Centre du pays. En chiffre, le Centre dispose de 401 agences de banques publiques réparties par dix (10) wilayas, soit 40,1 agence par wilaya. Par contre, les agences de banques privées, sans tenir compte les bureaux de liaison ainsi que les guichets installés seulement sur Alger, le Centre occupe également « la part du lion » avec 108 agences pour ces dix wilayas, soit 10,8 agences par wilaya. **Le total est de 50,9 agences par wilaya.**
- Le Nord-Ouest occupe la deuxième position avec 208 agences de banques publiques réparties par sept (07) wilayas, soit 29,71 agences par wilaya, tandis que le réseau d'agences de banques privées (seulement pour celles figurant sur le tableau plus haut) occupe une part moins importante avec dix neuf (19) agences, soit 2,71 agences par wilaya. **Le total est de 32,42 agences par wilaya.**
- Le Nord-Est occupe la troisième position dans la région avec 150 agences bancaires de banques publiques, soit 18,7 agences par wilaya. La répartition des agences de banques privées est faible, avec neuf (09) agences pour huit (08) wilayas, soit 1,12 agences par wilaya. **Le total est 19,87 agences par wilaya.**

Les régions des hauts plateaux

- Dans les régions des hauts plateaux, le réseau bancaire est moins dense par rapport aux wilayas du Nord. Du côté de l'Est, les wilayas, en terme de guichets bancaires, sont les plus bancarisés avec 130 agences bancaires de banques publiques réparties, soit 21,67 agences par wilaya et sept (07) agences de banques privées qui sont implantées sur sept (07) wilayas, soit 1,16 agences par wilaya. **Le total est 22,83 agences par wilaya.**
- Les wilayas du Centre occupent la deuxième position avec 41 agences de banques publiques réparties par trois (03) wilayas, soit 13,66 agences par wilaya. Mais, aucune agence privée n'y est implantée.
- Les wilayas de l'Ouest sont les denses dans la région avec 45 agences bancaires de banques publiques réparties pour cinq (05) wilayas, soit neuf (09) agences par wilaya et aucune agence privée n'y est implantée.

Les régions du Sud :

- Le Sud Est occupe la première position de la région avec ses 58 agences de banques publiques réparties sur quatre (04) wilayas, soit 14,5 agences par wilaya, tandis que le réseau de banques privées est faible avec seulement 03 agences, soit 0,75 par wilaya. **Le total est de 15,25 agences par wilaya.**
- Le Sud Ouest occupe la seconde position avec 30 agences de banques publiques réparties par trois wilayas, soit 10 agences bancaires par wilaya, tandis que le réseau de banques privées est absent.
- Enfin, les wilayas du Hoggar et Tassili sont les moins bancarisées dans la région du Sud avec 19 agences de banques publiques réparties sur deux wilayas, soit 9,5 agences par wilaya. Il est à noter que ces wilayas ne disposent d'aucune agence bancaire privée.

Au total, à partir la lecture du tableau 10, deux remarques s'imposent :

- Les banques publiques disposent, pour des raisons historiques, des réseaux d'agences importants et répartis sur tout le territoire national.

- Le réseau de banques privées, en phase de développement, demeure limité dans les grandes villes du pays.

Enfin, l'inégalité n'encourage pas la proximité des banques avec la population, ce qui réduit l'accès aux services bancaires au sein de ces populations.

### 2.1.3. La densité du réseau bancaire par habitant

**Tableau 11 : Evolution du taux de densité bancaire en Algérie entre 2004-2008**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre d'agences					
<b>Banques publiques</b>	1063*	1097*	1126*	1093*	1057
<b>Banques et établissements privés</b>	120	130	152	194	244
<b>TOTAL</b>	<b>1183</b>	<b>1227</b>	<b>1278</b>	<b>1336</b>	<b>1301**</b>
<b>Guichet par habitant</b>	<b>27400</b>	<b>28600</b>	<b>26200</b>	<b>25700</b>	<b>26400</b>
<b>Guichet par population active</b>	<b>8300</b>	<b>8100</b>	<b>7900</b>	<b>7870</b>	<b>7800</b>

Données collectées à partir les rapports annuels de la Banque d'Algérie 2004-2008

\* : agences et succursales / \*\* : sans succursales

Si l'on se réfère à la norme citée par le Ministre des finances algérien Karim DJOUDI estimée à un guichet bancaire pour 5000 habitant, nous pouvons confirmer que le niveau de la bancarisation, sous l'angle de densité bancaire est loin d'être satisfait.

Mais, lorsqu'on se réfère à la population active, l'évolution de la densité bancaire se confirme, soit un guichet pour 7800 personnes en âge de travailler en 2008 contre 8300 personnes en 2004.

## 2.2. Le taux de bancarisation par le nombre d'effectifs des banques et établissements financiers

Le tableau et le schéma ci-dessous permettent de constater :

- Une croissance annuelle et continue des employés du secteur bancaire. En effet, entre 2004 et 2008, le nombre passe de 33 121 employés en 2004 à 33 384 employés en fin 2008.

- Le second indique que le taux de bancarisation par le biais des effectifs varie entre 0,33 et 0,3%, ce qui est insuffisant. Une situation qui signifie que malgré les sureffectifs remarqués au niveau des agences, soit avec 27 employés par agence<sup>1</sup>, la population active n'est pas

<sup>1</sup> Selon l'Etude de l'Union des banques maghrébines (UBM), « la bancarisation au Maghreb », l'Algérie est qui représente un effectif important au niveau des banques, soit la moyenne de 27 employés. Par contre, dans les

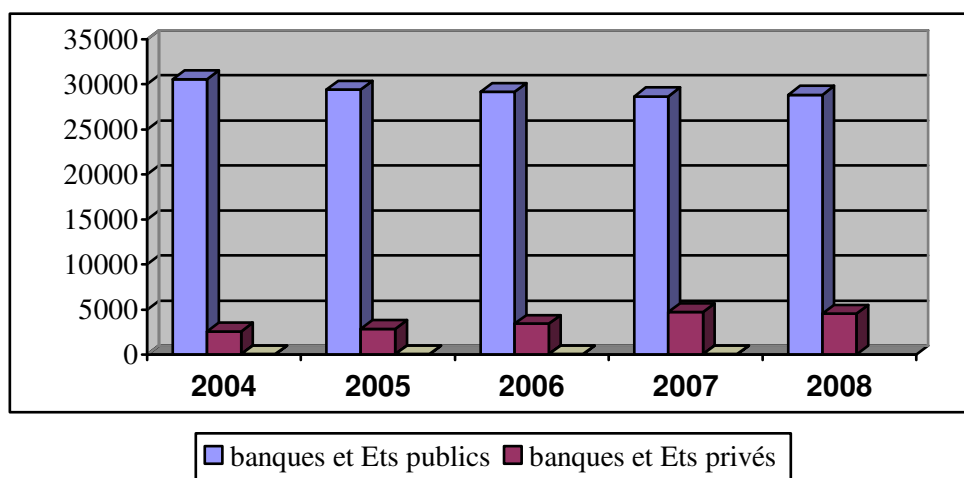
suffisamment insérée dans le domaine bancaire. Il est à noter que les banques publiques, en raison de leur taille et densité, occupent une part très élevée en la matière.

**Tableau 12 : Evolution du nombre d'effectifs et le taux de bancarisation**

	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre d'effectifs					
Des banques et établissements financiers publics	30 558	29 385	29 162	28 645	28 844
Des banques et établissements privés	2 563	2840	3415	4727	4540
<b>Total</b>	<b>33 121</b>	<b>32 130</b>	<b>32 577</b>	<b>33 372</b>	<b>33 384</b>
Population active <sup>1</sup> (en milliers)	<b>9 780</b>	<b>10 027</b>	<b>10 267</b>	<b>10 514</b>	<b>10 810</b>
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>0,33</b>	<b>0,32</b>	<b>0,31</b>	<b>0,31</b>	<b>0,30</b>

Données recueillies par les rapports annuels de la Banque d'Algérie entre 2004 et 2008.

**Graphique 09 : Evolution des effectifs dans le secteur bancaire algérien**



Source : Etabli sur la base des statistiques de la Banque d'Algérie 2004-2008

autres pays du Maghreb, les moyennes enregistrées sont 16 en Tunisie, 11 au Maroc, 22 en Maurétanie et 24 en Libye.

<sup>1</sup> Voir l'Office National des Statistiques (ONS) 2008

### 2.3. Mesure du niveau de la bancarisation sous l'angle de l'intermédiation bancaire entre 2004-2008

Nous nous intéressons, dans ce point, à l'évaluation de l'intermédiation bancaire en matière de collecte de ressources et de distribution des crédits durant la cette période.

#### 2.3.1. L'activité de collecte de ressources

Sur la base des données chiffrées ci après sur l'évolution des dépôts de banques, nous tenterons d'apprécier la part du secteur bancaire (privé et public) dans la mobilisation des ressources des agents économiques.

**Tableau 13: Evolution de la collecte de ressources entre 2004-2008 (en milliards DA et en %)**

	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Dépôts à vue</b>	<b>1127,9</b>	<b>1224,4</b>	<b>1750,4</b>	<b>2560,8</b>	<b>2945,9</b>
- banques publiques	1019,9	1108,3	1597,5	2369,7	2705,1
- banques privées	108,0	116,1	152,9	191,1	241,8
<b>Dépôts à terme</b>	<b>1 577,5</b>	<b>1 632,9</b>	<b>1 649,8</b>	<b>1 761,0</b>	<b>1 991,0</b>
Banques publiques	1 509,56 (201,8)	1 575,3 (209,1)	1 584,5 (210,3)	1 671,5 (207,1)	1 870,3 (224,3)
Dont dépôts en dev.					
Banques privées	67,9	57,6	65,3	89,5	120,7
Dont dépôts en dev.	(17,0)	(16,9)	(25,0)	(22,4)	(26,9)
<b>Dépôts préalables à l'import</b>	<b>98,8</b>	<b>103,3</b>	<b>116,3</b>	<b>195,5</b>	<b>223,9</b>
Banques publiques dont : dép. en devises	79,9 (0,6)	79,0 (1,6)	85,6 (1,0)	162,9 (0,8)	185,1 (2,1)
Banques privées dont : dép. en devises	18,9 (2,5)	24,3 (4,1)	30,7 (4,5)	32,6 (3,6)	38,8 (4,4)
<b>Total de ressources collectées</b>	<b>2 705,4</b>	<b>2 960,6</b>	<b>3 516,5</b>	<b>4 517,3</b>	<b>5 161,8</b>
Part des banques publiques	93,5 %	93,3 %	92,9 %	93,1 %	92,2 %
Part des banques privées	6,5 %	6,7%	7,1%	6,9%	7,8%

Données collectées à partir des rapports annuels de la Banque d'Algérie 2004-2008 sur « l'évolution économique et monétaire ».

Dans un contexte de poursuite de l'amélioration de la liquidité bancaire, l'activité collecte des ressources des banques a été marquée par l'augmentation remarquable des ressources collectées. En effet, les dépôts (y compris les dépôts préalables à l'importation) représentent 5161,8 milliards de dinars en 2008 contre 4517,3 milliards de dinars en 2007, contre 2705,4 milliards de dinars en 2004, soit 14,3 % en 2008 contre 28,5 % en 2007 et 18,8 % en 2006 (hors dépôts préalables à l'importation).

Nous observons une l'augmentation plus importante des dépôts à vue par rapport aux dépôts à terme. En effet, la croissance des dépôts à vue a atteint 15,1 % en 2008 contre 46,3 % en 2007 et 43 % en 2006, alors que le taux de croissance des dépôts à terme est passée de 1 % en 2006 à 6,7 % en 2007 et 13,1 % en 2008.

Quant aux dépôts en devises, ceux-ci ont connu une hausse de 10,2% en 2008, après une légère baisse de 2,9% en 2007 et une croissance et une croissance de 3,9 % en 2006.

Enfin, le tableau nous permet d'observer également le rôle prépondérant des banques publiques dans la collecte des ressources, soit 92,2% des ressources collectées en 2008 contre 93,1% en 2007 et 93,45% en 2004.

Trois facteurs expliquent cette situation : l'ancienneté et la taille des banques publiques, l'extension du réseau d'agences et la confiance des agents économiques à l'égard des banques publiques.

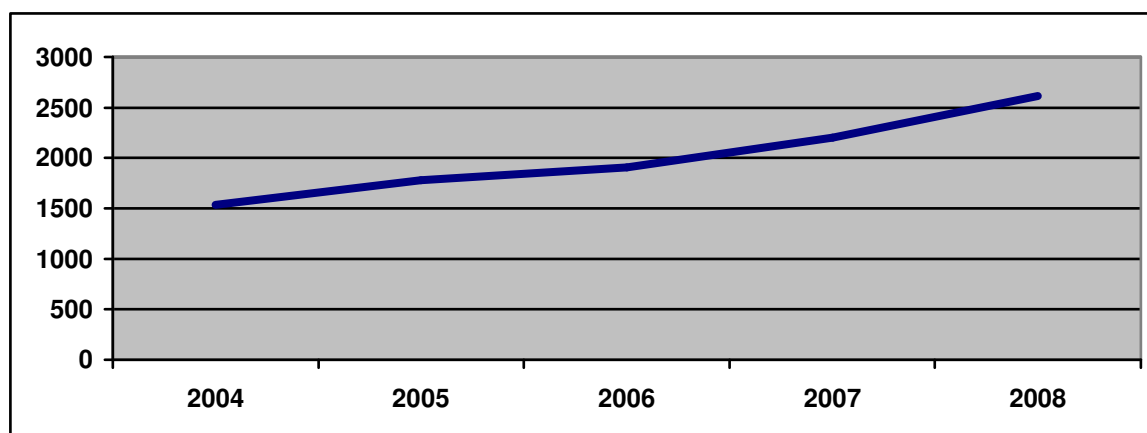
### **2.3.2. La part des banques dans les crédits à l'économie**

Le tableau ci-dessous montre l'évolution de l'activité de crédit à l'économie des banques, y compris la CNEP banque, (après déduction des créances non performantes rachetées par le Trésor public).

**Tableau 14 : Evolution des crédits à l'économie 2004-2008 (En milliards de DA et en %)**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Crédits</b>					
<b>Crédits au secteur public</b>	<b>859,7</b>	<b>882,5</b>	<b>848,4</b>	<b>989,3</b>	<b>1 202,2</b>
<b>Banques publiques</b>	<b>857,0</b>	<b>881,6</b>	<b>847,3</b>	<b>987,3</b>	<b>1 200,3</b>
- Crédits directs	849,7	811,3	751,7	900,1	1 112,2
- Achat d'obligations	7,3	70,3	95,6	87,2	88,1
<b>Banques privées</b>	<b>2,7</b>	<b>0,9</b>	<b>1,1</b>	<b>2,0</b>	<b>1,9</b>
<b>Crédits au secteur privé</b>	<b>674,7</b>	<b>896,4</b>	<b>1 055,7</b>	<b>1 214,4</b>	<b>1 411,9</b>
<b>- Banques publiques</b>	<b>568,6</b>	<b>765,3</b>	<b>879,2</b>	<b>964,0</b>	<b>1 086,7</b>
- Crédits directs	568,6	765,3	874,7	959,6	1 081,7
- Achat d'obligations	-	-	4,5	4,4	5,0
<b>Banques privées</b>	<b>106,1</b>	<b>131,1</b>	<b>176,5</b>	<b>250,4</b>	<b>325,2</b>
- Crédits directs	106,1	131,1	176,4	250,3	325,1
- Achat d'obligations	-	-	0,1	0,1	0,1
<b>Total des crédits distribués nets de crédits rachetés</b>	<b>1 534,4</b>	<b>1 778,9</b>	<b>1904,1</b>	<b>2 203,7</b>	<b>2 614,1</b>
La part des banques publiques	92,9 %	92,6%	90,7%	88,5%	87,7%
La part des banques privées	7,1 %	7,4%	9,3%	11 ,5%	12,5%

Données collectées à partir des rapports annuels de la Banque d'Algérie 2004-2008 sur « l'évolution économique et monétaire »

**Graphique 10 : Evolution des crédits à l'économie entre la période 2004-2008**

Source : Etabli par nous même sur la base des données du tableau 14

L'activité de crédit à l'économie des banques, y compris la CNEP banque, a évolué comme suit :

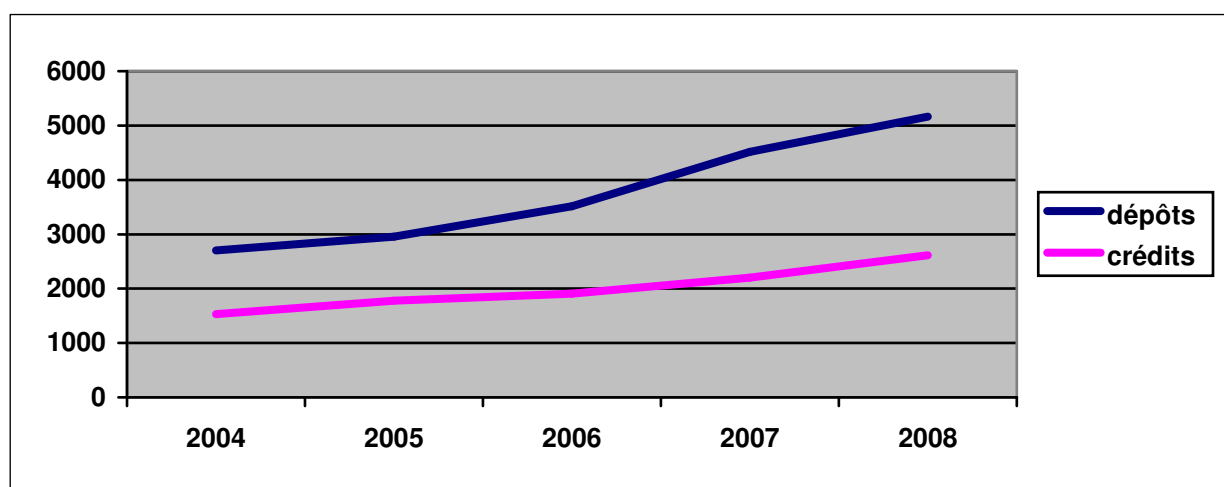
L'encours des crédits des banques, y compris le rachat de créances non performantes par le Trésor, est passé de 1 534,4 milliards de dinars à la fin 2004 à 1 778,9 milliards de dinars à fin 2005 à 2 614,1 milliards de dinars à la fin 2008.

Ainsi, le total des crédits des banques, hors le rachat de créances non performantes par le Trésor en 2005-2007 (94,8 milliards de dinars), comme le montre le tableau est passé de 2298,6 milliards de dinars à fin 2007 à 2708,9 à fin 2008 correspondant à un accroissement de 17,8 % contre 15,2 % en 2007.

La part des crédits au secteur privé (ménages et entreprises privées) dans l'encours total des crédits distribués par les banques a évolué d'une façon appréciable, il est passée de 674,7 milliards de dinars en 2004 à 1411,9 milliards de dinars en 2008, tandis que le secteur public a bénéficié des montants de crédits passant de 859,7 milliards de dinars en 2004 à 1202,2 milliards en 2008.

Il est à noter que dans le total des crédits distribués, la part des banques privées est en progression. Elle porte sur le financement des entreprises privées et ménages. Toutefois, les banques publiques continuent à assurer la presque totalité de financement du secteur public.

**Graphique 11 : Evolution de l'intermédiation bancaire entre 2004 et 2008**



Source : Etabli par nous même sur la base des données des tableaux 13 et 14

### 2.3.4. La part du secteur bancaire dans les crédits à l'économie par rapport au PIB

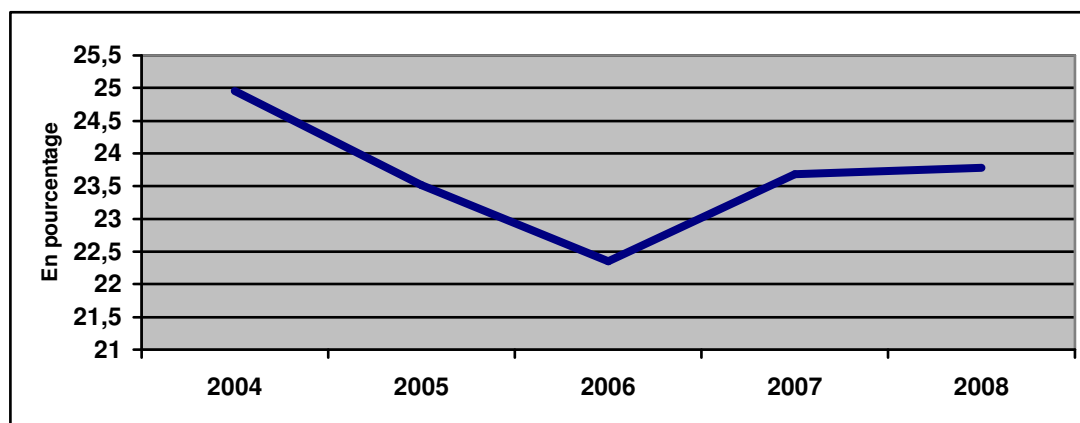
En tant qu'indicateur de la bancarisation, la part du secteur bancaire dans les crédits à l'économie se présente comme suit :

**Tableau 15 : Evolution des crédits à l'économie/PIB (En milliards DA et en%) :**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Crédits	1 534,4	1 778,9	1904,1	2 203,7	2 614,1
PIB	6150,4	7 563,6	8 520,6	9 306,2	10 993,8
Crédits à l'économie/PIB	24,95	23,52	22,35	23,68	23,78

Source : Données collectées à partir des rapports annuels de la Banque d'Algérie 2004-2008 sur « l'évolution économique et monétaire »

**Graphique 12 : Evolution du ratio crédits/PIB**



Source : Etabli par nous même sur la base du tableau 15

Le tableau et le graphique ci-dessus montrent que la part du secteur bancaire dans les crédits représente en moyenne 23,8% du PIB entre 2004 et 2008. Ce ratio signifie que le rôle des banques dans l'économie est influencé par des contraintes de financement informel, la création d'un marché financier, dont la capitalisation boursière est marginale avec (-0,25% du PIB) et les financements par le budget et les autres établissements financiers spécialisés. A ces facteurs s'ajoutent les taux d'intérêt pratiqués, qui demeurent, malgré leur baisse successive durant les années 90, très élevée<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Aujourd'hui, les taux d'intérêt varient entre 6 et 8%. Par contre, ceux pratiqués durant les années 90 varient entre 17 à 22%.

En définitive, nous pouvons dire qu'en dépit des surliquidités bancaires, l'accès aux crédits bancaires demeure contraignant pour les agents économiques (entreprises et ménages). Une situation, qui s'explique par deux principaux éléments<sup>1</sup> :

- La soumission ou la dépendance des banques publiques aux facteurs réglementaires et institutionnels de l'Etat ;
- La pénalisation de l'acte de gestion dans les banques publiques, ce qui entraîne la réticence de celles-ci en matière d'accompagnement des projets et le soutien aux PME et PMI.

#### **2.4. Le taux de pénétration des services bancaires au sein de la population**

Selon les statistiques de la Banque d'Algérie, le niveau de la bancarisation, sous l'angle du nombre de comptes ouverts par les banques à la clientèle des déposants (dinars et devises) s'est nettement amélioré entre 2006 et 2008. En effet, ce taux représente 1,7 compte par personne en âge de travailler en 2008, contre 1 compte en 2007 et 0,98 compte par personne en âge de travailler en 2006.

#### **2.5. La pénétration de la monétique en Algérie**

Le réseau électronique a enregistré quelques progrès tant au niveau des agences bancaires qu'au niveau des établissements postaux.

Le tableau 16 montre 1100 DAB/GAB sont installés au niveau des agences bancaires et postales et 1200 TPE sont installés auprès de commerçants (pharmacies, petites et grandes surfaces de distribution de produits agroalimentaires, les services publics tels les eaux, l'électricité, les télécommunications, les assurances, les hôtels et restaurants ainsi que les autres services).

Par rapport à la population, la densité démographique du réseau est évaluée à un DAB/GAB pour 30 910 habitants et un TPE pour 28 333 habitants, soit la moyenne d'un réseau électronique pour 29 622 habitants.

---

<sup>1</sup> Ces deux éléments seront étudiés dans le quatrième chapitre, comme contraintes de développement de la bancarisation en Algérie.

La lecture du tableau 17 a montré que les banques n'ont distribué que 273 000 cartes interbancaires au profit de la clientèle. Par contre, Algérie Poste, entrée dans le projet de modernisation des prestations offertes à la clientèle en 2005<sup>1</sup>, a émis plus de 900 000 cartes magnétiques au profit de tous les clients domiciliés au niveau des Postes. En dépit de ces améliorations, le taux de monétisation (avec intégration des cartes magnétiques des Postes), est estimé à 3,4%.

En terme de nombre d'opérations, les statistiques de la Banque d'Algérie indiquent que les transactions par carte bancaire, dont plus de 97 % sont des opérations de retrait d'espèces, sont en hausse, soit 1,161 million d'opérations représentant 12,5 % du total des opérations de paiement. Une volumétrie beaucoup plus importante porte sur les opérations de retrait effectuées par la clientèle sur les distributeurs de billets.

**Tableau 16: Taux de pénétration des DAB, GAB et des TPE en fin d'année 2008**

	Au niveau des banques	Au niveau des Postes
Nombre d'automates (DAB-GAB)	500	600
Nombre de TPE	1200	-
<b>Densité du réseau</b>	<b>1 DAB/GAB pour 30 910 habitants</b>	

Source : Données recueillies par la SATIM-2008

**Tableau 17 : Nombre de cartes distribuées à fin d'année 2008**

	<b>Au niveau des banques</b>	<b>Au niveau des Postes</b>
Nombre de cartes distribuées	273 000	900 000
<b>Taux de monétisation</b>	<b>3,4% (avec les cartes magnétiques des Postes)</b>	

Source : Données recueillies par la SATIM-2008

<sup>1</sup> Dans le cadre de la modernisation de ses infrastructures et de l'amélioration constante de la qualité des prestations financières dispensées à sa clientèle, Algérie Poste a mis en service depuis le 09 octobre 2005 son propre système monétique.

Enfin, il y a lieu de noter que le faible taux de monétisation s'explique par divers facteurs, généralement humains ou structurels. Les premiers sont expliqués dans les éléments suivants :

- La croissance démographique de la population ;
- La réticence à la nouvelle technologie ;
- Le manque de culture bancaire et monétique.

Les seconds peuvent être expliqués par :

- Le manque de distributeurs automatiques (DAB/GAB) par rapport aux besoins de la population<sup>1</sup> ;
- Les conditions de délivrance des cartes sont très sélectives et très difficiles.

## **2.6. L'impact de la modernisation des systèmes de paiement (ARTS et ATCI) en chiffre**

Le premier système de paiement, dit système de règlements bruts en temps réel (ARTS), a eu un l'impact considérable sur la gestion de la trésorerie des banques, dans la mesure où les flux de paiements interbancaires par virement d'un montant supérieur ou égal à un million de dinars et les paiements urgents transitent par ce système, aussi bien les virements pour leur propre compte que les virements pour le compte de leur clientèle.

En chiffres, selon la Banque d'Algérie, dans l'année 2008, le système ARTS a enregistré un nombre de 195175 opérations de règlement comptabilisées sur les livres de la Banque d'Algérie (176900 en 2007), pour un montant total de 607138 milliards de dinars (313373 milliards de dinars en 2007), soit une moyenne mensuelle de 16265 opérations pour un montant moyen de 50595 milliards de dinars<sup>2</sup>.

Le deuxième système, dit système de télécompensation ou ATCI, mis en production dans le but d'échange de tous les moyens de paiement de masse (chèques, effets, virements, prélèvements automatiques, opérations sur carte), a dénoué 9,320 millions d'opérations de paiement à fin 2008, contre 6,926 millions d'opérations de paiement en 2007, pour un montant

---

<sup>1</sup> Voir l'article journal El Watan de 22 juin 2004

<sup>2</sup> Ce qui caractérise le système algérien de règlements bruts en temps réel de gros montants et paiements urgents est l'importance relative de la volumétrie des opérations de banque à banque (54,8 %) par rapport aux virements en faveur de la clientèle des banques (45,2 %). En valeur, la part des opérations de la clientèle représentent 1,1 % du montant total des transactions, alors que la part interbancaire représente 98,9 % du total.

total de 7188,255 milliards de dinars (5452,188 milliards de dinars en 2007), soit un accroissement en volume de 34,6 % et de 31,8 % en valeur<sup>1</sup>.

Selon les statistiques de la Banque d'Algérie<sup>2</sup>, le volume des opérations de paiement traitées dans le système ATCI, bien qu'en hausse, reste inférieur aux volumes traités dans les systèmes de paiement de pays comparables.

En terme d'instruments de paiement, les paiements par chèque continuent à prédominer dans le système ATCI. Avec un volume de 6,6 millions de chèques compensés en 2008 contre 5,6 millions en 2007.

En définitive, la modernisation de l'infrastructure bancaire en Algérie a enregistré des avancées, mais les nouveautés introduites par les autorités monétaires afin de redynamiser un secteur qui fonctionnait selon une logique d'administré sont loin d'être au niveau de standardisation internationale. Cela dit, les deux systèmes de paiement mis en place continuent à accuser des retards dans la réalisation des opérations.

---

<sup>1</sup> Le système ATCI a traité en moyenne mensuelle 0,777 million d'opérations (0,577 million d'opérations en 2007) pour un montant mensuel moyen de 599,021 milliards de dinars (454,349 milliards de dinars en 2007).

<sup>2</sup> Voir le rapport annuel de la Banque d'Algérie 2008- p.121-123.

**Conclusion du premier chapitre :**

L'objectif de ce chapitre était d'examiner le développement de la bancarisation en Algérie depuis l'indépendance à nos jours. En premier lieu, nous avons montré les traits de son évolution à travers : la période de souveraineté et nationalisation du système bancaire ; la période de la gestion planifiée de l'économie ; et enfin, à partir de la réforme de 1990.

Cependant, sur la base d'indicateurs financiers et monétaires, nous avons observée la lente progression du niveau de bancarisation. En effet, avant les réformes de 1990, l'activité bancaire a été influencée par des options politiques et des choix idéologiques des Pouvoirs Publics.

A partir de 1990, nous avons remarqué de légères améliorations en matière de densité bancaire ; du taux de la bancarisation et de la monétique, grâce aux efforts des Pouvoirs Publics, qui résident dans le déploiement des nouvelles agences privées et la mise en place des dispositifs des soutien à l'emploi (ANSEJ, ANGEM et CNAC).

En second lieu, nous avons tenté d'apprécier le niveau de bancarisation dans le contexte des actions menées par l'Etat afin de promouvoir la monnaie scripturale et la bancarisation de masse en Algérie entre 2004 et 2008. Enfin, il est nécessaire de relever les constats suivants :

- L'intermédiation bancaire, bien qu'en amélioration, présente un taux de scripturalisation insuffisant et le secteur bancaire ne contribue qu'à 25% du Produit Intérieur Brut entre 2004-2008 ;
- Les efforts de la densification du réseau bancaire n'ont pas permis à une couverture géographique suffisante de la population. Le critère de proximité est quasi absent dans les régions isolées ;
- L'accès aux services bancaires est relativement faible, dans la mesure où le recours à la monétique, comme moyen de paiement, demeure très modeste.

Pour illustrer le retard de la bancarisation en Algérie, nous allons nous référer, dans le chapitre qui suit, au cas de la wilaya de Tizi-Ouzou.

**Introduction au deuxième chapitre :**

L'offre des services bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou a connu, ces dernières années, quelques progrès en matière de densité du réseau bancaire caractérisé par la croissance du nombre d'agences bancaires, ce qui va accroître la capacité des prestations bancaires à fournir au profit de la population.

Du côté de la demande, la wilaya enregistre une croissance démographique importante ; le nombre des entreprises privées est en progression sous l'effet de l'implantation des dispositifs de soutien aux jeunes et l'emploi, ce qui entraîne des grandes mutations tant sur le plan socio économique que sur le plan financier, et contribue à l'accroissement de la demande de services bancaires et financiers dans la région.

La question qui se pose est de savoir quel est le degré de pénétration des services bancaires au sein de la population ? Autrement dit, quel est le niveau de bancarisation dans la wilaya de Tizi Ouzou et quelles sont les contraintes qui entravent son développement ?

Afin de répondre à ces interrogations, le présent chapitre est scindé en deux sections. Dans la première section, nous essayerons d'examiner l'offre et la demande des services bancaires. Il s'agit de présenter le cadre environnemental du secteur bancaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou afin de nous rendre compte des besoins bancaires de la population face à des banques inégalement réparties, qui semblent frileuses en la matière.

Dans la seconde section, nous tenterons de mesurer et analyser le niveau de bancarisation de la région par un ensemble d'indicateurs tels que la densité démographique du réseau bancaire ; le taux de bancarisation par le nombre d'effectifs des banques ; le taux de pénétration des services bancaires par le nombre de comptes bancaires ouverts à la clientèle et la pénétration des DAB/GAB sur le territoire de la région.

## **Section I : Structure de la demande et de l'offre des services bancaires et financiers dans la wilaya de Tizi Ouzou**

L'importance de l'offre et la demande des services bancaires se justifie par la géographie, la croissance démographique et l'expansion des activités économiques ainsi que le développement intense des investissements dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

La présente section s'intéresse, à l'étude de quelques facteurs qui peuvent contribuer au développement de la bancarisation de la région à savoir les institutions financières, notamment bancaires, d'un côté, et la population et les potentialités économiques d'un autre côté,

### **1. La structure de l'offre des services bancaires et financiers dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

#### **1.1. Le réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou**

Avant d'étudier la structure du secteur bancaire dans le contexte actuel, il sera nécessaire de présenter, brièvement, l'historique de l'offre des services bancaires dans la wilaya.

##### **1.1.1. Bref historique du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou jusqu'en 1987**

Le réseau d'agences est mal réparti et concentré essentiellement dans quelques daïras, dans ce cas, la capacité de l'offre des services bancaires et financiers dans la wilaya de Tizi-Ouzou était très faible.

Jusqu'en 1987, le secteur bancaire de la wilaya comprend en cinq (5) banques publiques, une caisse d'épargne et une caisse régionale de mutualité, comme le montre le tableau ci après.

**Tableau 18 : Composition du réseau bancaire de Tizi-Ouzou à la fin 1987**

Banques publiques	Nombre d'agences dans la daïra de Tizi Ouzou	Nombre des bureaux locaux
BNA	2	21
BADR	1	-
BEA	1	08
BDL	2	07
CPA	1	-
CNEP	2	09
<b>Caisse Régionale de Mutualité Agricole (CRMA)</b>	01 agence	29 bureaux
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>74</b>

Données collectées à partir de la monographie de la wilaya de Tizi Ouzou -1987

L'impact de l'offre des services bancaires ne peut être mesuré qu'à partir de la densité du réseau par rapport à la population résidente. Le tableau ci-après nous détermine la densité démographique dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

**Tableau 19 : Densité démographique du réseau bancaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 1987**

Nombre d'agences bancaires (y compris la caisse agricole et les bureaux locaux)	84
Population totale	936 948
<b>La densité démographique du réseau bancaire</b>	<b>1 agence pour 11 154 habitants</b>

Source : Statistiques recueillies de la DPAT de Tizi-Ouzou

Les tableaux 18 et 19 nous permettent de dire que la wilaya de Tizi-Ouzou, en terme de densité bancaire, est peu bancarisée, avec une agence bancaire pour 11 154 habitants.

Il est à remarquer que la daïra de Tizi-Ouzou concentre, à elle seule, dix agences bancaires. Les guichets bancaires sont localisés sous forme de bureaux locaux<sup>1</sup> implantés dans les espaces urbains où les activités économiques ont commencé à se développer. Il s'agit de

<sup>1</sup> Dans cette époque, les agences bancaires réparties dans les autres daïras de la wilaya sont considérées comme des bureaux locaux, dont l'activité est limitée seulement au financement de quelques exploitations et la mobilisation de l'épargne des ménages.

Draa Ben Khedda, Larbaa Nath Irathen et Azazga. Cela signifie que même si le besoin bancaire existe, l'accès aux services bancaires était contraignant pour une grande partie de la population.

A partir des années 90, les bureaux locaux sont devenus des agences bancaires, qui se répartissent « timidement » sur le territoire de la région. Cette période a été marquée par la création d'une société financière privée visant à relever le niveau de bancarisation de la wilaya. Il s'agit de la SOFIN<sup>1</sup>, une société chargée de collecter l'épargne locale pour promouvoir le développement économique et social de la région par ses propres moyens ou en association avec d'autres partenaires nationaux ou étrangers<sup>2</sup>.

Quant au réseau postal, au début des années 1990, la wilaya de Tizi-Ouzou disposait de 146 établissements postaux, six centraux automatiques, deux centres d'amplification, un centre télégraphique et un centre de transit.

Enfin, la répartition spatiale des établissements postaux et des infrastructures se caractérise par des déséquilibres flagrants entre les zones urbaines et les zones montagneuses<sup>3</sup>.

En résumé, jusqu'en 1990, la situation de la bancarisation se caractérise par une deux éléments :

- Le premier réside dans la répartition spatiale du réseau bancaire insuffisante<sup>4</sup> ;
- Le second réside dans la faible relation qu'entretiennent les banques avec la population bancaire liée, essentiellement, à l'environnement socioéconomiques (le niveau de chômage), au manque de culture bancaire) et à la géographie (la population était quasi rurale<sup>5</sup>),

---

<sup>1</sup> La Société Financière de Kabylie (SOFIN) est considérée comme la première « banque » privée du pays qui est née à l'initiative de l'Assemblée Populaire de la Wilaya (APW), suite aux recommandations du colloque international sur le développement local qui s'est tenu à Tizi-Ouzou en Mai 1992.

<sup>2</sup> Ouvrage collectif, « Tizi-Ouzou : Fondation- Croissance- Développement », édition Aurassi, 1993, p.269

<sup>3</sup> Ouvrage collectif, op.cit, p 120

<sup>4</sup> Les réformes des années 1990 ont conduit l'Etat à élargir le réseau d'agences bancaires dans toutes les régions du pays. La structure du réseau bancaire de wilaya de Tizi-Ouzou a changé après l'implantation des nouvelles agences de banques publiques et le déploiement du réseau privés (Khalifa Bank et la Banque Commerciale d'Investissement en Algérie).

<sup>5</sup> En 1987, la wilaya de Tizi-Ouzou a une part de sa population rurale agglomérée prédominante et se situe en premier rang des wilayas rurales avec un taux de ruralisation de 76, 5% en 1987. Ceci explique cette population recourent rarement aux services bancaires et financiers pour faire face à leurs besoins économiques (notamment dans l'artisanat et les petites exploitations agricoles).

implantée dans les zones montagneuses, ce qui a entraîné d'ailleurs un fort développement des circuits informels.

### 1.1.2. Le contexte actuel de l'offre des services bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Nous allons nous intéresser, d'abord, à présenter la composition du secteur bancaire et, ensuite, montrer sa répartition spatiale sur le territoire de la région.

#### 1.1.2.1. Composition du secteur bancaire

Le réseau de banques publiques est réparti en sept banques publiques (BADR, BNA, CPA, BEA, BDL et CNEP) dont une mutualité agricole (CRMA), tandis que le réseau de banques privées est réparti en cinq agences (Société Générale, BNP Paribas, Natexis, El Baraka Bank et Arab Banking Corporation) sur le territoire de la wilaya de Tizi Ouzou.

**Tableau 20 : Le réseau de banques publiques de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009**

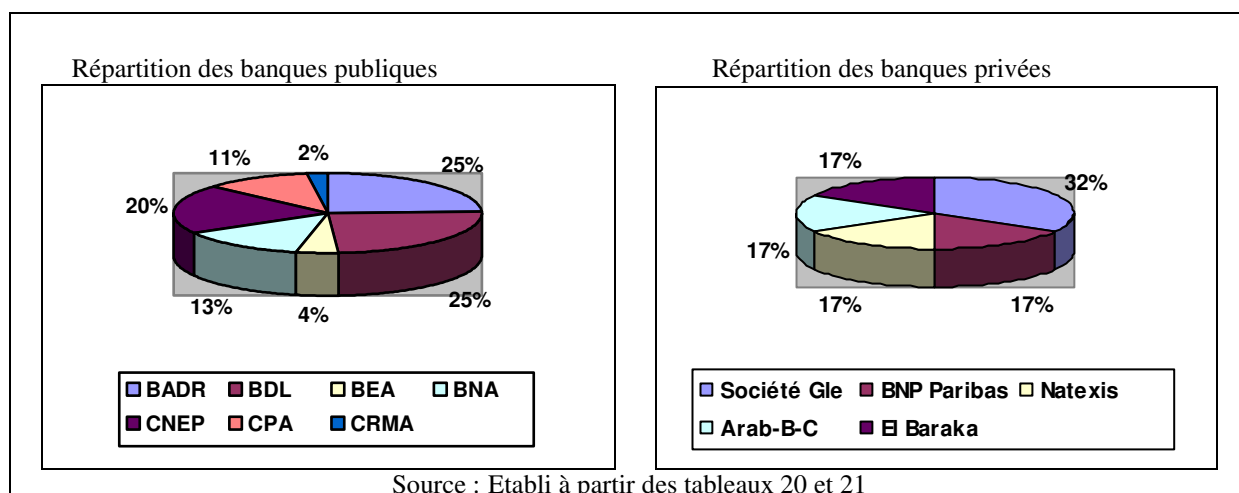
Banques publiques	Nombre d'agences en 2009	Le taux de concentration %
<b>BADR</b>	11	<b>24,44</b>
<b>BDL</b>	11	<b>24,44</b>
<b>BEA</b>	02	<b>4,44</b>
<b>BNA</b>	07	<b>15,55</b>
<b>CNEP</b>	09	<b>20</b>
<b>CPA</b>	05	<b>11,11</b>
<b>CRMA</b>	01	<b>2,22</b>
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

Source : Etabli sur la base des données des agences bancaires localisées sur le territoire de la wilaya

**Tableau 21: Le réseau de banques privées de la wilaya de Tizi-Ouzou à la fin 2009**

Banques privées	Nombre d'agences en 2009	Le taux de concentration %
<b>Société Générale</b>	02	<b>33,34</b>
<b>ABC</b>	01	<b>16,66</b>
<b>BNP Paribas</b>	01	<b>16,66</b>
<b>El Baraka</b>	01	<b>16,66</b>
<b>Natexis</b>	01	<b>16,66</b>
<b>-</b>	<b>06</b>	<b>100</b>

Source : Etabli sur la base des données recueillies par les agences localisées sur le territoire de la wilaya

**Graphique 13 : Répartition du réseau bancaire par banque à fin 2009**

Pour le réseau des banques publiques :

- La BADR et la BDL sont les banques les plus denses dans la wilaya de Tizi Ouzou, soit 24,4 % du total des agences implantées dans la wilaya, avec un réseau de onze (11) agences réparties dans les communes. L'objectif visé par l'Etat est de promouvoir les activités agricoles, artisanales, agro industrielles (BADR) et les activités des PME et PMI (avec les dispositifs de soutien aux jeunes ANSEJ), les activités des professions libérales et des particuliers (BDL) dans les milieux urbains, ruraux et montagneux de la wilaya<sup>1</sup>.

- La CNEP, la banque est classée en seconde position avec un réseau de neuf (09) agences réparties dans quelques Daïras de la wilaya, soit 20% du total du réseau d'agences. La densité de la CNEP banque est certes importante pour favoriser et élargir les activités de crédits au logement et la mobilisation d'épargne, mais sa localisation géographique, à l'instar de la BADR et la BDL, est insuffisante dans quelques Daïras.

- Quant à la BNA et le CPA, les banques les plus anciennes en Algérie, disposent d'un réseau d'agences moyen dans la wilaya, avec cinq (07) et six (05) agences chacune, soit 15,55% et 11,11% du total des agences implantées dans la wilaya.

<sup>1</sup> Il est à signaler que la BDL a fermé deux agences, l'une à Larbaa Nath Irathen et l'autre à Tadmait. Et ce, depuis les événements du Printemps Noir de la Kabylie pour LNI, et l'insécurité qui règne la région de Tadmait ces dernières années.

- Enfin, la BEA se caractérise par une faible présence avec seulement deux agences implantée dans la daïra de la wilaya, soit 4,4% du total du réseau.

Pour le réseau des banques privées :

Pour les banques privées, après la disparition des agences Khalifa Bank et de la BCIA en 2004, le réseau n'a commencé à se développer qu'à partir de l'année 2008.

Au total, six (06) agences sont implantées dans la wilaya, en l'occurrence de la Société Générale (avec deux agences de banques privées<sup>1</sup>), la BNP Paribas, Natexis, El Baraka et Arab Banking Corporation<sup>2</sup> (avec une agence pour chacune).

La société Générale occupe la plus grande part du réseau de la wilaya, soit 33,33% du total des agences, tandis que les agences de BNP Paribas, Natexis, El Baraka et Arab Banking Corporation affichent une faible présence avec une seule agence, soit 16,66% pour chacune.

En somme, il y a lieu de préciser que la répartition des agences bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou correspond à celle enregistrée au niveau national. A titre d'exemple, la BADR, qui est la banque la plus dense au niveau national avec 299 agences, occupe la première position avec la BDL dans la wilaya en terme de densité, tandis que la BEA, qui se caractérise par un réseau faible en Algérie, elle occupe la dernière position en terme de répartition de son réseau dans la wilaya.

---

<sup>1</sup> L'une est installée en Décembre 2009 à Azazga, mais elle n'est pas encore opérationnelle.

<sup>2</sup> Installée en Novembre 2009 et n'est pas encore opérationnelle.

## 1.1.2.2. Répartition spatiale du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009

Tableau 22 : Répartition des agences bancaires dans les communes de la wilaya (banques publiques, y compris la mutualité)

Banques Communes	BADR	BDL	BEA	BNA	CNEP	CPA	CRMA	Nombre total d'agences de banques publiques	Taux de concentration
Tizi Ouzou	01	03	02	02	03	02	01	14	31,11
D.B. Khedda	01	01	-	01	01	01	-	05	11,11
Boghni	-	01	-	01	01	-	-	03	6,66
D. E. Mizan	01	01	-	-	01	01**	-	04	8,88
Ouadhia	01	-	-	01	-	-	-	02	4,44
Tizi Rached	01	-	-	-	-	-	-	01	2,22
L.N. Irathen	01	-	-	01*	01	01	-	04	8,88
A.E. Hammam	01	01	-	-	01	-	-	03	6,66
Azazga	01	02	-	01**	01	-	-	05	8,88
Freha	-	01	-	-	-	-	-	01	2,22
Bouzeguene	-	01	-	-	-	-	-	01	2,22
Azeffoune	01	-	-	-	-	-	-	01	2,22
Ouacifs	01	-	-	-	-	-	-	01	2,22
Tigzirt	01	01	-	-	-	-	-	02	4,44
<b>Total des agences implantées</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>02</b>	<b>07</b>	<b>09</b>	<b>05</b>	<b>01</b>	<b>46 agences</b>	<b>100</b>

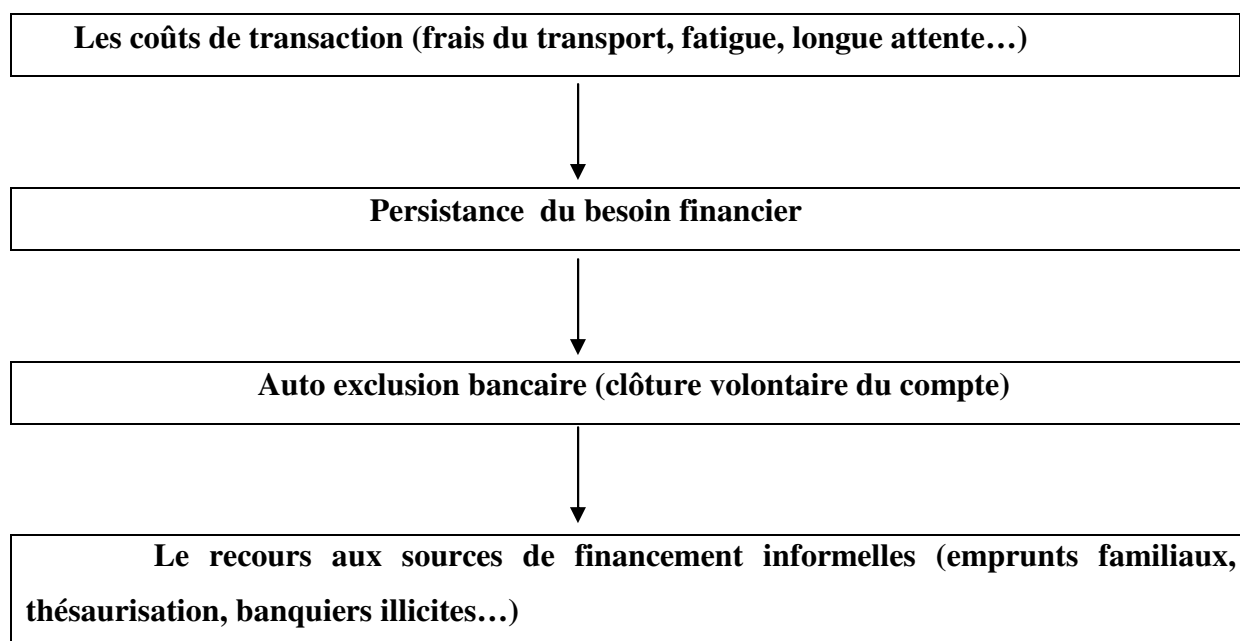
Source : Etabli par nous même à partir des statistiques des agences bancaires en 2009

Tableau 23: Répartition spatiale des agences bancaires de banques privées dans la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009

Banques privées	Société Générale	BNP Paribas	Natexis	El Baraka	A.B.Corporation	Total	Taux de concentration
Tizi Ouzou	01	01	01	01	01**	05	83,33
Azazga	01**					01	16,17
Nombre d'agences bancaires de banques privées						<b>06</b>	<b>100</b>
<b>NOMBRE TOTAL D'AGENCES BANCAIRES</b>							<b>52</b>

\* : Agence installée récemment et opérationnelle / \*\* : Agences installées récemment et non opérationnelle.

L'étude des tableaux ci-dessus montre une inégalité dans la répartition du réseau bancaire sur le territoire de la wilaya. En effet, nous remarquons que sur 67 communes que compte la wilaya, seulement 14 communes sont dotées d'agences bancaires. Cela signifie que les besoins des services bancaires ne sont pas couverts dans les autres communes. Pour faire face à ses besoins financiers, la population résidente dans les communes dépourvues de guichets bancaires recourt aux communes avoisinantes disposant ces guichets, ce qui génère, parfois, la situation suivante :



Source : Construction personnelle

A partir des tableaux 22 et 23, on observe une concentration du réseau bancaire dans la commune de Tizi-Ouzou avec un taux de 37,25% (y compris le réseau privé). La densité bancaire de cette commune s'explique par la concentration de la population (plus de 135 000 habitants en 2008) et par le développement des infrastructures et les activités économiques (entreprises publiques et privées et les services administratifs).

Ainsi, le réseau bancaire est bien réparti dans les communes disposant d'une forte population, qui sont généralement des centres urbains<sup>1</sup> caractérisés par le développement des entreprises privées, c'est le cas d'Azazga avec six (06) agences (dont deux ne sont pas encore opérationnelles), soit un taux de concentration de 11,53%, Draa Ben Khedda avec cinq

<sup>1</sup> Les communes urbanisées dans la wilaya sont : Tizi-Ouzou, Draa Ben Khedda, Béni Yenni, Maatkas, Souk El Tenine et Azazga.

agences, soit un taux de concentration de 11,1%, Larbaa Nath Irathen et Draa El Mizan avec quatre agences bancaires pour chacune, soit un taux de concentration de 8,88%.

Les communes d'Ain El Hammam et Boghni sont moyennement dotées de trois agences chacune, soit un taux de concentration de 6,7%.

Les villes côtières Tigzirt et Azzefoune, malgré leur position stratégique enregistrent un réseau bancaire très faible, soit un taux de concentration moyen 3,2% de la répartition totale. Quant aux daïras de Tizi Rached (la zone industrielle) Bouzeguene et Ouacifs ne sont dotées que d'une seule agence, soit un taux de concentration moyen 2,2% de la répartition totale.

En somme, le paysage bancaire de la wilaya a, certes, connu une mutation, mais la répartition spatiale du réseau d'agences demeure déséquilibrée.

Ainsi, certaines daïras, qui enregistrent une expansion des activités économiques et une forte démographie sont dépourvues du réseau bancaire. C'est le cas de Béni-Yenni, Maatkas, Ouaguenoune, Beni-Douala, Iferhounene, Mekla, Makouda et Tizi-Ghenif.

A côté des banques, les agences postales peuvent également couvrir certains besoins financiers de la population. Cela nous amène à étudier le réseau postal de la wilaya, ses services et sa répartition spatiale.

## **1.2. Le réseau postal : extension des services financiers dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

Contrairement aux agences bancaires, les établissements postaux sont répartis sur toutes les communes de la wilaya de Tizi-Ouzou. Ils apparaissent donc comme leviers de la massification des services bancaires et financiers dans les zones montagneuses et rurale.

Compte tenu de sa densité, le réseau postal est considéré comme mécanisme de massification de services financiers, mais de façon limitée car la Poste en Algérie ne propose que des services à caractère financier et non de crédit.

### **1.2.1. Répartition spatiale du réseau et les infrastructures de services financiers**

Avant de procéder à l'étude de des services financiers des établissements postaux, nous nous intéressons à la répartition spatiale de ces établissements.

**Tableau 24 : Répartition spatiale du réseau postal dans la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009**

Désignation des communes	Bureaux de Postes	
	Total	Dont Recettes de Pleine Exercice
Tizi Ouzou	11	11
A. El Hammam	09	09
Azazga	14	14
Azzefoune	05	05
Beni Douala	07	07
Ben Yenni	05	05
Boghni	07	07
Bouzeguene	07	07
D-B- Khedda	08	08
D- El- Mizan	13	13
L.N.Irathen	08	08
Iferhounen	04	04
Maatkas	05	05
Makouda	07	07
Mekla	09	09
Ouacifs	03	03
Ouadhias	09	09
Ouaguenoune	11	11
Tigzirt	09	09
Tizi Ghenif	07	07
Tizi-Rached	04	04
<b>Total wilaya</b>	<b>162</b>	<b>162</b>

Source : Statistiques de l'EPIC- Algérie Poste, décembre 2009

La lecture du tableau 28 montre que la wilaya de Tizi Ouzou compte 162 établissements postaux et toutes les daïras en disposent.

Les daïras d'Azazga et Draa El Mizan et Tizi-Ouzou sont dotées respectivement de 14, 13 et 11 agences postales. Les daïras dépourvues d'agences bancaires comme Ouaguenoune (avec 11 agences), Mekla (avec 09 agences), Beni-Douala, Tizi-Ghenif et Makouda (avec 07 agences) enregistrent une densité postale satisfaisante avec une moyenne de 07 agences postales.

### 1.2.2. Les infrastructures de bases relatives aux services financiers

Les agences postales fournissent quotidiennement les services financiers tels que les mandats, les chèques payés, demande d'avoir, pensions, services Western Union. Pour faciliter les opérations avec la clientèle, Algérie Poste a introduit la monétique dans les bureaux postaux.

**Tableau 25: Répartition spatiale des infrastructures des services financiers dans les bureaux postaux de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009**

<b>Bureaux postaux</b> <b>Infrastructures</b>	<b>Tizi Ouzou</b>	<b>Azazga</b>	<b>D-E- M</b>	<b>Ouadhias</b>	<b>L-N-I</b>	<b>Boghni</b>	<b>A-E-H</b>
Guichets automatiques	03	01	01	01	01	01	01
Caisse automatique	03	01	01	01	01	01	-
Télécompensation	02	01	01	-	01	01	01
Bornes multimédias	02	01	-	-	-	01	-
Western Union	01	01	01	-	01	01	01
Service IPS	03	-	01	-	01	01	01
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>05</b>	<b>05</b>	<b>02</b>	<b>05</b>	<b>06</b>	<b>04</b>

<b>Bureaux postaux</b> <b>Infrastructures</b>	<b>Tigzirt</b>	<b>Beni Douala</b>	<b>T- Ghenif</b>	<b>Mekla</b>	<b>Souk El khemis</b>	<b>Ait Ikhlef</b>	<b>D- B- K</b>	<b>Azzefoune</b>
Guichets automatiques	01	01	01	-		01	01	-
Caisse automatique	-	-	-	-	-	-	-	-
Télécompensation	-	-	-	-	-	-	01	-
Bornes multimédias	-	-	-	-	-	-	-	-
Western Union	-	-	-	01	01	01	-	
Service IPS	-	-	-	-	-	-	01	01
<b>TOTAL</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>01</b>

Source : Etabli par nous même à partir des statistiques collectées à partir de l'Unité Postale de Tizi Ouzou en 2009

L'étude de la répartition spatiale de ces infrastructures montre des déséquilibres notables entre la commune de Tizi Ouzou et les autres communes situées dans les zones de montagne.

En effet, la commune de Tizi Ouzou concentre à elle seule 27% de toutes les infrastructures relatives aux services financiers (trois bureaux postaux sont présents à l'intérieur de la commune). Ainsi, les bureaux disposant de ces infrastructures sont étendus

respectivement dans les communes de Boghni avec 11,5%, Azazga, Draa El Mizan et Larbaa Nath Irathen avec 9,6% chacune, tandis que les communes Ain El Hammam et Draa Ben Khedda ne bénéficient que de 7,7% et 5,8% de l'infrastructure postale.

Enfin, les bureaux répartis dans les communes des Ouadhias, Tizirt, Mekla, Azzefoune, Beni Douala, Tizi Ghenif, Ait Ikhlef et Souk El Khemis disposent seulement d'une ou deux infrastructures, soit sous forme de guichet automatique, Western Union ou IPS.

## **2. La structure de la demande de services bancaires et financiers de la wilaya de Tizi-Ouzou**

Pour analyser la demande des services bancaires il paraît évident de se pencher sur un certain nombre de caractéristiques comme la population les différentes structures économiques de la région.

### **2.1. La population**

Pour la population, nous allons présenter sa répartition géographique, sa répartition par âge et sexe ainsi que la répartition des ménages et enfin nous mettons l'accent sur la situation de l'emploi afin d'appréhender leur impact sur la capacité de la demande des services bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

#### **2.1.1. Répartition géographique de la population**

La wilaya de Tizi Ouzou s'étend sur une superficie de 2957,93 KM<sup>2</sup>, soit 0,13% du territoire national. Elle est limitée sur le Sud par la wilaya de Bouira, à l'Est par la wilaya de Bejaia, à l'Ouest par la wilaya de Boumerdès et elle est ouverte au Nord sur la mer Méditerranée sur 70 KM<sup>2</sup><sup>1</sup>.

La population de la wilaya Tizi Ouzou est répartie dans trois zones de relief, à savoir la zone de montagne, la zone de Touarès et la zone de vallées :

- **La zone de montagne** avec ses branches parallèles d'Est en Ouest, qui englobe la chaîne côtière et son prolongement oriental, le massif de Yakouren. Cette zone comprend en gros territoire situé sur la rive droite du Sebaou jusqu'à

---

<sup>1</sup> Voir le projet de recherche « Le potentiel industriel de la wilaya de Tizi Ouzou : évaluation et opportunités d'investissement ». Sous la direction de SADOUDI-M décembre 2004

la mer soit la totalité des communes relevant des daïras de Tigzirt, Makouda, Ouaguenoune, Azeffoune et Azazga, ainsi que la commune de Sidi Naamane rattachée à la daïra de Draa Ben Khedda ;

- Le massif central comprend presque la totalité des daïras de Draa Ben Khedda, Larbaa Nath Irathen, Draa Ben Khedda et une partie des daïras de Draa El Mizan, Boghni et Ain El Hammam<sup>1</sup> ;
- Le Djurdjura n'occupe qu'une partie restreinte de la wilaya. Une quinzaine de communes se trouvent en partie ou en totalité sur les contreforts de la chaîne comprise dans les daïras d'Ain El Hammam, Beni Yenni, Ouacifs, Boghni et Ouadhias.
- **La zone de vallées**, plaine de dépression (vallée du sébaou, la plaine côtière d'Azeffoune et la dépression de Draa El Mizan qui s'arrête aux abords de Ouadhias.

**Tableau 26 : Présentation de la topographie de la wilaya de Tizi-Ouzou**

Ensemble physique	Pente %	Pourcentage par rapport à la superficie totale de la wilaya
Plaine	0 – 3	6,24
Bas piémonts	3 - 12,5	10,5
Hauts piémonts	12,5 - 25	31,42
Très haute montagne	25	51,84
TOTAL	-	100

Source : DPAT de Tizi Ouzou 2008

L'étude et l'analyse topographique de ce milieu physique font ressortir que les zones de montagnes et de piémonts dominent le relief de la wilaya. Cela signifie que la couverture géographique du réseau bancaire dans la région paraît difficile.

<sup>1</sup> Voir la monographie de la wilaya de Tizi-Ouzou 2003, p.12 et 13

### 2.1.2. Répartition de la population selon la situation individuelle, le niveau éducatif et la situation de l'emploi

Le but de cette répartition consiste à indiquer les catégories de la population susceptibles de recourir aux services bancaires et financiers. Pour ce faire, nous procéderons à la répartition de la population selon la situation individuelle des personnes, leur niveau d'instruction et selon l'emploi.

**Tableau 27 : Répartition de la population selon situation individuelle et le sexe à fin 2009**

Situation individuelle	Actifs		Femme au foyer		Etudiants et écoliers		Retraités		Pensionnés	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
<b>TOTAL wilaya</b>										
<b>Total par sexe</b>	317 724	96 991	-	223 753	53 298	79 939	49 619	7 080	3 923	20 268
<b>Total général</b>	<b>414 715</b>		<b>223 753</b>		<b>133 237</b>		<b>56 699</b>		<b>24 191</b>	

Autres inactifs		Non déclarés		Population 15 ans et plus		Taux d'activité	
M	F	M	F	M	F	M	F
12 809	11 126	3 058	2 628	440 431	441 785	72,6	22,1
<b>23 935</b>		<b>5 686</b>		<b>882 216</b>		<b>47,3</b>	

Source : Etabli sur la base des statistiques de la DPAT

La lecture du tableau plus haut nous permet de relever les constatations suivantes :

La population active ou les actifs, regroupe les personnes ayant plus de 20 ans et moins de 60 ans. En 2008, la population active représente 36,8% de la population totale. Le taux d'activité du sexe masculin représente 76,6%, tandis que le sexe féminin ne représente que 22,1%. Le reste (5,3%) concerne les non déclarés. Ces statistiques nous permettent de dire que, quantitativement, la population masculine est la plus susceptible de recourir aux services bancaires (crédit, épargne, moyens de paiements...).

Par ailleurs, ce tableau montre que la population de la wilaya est dans sa grande proportion jeune. En effet, la population de 15 ans et plus représente 78,3% de la population

totale, alors que 54% de la population a moins de 30 ans. Signalons qu'à partir de 15 ans et plus que certaines personnes (écoliers, étudiants, stagiaires...) commencent à ressentir les besoins bancaires et financiers et sollicitent les agences bancaires et la Poste<sup>1</sup>.

Le tableau ci-dessus montre que les retraités et les pensionnés (population âgée entre 60 ans et plus) représente 7,2% de la population totale. Cela veut dire que cette catégorie peut être bancarisée du fait qu'elle dispose un compte bancaire ou CCP qui, lui permet de percevoir les pensions et retraites.<sup>2</sup>

Toutefois, les besoins bancaires peuvent être influencés par d'autres facteurs tels que le degré d'analphabétisation et d'alphabétisation de la population, car plus le niveau d'éducation est élevé, plus le besoin bancaire et financier est important.

**Tableau 28 : Population analphabète et alphabétisée de la population âgée de 10 ans et plus à fin 2009**

Pop. Sexe	Population analphabète	Population alphabétisée	Non déclarés	Population de 10 ans et plus	Taux d'analphabéti sme	Taux d'alphabétisat ion
Masculin	67 285	413 573	1 916	482 771	13, 9	85, 6
Féminin	155 626	325 489	1 822	482 937	32, 2	67, 4
<b>TOTAL</b>	<b>222 911</b>	<b>739 062</b>	<b>3 738</b>	<b>965 708</b>	<b>23, 1</b>	<b>76, 5</b>

Source : Etabli sur la base des statistiques de DPAT de Tizi Ouzou

A partir du tableau 28, nous constatons que le niveau d'éducation de la population est satisfaisant. En effet, la population alphabète représente 76,5% de la population plus de 10 ans, alors que la population analphabète ne représente que 23,1%. Le reste (0,4) constitue la part des personnes ayant moins de 10 ans. Ces personnes disposent rarement de relation avec les banques, et même si celle-ci existe, l'accès aux services bancaires reste très limité.

<sup>1</sup> En chiffre, l'année 2008/2009, plus de 90 000 étudiants qui disposent un compte CCP pour percevoir la bourse universitaire.

<sup>2</sup> Pour cette catégorie, l'utilisation des services bancaires est très restreinte dans la mesure où ces personnes ne peuvent pas accéder aux autres produits bancaires tels que les crédits bancaires. Les services bancaires ne peuvent être que sous forme d'épargne pour la précaution, moyens de paiement (chèques ou carte bancaire). Sachant qu'en Algérie, l'âge maximal de contrat d'un crédit pour les personnes physiques est fixé à 70 ans.

Selon les statistiques affichées ci-dessus, la wilaya de Tizi Ouzou présente des potentialités humaines considérables : croissance démographique ; population jeune ainsi qu'un niveau d'éducation intéressant pour le développement économique de la région.

Toutefois, la demande des services auprès des banques ne dépend pas de la population active, mais la population réellement occupée a un revenu à placer et d'autres services (crédit) à demander à la banque. Ceci nous amène à présenter la situation de l'emploi dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

La population, plus particulièrement celle occupée, présente un atout non négligeable dans la détermination de la demande des services bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Cela signifie que l'insertion de la population active occupée dans les activités économiques participe amplement au développement des activités bancaires et financières.

**Tableau 29 : Evolution de la population occupée, en chômage de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2008**

Années	2004	2006	2008
Population active	242 267	342 845	414 715
Population occupée	165 589	234 335	369 337
Population en chômage	76 678	108 510	105 376

Source : Etabli sur la base de l'annuaire statistique 2008- DPAT Tizi Ouzou

A partir du tableau ci-dessus, nous constatons que sur le total de la population active de 414 715 personnes, 369 337 personnes sont effectivement occupées en 2008 avec un taux d'occupation de 89%, contre 234 335 en 2006 avec un taux d'occupation de 68,4% et 165 589 en 2004 avec un taux d'occupation de 68,3%. Ces chiffres indiquent une amélioration du taux d'occupation dans la wilaya, ce qui devrait influencer le recours aux services de la banque (compte bancaire, moyens de paiement, crédit...).

Quant aux chômeurs, même si cette catégorie n'est pas « officiellement » travailleuse, elle peut entretenir une relation avec la banque, car les chômeurs ayant déjà travaillé par le passé doit avoir un compte bancaire ou une épargne.

Cependant, pendant la période du chômage, les chômeurs ayant des besoins financiers et bancaires peuvent recourir aux sources informelles de financement (autofinancement et/ou fonds des émigrés<sup>1</sup>, emprunt familial entre autre).

Après la présentation de la population, qui nous a permis de dégager quelques spécificités, les atouts et les potentialités qu'offre la wilaya en matière d'incitation à la demande bancaire, nous allons nous atteler, dans le point qui suit, à mettre l'accent sur les potentialités économiques de la région, qui peuvent contribuer à l'accroissement des besoins financiers et bancaires dans la région.

## **2.2. Les potentialités économiques de la wilaya de Tizi Ouzou**

La wilaya de Tizi Ouzou a été dotée tout au long du processus de planification centralisée de l'économie des programmes d'investissement et d'installation d'unités de production industrielles, et ce, à travers les plans nationaux de développement, notamment le triennal et les deux quadriennaux,

Cependant, le secteur industriel public n'est pas resté à l'abri de la grande crise qui a secoué l'industrie nationale dans le sillage des réformes économiques et qui a entraîné un son démantèlement. En effet, les entreprises publiques locales (EPL), très fragiles de point de vue de normes de gestion, n'ont pas échappé aux mesures de dissolution véhiculées par le programme d'ajustement structurel.

Les entreprises publiques économiques (EPE), quant à elles, se sont retrouvées en déphasage avec le monde industriel caractérisé par des retards accumulés sur les différents plans des procédés, des technologies et des méthodes de management.

Une nouvelle démarche de développement économique et industriel a été adoptée tant au niveau national qu'au niveau local, qui a vu l'émergence du secteur privé. Aujourd'hui, le nombre d'entreprises privées connaît une croissance considérable dans le secteur industriel,

---

<sup>1</sup> Pendant longtemps, la Kabylie, particulièrement dans les espaces socialement marginalisés, économiquement dépendants et financièrement déficitaires, recourt aux sources de financement informelles. Ce phénomène reste de l'actualité car beaucoup de familles en Kabylie ont vécu des ressources financières en provenance de l'émigration. Voir OUALIKENE Selim « organisation de l'espace, développement local et problématique de l'environnement en Algérie : cas de la Grande Kabylie », Thèse Doctorat d'Etat- Tizi Ouzou 2009.

voire, dans les activités agricoles et artisanales. Ce qui permet de stimuler et par là redynamiser les activités financières et bancaires sur le territoire de la wilaya.

Dans ce point, nous allons nous intéresser à examiner le potentiel industriel de la région notamment dans ses principales dimensions et sa localisation géographique.

### 2.2.1. Le secteur industriel public

Le tissu industriel de la wilaya est regroupé sous formes de zones industrielles et de zones d'activités et de zones de dépôts comme le montre le tableau ci après.

**Tableau 30 : Répartition spatiale des entreprises industrielles publiques à fin 2008**

Localisation	Entreprises	Emplois
Oued Aissi	ENIEM/CAM	2315
	SNVI/UEC	110
Tizi Ouzou	Eurl FILTAL	33
	Menuiserie de T-O	Dissoute
	Confection Numidia	101
	SONELGAZ	438
Draa Ben Khedda	ORAC	102
	Laiterie/spa	Privatisée
	Cotonnière/spa	600
Larbaa Nath Irathen	Eurl Chemiserie du centre	170
	SONARIC	11
Ain El Hammam (Ait Yahia)	Eurl Confection style	127
Draa El Mizan	SISCOPLAST/spa	82
	ORAC	A l'arrêt depuis 2005
	GRIGADEM	28
Tadmait	ERIAD/UP	89
Irdjen	EAEB	19
	ALTEC/spa	Privatisée
Mechtras	MBA/spa	Dissoute
Mekla	ENAMARBRE	38
Ouahia	COMETAL	Dissoute
Freha	NAFTAL	989
	EBTF	107
Azazga	Electro-industrie/spa	770
Taboukert	ORAC	149
	Leader Meuble	417
<b>TOTAL</b>		<b>6695</b>

Source : Données recueillies auprès de la DPAT de Tizi Ouzou- 2008

Ce tableau nous renseigne sur la répartition spatiale des entreprises publiques dans l'espace de la wilaya de Tizi Ouzou ainsi que le nombre d'effectifs employés dans chaque unité. Il y a lieu de relever deux constats:

- Le premier est que l'activité économique en général et industrielle en particulier, est concentrée essentiellement dans les centres urbains, voire les chefs lieu de la daïra, et ce, en raison du caractère de leur relief (basés sur les plaines) mais aussi pour la proximité géographique et organisationnelle avec les différentes structures économiques, sociales et administratives ;
- Le second concerne la situation de l'emploi dans le secteur industriel public. En effet, l'emploi enregistre une baisse continue par rapport aux données de l'année 2002 (fournies par la DPAT), en 2008, le nombre d'effectifs employés dans ces entreprises est de 6 695 contre 11 377 en fin 2002. Cette baisse est due à la dissolution d'un nombre important des entreprises publiques ainsi que la privatisation de certaines des entreprises publiques locales (EPL).

Toutefois, il convient de préciser que la baisse de l'emploi engendre deux situations sur le comportement de la population à l'égard des services bancaires :

- L'importance du chômage réduit la demande auprès des banques fait de l'abaissement du besoin bancaire et financier (clôture volontaire ou involontaire du compte bancaire).
- La réduction de l'emploi engendre l'accroissement des activités informelles (commerce illégal ou non déclaré), ce qui favorise le développement du « cash » dans les transactions.

Par contre, la population occupée dans le secteur public (entreprises publiques, administrations...) se trouve domiciliée nécessairement dans les agences bancaires (comptes bancaires) ou postaux (compte CCP).

Au total, le secteur industriel est considéré comme une cible prioritaire pour optimiser l'utilisation des moyens de paiement (les virements notamment de salaires) dans un espace déterminé. En effet, plus les entreprises ont de salariés plus elles seront intéressées et auront la capacité et la volonté de mettre en place les moyens facilitant les opérations avec leurs salariés. Par exemple, le recours au virement pour le versement des salaires.

Le développement des moyens de paiement dans les entreprises industrielles doit faire partie des objectifs prioritaires des banques, particulièrement des chargés de clientèle, en charge de ces entreprises. Cette action devra être relayée par des actions de promotion institutionnelle du virement de salaire par les chambres de commerces et les organismes professionnels.

A côté du secteur public, la wilaya de Tizi Ouzou a connu un dynamisme appréciable en matière de la création et du développement des entreprises privées. A cet effet, la mise en œuvre des programmes de soutien aux jeunes et à l'emploi (ANSEJ, ANGEM et la CNAC) a contribué, non seulement, à l'amélioration de l'emploi mais aussi et surtout à l'amplification de la relation bancaire dans la région.

### **2.2.2. Le secteur privé : Petites et moyennes industries (PMI) et petites et moyennes entreprises (PME)**

La modification de la politique de l'Etat vis-à-vis du secteur privé, à partir des années 1990, a permis une impulsion réelle des entreprises privées sur le territoire national et particulièrement dans la wilaya de Tizi Ouzou. La phase actuelle se caractérise par une multiplication et la diversification des projets d'investissements dans la région. Cela s'explique par la multiplication des initiatives et le développement des potentialités du secteur privé en conjonction avec d'autres facteurs favorables.

Les PME constituent une cible intéressante pour promouvoir l'utilisation des services bancaires, d'abord, en égard du nombre de leurs employés, qui ont besoin d'utiliser le compte et les moyens de paiements. Ensuite, ce nouveau tissu industriel nécessite des moyens de financement pour la création, l'extension et le développement des entreprises.

#### **2.2.2.1. Répartition des PME sur l'espace de la wilaya de Tizi Ouzou**

La crise politique qu'a connue la région au début des années 2000 a généré la baisse spectaculaire des investissements privés et par conséquent celle de la demande des services bancaires dans la wilaya. A partir de 2004, le secteur privé commence à connaître une grande dynamique de création d'entreprises, stimulée par les dispositifs de l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM.

Le tableau ci après présente le nombre de PME, qui ont été créées dans le cadre de ces dispositifs à la fin 2008 et leur répartition spatiale dans la wilaya.

**Tableau 31: Répartition spatiale de Petites et Moyennes Entreprises (PME) à fin 2008**

<b>Dairas</b>	<b>Nombre de PME en fin 2008</b>	<b>Taux de concentration (Pour mille)</b>
Tizi Ouzou	2 951	23, 11
A. El Hammam	693	13, 59
Azazga	1 154	14, 29
Azzefoune	370	9, 71
Beni Douala	374	7, 66
Ben Yenni	86	5, 73
Boghni	831	11, 87
Bouzeguene	440	8, 59
D-B- Khedda	684	8, 22
D. El. Mizan	365	4, 09
L.N.Irathen	429	9, 27
Iferhounen	249	8, 93
Maatkas	258	5, 60
Makouda	206	5, 16
Mekla	352	7, 48
Ouacifs	116	4, 69
Ouadhias	298	5, 37
Ouaguenoune	490	7, 38
Tigzirt	450	12, 63
Tizi Ghenif	217	4, 70
Tizi-Rached	381	14, 75
<b>Total Wilaya</b>	<b>11 394</b>	<b>10, 21</b>

Source : DPAT de Tizi Ouzou- 2008

Les données du tableau montrent que le secteur privé, notamment les PME, a connu une croissance appréciable où le nombre des PME dépasse 11 000 PME en 2008, alors qu'il était, selon les statistiques de la direction de la PME et de l'artisanat de la wilaya, de 9599 en fin d'année 2007 et 8548 en fin d'année 2006.

La première observation faite concerne la concentration des PME dans les zones urbaines, notamment dans les dairas de Tizi Ouzou avec 2951 PME et Azazga avec 1154 PME, Boghni et Ain El Hammam disposent respectivement 831 et 693 PME en fin 2008. Par contre, dans le reste des dairas, la PME est implantée de manière moins importante mais avec tendance haussière.

### 2.2.2.2. Répartition des Petites et Moyennes Industries (PMI)

L'essor du secteur de la PMI privée a conduit les autorités locales à lancer un programme d'aménagement des zones d'activités pour favoriser l'investissement privé et la création de l'emploi. Par conséquent, ce secteur prend de plus en plus de l'ampleur. Il se développe dans presque toutes les daïras de Tizi Ouzou, comme le montre le tableau ci-après.

**Tableau 32 : Localisation et effectifs des activités industrielles privées dans la wilaya de Tizi-Ouzou à la fin 2008**

Branches d'activités	Industrie agroalimentaire		Industrie chimique et pharmaceutique		Industrie matériaux de construction		Industrie textiles et cuirs		Industrie métallique, mécanique, électronique et électrique		Industrie bois, papier et imprimerie	
	Nbre Unités	Nbre Eff.	Nbre Unités	Nbre Eff.	Nbre Unités	Nbre Eff.	Nbre Unités	Nbre Eff.	Nbre Unités	Nbre Eff.	Nbre Unités	Nbre Eff.
Tizi Ouzou	12	271	08	279	11	416	04	55	03	195	03	79
A. El Hammam	01	10	01	15	-	-	-	-	-	-	-	-
Azazga	04	140	01	10	04	30	01	05	01	75	-	-
Azzefoune	01	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Beni Douala	-	-	01	10	-	-	-	-	02	140	-	-
Ben Yenni	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Boghni	10	280	03	22	02	20	-	-	-	-	-	-
Bouzeguene	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
D-B- Khedda	02	149	-	-	-	-	-	-	-	-	01	64
D. El. Mizan	02	75	05	128	-	-	-	-	-	-	-	-
L.N.Irathen	-	-	-	-	-	-	01	15	01	10	-	-
Iferhounen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Maatkas	01	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Makouda	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mekla	03	70	-	-	01	32	01	83	01	45	-	-
Ouacifs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ouadhias	01	520	-	-	02	40	-	-	-	-	-	-
Ouaguénoune	01	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tigzirt	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tizi Ghenif	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tizi-Rached	05	50	01	115	-	-	02	60	01	230	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>1942</b>	<b>20</b>	<b>579</b>	<b>22</b>	<b>765</b>	<b>09</b>	<b>218</b>	<b>09</b>	<b>695</b>	<b>04</b>	<b>143</b>

Source : Construit à partir des statistiques de la DPAT de Tizi Ouzou- fin 2008

La lecture du tableau ci-dessus nous permet de constater :

- L'implantation des unités industrielles privées se fait dans toutes les daïras de la wilaya, la daïra de Tizi-Ouzou concentre à elle seule 41 unités industrielles privées, soit 37% de la répartition totale, Boghni avec 15 unités, Azazga avec 11 unités et Tizi Rached avec 09 unités, tandis que Draa Ben Khedda, présente seulement 03 unités industrielles. Le reste des daïras présente une part moins importante des unités variant entre 01 et 07 unités.

- La concentration de ces unités industrielles correspond presque à la répartition du réseau bancaire sur l'espace de la région, à mesure que les daïras comme Tizi-Ouzou, Azazga, dont la densité bancaire est satisfaisante, sont dotées d'un grand nombre des PMI. Pourtant, la daïra de Tizi-Rached, dont la densité bancaire est très faible, est dotée de neuf (09) unités industrielles.

- Le second constat concerne l'impact des PMI sur l'emploi, celles-ci emploient un total de 4342 travailleurs. Par branche d'activités, les industries agroalimentaires emploient 1942 travailleurs, soit 44,7%, l'industrie de matériaux de construction emploie 765 travailleurs, soit 17,6%, l'industrie chimique et pharmaceutique emploie 579 travailleurs, soit 13,3%, tandis que les industries du textile, métallique, électronique, mécanique et l'industrie de papier et l'imprimerie, occupant une place moins importante, emploient seulement 1056 travailleurs.

Le développement de la microentreprise privée dans la wilaya est soutenu par les différents dispositifs mis en œuvre par les Pouvoirs Publics dans la wilaya.

Pour comprendre le rôle de ces dispositifs et leur impact sur la demande de services bancaires et financiers, nous nous référons au dispositif de l'ANSEJ<sup>1</sup> et à sa contribution dans le développement local de la région.

---

<sup>1</sup> La mise en œuvre du dispositif ANSEJ au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou remonte au deuxième semestre de l'année 1997 dans l'objectif de favoriser le développement local par le lancement des petits projets par les jeunes investisseurs diplômés, qualifiés ou ayant un savoir-faire.

**Tableau 33 : Nombre de dossiers déposés et d'accords bancaires par secteurs d'activité à fin 2008**

Secteurs d'activité	Nombre de dossiers au 31-12-2008		Nombre d'accords bancaires		Nombre de micro entreprises créées au 31-12-2008	
	Nombre	Emplois prévus	Nombre	Emplois prévus	Nombre	Emplois prévus
Services	6 315	15 925	2 201	5 840	2 298	6 291
Artisanat	560	1 208	117	246	173	378
Agriculture	4 633	8 333	636	1 358	744	1 525
Hydraulique	44	253	19	157	15	104
Pêche	26	150	10	59	11	62
Transports	2 761	3 862	1 240	1 815	1 318	1 932
Industrie	4 637	16 098	1 589	5 648	1 757	6 239
BTPH	1 471	6 517	600	2 609	701	3 067
Profession libérale	396	901	201	499	193	470
Maintenance	670	1 678	217	618	271	760
<b>TOTAL</b>	<b>21 513</b>	<b>54 925</b>	<b>6 830</b>	<b>18 849</b>	<b>7 481</b>	<b>20 828</b>

Source : Statistiques recueillies à partir de l'antenne ANSEJ de Tizi-Ouzou

Selon le Directeur de l'antenne de la wilaya de Tizi Ouzou, le nombre de dossiers déposés et de projets financés par ce dispositif s'accroît d'une année à l'autre<sup>1</sup>. Dans le tableau ci-dessus, il apparaît que l'impact du dispositif ANSEJ dans la promotion de l'investissement privé dans la wilaya en 31-12-2008 important, vu le nombre de dossiers déposés à fin 2008, qui atteint 21 513 dossiers<sup>2</sup>, contre 18 172 fin 2006.

Pour les jeunes promoteurs, qui n'avaient pas accès direct aux agences bancaires pour contracter un crédit, l'ANSEJ paraît une solution, qui permet l'inclusion des ces jeunes dans le monde bancaire.

Il faut dire toutefois que le besoin bancaire ne se manifeste que lorsque les jeunes promoteurs sont motivés pour lancer un projet. En d'autres termes, le besoin bancaire est ressenti, d'abord, par l'employeur, qualifié généralement du patron ou de l'entrepreneur pour

<sup>1</sup> Le développement des activités de l'ANSEJ figurées dans le tableau permet à la wilaya de Tizi Ouzou de se classer à la deuxième position, derrière Alger qui disposent de quatre antennes ANSEJ.

<sup>2</sup> En 2008, 7 481 dossiers sont acceptés par les banques, contre 5224 en 2006.

débuter son activité (accord bancaire), ensuite, par l'employé (le salarié) de cette entreprise à l'occasion de perception de son salaire ou la constitution d'une épargne. Cette dernière approche n'est pas valable pour la plupart des entreprises privées, car, mis à part, le compte bancaire de l'entreprise (l'employeur notamment), les salaires des travailleurs ne sont pas versés au niveau des agences bancaires (ils sont perçus de manière directe auprès du comptable de l'entreprise).

Cependant, l'émergence du secteur privé a certes créé un dynamisme économique dans la région avec la mise en place des programmes de soutien à l'emploi, mais, les contraintes que rencontrent les promoteurs avant et durant l'exercice de leurs activités entravent de manière importante le développement de leurs entreprises en général, et la demande des services bancaire en particulier. A titre d'exemple, nous citons :

- Les phénomènes de la corruption ;
- Le favoritisme et le clientélisme des administrations et des banques ;
- Les contraintes du foncier ;
- La bureaucratie et les coûts de transaction (cherté des prix de location, frais du transport...).

L'analyse de l'offre et la demande de services bancaires les caractéristiques suivantes :

- La demande bancaire est soutenue que par la forte croissance démographique, la forte demande sociale (en moyens d'habitat, en biens et services), la concentration des entreprises publiques et le développement des investissement privés.

- La densité bancaire a, certes, enregistré un développement appréciable, mais la question de couverture des besoins bancaires et financiers demeure encore une problématique, à mesure que le réseau est réparti d'une manière déséquilibrée et insuffisante.

Après avoir examiné la structure de l'offre et de la demande des services bancaires et financiers dans la wilaya de Tizi-Ouzou, la question qui mérite notre attention est de savoir quel est le niveau de bancarisation de cette wilaya.

## Section II : Analyse du niveau de bancarisation et contraintes de son développement

L'objet de la présente section consiste, en premier lieu, à mesurer le degré de pénétration des services bancaires et financiers de la wilaya et examiner, ensuite, les principales contraintes entravant le développement de la bancarisation tant au niveau de cette région qu'au niveau national.

### 1. Mesure du niveau de bancarisation dans la wilaya de Tizi Ouzou

Les indicateurs qui nous permettent de mesurer le niveau de bancarisation sont :

- La densité du réseau bancaire ;
- Le taux de bancarisation par le nombre de comptes bancaires/population totale et active ;
- Le taux de bancarisation par le nombre d'effectifs de banques/population active ;
- Les automates de banques DAB/GAB sur la population totale, active et sur le nombre des ménages.

Toutefois, les statistiques relatives à la population que nous avons obtenues pour 2004-2007 ne sont que des projections faites par les services concernés (RGPH 1998). En revanche, les statistiques de 2008, issues de RGPH 2008, sont réelles.

Compte tenu du manque de fiabilité pour les années 2004, 2005, 2006 et 2007, nous avons déterminé l'évolution de la population en utilisant le taux d'accroissement de la population auprès du RGPH pour l'année 2008.

**Tableau 34 : Evolution des indicateurs démographiques de la wilaya de Tizi Ouzou**

Indicateurs démographiques ANNEES	Taux brut de natalité ‰	Taux brut de mortalité ‰	Taux d'accroissement naturel ‰	Taux d'accroissement en % Dans la wilaya	Population
<b>2004</b>	12, 79	3, 96	8, 83	0,883	<b>1 083 629</b>
<b>2005</b>	13, 39	4, 15	9, 24	0,924	<b>1 093 283</b>
<b>2006</b>	13, 80	3, 89	9, 91	0,991	<b>1 103 479</b>
<b>2007</b>	14, 70	3, 83	10, 8	1,08	<b>1 114 524</b>
<b>2008</b>	17, 12	4, 97	12, 15	1,215	<b>1 127 165</b>

Source : construit à partir des statistiques du RGPH de 2008 – DPAT Tizi-Ouzou

A partir du taux d'accroissement annuel total, nous essayons de donner, approximativement, l'évolution de la population dans les daïras concernées.

**Tableau 35: Evolution de la population dans les daïras de la wilaya**

Daïras	RGPH 2008	2007	2006	2005	2004
Tizi Ouzou	135 088	133 447	132 006	130 698	129 490
A. El Hammam	51 431	50 977	50 426	49 926	49 465
Azazga	83 557	82 819	81 925	81 113	80 364
Azzefoune	37 756	37 423	37 019	36 652	36 313
Boghni	68 466	67 861	67 128	66 463	65 849
Bouzeguene	50 945	50 495	49 950	49 455	48 998
D-B- Khedda	83 935	83 194	82 296	81 480	81 054
D. El. Mizan	89 423	88 633	87 676	86 807	86 005
L.N.Irathen	46 831	46 417	45 916	45 461	45 041
Ouacifs	24 947	24 727	24 460	24 218	23 994
Ouadhias	55 377	54 888	54 295	53 757	53 260
Tigzirt	35 742	35 426	35 043	34 696	34 375
Tizi-Rached	25 951	25 722	25 455	25 203	24 970

Source : construit à partir des statistiques du RGPH de 2008- DPAT de Tizi-Ouzou

### 1.1. Le niveau de la bancarisation sous l'angle de la densité du réseau bancaire

L'analyse de répartition spatiale du réseau bancaire ne suffit pas pour déterminer l'état de bancarisation dans la région. Il sera nécessaire d'analyser la densité du réseau bancaire par le nombre d'habitants résidant dans la wilaya.

#### 1.1.1. La densité démographique du réseau bancaire

Il est important de souligner que nous avons pris en compte les statistiques de la population et d'agences bancaires de la fin d'année 2008. Donc, les agences bancaires de banques publiques et privées installées à partir de cette date ne sont pas incluses dans cette analyse.

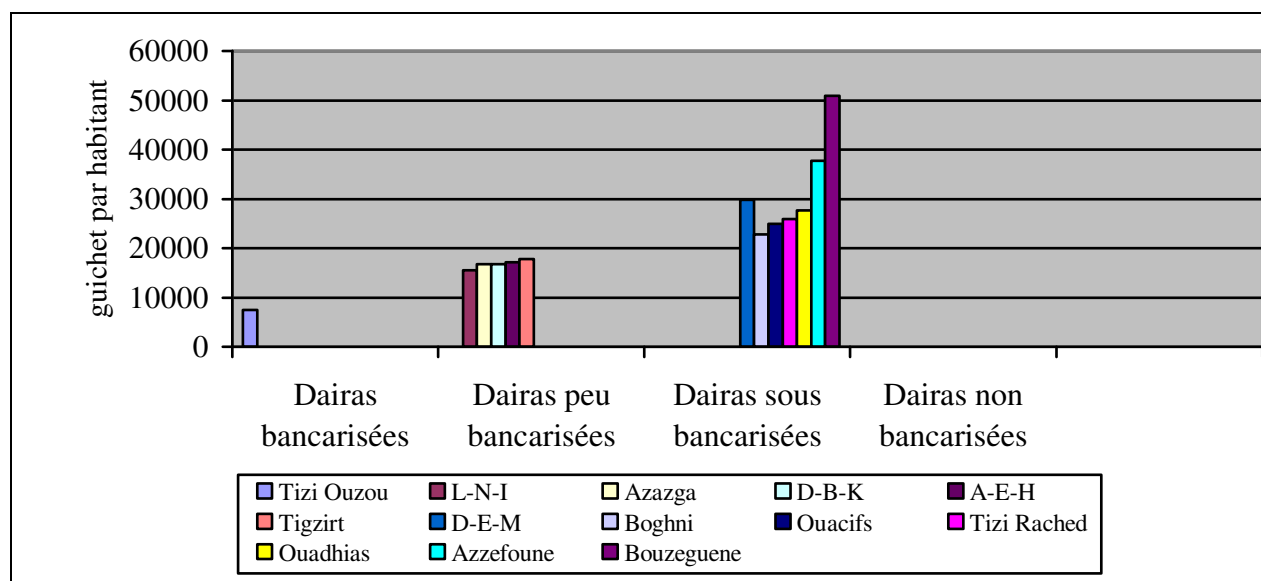
**Tableau 36 : Densité démographique du réseau bancaire dans les daïras de la wilaya en 31-12-2008**

Dairas \ Densité	T-O	L.N.I	Azazga	D-B-K	A.E.H	Tigzirt
Nombre d'agences bancaires	18**	03**	05*	05	03	02
Population totale (2008)	135 088	46 831	83 557	83 935	51 431	35 742
<b>Densité démographique</b>	<b>7505</b>	<b>15 610</b>	<b>16 711</b>	<b>16 787</b>	<b>17 144</b>	<b>17 871</b>

Dairas \ Densité	D.E.M	Boghni	Ouacifs	Tizi Rached	Ouadhias	Azzefoune	Bouzeguene
Nombre d'agences bancaires	03**	03	01	01	02	01	01
Population totale (2008)	89 423	68 466	24 947	25 951	55 377	37 756	50 945
<b>Densité démographique</b>	<b>29 808</b>	<b>22 822</b>	<b>24 947</b>	<b>25 951</b>	<b>27 689</b>	<b>37 756</b>	<b>50 945</b>

Source : Construit par nous même à partir des statistiques des agences bancaires et la DPAT  
 \*:y compris l'agence de Freha/ \*\* Sans prise en compte le agences installées à partir de 2009.

**Graphique 14 : Densité démographique du réseau bancaire 31-12-2008**



Source : Construction personnelle à partir des données du tableau 36

La norme retenue est 1 agence pour 5000 habitants

- La daïra qui obtient une densité légèrement supérieure ou égale à cette norme est considérée comme bancarisée ;
- La daïra qui enregistre une densité fortement supérieure ou égale à cette norme est surbancarisée ;
- La daïra qui enregistre une densité inférieure à cette norme est sous bancarisée ;

Le tableau et le graphique ci-dessus montrent que la densité du réseau bancaire est moins dense par rapport à la forte croissance démographique de la wilaya.

Parmi les treize daïras que nous avons évaluées, la daïra de Tizi Ouzou est la seule, qui répond à la norme avec un guichet pour 7505 habitants. Donc en terme de densité, cette daïra est bancarisée et ce, grâce à la concentration des guichets bancaire en son sein.

Les daïras qui enregistrent une densité inférieure à la norme requise sont Larbaa Nath Irathen avec un guichet pour 15610 habitants, Azazga avec un guichet pour 16 711 habitants, Draa Ben Khedda avec un guichet pour 16 787 habitants, Ain El Hammam avec un guichet pour 17 144 habitants, Tigzirt avec un guichet pour 17 871 habitants, soit la moyenne totale d'un guichet pour 15 487 habitants, Boghni, Ouacif, Tizi Rached, Ouadhias et Draa El Mizan, représentant respectivement un guichet pour 22 822 habitants, 24 947 habitants, 25 951 habitants et un guichet pour 27 689 habitants et un guichet pour 29 808 habitants.

Ces daïras sont loin de la norme, mais elles sont un plus bancarisées par rapport aux daïras fortement sous bancarisées comme Azzefoune, qui enregistre un guichet pour 37 756 habitants et Bouzeguene qui a un guichet pour 50 945 habitants.

Au total, la densité démographique du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou est estimée à un guichet bancaire pour **23 982 habitants**, soit un niveau qui correspond à celui enregistré au niveau national.

Cependant, dans certains pays comme le Maroc, le réseau bancaire inclut les agences postales pour évaluer la densité bancaire. C'est pourquoi, nous nous sommes intéressés à

l'évaluation de la densité bancaire avec la prise en compte du réseau postal dans l'espace de la wilaya.

### 1.1.2. Densité du réseau bancaire et postal de la wilaya de Tizi Ouzou

Comme nous l'avons signalé précédemment, dans la wilaya de Tizi Ouzou, l'infrastructure postale est non négligeable et compte 162 établissements postaux.

**Tableau 37 : La densité bancaire avec l'inclusion du réseau postal**

Dairas Densité	T-O	L.N.I	Azazga	D-B-K	A.E.H	Tigzirt
<b>Nombre d'agences bancaires et postales</b>	18+11	03+08	05+05	05+08	03+09	02+09
Population totale (2008)	135 088	46 831	83 557	83 935	51 431	35 742
<b>Guichet/hab.</b>	<b>4 658</b>	<b>4 557</b>	<b>8 356</b>	<b>6 457</b>	<b>4 286</b>	<b>3249</b>

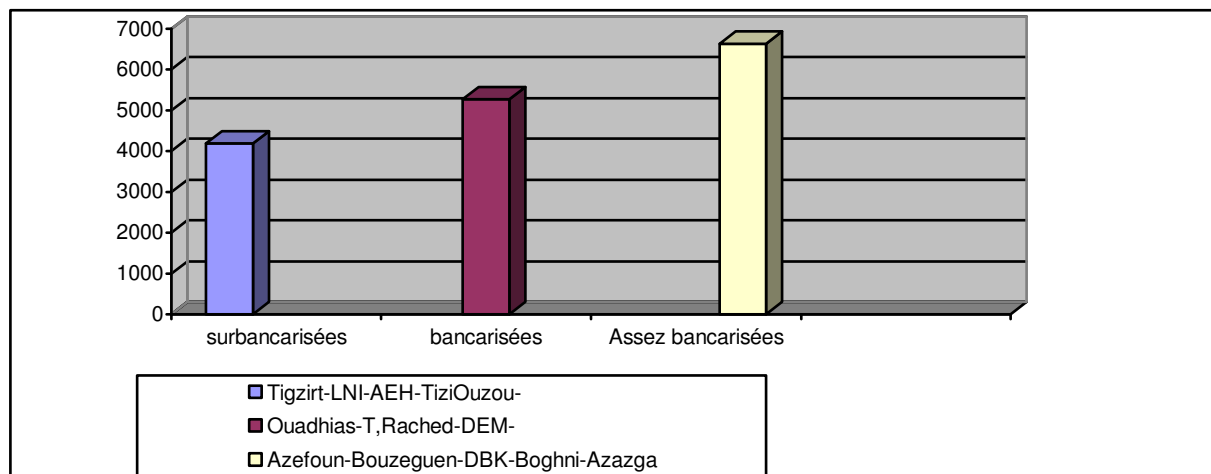
  

Dairas Densité	D.E.M	Boghni	Ouacifs	Tizi Rached	Ouadhias	Azze foune	Bouze guene
<b>Nombre d'agences bancaires et postales</b>	03+13	03+07	01+03	01+04	02+09	01+05	01+07
Population totale (2008)	89 423	68 466	24 947	25 951	55 377	37 756	50 945
<b>Guichet/hab.</b>	<b>5 589</b>	<b>6847</b>	<b>6237</b>	<b>5190</b>	<b>5034</b>	<b>6293</b>	<b>6368</b>

Source : Construction personnelle à partir des statistiques des agences bancaires, EPIC et la DPAT de Tizi-Ouzou

Avec l'inclusion des établissements postaux, la densité bancaire enregistre un taux satisfaisant dans la wilaya, et ce, grâce à la forte présence des agences postales sur l'espace de la wilaya et particulièrement dans les dairas qui sont peu dotées en agences bancaires.

Le graphique 15 montre la distinction entre dairas « surbancarisées », qui dépassent la norme et les dairas « bancarisées », qui enregistrent une densité légèrement supérieure ou égale à la norme.

**Graphique 15 : Densité bancaire et postale en 31-12-2008**

Source : Construction personnelle à partir des données du tableau 37

A partir du tableau 37, nous constatons que la structure de densité bancaire a changé avec l'intégration du réseau postal. En effet, les daïras que nous avons jugées précédemment comme sous bancarisées, se trouvent bancarisées et même surbancarisées. Il s'agit de Tigzirt, Larbaa Nath Irathen, Ain El Hammam et Tizi Ouzou, qui enregistrent une moyenne d'une agence bancaire et postale pour 4186 habitants. Cette situation indique une situation d'une « bonne » bancarisation où l'offre des services bancaires et financiers peut couvrir suffisamment les besoins financiers de la population.

Les daïras qui sont bancarisées sont celles, qui dépassent légèrement la norme requise. Il s'agit des Ouadhias, Tizi Rached et Draa El Mizan qui enregistrent une moyenne d'une agence bancaire et postale pour 5 271 habitants. Cette situation est valable pour les daïras Azzefoune, Bouzeguene, Draa Ben Khedda, Boghni et Azazga qui sont assez bancarisées avec une moyenne d'une agence bancaire et postale pour 6 633 habitant.

Enfin, les daïras qui n'ont pas de réseau d'agences bancaires, mais sont dotées d'agences postales<sup>1</sup> sont Mekla, Iferhounene, Makouda, Maatkas, Tizi Ghenif, Beni Douala, Beni Yeni et Ouaguenoune. Par conséquent, les populations résidentes recourent, généralement, aux communes avoisinantes pour bénéficier des prestations bancaires. Ces conditions génèrent des coûts de transaction et des files d'attentes parfois très longues devant les guichets bancaires.

<sup>1</sup> Dans ce sens, la notion de la bancarisation de masse est restreinte, contrairement au pays industrialisés où la Banque Postale a commencé à se développer, la Poste en Algérie dispose d'une gamme de services moins importante par rapport aux institutions bancaires et mutualistes.

Au total, il faut noter que le taux de la densité du réseau bancaire avec intégration du réseau postal est estimé dans la wilaya de Tizi Ouzou à une agence bancaire et postale pour **7720 habitants**<sup>1</sup>. Donc, avec l'inclusion du réseau postal, la région est considérée comme bancarisée.

Pour compléter l'information donnée par la densité du réseau bancaire, nous allons procéder à un autre indicateur de mesure, à savoir le taux de bancarisation ou le taux de pénétration des services bancaires.

## 1.2. Evolution du taux de bancarisation par effectif de la banque

Comme nous l'avons avancé précédemment, l'analyse concerne d'abord, les daïras de la wilaya, et ensuite, le taux global de la wilaya.

**Tableau 38 : Evolution du nombre d'effectifs des banques par daïra à fin 2008**

Daïras	Années	2004	2006	2008
	effectifs			
Tizi Ouzou		360	359	358
Draa Ben Khedda		71	72	74
Azazga		63	63	69
Larbaa Nath Irathen		37	34	33
Boghni		36	37	35
Ouacifs		07	08	07
Ain El Hammam		28	33	37
Ouadhias		11	11	12
Tizi Rached		08	09	10
Azzefoune		06	08	07
Bouzeguene		14	15	13

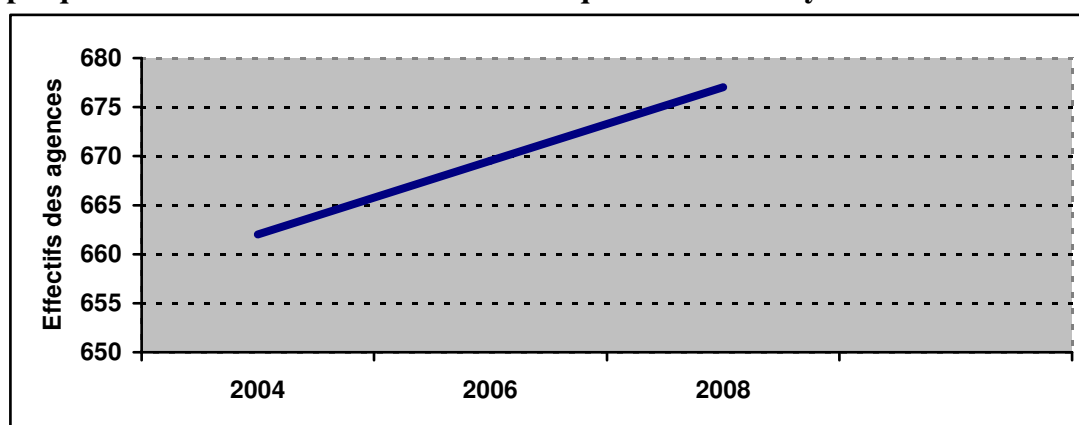
Source : Construction personnelle à partir des données des agences bancaires

<sup>1</sup> La densité démographique du réseau bancaire avec intégration du réseau postal est calculée par rapport à la population totale de la wilaya pour l'année 2008.

**Tableau 39 : Taux de bancarisation par les effectifs des banques dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

Années	2004	2006	2008
Nombre total des effectifs de banques	662	670	677
Population active	342 845	385 953	414 715
<b>TAUX DE BANCARISATION</b>	<b>0,19</b>	<b>0,17</b>	<b>0,16</b>
<b>Nombre d'agences bancaires</b>	40	42	47
La moyenne des Employés/agence	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>14</b>

Source : construit par nous même à partir des données recueillies auprès des agences bancaires implantées dans la wilaya et la DPAT de Tizi Ouzou

**Graphique 16: Evolution des effectifs des banques dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

Source : Etabli par nous même sur la base des statistiques des tableaux plus 38 et 39

Les tableaux et schémas ci-dessus nous renseignent sur le degré de l'implication de la population active et particulièrement occupée dans le secteur bancaire de la wilaya. Les statistiques affichées indiquent une augmentation des effectifs des banques, liées notamment aux recrutements des diplômés des Universités et de manière moins importante les étudiants de l'IFID et de l'ESB<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> I-F-I-D : Institut de financement et du développement du Maghreb où la formation théorique s'effectue en Tunisie et la formation pratique s'effectue en Algérie, notamment au niveau des établissements de parrainage (organismes bancaires, d'assurance etc.).  
E-S-B : Ecole Supérieure de banques en Algérie.

Nous constatons dans le tableau 38 que quelques agences bancaires affichent des baisses des effectifs. Cela est dû notamment au départ en retraite, les mutations des effectifs vers d'autres régions et même les départs volontaires des employés<sup>1</sup>.

Le dernier constat à relever du tableau 39 porte sur le nombre d'effectifs par agence. En effet, le nombre d'effectif total par agence passe de 17 employés par guichet en 2004, contre 16 en 2006 et 14 employés par guichet en 2008. Cette évolution décroissante n'est pas significative dans le sens où certaines agences localisées notamment à Ouacif, Azzefoune, Ouadhia, Bouzeguene et Tizi Rached) n'occupent qu'une moyenne de 10 employés par agence. Ceci est expliqué par la taille et les équipements de ces petites agences.

Quant au reste, nous avons observé une concentration d'effectifs au sein des agences bancaires. A titre d'exemple, la daïra de Tizi Ouzou représente 22 employés par guichet, soit un niveau qui correspond à celui du pays en général.

### **1.3. Mesure du niveau de la bancarisation sous l'angle du taux de pénétration des services bancaires ou « taux de bancarisation »**

Avant de procéder à cette analyse, nous signalons que le nombre de comptes bancaires que nous avons pu collecter concerne les comptes en dinars et en devise ouverts auprès des agences bancaires :

Dans cette analyse, nous déterminons, en premier lieu, le taux de bancarisation par daïra, et, en second lieu, le taux global de la région.

---

<sup>1</sup> Selon certains banquiers que nous avons vus, le phénomène des départs volontaires des employés est dû aux facteurs culturels (les considérations religieuses) et socioprofessionnels (autres opportunités mieux rentables que les banques).

## 1.3.1. Le taux de bancarisation dans chaque daïra

**Tableau 40 : Daïra de Tizi Ouzou**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	95 596	96 527	92 685	102 217	209 614
Population totale de la daïra	129 490	130 698	132 006	133 447	135 088
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>73,83</b>	<b>73,85</b>	<b>70, 21</b>	<b>76,60</b>	<b>155,17</b>

**N.B :** l'année 2008 a été marquée par la présence des agences de banques privées étrangères.

**Tableau 41 : Daïra d'Azazga**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	23 872	23 690	22 146	24 736	25 064
Population totale de la daïra	80 364	81 113	81 925	82 819	83 557
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>29,70</b>	<b>29,21</b>	<b>27,03</b>	<b>29,87</b>	<b>30,00</b>

Les données de l'agence Société Générale ne sont pas prises en compte, car l'agence est installée en fin 2009.

**Tableau 42 : Daïra de Larbaa Nath Irathen**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	7 984	8 111	8 279	9 149	9 304
Population totale de la daïra	45 041	45 461	45 916	46 417	46 831
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>17,73</b>	<b>17,84</b>	<b>18,03</b>	<b>19,71</b>	<b>19,87</b>

Les données de l'agence BNA ne sont pas prises en compte, car les statistiques sont arrêtées à la fin 2008 et cette agence est implantée en 2009.

**Tableau 43 : Daïra de Draa Ben Khedda**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	12 667	12 271	11 717	10 229	10 183
Population totale de la daïra	81 054	81 480	82 296	83 194	83 935
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>15,63</b>	<b>15,06</b>	<b>14,24</b>	<b>12,30</b>	<b>12,13</b>

**Tableau 44 : Daïra de Boghni**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	11 549	11 718	11 427	10 972	11 347
Population totale de la daïra	68 466	67 861	67 128	66 463	65 849
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>16,87</b>	<b>17,27</b>	<b>17,02</b>	<b>16,51</b>	<b>17,23</b>

**Tableau 45 : Daïra de Draa El Mizan**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	7 217	6 995	6 243	6 520	6 346
Population totale de la daïra	86 005	86 807	87 676	88 633	89 423
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>8,39</b>	<b>8,06</b>	<b>7,12</b>	<b>7,36</b>	<b>7,10</b>

Les données de l'agence CPA ne sont pas prises en compte, car les statistiques sont arrêtées à la fin 2008 et cette agence est implantée en 2009.

**Tableau 46 : Daïra de Ouacifs**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	577	692	917	991	910
Population totale de la daïra	23 994	24 218	24 460	24 727	24 947
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>2,41</b>	<b>2,86</b>	<b>3,75</b>	<b>4,00</b>	<b>3,65</b>

**Tableau 47 : Daïra des Ouadhias**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	1 153	1 781	2 224	2 449	2 733
Population totale de la daïra	53 260	53 757	54 295	54 888	55 377
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>2,16</b>	<b>3,31</b>	<b>4,10</b>	<b>4,46</b>	<b>4,94</b>

**Tableau 48 : Daïra de Tizi Rached**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	513	521	510	540	670
Population totale de la daïra	24 970	25 203	25 455	25 722	25 951
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>2,05</b>	<b>2,07</b>	<b>2,00</b>	<b>2,10</b>	<b>2,58</b>

**Tableau 49 : Daïra d'Azzefoune**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	961	1006	1771	1513	1638
Population totale de la daïra	36 313	36 652	37 019	37 423	37 756
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>2,65</b>	<b>2,74</b>	<b>4,78</b>	<b>4,04</b>	<b>4,34</b>

**Tableau 50 : Daïra de Tizirt**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	5107	5 665	5 462	6 920	7 174
Population totale de la daïra	34 375	34 696	35 043	35 426	35 742
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>14,86</b>	<b>16,33</b>	<b>15,59</b>	<b>19,53</b>	<b>20,07</b>

**Tableau 51 : Daïra de Bouzeguene**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	11 251	11 356	10 619	10 998	11 946
Population totale de la daïra	48 998	49 455	49 950	50 495	50 945
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>22,30</b>	<b>22,30</b>	<b>21,26</b>	<b>21,78</b>	<b>23,45</b>

**Tableau 52 : Daïra d'Ain El Hammam**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de comptes bancaires	7 712	7 941	8026	8067	8597
Population totale de la daïra	49 465	49 926	50 426	50 977	51 431
<b>Taux de bancarisation</b>	<b>15,6</b>	<b>15,90</b>	<b>15,91</b>	<b>15,8</b>	<b>16,72</b>

Source : Données collectées à partir des agences bancaires et le service de DPAT de Tizi Ouzou

La lecture des tableaux ci-dessus (40 à 52) nous permet de constater que la daïra de Tizi Ouzou est la plus bancarisée dans la wilaya avec un taux de bancarisation annuel moyen de 89,93% entre 2004 et la fin 2008.

La meilleure bancarisation de cette daïra par rapport au reste de la wilaya est liée à la densité de son réseau bancaire (19 agences de banques publiques et privées), d'une part, et les déplacements<sup>1</sup> des clients des régions dépourvues d'agences bancaires vers les agences localisées dans la daïra, d'autre part. En d'autres termes, la répartition spatiale déséquilibrée des agences bancaires conduit la population à besoin financier de se tourner vers la daïra de Tizi-Ouzou, capitale régionale de la wilaya. Il est clair que le phénomène de déplacements des clients est aussi engendré par la forte concentration des entreprises et la centralisation des administrations publiques dans cet espace.

Nous y avons remarqué une situation de la multibancarisation en fin d'année 2008 avec un taux de 155,17%. Cependant, cette situation ne reflète pas toujours la réalité de la pénétration des services bancaires dans la totalité la population, car un client peut disposer d'un ou plusieurs comptes bancaires dans la même agence (compte à vue, compte à terme, compte en devise...).

Si nous prenons compte l'implantation des agences de banques privées sur le territoire de cette daïra, nous pouvons expliquer la multibancarisation par la concurrence interbancaire et le phénomène de la « multifidilité » des clients, qui s'adressent aux autres agences.

La daïra d'Azazga représente un taux moyen de 29,16% entre 2004 et 2008, ceci signifie que plus d'un quart de la population est en relation bancaire. Après la daïra de Tizi Ouzou, la daïra d'Azazga enregistre un taux supérieur au reste des autres daïras, et ce, grâce à la densité de son réseau de banques publiques et même privées qu'elle dispose et à la concentration d'un des entreprises dont le nombre croît d'année en année.

Toutefois, nous observons que le taux de bancarisation ne dépend pas seulement de la densité du réseau bancaire et de la dynamique économique d'une région, mais dépend, aussi de facteurs inhérents au comportement de la population. A titre d'exemple, les daïras de

---

<sup>1</sup> Les déplacements des personnes constitue l'une des contraintes de développement de la bancarisation dans la région car il engendre pour les clients des coûts de transaction comme les frais de transport notamment.

Larbaa Nath Irathen, Boghni, Draa Ben Khedda, Ain El Hammam et Draa El Mizan se dotent d'un réseau d'agences plus au moins grand, mais enregistrent un taux de pénétration des services bancaires faible variant entre la fourchette de 6,5% et 17,1% durant la période 2004 à 2008.

Les daïras de Bouzeguene<sup>1</sup> et Tizirt disposent d'une faible densité bancaire (une ou deux agences), mais leur le taux de bancarisation enregistre durant ces dernières années un taux moyen de 22,22% à Bouzeguene et 17,28% à Tizirt, soit des taux satisfaisants par rapport aux daïras dont la densité du réseau bancaire est élevée.

Enfin, la lecture des tableaux ci-dessus nous montre les daïras où le taux de pénétration des services bancaires est très faible et varie entre la fourchette de 2,16 et 3,79%. Il s'agit de Azzefoune avec un taux d'évolution moyen entre 2004-2008 de 1,8. Ce taux est le plus bas de la wilaya, et ce malgré sa position stratégique et le dynamisme économique qu'elle a connu ces dernières années. Pour la même période, les daïras qui enregistrent en moyenne un taux de bancarisation très faible sont Tizi Rached (2,16%), Ouadhias (3,79%) et Ouacifs (3,39%).

Le dernier constat que relève les tableaux est celui des variations annuelles du taux de bancarisation dans chaque daïra. En effet, les tableaux nous montrent que certaines daïras ont connu durant cette période une baisse du taux de bancarisation.

Dans ce cas, deux situations peuvent influencer le taux de bancarisation, l'une est liée à la diminution du nombre de comptes bancaires au niveau des agences du fait des clôtures de comptes volontaires (phénomène de l'auto-exclusion) et involontaires (les impayés), l'autre est liée à la croissance rapide de la population.

### **1.2.2. Le taux de bancarisation global**

Après avoir présenté et analysé les statistiques relatives à chaque daïra de la wilaya, nous allons déterminer le taux général de la bancarisation aussi bien par rapport à la population totale que par rapport à la population active.

---

<sup>1</sup> Le taux de bancarisation de la daïra de Bouzeguene indique sur la concentration de la population dans une seule agence bancaire. Cette situation est due essentiellement à l'éloignement de la région (les communes et les villages) des autres daïras dotées des agences bancaires, ce qui conduit la population à se concentrer dans une seule agence tout en évitant les coûts de transaction (frais de transport).

**Tableau 53 : Evolution du taux de bancarisation de la wilaya par rapport à la population totale**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre total de comptes bancaires	186 159	188 274	182 026	195 301	305 526
Population totale de la wilaya	1 083 283	1 093 283	1 103 479	1 114 524	1 127 165
<b>TAUX DE BANCARISATION DE LA WILAYA</b>	<b>17,18</b>	<b>17,22</b>	<b>16,5</b>	<b>17,52</b>	<b>27,11</b>

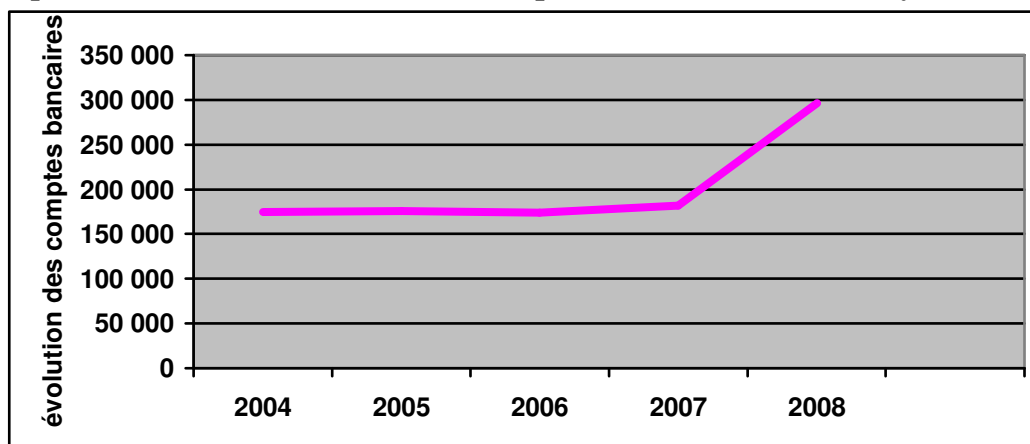
Source : Construction personnelle à partir des statistiques collectées auprès des agences bancaires et la DPAT de Tizi Ouzou

**Tableau 54 : Evolution du taux de bancarisation par rapport à la population active**

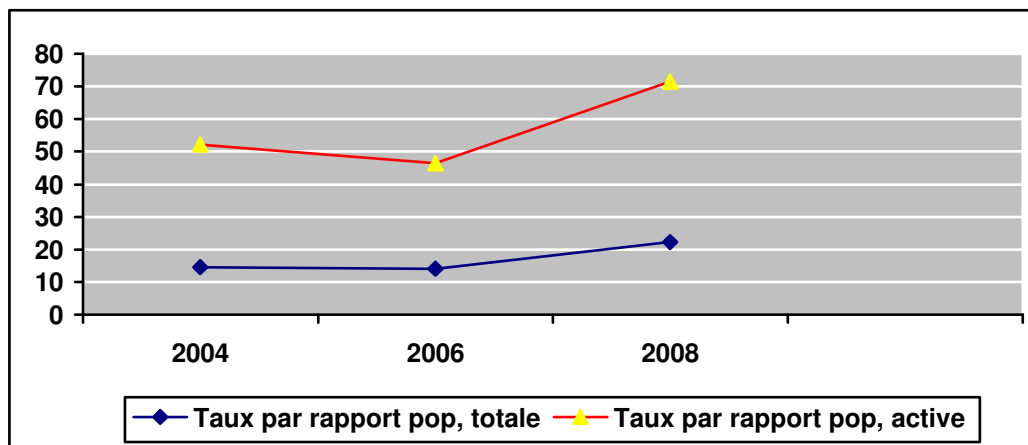
Années	2004	2006	2008
Nombre total de comptes bancaires	186 159	182 026	305 526
Population active de la wilaya	342 845	385 953	414 715
<b>TAUX DE BANCARISATION DE LA WILAYA</b>	<b>54,3</b>	<b>47,16</b>	<b>73,67</b>

Source : Construction personnelle à partir des statistiques fournies par les agences bancaires et la DPAT Tizi-Ouzou

**Graphique 17 : Evolution du nombre de comptes bancaires dans la wilaya de Tizi Ouzou**



Source : Construit par nous même sur la base des données des tableaux 53 et 54.

**Graphique 18: Evolution du taux de bancarisation de la wilaya Tizi Ouzou 2004-2008**

Source : Construction personnelle sur la base des tableaux plus haut

Nous constatons à travers le graphique 19 que le nombre de comptes ouverts au niveau des agences bancaires localisées dans la wilaya est en progression malgré une baisse légère entre 2005 et 2006 expliquée à la fois par la crise bancaire et la liquidation des banques privées nationales en Algérie, notamment les agences BCIA et Khalifa Bank (installées dans la wilaya). Ceci a entraîné à la fois une crise de confiance entre la banque et le client et la fuite de l'argent vers le secteur informel.

Pour l'année 2008, le taux de bancarisation a enregistré des progrès, passant de 14,13% en 2006 à 14,55% en 2007 et à 22,23% en 2008. Cette croissance s'explique par l'accroissement de la demande de services bancaires et la densification du réseau d'agences de banques publiques et privées dans la wilaya

#### **1.4. Le niveau de la bancarisation sous l'angle de la pénétration de la monétique dans la wilaya 31-12-2008**

A l'instar des autres régions du pays, la wilaya de Tizi Ouzou est dotée, ces dernières années, d'un réseau électronique mis en place au niveau de quelques agences bancaires et des établissements postaux localisés sur l'espace de la wilaya et disponible 24h/24 et 7j/7.

L'objectif de cette analyse consiste à déterminer la densité des automates dans la wilaya par rapport à la population totale, le nombre des ménages et enfin par rapport à la population active.

Cependant, compte tenu du manque de statistiques concernant le nombre de porteurs de cartes magnétiques CCP et les cartes bancaires, nous nous intéressons à l'étude de la densité du réseau électronique (DAB et GAB). Quant aux Terminaux de Paiement Electronique (TPE), la wilaya ne dispose actuellement que de quelques TPE et leur localisation est difficile à identifier.

**Tableau 55 : Répartition spatiale du réseau DAB et GAB dans la wilaya de Tizi Ouzou à fin 2009**

	T-O	D-B-Khedda	Azazga	L-N-Irathen	A-E-Hammam	D-E-Mizan	Boghni
<b>Distribution des DAB et GAB</b>	10	02	01	02	02	01	02
<b>Population totale</b>	135 088	83 935	83 557	46 831	51 431	89 423	68 466
<b>Densité démographique</b>	<b>13 509</b>	<b>41 966</b>	<b>83 557</b>	<b>23 416</b>	<b>25 716</b>	<b>89 423</b>	<b>34 233</b>

	Ouadhia	Bouzeguene	Tigzirt	Azefoune	T-Rached	T-Ghenif	B- Douala	Ouacifs
<b>Distribution des DAB et GAB</b>	01	01	01	-	01	01	01	01
<b>Population totale</b>	55 377	50 945	35 744	37 756	25 951	47 100	48 996	24 948
<b>Densité démographique</b>	<b>55 377</b>	<b>50 945</b>	<b>35 744</b>	-	<b>25 951</b>	<b>47 100</b>	<b>48 996</b>	<b>24 948</b>

Source : Construction personnelles à partir des données recueillies par les agences bancaires, l'EPIC et la DPAT Tizi Ouzou- 2008

Les données du tableau nous permettent de constater l'inégalité de distribution du réseau électronique dans la wilaya. D'abord, grâce à l'importance de son réseau d'agences bancaires, la daïra de Tizi Ouzou est mieux dotée en DAB et GAB, elle concentre à elle seule dix (10) DAB/GAB, soit un taux de concentration de 30,3%.

Par contre, les daïras de Draa Ben Khedda, Larbaa Nath Irathen, Ain El Hammam et Boghni disposent seulement de deux guichets et distributeurs automatiques, avec une densité moyenne d'un DAB/GAB pour 31 262 habitants.

Le reste des daïras ne dispose que d'un guichet ou distributeur de billets. Elles représentent une densité moyenne d'un DAB/GAB pour 51 337 habitants<sup>1</sup>, ce qui est très insuffisant.

Les tableaux ci-dessous présentent la répartition des DAB et GAB à travers les banques et les Postes et évaluent la densité du réseau électronique par rapport à la population totale, le nombre des ménages et la population active de la wilaya de Tizi-Ouzou.

**Tableau 56 : Pénétration de DAB et GAB dans la population totale de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009**

	Agences bancaires										Agences postales
Banques Nombre de DAB et GAB	BADR	BNA	CPA	BDL	CNEP	BEA	S-G	BNP	Natexis	El Baraka	<b>14</b>
	<b>03</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>02</b>	<b>02</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	<b>01</b>	
<b>Population totale</b>	<b>1 127 165</b>										
<b>Taux de pénétration de la monétique</b>	<b>1 DAB/GAB pour 34 157 habitants</b>										

Source : Construction personnelle à partir des statistiques recueillies au niveau des agences bancaires et postales et la DPAT de Tizi Ouzou.

**Tableau 57 : Pénétration de DAB et GAB par rapport au total des ménages de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009**

	Agences bancaires	Agences postales
Nombre de DAB et GAB	19	14
Total des ménages	<b>196 557</b>	
<b>Taux de pénétration de la monétique</b>	<b>1 DAB/GAB pour 5 956 habitants</b>	

Source : Construction personnelle à partir des statistiques recueillies au niveau des agences et la DPAT de Tizi Ouzou

<sup>1</sup> Les daïras dépourvues des agences bancaires se dotent des DAB/GAB au niveau des bureaux postaux. Il s'agit de Beni Douala et Tizi Ghenif.

**Tableau 58 : Pénétration de DAB et GAB par rapport à la population active de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009**

	Agences bancaires	Agences postales
Nombre de DAB et GAB	19	14
Population active	<b>414 715</b>	
Taux de pénétration de la monétique	<b>1 DAB/GAB pour 12 567 habitants</b>	

Source : Construction personnelle à partir des statistiques recueillies au niveau des agences et la DPAT de Tizi Ouzou

L'évaluation de la densité par rapport à la population totale, donne un taux de densité très faible avec un DAB/GAB pour 34 157 habitants. Mais, cette densité n'est pas significative, car les DAB et les GAB sont utilisés par les personnes qui sont déjà bancarisées, c'est-à-dire les personnes ayant un compte bancaire ou CCP. Par rapport aux ménages, la densité donne un DAB/GAB pour 5956 ménages. Par rapport aux actifs, la densité du réseau est évaluée à un DAB/GAB pour 12 567 actifs.

Selon les statistiques que nous avons collectées auprès de la Direction de la Poste de la wilaya, le nombre de cartes magnétiques émises est 209 844, seulement 180 043 ont été distribuées. Ceci dit, le chèque, grâce à la simplicité de son utilisation, la polyvalence de ses usages et sa gratuité, demeure le moyen de paiement le plus utilisé, tant au niveau des guichets des banques, qu'au niveau des Postes.

Pour conclure, nous pouvons dire que le réseau bancaire de la wilaya a, certes, connu une progression remarquable ces dernières années, mais il se caractérise par sa répartition inégale et insuffisante. Le taux de pénétration des services bancaires, malgré une légère amélioration en 2008, demeure relativement modeste. Le taux de bancarisation par effectif montre clairement la faible insertion de la population active et particulièrement occupée dans le secteur bancaire. Enfin, le réseau DAB/GAB a certes marqué sa présence ces dernières années dans la wilaya, mais la densité reste toujours très faible.

Nous allons tenter dans le point qui suit, d'examiner les principales contraintes qui entravent le développement de la bancarisation tant au niveau régional (Tizi Ouzou) qu'au niveau national.

## **2. Contraintes de développement de la bancarisation au niveau régional et national**

### **2.1. Contraintes de la bancarisation dans la wilaya de Tizi Ouzou**

Des facteurs géographiques, culturels et socioéconomiques entravent la généralisation de la bancarisation dans la wilaya de Tizi Ouzou. La première entrave s'explique par la superficie de la wilaya dominée par un ensemble de montagne en cet espace accidenté, qui constitue un blocage pour le développement économique de la région. L'état du milieu physique rend pratiquement difficiles les voies de communication et engendre, parfois, des surcoûts d'investissement qui se rapportent aux réalisations et la réhabilitation des infrastructures et équipements socio-économiques, notamment le réseau bancaire et financier.

Certaines communes et daïras sont isolées et la distance entre elles est tellement grande. Cette situation a un double effet :

- Le critère de proximité des réseaux d'agences est difficile à atteindre pour la population, qui se trouve contrainte de se déplacer et dépenser des frais pour satisfaire ses besoins.
- L'éloignement des zones et le manque de proximité avec des canaux de distribution des services sont parmi les facteurs, qui expliquent l'absence de culture bancaire et financière au sein de la population résidente et le recours massif aux pratiques informelles.

Enfin, la persistance du chômage et l'importance de l'informel sont des facteurs qui ralentissent le degré d'accès aux services bancaires. Le taux de chômage de la wilaya est estimé à 25,4% en fin 2008, soit un niveau qui influence l'exercice de la fonction bancaire dans la mesure où il réduit, à la fois, les revenus perçus et le niveau de l'épargne des ménages. Quant à l'informel, malgré l'absence de statistiques, les activités informelles ont connu un essor indéniable dans la région sous deux dimensions ;

- L'une concerne le secteur où circule la monnaie fiduciaire « marché noir » ou « commerce illégal<sup>1</sup> » échappant à tout contrôle, fiscalité et réglementation.

- L'autre concerne le secteur informel de financement. Ce secteur utilise les emprunts familiaux, les fonds des émigrés qui soutiennent au financement des besoins économiques (PME et TPE) et sociaux (mariage, santé, éducation...).

Ces contraintes spécifiques à la wilaya de Tizi-Ouzou s'ajoutent à celles enregistrées au niveau du territoire national

## **2.2. Contraintes de développement de la bancarisation au niveau national**

Les statistiques que nous avons présentées, traitées et analysées pour la wilaya de Tizi Ouzou reflètent et correspondent à l'état de la bancarisation du pays en général. En effet, en dépit des mutations du système financier et bancaire algérien des années 1990 et les profondes réformes de la modernisation du système de paiement, le niveau de la bancarisation demeure modeste.

Les contraintes qui entravent le développement de la bancarisation en Algérie peuvent être liées à la fragilité du secteur bancaire algérien, les facteurs culturels et géographiques et aux facteurs socioéconomiques.

### **2.2.1. Contraintes liées à la fragilité du système bancaire algérien**

Les crises bancaires, le manque du professionnalisme dans les banques ainsi que la pénalisation de l'acte de gestion constituent les principaux blocages de l'activité bancaire et la généralisation de la bancarisation en Algérie.

#### **2.2.1.1. Les crises bancaires**

Dans tous les pays au monde, les crises bancaires constituent l'un des blocages de développement de la bancarisation de la population. L'Algérie a traversé une crise bancaire, qui s'est traduite par la liquidation des banques privées nationales telles que Khalifa Bank, l'Union Banque, de la BCIA et de la CA Bank.

---

<sup>1</sup> C'est le lieu de perception des revenus non déclarés.

La faillite de ces banques a conduit les autorités monétaires à instaurer, par le biais de l'ordonnance de 2003, une mesure exigeant les banques et les établissements financiers d'augmenter leur capital social. Le non respect de cette mesure a engendré les retraits d'agréments, voire des liquidations d'autres banques et établissements financiers privés nationaux, en l'occurrence, Rayan bank, Algérien international Bank (AIB), la Banque Générale de la Méditerranée (BGM), Mouna et Arco bank<sup>1</sup>.

Enfin, la fragilité du secteur bancaire privé s'est montrée irréductible et son image a fait « tâche noire » auprès de la population algérienne. Cette situation a provoqué des retraits des dépôts par la population déjà bancarisée et a entraîné une certaine méfiance de la population non bancarisée vis-à-vis des banques et de ses instruments, car en plus des crises bancaires, le citoyen est, souvent, informé des scandales financiers enregistrés au niveau des banques publiques.

#### **2.2.1.1. Le manque de professionnalisme ou l'absence de culture du client dans les banques**

Le manque de culture du client de la banque constitue une image négative découlant des carences réelles de la profession bancaire. En effet, l'organisation mise en place dans les agences bancaires est plus au service de la banque plutôt qu'au service des clients. Le manque de formation du personnel, aggravées par les faiblesses des outils de traitements, conduisent les banques à se protéger derrière des procédures papier longues, complexes et décourageantes pour ces derniers.

Par ailleurs, les services bancaires, actuellement, proposés par les banques à leurs différents segments de clientèle ne sont pas vraiment à leurs attentes, et ce, pour diverses raisons :

- Dans certaines agences où le système informatique n'est pas encore maîtrisé, les délais extrêmement longs pour délivrer un carnet de chèque, pour calculer des intérêts et pour obtenir un relevé d'identité bancaire ou effectuer une opération de change ;
- La tarification des différentes transactions paraît inadaptée et sans cohérence globale. En effet, l'entrée en vigueur du système de la télécompensation a permis aux banques de justifier

---

<sup>1</sup> Une telle mesure de liquidation des banques privées a été fortement critiquée par certains spécialistes en considérant que la nécessité d'adapter d'un cadre réglementaire adéquat et une stratégie appropriée des Pouvoirs publics sur les restructurations bancaires afin d'éviter les retraits d'agrément et des liquidations des banques en difficultés.

la hausse des tarifs bancaires au détriment de la nécessaire communication pour informer les clients<sup>1</sup> ;

- La communication commerciale et promotionnelle ou le marketing de manière générale est inexistant ;

A ces raisons, nous pouvons ajouter certaines pratiques du personnel qui ne contribuent pas à l'amélioration de la relation bancaire en Algérie :

- La régression de la qualité et la célérité des services bancaires ainsi que le mauvais accueil réservé à la clientèle<sup>2</sup> ;

- La bureaucratie et le favoritisme pénalisent et découragent les clients<sup>3</sup> ;

### **2.2.1.2. Une clientèle non bancarisée réticente à la traçabilité**

Les acteurs économiques du secteur informel ne sont pas encore convaincus des bénéfices de l'utilisation de services bancaires et des moyens de paiement au regard du risque de traçabilité de leur activité (et donc de sa fiscalisation)<sup>4</sup>. Cela renforce la nécessité de mettre en place dans les banques une culture de meilleure qualité de service afin de pouvoir attirer cette clientèle.

### **2.2.1.3. La pénalisation de l'acte de gestion au niveau des banques publiques**

En Algérie, l'acte de gestion dans la banque, n'est pas toujours dépénalisé. En effet, les dirigeants des banques publiques notamment, préfèrent adopter une démarche exagérément prudente, plutôt que de prendre des risques susceptibles de se retourner contre-eux. Cela ne stimule pas le financement des grands projets d'investissements.

---

<sup>1</sup> Les particuliers et les entreprises se plaignent quotidiennement de la nouvelle tarification des services bancaires. Pour chaque versement, il faut payer 1% de la somme, avec un plafond fixé à 2.500 dinars.

<sup>2</sup> Nous parlons aussi des conflits banquier- client à cause de la non communication des conditions de banques, notamment les taux d'intérêts susceptibles d'être offerts ou appliqués aux clients. De plus, les relevés de comptes courants ne sont pas communiqués par les banques publiques aux clients qu'à la fin de trimestre et ne sont obtenus qu'avec les frais bancaires.

<sup>3</sup> A titre d'exemple, la récente loi obligeant les clients des banques de prévenir l'agence vingt quatre heures à l'avance pour encaisser un montant de plus de deux cent milles de dinars, c'est-à-dire, pour pouvoir disposer de fonds, le client doit préalablement remplir un formulaire précisant la destination de l'argent et la somme qu'il souhaite retirer.

<sup>4</sup> Rapport du Ministère des Finances « Projet de modernisation des infrastructures de traitement des paiements de masse » 2004-

De plus, les banques publiques sont soumises aux décisions politiques de l'Etat. Autrement dit, le pouvoir politique continue à interférer dans la gestion courante des banques publiques<sup>1</sup>.

### **2.2.2. Contraintes liées aux facteurs culturels, socioéconomiques et géographiques**

Le développement de la bancarisation en Algérie peut être freiné par les facteurs culturels, socioéconomiques et la géographie du pays.

#### **2.2.2.1. Les facteurs culturels**

Par facteurs culturels, nous pouvons distinguer le manque de culture bancaire et financière de la population d'une part, et les considérations religieuses sur le taux d'intérêt de l'autre part.

##### **A. Le manque de culture bancaire par la population**

Le manque de culture bancaire et l'information constituent l'un des blocages de la généralisation de la bancarisation en Algérie. Généralement, cette contrainte est très développée dans les milieux isolés, ruraux ou défavorisés, qui comptent une population importante pauvre à faible revenu, artisanale ou commerçante, qui ne partage ni les valeurs ni les habitudes socioculturelles du personnel des banques.

Les résidents de ces milieux n'ont pas de compétence financière et fiscale et sont non familiers des règlements, des formalités et des exigences administratives et dans de nombreux cas, leurs revenus ne sont pas déclarés, ils gèrent leurs engagements en dehors des circuits officiels.

##### **B. Les considérations religieuses sur le taux d'intérêt**

L'Algérie est un pays musulman et dans la doctrine islamique l'argent en soi est improductif et ne sert que d'instrument de mesure de la valeur de bien. Par conséquent, l'usure ou le « *riba* » (rémunération sur les montants prêtés) est interdit par l'Islam. Car le prix de l'argent épargné n'est pas justifié, sauf s'il est investi pour créer de la richesse.

---

<sup>1</sup> Le meilleur exemple est celui de l'année 2009. Où les pouvoirs publics, par le biais de la loi de finance complémentaire, ont exigé aux banques et établissements financiers la suppression des crédits à la consommation en les autorisant à se concentrer sur les crédits logements et la mise en place du crédit documentaire comme seule technique de paiement à l'international. Ceci signifie que les banques publiques ne disposent pas leurs propres lois.

Dans ce pays, une catégorie importante de la population qui ne cesse d'augmenter, ne recourt pas aux produits bancaires. Malgré l'implication des banques islamiques (El Baraka et Salam), le problème d'accès aux services bancaires demeure important pour cette frange de population.

### **2.2.2.2. Les facteurs socioéconomiques**

#### **A. L'importance de l'informel en Algérie**

Le marché parallèle ou marché noir est apparu durant la période de la gestion planifiée de l'économie dans les années 1970. D'où il est constaté la fuite de la monnaie fiduciaire des circuits bancaires et l'augmentation de la thésaurisation alimentant les circuits parallèles.

Les Pouvoirs Publics ont tenté de mettre des mesures d'organisation et de procédures pour lutter contre l'économie parallèle et freiner ce phénomène<sup>1</sup>. Ces mesures s'articulent autour de :

- L'institution du Numéro d'Identification Fiscal (NIF) en vue de confier à la Direction Générale des impôts l'immatriculation de la population fiscale ;
- L'institution d'un Casier Fiscal comprenant l'ensemble des informations de sources internes à l'administration fiscale ;
- La définition et la classification de l'activité informelle comme manœuvre frauduleuse.

En dépit des ces mesures, les pratiques informelles occupent une place importante dans l'économie, même s'il est difficile de mesurer son ampleur en chiffres en raison de manque de statistiques fiables, ce secteur représente environ 20 à 25% du PIB.

Enfin, il y a lieu de noter que la fuite des capitaux vers les circuits informels constitue, à la fois, une conséquence de la fragilité du système bancaire (bureaucratie dans les procédures, frais bancaires, fraudes et scandales...) et une cause de la sous bancarisation de l'économie.

#### **B. La détérioration du pouvoir d'achat et l'importance du chômage en Algérie**

Le fort taux de chômage et la faiblesse du niveau de vie d'une partie de la population et la politique de blocage ou d'austérité des salaires (revenus des ménages) ralentissent le

---

<sup>1</sup> Voir la loi de finance 2006.

rythme de progression des paiements scripturaux. En effet, la population percevant de faibles revenus recourt rarement aux produits d'épargne de la banque, d'après les chiffres avancés par l'Office National des Statistiques, le nombre de chômeurs est très important en Algérie. Il est estimé 1 220 000 chômeurs, soit 11,3% de la population active en 2008<sup>1</sup>.

### 2.2.2.3. Contraintes géographiques

La répartition spatiale du réseau bancaire en Algérie est déséquilibrée entre les régions du Nord, des hauts plateaux et le Sud. En plus, à l'intérieur de ces régions, le réseau bancaire se concentre dans les milieux urbains au détriment de milieux ruraux et isolés (exemple de la wilaya de Tizi Ouzou).

En chiffres, sur 1073 agences de banques publiques, seulement 217 agences sont implantées dans la région des hauts plateaux (qui constitue 9% de la superficie totale du pays) et 107 agences bancaires implantées dans la région du Sud d'Algérie (qui constitue 87% de la superficie totale du pays)<sup>2</sup>. Cela indique qu'une superficie 96% du pays est moins bancarisée, en terme de densité bancaire.

Pour terminer, il faut dire que l'Etat, pour développer l'offre des services bancaires au sein des populations sous bancarisées, doit répartir équitablement les agences bancaires sur le territoire de la région d'une part, et investir dans la nouvelle technologie en matière de diversification des canaux de distribution des services bancaires tels que les DAB/GAB et TPE, mais également dans le E-banking et le Mobile Banking.

---

<sup>1</sup> Contrairement à la loi autorisant le droit pour les personnes physiques et morales d'ouvrir un compte en banque. Voir la disposition de la circulaire n° 198 du 25-08-69

<sup>2</sup> Voir Guide Investir en Algérie, -année 2009, p.9

## **Conclusion du deuxième chapitre**

Nous avons tenté d'analyser, dans ce chapitre, l'état de la bancarisation de la wilaya de Tizi Ouzou. En premier lieu, nous avons remarqué un déséquilibre en matière de répartition des agences bancaires sur le territoire de la wilaya. En effet, le réseau d'agences est mieux concentré dans les zones urbaines au détriment des autres et s'étale sur quatorze communes sur soixante sept que compte la région.

Du côté de la demande, nous avons montré que l'accroissement de la demande et les besoins des services bancaires sont stimulés par des atouts que possèdent la wilaya ; la jeunesse de la population ; le niveau d'éducation et surtout le dynamisme économique, particulièrement le développement des entreprises privées (PME et PMI) et la mise en œuvre des dispositifs de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ, ANGEM, CNAC).

Cependant, il faut noter que la demande est freinée par l'importance de l'informel et la méfiance de la population vis-à-vis les banques et le manque de culture bancaire dans certaines zones montagneuses (surtout celles dépourvues d'agences bancaires).

En second lieu, nous avons constaté, à travers quelques indicateurs, que la densité du réseau bancaire représente un guichet pour 23 982 habitants, soit un niveau qui correspond à celui du pays en général. Quant au taux de bancarisation, la pénétration des services bancaires dans la wilaya demeure faible dans la mesure où elle représente seulement 27% en 2008. Pour les effectifs des banques, la population occupée n'est pas fortement liée au domaine bancaire dans le sens où le taux enregistre seulement 0,16%. Enfin, sous l'angle de la monétique, en dépit des efforts d'Algérie Poste dans l'installation des DAB et GAB, le taux est estimé un DAB/GAB pour 34 157 habitants.

En conclusion, la wilaya de Tizi Ouzou, à l'instar des wilayas du pays, a enregistré, au cours de ces dernières années, des progrès considérables en matière d'offre bancaire (croissance des guichets bancaires et postaux, DAB et GAB) et de la demande (croissance du secteur privé), mais en plus des contraintes spécifiques à la région, nous pouvons dire que la soumission des banques à la réglementation et aux décisions politiques décourage l'implication des banques dans les rouages de l'économie.

**Conclusion de la deuxième partie :**

Dans cette partie, nous avons essayé d'examiner la situation de la bancarisation en Algérie et dans la wilaya de Tizi-Ouzou en particulier. D'abord, nous avons analysé, à travers des indicateurs monétaires et financiers, la lente évolution de la bancarisation tout au long des réformes économiques, monétaires et financières du pays.

En effet, dans une économie étatisée, la majorité de la population était évincée du secteur bancaire, c'est-à-dire l'accès aux services de base est limité aux opérateurs économiques et les employés dans le secteur public. A cet effet, du côté système bancaire, la sous bancarisation s'explique par :

- La fragilité du système bancaire de financer les secteurs économiques de l'Etat ;
- L'étroitesse du réseau d'agences bancaires sur le territoire national ;
- La gestion administrative et la réglementation des conditions de banques ;
- Le développement du marché informel à partir des années 1980.

Ainsi, après la promulgation de la loi 90-10 relative à la monnaie et le crédit, la volonté des Pouvoirs Publics d'adapter le système financier et bancaire à l'économie de marché a conduit à une nette amélioration de la bancarisation. Cette situation s'explique par le processus par l'ouverture du marché bancaire à la concurrence privée, la déspecialisation des banques, la déréglementation des tarifs bancaires et la constitution du marché financier comme alternative de financement de l'activité économique et acteur concurrentiel de l'activité du crédit bancaire.

Jusqu'à l'année 2000, l'évolution de bancarisation a été marquée par une extension appréciable du réseau bancaire malgré liquidation des banques privées nationales (entre 2003-2006). Notons toutefois la répartition déséquilibrée des agences bancaires sur le territoire national, notamment entre les régions du Nord et celles des hauts plateaux et du Sud. Ce constat est identique même à l'intérieur des régions d'où les zones urbaines sont plus bancarisées que celles des zones montagneuses.

Quant à l'utilisation des moyens scripturaux, bien qu'en amélioration, mais le « cash » constitue un moyen d'échange entre les agents économiques, notamment les ménages ou les particuliers. Les crédits bancaires, malgré leur progression remarquable, les banques

continuent à imposer des conditions draconiennes pour l'accès au crédit, et ce, malgré leurs excédents de liquidités et l'amélioration des instruments de la gestion des risques. A cela s'ajoute le manque de confiance engendré notamment par le manque de crédibilité de l'Etat propriétaire des banques, mais aussi par certains scandales rapportés par la presse sur la gestion de certains dossiers de crédit.

Pour illustrer cette inégalité, nous avons tenté d'analyser l'état de la bancarisation dans la wilaya de Tizi-Ouzou à travers quelques indicateurs que nous avons jugés suffisants pour déterminer le niveau de la bancarisation dans la région. En matière du réseau bancaire, sur soixante sept (67) communes que dispose la wilaya, seulement quatorze (14) communes qui se dotent d'agences bancaires. Pour l'accès aux services bancaires, le taux de bancarisation indique que plus de la moitié de la population n'est pas en relation bancaire. Quant aux effectifs des banques, le ratio a présenté un taux très faible indiquant sur la faible insertion de la population active dans l'activité des banques. Enfin, le réseau des DAB/GAB a certes affiché sa présence tant au niveau des guichets des banques qu'au niveau des agences postales, mais la densité démographique est très faible.

En définitive, la wilaya de Tizi Ouzou, à l'instar des autres wilayas du pays, présente un niveau de bancarisation modeste à cause de plusieurs facteurs notamment la réglementation des activités bancaires, l'importance du secteur informel et la réticence à utiliser la monnaie bancaire, entre autres.

### **Conclusion générale :**

L'objectif principal de cette étude était d'analyser le niveau de la bancarisation en Algérie avec le choix d'aborder le cas de la wilaya de Tizi-Ouzou comme échantillon d'étude.

Après avoir cerné les concepts de la bancarisation, nous nous sommes étalés à l'analyse de la bancarisation en Algérie. Nous avons tenté, en premier lieu, de démontrer la lente évolution de la bancarisation dans un environnement de réformes économiques et financières depuis l'indépendance à nos jours. Dans la première phase 1962-1969, les banques ont participé faiblement à la collecte de ressources avec une moyenne de 3,4 milliards DA et au financement de l'économie avec un volume de crédits qui ne dépasse pas 4 milliards durant la même période. La circulation monétaire, qui ne représente que 12,4% du produit intérieur brut, est dominée par la monnaie fiduciaire hors banques avec 63% de la circulation totale.

Ensuite, dans la période de la gestion planifiée de l'économie (1970-1989), il a été relevé, à partir des principaux indicateurs monétaires et financiers, les difficultés des banques algériennes à assurer leur mission fondamentale qui consiste en l'intermédiation financière. En effet, si la gestion planifiée avait pour objectif de surmonter les difficultés rencontrées par le système bancaire dans le financement de l'économie socialiste, les effets de la spécialisation sectorielle, de l'encadrement du crédit et la réglementation des taux d'intérêt ont freiné l'accélération de la bancarisation à mesure où la quantité de la monnaie fiduciaire, qui sert à la thésaurisation et à la spéculation, occupe en moyenne 45% de la circulation totale<sup>1</sup> et les crédits à l'économie ne représentent que 38% du Produit Intérieur Brut.

La troisième période, qui se situe entre 1990 et début des années 2000, a été marquée par la libéralisation de la sphère économique et financière du pays et la mise en place des projets de modernisation du système bancaire algérien. Nous avons constaté quelques progrès de la bancarisation sous l'angle de l'intermédiation financière où les ressources mobilisées par les banques ont évolué entre 1986 à 1990 de 13,4% et entre 1991 et 2001 de 40,8% et les crédits à l'économie ont connu une augmentation de 7,96% entre 1986 et 1990 et de 16,89% entre 1991 et 2001<sup>2</sup>. Quant à la densité du réseau bancaire, celle-ci a enregistré une progression

---

<sup>1</sup> L'épargne/crédit intérieur représente un taux de 15% entre 1970 et 1989.

<sup>2</sup> Sachant que le taux d'évolution des crédits à l'économie a connu une chute de 46,5% en 1993 et de 4,5% et 1,4% durant 1997 et 1998 à cause de l'effondrement des prix du pétrole et le programme de l'ajustement structurel (PAS).

continue du fait de l'ouverture du champ bancaire à la concurrence des banques privées. En chiffres, le niveau de la bancarisation sous cet angle s'est amélioré d'une moyenne d'un guichet pour plus de plus de 45 000 habitants avant 1990 à un guichet bancaire pour 30 000 habitants en 2001. En parallèle, la part de la monnaie scripturale en circulation a augmenté grâce à la réhabilitation des instruments de paiement, la généralisation de l'utilisation des chèques et les virements et le développement de la monétique à partir de 1997.

Entre, la période 2004-2008, nous avons mis en exergue la situation de la bancarisation dans le contexte des réformes de modernisation de l'infrastructure bancaire d'une part, et le développement de la bancarisation de masse, d'autre part. En chiffres, le système de paiement de gros montants (RTGS), bien qu'il a enregistré à fin 2008 un nombre de 195175 opérations de règlement contre 176900 en 2007, la part des opérations de la clientèle représentent 1,1 % du montant total des transactions, tandis que le système de la télécompensation (ATCI) a dénoué 9,320 millions d'opérations de paiement à fin 2008, contre 6,926 millions d'opérations de paiement en 2007. Ces statistiques, ont certes affiché des avancées d'une année à l'autre, mais elles restent inférieures aux volumes traités dans les systèmes de paiement des autres pays maghrébins tel que le Maroc et la Tunisie.

Enfin, nous sommes arrivés à démontrer le retard de la bancarisation en Algérie. En effet, sous l'angle de la densité bancaire, nous avons relevé deux éléments contradictoires. D'un côté, on assiste à une croissance continue du nombre des guichets bancaires et de, l'autre côté, nous remarquons un déséquilibre de la répartition de ces guichets sur le territoire national tout en favorisant les régions du Nord au détriment du celles du Sud. Sous l'angle de l'intermédiation bancaire, nous avons souligné quelques améliorations, mais la circulation fiduciaire hors banque représente la moyenne de 15% du Produit intérieur brut où le degré de scripturalisation de l'économie reste en deçà de celui atteint dans les pays méditerranéens voisins de l'Algérie<sup>1</sup>

Le taux de bancarisation qui prend en considération les effectifs des banques par rapport à la population active ne représente que 0,3% entre 2004 et 2008, ce qui indique la faible contribution du secteur bancaire à l'emploi. Quant à la densité démographique du réseau DAB, GAB et de TPE, elle est estimée à un guichet pour 31 000 habitants. En terme de cartes

---

<sup>1</sup> Voir l'étude de l'Union des Banques maghrébines sur la situation de la bancarisation dans les pays maghrébins (Algérie, Tunisie, Maroc) réalisée en 2009.

bancaires distribuées, l'Algérie a enregistré des progrès considérables sous l'impulsion d'Algérie Poste, mais la couverture des citoyens demeure une problématique car le taux de monétisation global<sup>1</sup> ne représente que 3,4%.

Le second volet de notre étude est consacré à l'analyse de la bancarisation dans la wilaya de Tizi-Ouzou. L'objectif était, d'abord, de présenter la structure de l'offre et la demande des services bancaires et ensuite, d'analyser le niveau de bancarisation dans la région. Il nous est permis de mettre en exergue les constats suivants :

- En matière de la densité bancaire, la wilaya de Tizi-Ouzou dispose d'un réseau moins étendu par rapport aux besoins de sa population, dans la mesure où 53 communes sur 67 ne disposent pas d'agences bancaires ;
- Le taux de pénétration des services bancaires au sein de la population est relativement faible du moment où le taux de bancarisation ne représente qu'une moyenne de 19,10 % entre la période 2004-2006, soit un taux qui est proche de celui enregistré au niveau national ;
- Quant aux effectifs des banques, les résultats obtenus démontrent la faible insertion de la population active de la wilaya dans le domaine bancaire avec un taux de 0,16%, soit un taux qui est loin de celui enregistré au niveau national ;
- La densité démographique du réseau électronique demeure très faible dans la mesure où le taux de densité est estimé à un DAB/GAB pour 34 157 habitants, soit un taux qui est proche de celui enregistré au niveau national.

Au total, nous pouvons dire que globalement l'inaccessibilité aux services bancaires au sein de la population est liée en partie à la fragilité du système financier et bancaire algérien ; au manque de culture financière, bancaire et monétique de la population et l'importance du secteur informel, le chômage et la détérioration du pouvoir d'achat.

Les contraintes spécifiques à wilaya de Tizi-Ouzou sont d'ordre géographique et socioéconomique :

---

<sup>1</sup> Y compris le réseau postal

- Contrainte géographique : l'éloignement de certaines daïras et communes de la région rend le critère de proximité du réseau bancaire difficile à atteindre pour les populations ;
- Contrainte socioéconomique comme l'ampleur des pratiques informelles et la persistance de chômage (soit 25,4% en 2008) dans la wilaya.

Enfin, nous avons mis en évidence deux principales stratégies ciblant, d'une part, l'offre et d'autre part la demande des services bancaires afin de soutenir les efforts de la bancarisation en Algérie :

- Le développement de l'offre bancaire est tributaire de l'efficacité du système bancaire. Pour cela, il convient de travailler dans les directions suivantes sans perdre de vue l'amélioration de la relation bancaire :

- Déployer un réseau de proximité et autres canaux de distribution des services bancaires au profit des populations sous bancarisées ;

- L'extension du champ traditionnel pour s'engager dans

- Le renforcement des conditions favorables au succès de la généralisation paiements scripturaux<sup>1</sup> en préservant l'image des services bancaires et des services de paiements en particuliers ;

- Le développement du marché financier pour permettre aux banques algériennes de s'engager dans les opérations de placement, la gestion des actifs et les activités du conseil et d'ingénierie financière... ;

- La demande des services bancaires, quant à elle, dépend essentiellement de la cible clientèle susceptible d'avoir la relation en banque ou dans un organisme assimilé. Cette action est primordiale dans la mesure où elle répond au principe de la segmentation.

---

<sup>1</sup> Pour la monétique, les Pouvoirs Publics doivent améliorer les conditions de ce service qui consiste à sécuriser les porteurs et éviter le retrait massif en espèce et doivent réaliser une concertation interbancaire pour un déploiement minimum des DAB/GAB afin de réaliser une couverture satisfaisante pour les clients.

Le premier niveau de segmentation de la clientèle doit être réalisé sur la base d'une analyse des besoins en opérations bancaires des différents acteurs économiques. Cette analyse distingue les segments comme les grandes entreprises, les administrations, le Trésor Public, les entreprises de Service Public (eau, gaz, électricité, téléphone), les PME et les commerçants bancarisés, les banques, les assurances, les mutuelles et les particuliers.

Sur la base des orientations stratégiques de promotion des instruments de paiement adoptées par la communauté bancaire algérienne, chaque banque doit avoir comme objectif de personnaliser les instruments de paiement génériques dans une offre spécifique à sa stratégie, à sa clientèle et à sa volonté de différenciation commerciale vis à vis des ses concurrents.

En définitive, il faut dire que la responsabilité des Etats en développement dans la construction des systèmes bancaires et financiers inclusifs au profit du plus grand nombre de personnes est primordiale du fait, qu'ils disposent du pouvoir d'adopter des approches de manière à réaliser des extensions des réseaux bancaires et à mettre en place, sous l'ordre réglementaire et légal, des moyens de paiement adaptés aux différentes couches de la population et faciliter l'accès aux services bancaires.

# **Bibliographie**

## **Bibliographie :**

### **Ouvrages**

- AMMOUR B, « Le Système Bancaire Algérien-Textes et Réalité », édition Dahleb, Alger-2001
- AMMOUR B, « Monnaie et Régulation Monétaire- Référence à l'Algérie », édition Dahleb, Alger, 1997
- BADOUC-M, « Réinventer le marketing de la banque et de l'assurance » revue banque édition- Paris 2004.
- BOUBEL.A et PANSARD.F, « Les investisseurs institutionnels », édition la découverte, Paris 2004.
- BOUHADIDA, « L'approche systémique des établissements bancaires », édition Palais du Livre- Alger.
- BRADLEY-X et DESCAMPS- C, « Monnaie- Banque- Financement », édition Dalloz- Paris 2005.
- BARTHELEMY-C, CATHO-Y et MAISONNEUVE -J.H, « Méthodes de vente par les banques à réseau » revue banque édition- Paris 2002.
- CHEHRIT. K, « Techniques et Pratiques Bancaires », édition GAL- Alger 2003.
- DAHMANI-M, DOUMANE-S, OUALIKENE-S et SAHEB-Z « Tizi Ouzou : Fondation- Croissance- Développement » édition Aurassi- Tizi Ouzou 1993.
- Crédit municipal de Paris « La bancarisation des nouveaux marché urbains : cas des expériences américaines » édition Economica- Paris 2004.
- DESCAMPS- C et Soichot- J, « Economie et gestion de la banque », édition EMS Paris 2002.
- DHAFER-S, « La nouvelle banque » revue banque édition- Paris 2006.
- GARSUAULT et PRIAMI, « La banque : fonctionnement et stratégie », édition economica Paris 1995.
- HARTMUTS-S, « Microfinance pour les pauvres », édition des OCDE- Paris 1997.
- HOCINE- M, « Code bancaire algérien », édition Houma, Alger 2006.
- LAFITTE-M, « Economie digitale et services financiers » revue banque édition- Paris 2002.
- LAFITTE-M, « La valeur client et ses implications bancaires » revue banque édition- Paris 2005.
- LOPEZ-F, « Banques et marché de crédit », 1<sup>ère</sup> édition PUF- France 1997.
- MANSOUR-M, « Système et pratiques bancaires en Algérie », édition Houma, Alger 2005.

- MIKDASHI- Z, « Les banques à l'ère de la mondialisation », édition Economica- Paris 2002.
- NAAS-A, « Le système bancaire algérien », édition INAS, Paris 2003.
- PASTRE-O, « La nouvelle économie bancaire » édition economica- Paris 2005.
- PIEDELVIERE.S, « Instrument de crédit et de paiement », édition Dalloz- Paris 1999.
- PLIHON-D, « Les banques : nouveaux enjeux, nouvelles stratégies » la documentation française- Paris 1999.
- PLIHON-D, COUPPEY et SAIDANE-D, « Les banques acteurs de globalisation financière », édition la documentation française- Paris 2006.
- REFAIT-M, « Epargne et investissement », édition PUF- France 1998.
- SADEG- A, « Le système bancaire algérien », édition ACA, Alger 2005.
- SADEG- A, « Réglementation de l'activité bancaire », édition ACA, Alger 2006, Tome I.
- SADEG- A, « Réglementation de l'activité bancaire », édition ACA, Alger 2006, Tome II.
- SERVET-J.M « Banquiers aux pieds nus : la microfinance », édition Odile Jacob, Paris 2006.
- TOERING-J.P et BRION-F « Les moyens de paiement », édition PUF- Paris 1999.
- ZOLLINGER-M « Monétique et marketing » édition Dunod -Paris 1989.
- ZOLLINGER-M et LAMARQUE-E « Marketing et stratégie de la banque » 4<sup>ème</sup> édition Dunod- Paris 2004.

### **Revue et rapports :**

- ATTALI.J « La banque de demain », Revue Banque n°55, juillet, août 2008
- BELQZIZ.M, « Industrialiser la production pour privilégier la relation client », Revue Banque n°55, juillet-août 2008
- EBER N., « Sélection de la clientèle et exclusion bancaire », Revue d'Economie Financière n°58, 3<sup>o</sup> trimestre 2000,
- MARTEZ.C, « Les apports du site Web dans une stratégie multicanal », Revue Banque n° 55, juillet- août 2008
- SERVET J M., « L'exclusion, un paradoxe de la finance », Revue d'Economie Financière, troisième trimestre, 2000 n°58
- TRAINERP., « La bancassurance : généralisation ou déclin du modèle », Revue d'Economie Financière n°53, 1999.
- Pons J-F « Mobilité bancaire : les bonnes pratiques au sein de l'Union Européenne », Revue Banque- Février, n°699, 2008

- Revue trimestrielle de la CNEP banque, octobre 2000, n° 19
- Revue trimestrielle « la BNA Finance », octobre 2003, n°6.
- Revue trimestrielle de la CNEP, avril 2006, n° 25.
- Revue trimestrielle de la CNEP, juin 2007, n°29.
- Rapport final de CGAP et de l'A.F.D sur « La bancarisation de masse en Algérie : opportunité et défis », juin 2006.
- Rapport annuel de la Banque d'Algérie : « Evolution économique et monétaire en Algérie », 2000.
- Rapport annuel de la Banque d'Algérie : « Système de paiement en Algérie : état des lieux », 2001.
- Rapport annuel de la Banque d'Algérie : « Situation monétaire et politique monétaire », 2002.
- Rapport annuel de la Banque d'Algérie ; « Evolution économique et monétaire en Algérie, 2003.
- Rapport annuel de la Banque d'Algérie, «Evolution économique et monétaire en Algérie », 2004.
- Rapport annuel de la Banque d'Algérie, « Evolution économique et monétaire en Algérie »,2005.
- Rapport annuel de la Banque d'Algérie, « évolution économique et monétaire en Algérie »,2006.
- Rapport annuel de la Banque d'Algérie, « Evolution économique et monétaire en Algérie »,2007.
- Rapport annuel de la Banque d'Algérie, « Evolution économique et monétaire en Algérie »,2008.
- Rapports d'activités de la BDL entre 2004et 2008.
- Rapports d'activités de la BNA entre 2004et 2008.
- Rapports d'activités de la BEA entre 2004et 2008.
- Rapports d'activités de la CNEP entre 2004et 2008.
- Rapports d'activités de la CPA entre 2004et 2008.
- Rapports d'activités de la BADR entre 2004et 2008.
- Rapport du Ministère des Finances « Projet de modernisation des infrastructures de traitement des paiements de masse », 2004.
- Rapport final de CGAP, « La microfinance et la banque de détail : un même univers » Dakar- SENEGAL, 2007.

- Rapport de la commission européenne, « Le microcrédit pour la petite entreprise et sa création : combler une lacune du marché », 2002-2003.

#### **Autres documents et guides:**

- Document BIALES-C « L'intermédiation financière - Décembre 2009.
- GLOUKOVIEZOFF.G, « De la bancarisation de masse à l'exclusion bancaire puis sociale » 2004.
- Commission des communautés européennes : « Initiative européenne pour un développement du microcrédit en faveur de la croissance et de l'emploi », Bruxelles, 2007.
- Projet de recherche : « Le potentiel industriel de la wilaya de Tizi Ouzou : évaluation des opportunités d'investissement » n° M 1501-07-2002, décembre 2004.
- La SIBF (Société Interbancaire de Formation), « La conférence sur le système bancaire algérien », 1993.
- Guide « Investir en Algérie » 2006.
- Guide « Investir en Algérie » 2009.
- Guide annuaire du Djurdjura Tizi Ouzou- Bouira- Chambre de commerce et d'industrie du Djurdjura, Agir Plus édition, 2003.

#### **Etudes, Communications, Mémoires et Thèses :**

- C. BOUZAR- AMMOUR.B : « L'impact de la libéralisation financière sur le niveau de bancarisation en Algérie », Séminaire- Université SOPHIN ANTIPOLIS- Nice, décembre 2009.
- GANSINHOUNDE-A-J : « Les déterminants de la faible bancarisation dans l'UEMOA », Université polytechnique du Bénin, Master Banque Finance.
- GANSINHOUNDE-A-J « Comparaison des niveaux de bancarisation dans le monde : situation de l'UEMOA et de la CEMAC » 2008.
- Etude de l'Union des banques maghrébines (UBM) sur la bancarisation dans les pays maghrébins : Algérie- Tunisie- Maroc en 2009.
- BENMALEK Riad, « *La réforme du secteur bancaire en Algérie* », Université des Sciences sociales- Toulouse 1999.
- LALALI R. « *Contribution à l'étude de la bancarisation et de la collecte de ressources en Algérie : cas de la wilaya de Béjaia* », Université de Béjaia, année 2003.

- RAHMANI L. « *Evaluation du système bancaire algérien à travers a contribution au financement des projets de développement local* », Université de Béjaia, année 2008.
- OUALIKENE S. « *Organisation de l'espace, développement local et problématique de l'environnement en Algérie : cas de la Grande Kabylie* », Université de Tizi Ouzou, année 2009.

#### **Articles de presses**

- El watan Economie, du 23 au 29 novembre 2009 ;
- El watan Economie, du 10 au 16 octobre 2005 ;
- El watan Economie, du 8 au 14 janvier 2008 ;
- El watan Economie, du 21 au 27 décembre 2009 ;
- El watan 15 décembre 2008;
- El Moudjahid du 19 octobre 2009 ;
- Le quotidien d'Oran du 15 décembre 2009.

#### **Lois, règlements et instructions:**

- Loi 90-10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et le crédit ;
- Ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit ;
- Loi n° 05-01 du 6 février à la prévention et à la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.
- Loi de finance 1970 ;
- Loi de finance 2006 ;
- Loi de finance complémentaire 2009 ;
- Règlement CMC n° 04/03 du 4 mars 2004 relatif au système de garantie des dépôts bancaires ;
- Règlement n° 92.03 relatif à la prévention et à la lutte conte l'émission des chèques sans provision ;
- Règlement n° 04-01 du 04 mars 2004 relatif au capital minimum des banques et établissements financiers exerçant en Algérie ;
- Règlement n° 08-04 du 23 décembre 2008 relatif au capital minimum des banques et établissements financiers exerçant en Algérie ;
- Règlement 91-08 du 14 août 1991 : Instruction 33/91 portant l'organisation du marché monétaire ;

- Instruction n° 01-99 du 07 avril 1999 portant les modalités d'application du règlement n° 97-02 du 06 avril 1997 relatif aux conditions d'implantation du réseau des banques et établissements financiers.

**Sites Internet :**

- [www.conseil-economique-et-social-.fr/presidence/publication/pu08-299.pdf](http://www.conseil-economique-et-social-.fr/presidence/publication/pu08-299.pdf)
- [www.grenelle-insertion.fr/userfile/exclusion%20bancaire%20sociale\(1\).pdf](http://www.grenelle-insertion.fr/userfile/exclusion%20bancaire%20sociale(1).pdf)
- [www.esf.asso.fr/portail/img/pdf/precis-tome1-problematique.pdf](http://www.esf.asso.fr/portail/img/pdf/precis-tome1-problematique.pdf)
- [www.i-conferences.org](http://www.i-conferences.org)
- <http://2020.afriblog.com>
- [www.techno-science.net/?onglet:glossaire&definition=4866](http://www.techno-science.net/?onglet:glossaire&definition=4866)
- [rewni.com/L-addetels-approuve-la-mesure-de-la-bancarisation-a-7002.html](http://rewni.com/L-addetels-approuve-la-mesure-de-la-bancarisation-a-7002.html)
- [www.bceao-int/internetbcrsmp-nsfhuvpubs/6d2aff6635774e00256c8b00486a9ded/file](http://www.bceao-int/internetbcrsmp-nsfhuvpubs/6d2aff6635774e00256c8b00486a9ded/file)
- [www.irrep.om/IMF/PDF/relation-bancaire-volet1-integral.pdf](http://www.irrep.om/IMF/PDF/relation-bancaire-volet1-integral.pdf)
- [www.poste.dz](http://www.poste.dz)
- [www.ansej.org.dz/](http://www.ansej.org.dz/)
- [www.bank-of-algeria.dz](http://www.bank-of-algeria.dz)
- [www.cnma.dz](http://www.cnma.dz)
- [www.ons.dz](http://www.ons.dz)
- [www.bna.com.dz](http://www.bna.com.dz)
- [www.cnepbanque.dz](http://www.cnepbanque.dz)
- [www.cpa.com.org](http://www.cpa.com.org)
- [www.bdl.dz](http://www.bdl.dz)
- [www.badr.com.dz](http://www.badr.com.dz)
- [www.albaraka-bank.com](http://www.albaraka-bank.com)
- [www.algerie.societegenerale.com](http://www.algerie.societegenerale.com)
- [www.algerie.bnpparibas.com](http://www.algerie.bnpparibas.com)

## Listes des tableaux

Tableau 1 : Evolution de la masse monétaire (dépôts de banque et circulation fiduciaire) durant la période 1970-1980.....	110
Tableau 2 : Evolution des crédits bancaires par rapport aux PIB (1970-1981).....	111
Tableau 3 : Evolution de la masse monétaire (dépôts de banque et circulation fiduciaire) durant la période 1982-1989.....	115
Tableau 4 : Evolution des crédits bancaires par rapport aux PIB (1982-1989).....	117
Tableau 5 : Structure du système bancaire jusqu'à 1999.....	122
Tableau 6 : Evolution de la situation monétaire entre 1990-2002 .....	124
Tableau 7 : Evolution des crédits à l'économie et la part du secteur bancaire dans le PIB (1990-2002).....	126
Tableau 8 : Densité du réseau bancaire (par banque) à fin 2000.....	128
Tableau 9 : Evolution du nombre des banques et établissements financiers en Algérie entre 2004-2008.....	141
Tableau 10 : Répartition du réseau d'agences de banques publiques et privées sur le territoire national .....	143
Tableau 11 : Evolution du taux de la densité bancaire en Algérie entre 2004-2008.....	146
Tableau 12 : Evolution de nombre d'effectifs et le taux de bancarisation entre 2004-2008.....	147
Tableau 13 : Evolution de la collecte de ressources entre 2004-2008.....	148
Tableau 14 : Evolution des crédits à l'économie entre 2004-2008.....	150
Tableau 15 : Evolution des crédits à l'économie/PIB entre 2004-2008.....	152
Tableau 16 : Nombre de DAB/GAB et TPE en fin 2008.....	154
Tableau 17 : Nombre de cartes bancaires distribuées en fin d'année 2008.....	154
Tableau 18 : Composition du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 1987.....	160
Tableau 19 : Densité démographique du réseau bancaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 1987.....	160
Tableau 20 : Le réseau de banques publiques de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009.....	162
Tableau 21 : Le réseau de banques privées de la wilaya de Tizi-Ouzou à fin 2009.....	162
Tableau 22 : Répartition des agences bancaires dans les daïras de la wilaya (banques publiques, y compris la mutualité) à fin 2009.....	165
Tableau 23 : Répartition des agences bancaires de banques privées.....	165

Tableau 24 : Répartition spatiale du réseau postal dans la wilaya à fin 2009.....	168
Tableau 25 : Répartition spatiale des infrastructures des services financiers dans les bureaux postaux de la wilaya à fin 2009.....	169
Tableau 26 : Présentation de la topographie de la wilaya de Tizi Ouzou.....	171
Tableau 27 : Répartition de la population selon situation individuelle et le sexe.....	172
Tableau 28 : Répartition de la population analphabète et alphabétisée de la population âgée de 10 ans et plus.....	173
Tableau 29 : Evolution de la population occupée, en chômage de la wilaya de Tizi Ouzou.....	174
Tableau 30 : Répartition spatiale des entreprises industrielles publiques.....	176
Tableau 31 : Répartition spatiale des Petites et Moyennes Entreprises (PME).....	179
Tableau 32 : Localisation et effectifs des activités industrielles privées.....	180
Tableau 33 : Nombre de dossiers déposés et d'accords bancaires par secteurs d'activité.....	182
Tableau 34 : Evolution des indicateurs démographiques de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	184
Tableau 35 : Evolution de la population dans les daïras de la wilaya.....	185
Tableau 36 : Densité démographique du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou à la fin 2008.....	186
Tableau 37 : La densité bancaire avec l'inclusion du réseau postal.....	188
Tableau 38 : Evolution du nombre des effectifs des banques pour chaque daïra.....	190
Tableau 39 : Taux de bancarisation par effectif de la banque dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	191
Tableau 40-52 : Le taux de bancarisation pour chaque daïra.....	193
Tableau 53 : Evolution du taux de bancarisation de la wilaya par rapport à la population totale.....	198
Tableau 54 : Evolution du taux de bancarisation par la population active.....	198
Tableau 55 : Répartition spatiale du réseau DAB et GAB dans la wilaya de Tizi Ouzou.....	200
Tableau 56 : Pénétration de DAB et GAB par rapport à la population totale.....	201
Tableau 57 : Pénétration de DAB et GAB par rapport au total des ménages.....	201
Tableau 58 : Pénétration de DAB et GAB par rapport à la population active.....	202

## Liste des graphiques et schémas

### Liste des graphiques :

Graphique 1 : Les mouvements de la monnaie scripturale et fiduciaire (1970-1978).....	110
Graphique 2 : Evolution de crédits à l'économie par rapport au PIB (1970-1981).....	112
Graphique 3 : Les mouvements de la monnaie fiduciaire et scripturale (1982-1987).....	116
Graphique 4 : Evolution des crédits à l'économie par rapport au PIB (1982-1989).....	118
Graphique 5 : L'évolution du rythme de croissance des crédits et du PIB (1982-1989).....	118
Graphique 6 : Evolution de la monnaie scripturale et fiduciaire en Algérie entre 1990- 2003.....	125
Graphique 7 : Evolution des crédits bancaires par rapport au PIB (1990-2003).....	126
Graphique 8 : Evolution de l'intermédiation bancaire entre 1990-2003.....	127
Graphique 9 : Evolution des effectifs dans le secteur bancaire algérien entre 2004-2008.....	147
Graphique 10 : Evolution des crédits à l'économie 2004-2008.....	150
Graphique 11 : Evolution de l'intermédiation bancaire entre 2004 et 2008.....	151
Graphique 12 : Evolution du ratio crédit/PIB entre 2004 et 2008.....	152
Graphique 13 : La répartition du réseau bancaire par banque dans la wilaya de Tizi Ouzou .....	163
Graphique 14 : Densité démographique du réseau bancaire à fin 2009.....	186
Graphique 15 : Densité bancaire et postale en 31-12-2008.....	189
Graphique 16 : Evolution des effectifs des banques dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	191
Graphique 17 : Evolution du taux de bancarisation de la wilaya Tizi-Ouzou 2004-2008.....	198
Graphique 18 : Evolution du nombre de comptes bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	199

### Liste des schémas :

Schéma 1 : Le cycle de vie des besoins bancaires : concernant les clients particuliers.....	35
Schéma 2 : Le cycle de vie des besoins bancaires : concernant les clients professionnels.....	38
Schéma 3 : La psychologie des individus face à l'argent.....	45

## **Liste des abréviations :**

**ABC** : Arab Banking Corporation

**ABEF** : Association des Banques et Etablissements Financiers

**AIB** : Algérien International Bank

**ANSEJ** : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes

**ANGEM** : Agence Nationale du Gestion du Microcrédit

**ARTS** : Algeria Real Time Settlement

**ATCI** : Algérie télécompensation interbancaire

**BA**: Banque d'Algérie

**BAD** : Banque Algérienne de Développement

**BADR** : Banque d'Agriculture et de Développement Rural

**BCEAO** : Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest

**BCIA** : Banque Commerciale et Industrielle d'Algérie

**BDL** : Banque de Développement Local

**BEA** : Banque Extérieure d'Algérie

**BGM** : Banque Générale Méditerranéenne

**BNA** : Banque Nationale d'Algérie

**BRI** : Banque des Règlements Internationaux

**CAB** : Compagnie Algérienne des Banques

**CAD** : Caisse Algérienne de Développement

**CCP** : Comptes des chèques Postaux

**CEMAC** : Communauté Economique et Monétaire d'Afrique Centrale

**CMC** : Conseil de la monnaie et de crédit

**CNAC** : Caisse Nationale d'Assurance Chômage

**CNE** : Caisse d'Epargne Nationale

**CNEP** : Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance

**CNMA** : Caisse Nationale de Mutualité Agricole

**CPA** : Crédit Populaire d'Algérie

**COSOB** : Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse

**DA** : Dinar Algérien

**DAB** : Distributeur Automatique de Billets

**EPE** : Entreprises Publiques Economiques

**ESB** : Ecole Supérieure de Banque

**FCP** : Fonds Commun de Placement  
**FIDA** : Fonds International de Développement Agricole  
**FINALEP** : Financière Algéro-Européenne de participation  
**FMI** : Fonds Monétaire International  
**GAB** : Guichet Automatique de Banques  
**IFID** : Institut de Financement et de Développement du Maghreb  
**IMF** : Institution de Microfinance  
**LMC** : Loi sur la Monnaie et le Crédit  
**ONG** : Organisation non gouvernementale  
**ONS** : Office National des Statistiques  
**ONU** : Organisation des Nations Unies  
**OPCVM** : Organisme de Placement Collectif des Valeurs Mobilières  
**PAS** : Plan d'Ajustement Structurel  
**PCN** : Plan Comptable National  
**PIB** : Produit Intérieur Brut  
**PME** : Petites et Moyennes Entreprises  
**PME** : Porte Monnaie Electronique  
**PMI** : Petites et Moyennes Industries  
**PTT** : Postes et Télécommunications  
**RFM** : Revenu Faible et Modeste  
**RTGS** : Real Time Gross Settlements  
**SATIM** : Société d'Automatisation Interbancaire et de Monétique  
**SIBF** : Société Interbancaire de Formation  
**SICAV** : Société d'Investissement à Capital Variable  
**SRH** : Société de Refinancement Hypothécaire  
**TIC** : Technologie d'information et de Communication  
**TIP** : Titre Interbancaire de Paiement  
**TPE** : Terminaux de paiement Electroniques  
**TUP** : Titre Universel de Paiement  
**UBM** : Union des Banques Maghrébines  
**UEMOA** : Union Economique et Monétaire de l'Ouest Africaine

## **ANNEXES I**

### **I-1- DISPOSITIONS JURIDIQUES SUR L'OUVERTURE ET LE FONCTIONNEMENT DU COMPTE BANCAIRE POUR LES PERSONNES MORALES ET PHYSIQUES EN ALGERIE**

#### **1. Responsabilité des sièges**

Sous réserve des dispositions de la circulaire n° 198 du 25.8.69 les agences sont habilitées à ouvrir au nom des personnes physiques et morales les comptes visés dans le présent recueil sauf dans les cas où une indication spéciale leur prescrit de saisir leur D.R.E, à charge pour cette dernière d'en référer à la D.E.J.C ou si à défaut d'une telle indication, elles se heurtent à des difficultés particulières qu'elles ne peuvent surmonter.

Dans ce dernier cas, elles doivent adresser à leur D.R.E les pièces composant leur dossier en vue de recevoir toutes précisions et instructions utiles.

#### **2. Conservation des pièces**

Les pièces produites par les clients et qui n'ont pas à être restituées doivent être conservées par la D.R.E et l'agence intéressées dans un dossier spécial ou dans la chemise "H" du dossier "Direction". (à l'exception toutefois, des procurations, lesquelles sont classées dans le coffre de service).

#### **3. Transmission de renseignements entre sièges**

Dans le cas où un client. (personne physique ou morale) titulaire d'un ou de plusieurs comptes sur les livres d'un siège demande l'ouverture d'un ou de plusieurs nouveaux comptes sur les livres, d'un ou de plusieurs autres sièges, il appartient au siège qui détient le premier compte ou sur les livres duquel est tenu le compte principal de transmettre aux autres sièges concernés les indications, les pièces ou les photocopies de pièces permettant la constitution de nouveaux dossiers.

#### **4- Pièces à conserver**

En principe, conserver toute pièce qui constitue en elle-même un original. En revanche, les pièces tirées d'un registre public (registre de commerce ou registre d'état civil), ou d'une minute (expédition ou extraits provenant d'un greffe ou d'une étude notariale) peuvent être

restituées après en avoir pris photocopie.

En cas d'hésitation, le critère est de savoir s'il est possible à tout moment de faire établir (aux frais de la banque) un nouvel extrait ou une nouvelle expédition. A ce sujet, il convient d'observer que les actes notariés reçus "en brevet" (cas fréquent en matière de procuration) constituent des originaux, de tels actes doivent être conservés à moins d'être déposés au rang des minutes d'une étude notariale, qui pourrait alors ensuite en délivrer une expédition à tout moment

## **5. Vérifications à opérer par les sièges**

En plus de la réunion par les sièges des informations touchant la capacité des clients, développée tout au long du présent Titre I, les sièges doivent procéder au contrôle de l'identité, vérifier l'exactitude de l'adresse indiquée et consulter **avant toute délivrance de chèquiers** à un client, la centrale des impayés.

### **A) Contrôle de l'identité et de l'adresse**

#### **a- Pour les personnes physiques :**

Cette obligation de contrôle de l'identité et de l'adresse a été instituée par

- l'article 3 de l'Instruction de la Banque d'Algérie n° 71.92 fixant les dispositions d'application du règlement n° 92.03 relatif à la prévention et à la lutte contre l'émission de chèques sans provision, qui stipule : "les établissements déclarants, à l'occasion de la demande d'ouverture de comptes courants ou de chèques, sont tenus de vérifier et d'enregistrer l'identité et l'adresse du domicile de la personne physique ou morale".

- **l'article 7/1 de la loi 05-01, relative à la prévention et à la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme qui stipule : « les banques, les établissements financiers et les autres institutions financières apparentées doivent s'assurer de l'identité et de l'adresse de leurs clients avant d'ouvrir un compte ou livret, de prendre en garde des titres, valeurs ou bons, d'attribuer un coffre ou d'établir toute autre relation d'affaire ».**

## **B/ Mode de contrôle de l'identité**

L'article 4 de l'instruction énonce "l'identification des personnes physiques se fait par l'enregistrement des caractéristiques et des références des documents officiels suivants -la carte nationale d'identité pour les personnes physiques de nationalité Algérienne. -la carte de séjour pour les personnes physiques étrangères résidant en Algérie.

Lorsque le compte est ouvert aux noms de plusieurs personnes (comptes collectifs), l'établissement déclarant est tenu de réclamer l'identité et l'adresse du domicile de chacun des co-titulaires du compte'' :

Aussi, l'article 7/2 de la loi 05-01, précitée, dispose : « **la vérification de l'identité d'une personne physique se fait par la présentation d'un document officiel original en cours de validité et comportant une photographie... »**

En matière de succession, conserver les pièces produites établissant la dévolution.

Lorsqu'une pièce doit être restituée, en prendre au préalable photocopie qui devra être certifiée conforme.

Les présentes modalités de conservations des pièces de dossiers sont décrites ci-dessus, sous réserve des dispositions de la circulaire n°1834 du 21/01/2002 relative aux archives. Ladite circulaire subdivisant les archives en trois catégories:

- archives du 1<sup>er</sup> âge (archives actives ou vivantes)
- archives du 2<sup>ème</sup> âge (archives semi-actives ou intermédiaires). -
- archives du 3<sup>ème</sup> âge (archives historiques ou inactives).

Il n'est pas imposé au banquier de procéder à un examen approfondi du document officiel présenté. Il suffit qu'il offre une apparence de sincérité et qu'il ne comporte pas d'anomalie matérielle ou intellectuelle rendant douteuse sa validité.

Il est recommandé à titre facultatif, d'exiger pour les cas douteux, postérieurement à l'ouverture du compte, un extrait d'acte de naissance.

### **Procédé de contrôle de l'adresse**

Le contrôle de l'adresse a pour objet de confirmer les renseignements d'identité fournis.

La vérification de l'adresse se fait par la présentation d'un document officiel en établissant la preuve (:art. 7/2 de la loi précitée).

### **A-2- Pour les personnes morales**

La réglementation Algérienne s'est prononcée aussi à l'égard des personnes morales et a étendu l'obligation de contrôle, à opérer par la banque, à ces personnes.

L'article 5 de la même instruction énonce "l'identification des personnes morales se fait par la fourniture des documents et renseignements suivants

-les statuts sur lesquels seront relevés les éléments d'identification usuels : dénomination ou raison sociale, forme juridique, adresse du siège social et activité principale, date de création ; le numéro d'immatriculation au registre de commerce,

-le numéro d'immatriculation à l'office national des statistiques (ONS) et le numéro d'imposition à l'impôt dans la mesure où ils sont déjà connus du nouveau postulant et dans le cas contraire, ce dernier est tenu de les indiquer à l'établissement déclarant dès réception de la notification de leurs attribution".

### **A-3- Les mandataires :**

Les mandataires et les employés agissant pour le compte d'autrui doivent présenter, outre les documents prévus au point « a » ci-dessus, la délégation de pouvoirs ainsi que les documents prouvant l'identité et l'adresse des véritables propriétaires des fonds.

### **A-4- Les clients occasionnels**

L'identification des clients occasionnels s'effectue selon les mêmes conditions prévues au point « a » ci-dessus.

### **B- Consultation préalable de la centrale des impayés :**

Outre la vérification de l'identité et de l'adresse, le banquier est tenu avant **toute délivrance de chèquiers** à un client, de consulter la centrale des impayés sur les incidents de paiement et leurs suites enregistrés éventuellement au nom de ce client.(cf. art. 526 bis du

code de commerce). Cette interrogation est valable pour les comptes de chèques et comptes courants.

Remarque importante :

**Toute modification stipulée par les présentes suite à la promulgation de la loi 05-02 relative à la prévention et à la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme, fera l'objet d'un taxée spécifique élaboré par la structure concernée de la banque, lequel entre dans le cadre de la mise en place d'un dispositif exhaustif sur les conditions, modalités et procédures de lutte contre le blanchiment d'argent par le réseau et toutes les structures de la banque.**

Pour plus de détail, nous allons détailler les procédures d'ouverture d'un compte en banque dans l'annexe 2 :

**A- Comptes bancaires pour les personnes physiques (essentiellement pour les comptes individuels) :**

**OBSERVATION.**

Les intitulés de comptes de personnes physiques traités dans le présent titre doivent comprendre, outre l'identification (nom et prénoms) du titulaire du compte, une mention indiquant la filiation complète du titulaire ainsi conçue. « fils de... (prénom du père), et de ...( nom et prénoms de la mère) ». Cette dernière mention ne doit cependant pas figurer sur la correspondance ni sur les chèquiers.

La présente observation s'applique aux intitulés de comptes individuels et de comptes collectifs.

**Introduction :** il n'est traité dans cette partie que de la **capacité** des clients, personne physique et personne morale, pouvant être titulaire d'un compte.

**Les autres conditions et modalités administratives de gestion notamment, (le contrôle de l'identité, de l'adresse et de la profession, consultation de la centrale des impayés, les diverses catégories de comptes clientèles à ouvrir et leur fonctionnement, déclarations des ouvertures et clôtures, les divers travaux**

**administratifs, etc.) sont contenues dans les textes organiques de la banque, objet de diffusion générale.**

Cette notion de capacité est essentielle dans le commerce de la banque ou il importe de définir les limites imposées aux individus pour le plein exercice de leurs droits.

La capacité n'est requise que si la personne elle-même demande l'ouverture d'un compte. N'étant pas dotées d'une capacité et de pouvoirs, les personnes frappées d'incapacité ne peuvent demander elles mêmes l'ouverture d'un compte, ni le faire fonctionner.

C'est à la banque de vérifier la capacité et les pouvoirs de ses clients afin de s'assurer que le titulaire est habilité à effectuer les opérations enregistrées au compte, et le cas échéant, pour déterminer lesquelles lui sont interdites, quelles habilitations lui sont nécessaires ou qui doit agir pour lui.

**Énumération des personnes capables :** celles qui sont capables en raison de leur état. - -

- Algérien majeur ou émancipé.
- Algérienne majeure (.célibataire, mariée, veuve, divorcée) ou émancipée.
- Etrangers majeurs ou émancipés au regard de leur loi nationale.
- Etrangères célibataires ou veuves majeures au regard de leur loi nationale.

Le code civil Algérien (art. 40) fixe la majorité à 1<sup>1</sup>) ans révolus.

**B- Comptes bancaires pour les personnes morales (essentiellement pour les comptes individuels) :**

**Dispositions générales :**

En dehors des personnes physiques, il existe en droit, des entités juridiques auxquelles la loi reconnaît certains des droits dont jouissent les personnes humaines. Ces entités sont appelées "personnes morales".

Les unes, les personnes morales de droit public, en tête desquelles figurent l'État, wilaya, commune etc. ou des organismes de puissance publique (établissements et

offices publics) qui ont été dotés par un texte législatif de la personnalité juridique.

Les autres, les personnes morales de droit privé (sociétés commerciales, sociétés civiles, associations et tout groupement auquel la loi accorde la personnalité morale) n'acquièrent la personnalité juridique que si elles se constituent suivant certaines règles ou se conforment à certaines formalités prévues par la loi.

### **1.1- L'éligibilité aux comptes bancaires :**

Comme les personnes physiques, les groupements et institutions dotées de la personnalité juridique peuvent être titulaires d'un compte en banque.

Sauf restrictions, découlant de règles particulières de gestion de trésorerie, toute personne morale de droit public, non soumise aux règles de la comptabilité publique, ou de droit privé peut être titulaire d'un compte et y déposer des fonds.

### **1.2- Les institutions et administrations publiques**

L'Etat et ses démembrements (ministères), les institutions publiques ( APN, conseil constitutionnel, cour des comptes...) et les collectivités locales sont des organismes de droit administratif, soumis aux règles de la comptabilité publique (émargeant au budget de l'État) ne peuvent prétendre à l'ouverture de comptes bancaires et ceci conformément aux dispositions de l'article 24 de la loi de finances de 1980 :

- L'article 24 de la loi de finances pour 1980 stipule : « sont soumis aux mêmes règles que celles applicables au budget de l'État, les opérations financières et comptables des établissements publics à caractère administratif, du parti, de l'Assemblée Populaire - Nationale et de celui de la Cour des comptes »

### **1.3 : capacité civile des personnes morales :**

La capacité civile des personnes morales présente une caractéristique particulière qui les distinguent de celle des personnes physiques ; elle n'existe qu'en vue d'accomplissement de la tâche que se propose la personne morale en cause et donc restreinte à l'objet social. En dehors de cet objet, une personne morale n'est donc plus sujette de droit, et devient incapable de contracter.

#### **1.4 : Conditions d'ouverture d'un compte en banque :**

► La personnalité juridique :

L'ouverture d'un compte en banque constituant un contrat, la première condition nécessaire pour qu'une personne morale puisse y prétendre est que celle-ci soit dotée de la personnalité juridique et qu'elle en justifie, sinon le contrat ne peut pas se former.

► La durée des personnes morales :

D'après l'article 546 du code de commerce, la durée des sociétés commerciales ne peut dépasser 99 ans.

► Les pouvoirs :

Le représentant d'une personne morale ne peut agir que dans la limite de ses pouvoirs qui s'apprécie non seulement en vertu de la délégation de laquelle ils découlent, mais encore en vertu de la personne ou de l'organisme qui a consenti cette délégation, en remontant ainsi jusqu'à l'organe qui dispose la totalité des pouvoirs.

Ainsi, pour apprécier les pouvoirs d'un mandataire, il est nécessaire de connaître ceux de la personne (président, trésorier) qui a signé la procuration et ceux de l'organe de gestion (conseil d'administration, directoire, gérant...).

► Mandataires des personnes morales :

A ce sujet, les mandataires qui peuvent intervenir dans le fonctionnement d'un compte d'une personne morale, il convient d'observer deux particularités :

- les formules de procuration en usage dans la banque répondent aux prescriptions légales qui imposent aux gérants, présidents ou directeurs généraux de ne constituer des mandataires que pour des objets spéciaux et pour une durée limitée.

- il est possible de considérer que les pouvoirs d'un mandataire désigné ne prennent pas fin au décès du gérant, président ou directeur général. En effet, ce mandataire continue à fonctionner le compte dans la limite de ses pouvoirs jusqu'à la désignation d'un nouveau mandant (gérant, président ou directeur général).

## ANNEXE II :

## EVOLUTION DE LA POPULATION DANS LA WILAYA DE TIZI OUZOU

POPULATION ET DENSITE DES COMMUNES DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU AU RGPH 2008 SELON LES TRC :

COMMUNES ET DAIRA	SUPERFICIE EN (KM <sup>2</sup> )	POPULATION		TOTALE	DENSITE (HAB. /KM2)
		MASCULIN	FEMININ		
TIZI OUZOU	102, 36	64 412	63 265	127 677	1 247
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>102, 36</b>	<b>64 412</b>	<b>63 265</b>	<b>127 677</b>	<b>1 247</b>
A. EL HAMMAM	38, 55	10 005	10 226	20 231	525
AKBIL	37, 04	4 348	4 482	8 830	238
ABI YOUCEF	16, 86	3 876	3 806	7 682	456
AIT YAHIA	52, 44	6 948	7 285	14 233	271
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>144, 89</b>	<b>25 177</b>	<b>25 799</b>	<b>50 976</b>	<b>352</b>
AZAZGA	77, 05	16 896	16 758	33 654	437
FREHA	68, 55	12 015	11 618	23 633	345
IFIGHA	46, 86	3 927	4 077	8 004	171
ZEKRI	88, 51	1 570	1 679	3 249	37
YAKOUREN	79, 30	6 038	6 188	12 226	154
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>360, 27</b>	<b>40 446</b>	<b>40 320</b>	<b>80 766</b>	<b>224</b>
AZEFFOUN	126, 66	8 909	8 526	17 435	138
AGHRIBS	65, 11	6 153	6 103	12 256	188
AKERROU	41, 75	2 354	2 284	4 638	111
AIT CHAFAA	85, 49	1 819	1 961	3 780	44
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>319, 01</b>	<b>19 235</b>	<b>18 874</b>	<b>38 109</b>	<b>119</b>
BENI DOUALA	35, 09	10 731	10 752	21 483	612
AIT MAHMOUD	25, 73	3 775	3 878	7 653	297
BENI AISSI	21, 25	3 826	3 709	7 535	355
BENI ZMENZER	20, 29	6 125	6 022	12 147	599
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>102, 35</b>	<b>24 457</b>	<b>24 361</b>	<b>48 818</b>	<b>477</b>
BENI YENNI	34, 25	2 855	2 850	5 705	167
IBOUDRAREN	32, 50	2 682	2 695	5 377	165
YATAFEN	15, 99	1 960	1 969	3 929	246
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>82, 74</b>	<b>7 497</b>	<b>7 514</b>	<b>15 011</b>	<b>181</b>
BOGHNI	51, 50	15 492	15 200	30 692	596
ASSI YOUCEF	26, 28	8 616	8 688	17 304	659
BOUNOUH	26, 99	4 834	4 867	9 701	359
MECHTRAS	17, 36	6 184	6 114	12 298	708
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>122, 13</b>	<b>35 126</b>	<b>34 869</b>	<b>69 995</b>	<b>573</b>
BOUZEGUENE	66, 90	11 799	12 349	24 148	361
BENI ZIKKI	20, 64	1 892	1 997	3 889	188
I. OUMALOU	50, 38	6 406	6 595	13 001	258
IDJEUR	72, 06	5 035	5 176	10 211	142
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>209, 97</b>	<b>25 132</b>	<b>26 117</b>	<b>51 249</b>	<b>244</b>
D.BEN KHEDDA	33, 41	15 780	15 109	30 889	924
SIDI NAMANE	42, 24	5 539	5 073	10 612	251
TADMAIT	63, 66	11 417	11 253	22 670	356
TIRMITINE	32, 91	9 527	9 534	19 061	579
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>172, 23</b>	<b>42 263</b>	<b>40 969</b>	<b>83 232</b>	<b>483</b>
D. EL. MIZAN	80, 84	19 568	19 276	38 844	481

AIN ZAOUIA	56, 89	8 760	8 759	17 519	308
FRIKAT	38, 59	6 515	6 224	12 739	330
A.Y. MOUSSA	62, 90	10 025	10 130	20 155	320
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>239,21</b>	<b>44 868</b>	<b>44 389</b>	<b>89 257</b>	<b>373</b>

L.N.IRATHEN	39, 28	14 595	14 409	29 004	738
AIT AGOUACHA	26, 21	2 057	2 063	4 120	157
IRDJEN	21, 24	6 667	6 479	13 146	619
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>86, 73</b>	<b>23 319</b>	<b>22 951</b>	<b>46 270</b>	<b>534</b>
IFERHOUNEN	32, 95	6 144	6 179	12 323	374
ILLILTEN	26, 84	4 458	4 567	9 025	336
IMSOUHEL	24, 69	3 168	3 352	6 520	264
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>84, 47</b>	<b>13 770</b>	<b>14 098</b>	<b>27 868</b>	<b>330</b>
MAATKAS	45, 29	15 836	15 606	31 442	694
S. EL THENINE	20, 86	7 356	7 278	14 634	701
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>66, 15</b>	<b>23 192</b>	<b>22 884</b>	<b>46 076</b>	<b>697</b>
MAKOUDA	57, 43	11 828	12 498	24 326	424
BOUDJIMA	34, 94	7 812	7 780	15 592	446
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>92, 37</b>	<b>19 640</b>	<b>20 278</b>	<b>39 918</b>	<b>432</b>
MEKLA	64, 71	12 395	12 435	24 830	384
AIT KHELLILI	24, 58	5 723	5 829	11 552	470
SOUAMAA	39, 96	5 262	5 397	10 659	267
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>129, 25</b>	<b>23 380</b>	<b>23 661</b>	<b>47 041</b>	<b>364</b>
OUACIFS	17,18	5 171	4 938	10 109	589
AIT BOUMAHDI	23, 23	3 014	3 097	6 111	263
AIT TOUDDERT	34, 59	4 299	4 196	8 495	246
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>74, 99</b>	<b>12 484</b>	<b>12 231</b>	<b>24 715</b>	<b>330</b>
OUADHIAS	32, 83	8 087	8 348	16 435	501
AIT BOUADDOU	39, 30	7 137	6 995	14 132	360
TIZI N'TLETA	26, 90	7 665	7 711	15 376	572
A.GUEGHRANE	40, 51	4 777	4 729	9 506	235
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>139, 54</b>	<b>27 666</b>	<b>27 783</b>	<b>55 449</b>	<b>397</b>
OUAGUENOUN	39, 78	8 699	8 711	17 410	438
AIT A.MIMOUN	36, 30	10 091	10 042	20 133	555
TIMIZART	65, 14	14 717	14 140	28 857	443
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>141, 21</b>	<b>33 507</b>	<b>32 893</b>	<b>66 400</b>	<b>470</b>
TIGZIRT	41, 68	5 952	6 010	11 962	287
IFLISSEN	66, 87	6 967	7 321	14 288	214
MIZRANA	57, 84	4 689	4 695	9 384	162
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>166, 38</b>	<b>17 608</b>	<b>18 026</b>	<b>35 634</b>	<b>214</b>
TIZI GHENIFF	41, 07	14 353	14 239	28 592	696
M'KIRA	35, 84	8 915	8 691	17 606	491
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>76, 91</b>	<b>23 268</b>	<b>22 930</b>	<b>46 198</b>	<b>601</b>
TIZI RACHED	31, 05	8 680	8 432	17 112	551
AIT OUMALOU	13, 74	4 429	4 284	8 713	634
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>44, 79</b>	<b>13 109</b>	<b>12 716</b>	<b>25 825</b>	<b>577</b>
<b>TOTAL WILAYA</b>	<b>2957, 94</b>	<b>559 556</b>	<b>556 928</b>	<b>1 116 484</b>	<b>377</b>

**REPARTITION DE LA POPULATION SELON LE SEXE ET L'AGE AU 31/12/2008 :**

GROUPES D'AGES	MASCULIN	FEMININ	ENSEMBLE	% GROUPES D'AGES/ POPULATION TOTALE	% CUMULE DES GROUPES D'AGES
<b>0-4</b>	39 870	38 398	78 268	7,00	7,00
<b>5-9</b>	35 908	33 623	69 531	6,23	13,23
<b>10-14</b>	43 267	42 779	86 046	7,71	20,94
<b>15-19</b>	55 509	54 490	109 999	9,95	30,89
<b>20-24</b>	66 834	63 672	130 506	11,69	42,58
<b>25-29</b>	64 696	61 456	126 152	11,30	53,88
<b>30-34</b>	53 440	49 121	102 561	9,19	63,07
<b>35-39</b>	44 027	42 816	86 843	7,78	70,85
<b>40-44</b>	37 363	35 555	72 918	6,53	77,38
<b>45-49</b>	24 275	22 853	47 128	4,22	81,60
<b>50-54</b>	22 527	25 001	47 528	4,26	85,86
<b>55-59</b>	21 963	21 434	43 397	3,89	89,75
<b>60-64</b>	13 865	15 334	29 199	2,62	92,37
<b>65-69</b>	11 538	14 259	25 797	2,31	94,68
<b>70-74</b>	8 752	12 044	20 796	1,86	96,54
<b>75-79</b>	7 559	10 664	18 223	1,63	98,17
<b>80-84</b>	4 080	6 367	10 447	0,94	99,11
<b>85 ans et +</b>	3 078	5 092	8 170	0,73	99,84
<b>ND</b>	1 081	1 897	2 978	0,26	100
<b>Total</b>	<b>559 630</b>	<b>556 854</b>	<b>1 116 484</b>	<b>100</b>	

<b>6-14 ans</b>	71 313	68 564	139 877	12,53
<b>18-59 ans</b>	362 654	347 941	710 295	63,62

**N-B :**

\* Population 6-14 ans = tranches 5-9 ans + tranche 10-14 ans) – naissances de 2003.

\* Population 18-59 ans =  $\sum$ tranches (20- 24 ans) à (55-59 ans) + naissances 1989 et 1990.

**EVOLUTION DES INDICATEURS DEMOGRAPHIQUES DE 2000 A 2008 POUR L'ENSEMBLE DE LA WILAYA :**

INDICATEURS DEMOG ANNEE	TAUX BRUT DE NATALITE ‰	TAUX BRUT DE MORTALITE ‰	TAUX D'ACCROISSEMENT NATUREL ‰	TAUX DE NUPTIALITE ‰	TAUX DE MORTALITE INFANTILE ‰
2000	13, 63	4, 16	9, 47	5, 29	21, 08
2001	13, 14	4, 02	9, 11	5, 21	20, 26
2002	12, 36	3, 94	8, 42	5, 43	22, 7
2003	12, 97	4, 09	8, 88	5, 99	19, 62
2004	12, 79	3, 96	8, 83	7, 01	17, 80
2005	13, 39	4, 15	9, 24	7, 34	16, 44
2006	13, 80	3, 89	9, 91	7, 97	18, 03
2007	14, 70	3, 83	10, 8	8, 68	16, 5
2008	17, 12	4, 97	12, 15	10, 33	17, 36

**EVOLUTION INTERCENSITAIRE DE LA POPULATION DE LA WILAYA PAR COMMUNE :**

COMMUNES ET DAIRA	RGPH 1977	RGPH 1987	TAUX D'ACC 77 / 87	RGPH 1998	TAUX D'ACC 1987 / 1998	RGPH 2008
TIZI OUZOU	67 225	92 412	3, 23	117 259	2, 188	127677
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>67 225</b>	<b>92 412</b>	<b>3, 23</b>	<b>117 259</b>	<b>2, 188</b>	<b>127 677</b>
A. EL HAMMAM	16 044	20 080	2, 27	20.118	0, 017	20 231
AKBIL	6 817	8 575	2, 32	9.753	1, 18	8 830
ABI YUCEF	5 606	6 905	2, 10	7 743	1, 05	7 682
AIT YAHIA	12 617	14 173	1, 17	16 485	1, 38	14 233
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>41 084</b>	<b>49 733</b>	<b>1, 93</b>	<b>54 099</b>	<b>0, 77</b>	<b>50 976</b>
AZAZGA	16 556	25 670	4, 48	30 911	1, 70	33 654
FREHA	11 954	16 408	3, 21	21 997	2, 70	23 633
IFIGHA	6 678	7 611	1, 32	8 226	0, 71	8 004
ZEKRI	2 492	3 474	3, 38	3 666	0, 49	3 249
YAKOUREN	7.432	10 000	3, 01	11 724	1, 46	12 226
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>45 112</b>	<b>63 163</b>	<b>3, 42</b>	<b>76 524</b>	<b>1, 76</b>	<b>80 766</b>
AZEFFOUN	9 366	14.008	4, 10	16 096	1, 27	17 435
AGHRIBS	8 482	10 739	2, 39	13 408	2, 04	12 256
AKERROU	2 912	4 038	3, 32	5 070	2, 09	4 638
AIT CHAFAA	2 837	3 543	2, 25	3 865	0, 79	3 780
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>23 597</b>	<b>32 328</b>	<b>3, 20</b>	<b>38 439</b>	<b>1, 59</b>	<b>38 109</b>
BENI DOUALA	14 621	19 377	2, 86	21 891	1, 12	21 483
AIT MAHMOUD	7 516	8 701	1, 47	9 369	0, 67	7 653
BENI AISSI	4 875	6 741	3, 29	7 914	1, 47	7 535
BENI ZMENZER	6 968	10 207	3, 89	12 117	1, 57	12 147
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>33 980</b>	<b>45 026</b>	<b>2, 85</b>	<b>51 291</b>	<b>1, 14</b>	<b>48 818</b>
BENI YENNI	6 870	7 557	0, 96	6 813	0, 017	5 705
IBOUDRAREN	6 543	6 996	0, 67	6 508	0, 017	5 377
YATAFEN	4 700	5 197	1, 01	4 957	0, 017	3 929
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>18 113</b>	<b>19 750</b>	<b>0, 87</b>	<b>18 278</b>	<b>0, 017</b>	<b>15 011</b>
BOGHNI	18 614	25 639	3, 25	31 983	2, 03	30 692
ASSI YUCEF	8 439	11 224	2, 89	14 411	2, 30	17 304
BOUNOUH	7 041	8 645	2, 074	10 077	1, 40	9 701

MECHTRAS	8 073	9 779	1,94	11 075	1, 14	12 298
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>42 167</b>	<b>55 287</b>	<b>2, 75</b>	<b>67 546</b>	<b>1, 84</b>	<b>69 995</b>
BOUZEGUENE	19 500	23 306	1, 80	26 168	1, 06	24 148
BENI ZIKKI	2 789	3 389	1, 97	3 943	1, 39	3 889
I. OUMALOU	9 188	11 789	2, 52	13 812	1, 45	13 001
IDJEUR	7 061	8 222	1, 53	10 379	2, 14	10 211
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>38 538</b>	<b>46 706</b>	<b>1, 94</b>	<b>54 302</b>	<b>1, 38</b>	<b>51 249</b>
D-B- KHEDDA	13 778	21 689	4, 64	28 376	2, 47	30 889
SIDI NAMANE	7 199	9 980	3, 32	9 641	0, 017	10 612
TADMAIT	12 039	17 986	4, 09	21 547	1, 66	22 670
TIRMITINE	11 013	15 357	3, 38	18 030	1, 47	19 061
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>44 029</b>	<b>65 012</b>	<b>3, 97</b>	<b>77 594</b>	<b>1, 62</b>	<b>83 232</b>
D. EL. MIZAN	19 594	30 032	4, 36	37 628	2, 07	38 844
AIN ZAOUIA	10 530	13 208	2, 29	16 764	2, 19	17 519
FRIKAT	6 875	9 949	3, 76	12 638	2, 20	12 739
A.Y. MOUSSA	11 224	16 868	4, 16	19 904	1, 52	20 155
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>48 223</b>	<b>70 057</b>	<b>3, 80</b>	<b>86 934</b>	<b>1, 98</b>	<b>89 257</b>

L.N.IRATHEN	21 129	28 101	2, 89	29 773	0, 53	29 004
AIT AGOUACHA	3 062	4 127	3, 03	3 986	0, 017	4 120
IRDJEN	9 967	12 283	2, 11	13 674	0, 98	13 146
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>34 158</b>	<b>44 511</b>	<b>2, 68</b>	<b>47 433</b>	<b>0, 58</b>	<b>46 270</b>
IFERHOUNEN	9 787	12.256	2, 28	14 535	1, 56	12 323
ILLILTEN	7 420	10 147	3, 18	10 347	0, 18	9 025
IMSOUHEL	5 949	7 099	1, 79	7 530	0, 54	6 520
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>23 156</b>	<b>29 502</b>	<b>2, 45</b>	<b>32 412</b>	<b>0, 86</b>	<b>27 868</b>
MAATKAS	13 397	25 030	6, 45	31 188	2, 02	31 442
S. EL THENINE	10 047	11 159	1, 06	13 914	2, 03	14 634
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>23 444</b>	<b>36 189</b>	<b>4, 44</b>	<b>45 102</b>	<b>2, 02</b>	<b>46 076</b>
MAKOUDA	15 779	18 424	1, 56	22 548	1, 85	24 326
BOUDIMA	12 125	13 461	1, 05	15 771	1, 45	15 592
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>27 904</b>	<b>31 885</b>	<b>1, 34</b>	<b>38 319</b>	<b>1, 69</b>	<b>39 918</b>
MEKLA	18 800	22.338	1, 74	26 315	1, 50	24 830
AIT KHELLILI	7 743	1 761	4 40	3, 32	3 79	11 552
SOUAMAA	6 829	9 054	2, 86	10 932	1, 73	10 659
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>33 372</b>	<b>42 121</b>	<b>2, 36</b>	<b>49 877</b>	<b>1, 55</b>	<b>47 041</b>
OUACIFS	8 151	10 134	2, 20	10 497	0, 32	10 109
AIT BOUMAHDI	5 940	6 868	1, 46	6 721	0, 017	6 111
AIT TOUDDERT	7 144	9 149	2, 50	9 723	0, 55	8 495
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>21 235</b>	<b>26 151</b>	<b>2, 10</b>	<b>26 941</b>	<b>0, 27</b>	<b>24 715</b>
OUADHIAS	10 866	14 403	2, 86	17 286	1, 67	16 435
AIT BOUADDOU	9 985	11 790	1, 68	13 834	1, 46	14 132
TIZI N'TLETA	10 612	13 781	2, 65	15 891	1, 30	15 376
A.GUEGHANE	6 671	8 888	2, 91	10 833	1, 82	9 506
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>38 134</b>	<b>48 862</b>	<b>2, 51</b>	<b>57 844</b>	<b>1, 55</b>	<b>55 449</b>
OUAGUENOUN	7 659	12 584	5, 09	15 645	2, 00	17 410
AIT A.MIMOUN	11 891	15 852	2, 92	19 227	1, 77	20 133
TIMIZART	14 952	21 753	3, 82	27 878	2, 28	28 857
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>34 502</b>	<b>50 189</b>	<b>3, 82</b>	<b>62 750</b>	<b>2, 05</b>	<b>66 400</b>
TIGZIRT	7 387	9 069	2, 07	10 .414	1, 27	11 962
IFLISSEN	8 918	12 686	3, 59	14 641	1, 31	14 288
MIZRANA	5 500	8 438	4, 37	8 586	1, 17	9 384
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>21 805</b>	<b>30 193</b>	<b>3, 31</b>	<b>34 641</b>	<b>1, 26</b>	<b>35 634</b>

TIZI-GHENIFF	15 580	22 361	3,68	27 702	1,97	28 592
M'KIRA	9 616	13 528	3,47	17 328	2,28	17 606
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>25 196</b>	<b>35 889</b>	<b>3,60</b>	<b>45 030</b>	<b>2,08</b>	<b>46 198</b>
TIZI-RACHED	10 467	13 586	2,64	16 861	1,98	17 112
AIT-OUMALOU	6 559	8 396	2,50	9 233	0,87	8 713
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>17 026</b>	<b>21 982</b>	<b>2,59</b>	<b>26 094</b>	<b>1,57</b>	<b>25 825</b>
<b>TOTAL WILAYA</b>	<b>702 000</b>	<b>936 948</b>	<b>2,93</b>	<b>1 108 709</b>	<b>1,54</b>	<b>1 116 484</b>

**ANNEXES III :**  
**LA STRUCTURE ECONOMIQUE DE LA WILAYA DE TIZI OUZOU**

INDUSTRIE METALLIQUE, MECANIQUE, ELECTRONIQUE ET ELECTRIQUE :

Unités	Type de production	Unité de mesure	Production 2008 (Quantité)	Taux de réalisation (%)	Emplois
<b>Electo-industrie SPA Azazga</b>	Moteur /alternateurs	U	2 323	82	770
	Transformateurs	U	4 042	92	
	Groupes électrogènes	U	04	01	
<b>ENIEM/CAM Oued Aissi</b>	Cuisinières	U	60 298	100	2 315
	Climatiseurs	U	8 814	126	
	Congélateurs	U	5 976	67	
	Réfrigérateurs	U	95 100	86	
<b>GRIGADEM D.E.Mizan</b>	Grillage gabion	M <sup>2</sup>	870 237	109	28
<b>COMETAL Ouadhias</b>	- Charpente métallique - Chaudronnerie - Ferronnerie	Entreprise dissoute			
<b>SONARIC Abouidid</b>	Pièces pour cuisinières	MDA	16 136	100	11
<b>SONELGAZ Tizi-Ouzou</b>	Electricité	GW/H	17 799	/	438

INDUSTRIE MATERIAUX DE CONSTRUCTION :

Dénomination localisation	Principale production	Unité de mesure	Production 2008 (Quantités)	Taux de réalisation (%)	Emplois
<b>EBTF Fréha</b>	Briques (tous types confondus)	T			107
<b>EAEB Irdjen</b>	Parpaings + Hourdis	U	/	27, 50	19
	Bordures (toutes dimensions confondues)	U	17 666		
	Poutrelles	ML	391		
<b>ENAMARBRE Mekla</b>	Dérivé de marbre	T	6 340	32	38
<b>ALTEC/SPA Briqueterie d'Irdjen</b>	Briques (tous types confondus)	T	Entreprise privatisée		

INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE :

Dénomination localisation	Principale production	Unité de mesure	Production 2008 (Quantité)	Taux de réalisation (%)	Emplois
ERIOD/UP Tadmaït	Farine panifiable	Qx	38 270	91	89
	Issues de meunerie	Qx	-	-	
ORAC / D.B.K	Poussins	U	2 699 548	103	102
	Poulet de chair	U	-	-	
ORAC/ Taboukert	Poulets de chair	U	-	-	149
	Pâté, cachir ... etc	T	-	-	
ORAC D. E. Mizan	Poulets de chair	U	A l'arrêt depuis 2005		
LAITERIE /D.B.K/SPA	Produits laitiers	10 <sup>3</sup> L	Entreprise privatisée		

INDUSTRIES TEXTILES ET CUIRS :

Dénomination localisation	Principale production	Unité de mesure	Production 2008 (Quantité)	Taux de réalisation (%)	Emplois
Eurl Chemiserie du centre L.N.I	Article de confection	Art	129 762	84	170
Eurl Confection NUMIDIA/TO	Articles de confection	Art	60 146	80	101
COTITEX D.B.Khedda	Entreprise dissoute	T 10 <sup>3</sup> L	Entreprise dissoute		
COTONNIERE SPA D.B.K	Fils	T	363	41	600
	Tissus écrus	10 <sup>3</sup> ML	1 136	39	
	Tissus finis	10 <sup>3</sup> ML	468	234	
Eurl Confection Style A.Yahia	Articles de confection	Art	68 500	70	127
Eurl Fital / TO	Fil à coudre et à broder	T	23	47	33

INDUSTRIE BOIS, PAPIER ET IMPRIMERIE :

Dénomination localisation	Principale production	Unité de mesure	Production 2008 (Quantité)	Taux de réalisation (%)	Emplois
MBA/SPA Mechtras	Menuiserie bois	M <sup>2</sup>	Entreprise dissoute		

<b>Leader Meubles Taboukert</b>	Meubles de style et de luxe (chambres à coucher et mobilier salon)	Ensemble	2 435	93	417
-------------------------------------	--	----------	-------	----	-----

*INDUSTRIE CHIMIQUE ET PHARMACEUTIQUE :*

<b>Dénomination localisation</b>	<b>Principale production</b>	<b>Unité de mesure</b>	<b>Production 2008 (Quantité)</b>	<b>Taux de réalisation (%)</b>	<b>Emplois</b>
<b>SISCOPLAST /SPA D.E.Mizan</b>	Articles d'écriture et de traçage	T	463	107	82

*AUTRES :*

<b>Dénomination localisation</b>	<b>Principale production</b>	<b>Unité de mesure</b>	<b>Production 2008 (Quantité)</b>	<b>Taux de réalisation (%)</b>	<b>Emplois</b>
<b>SNVI / UEC Oued Aissi</b>	Vente de véhicules industriels	Nbre MDA	312 297	47	110
	Pièces de rechanges	MDA	143 763	74	
	Prestation de services	MDA	27 619	97	
<b>NAFTAL</b>	Commercialisation de carburant	M <sup>3</sup>	342 263	95	371
<b>NAFTAL</b>	Commercialisation de gaz	B 13	5 789 574	115	617
		P 35	36 014	103	

**ANNEXE IV :  
SYSTEME FINANCIER DE LA WILAYA DE TIZI OUZOU**

**A- LOCALISATION ET ADRESSES DES AGENCES BANCAIRES**

SUCCURSALES ET AGENCES BADR IMPLANTEES SUR LE TERRITOIRE DE  
LA WILAYA AU 31-12-2008 :

<b>DENOMINATION ET RANG DE L'AGENCE BANCAIRE</b>	<b>LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)</b>	<b>EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008</b>
- GROUPE REGIONAL D'EXPLOITATION DE TIZI-OUZOU.	1, RUE OUBOUZAR CHERIF TIZI-OUZOU	55
-AGENCE AZAZGA -571-	RUE CDT . ZAIDAT AHMED BP 72.CP 15300 AZAZGA. STADE COMMUNAL LARBAA-NATH-IRATHEN	27
-AGENCE LARBAA-NATH-IRATHEN 572	RUE COLONNEL AMIROUCHE CP 15.200 AIN-EL- HAMMAM	13
- AGENCE AIN-EL-HAMMAM 573	CITE DES FONCTIONNAIRES ROUTE DE BOGHNI (DRAA-EL-MIZAN) BP 168.	08
- AGENCE DRAA-EL-MIZAN 574	CITE DES 62 LOGEMENTS DRAA-BEN-KHEDDA.	16
- AGENCE DRAA-BEN-KHEDDA 576	CENTRE VILLE OUACIFS 15285.	21
- AGENCE OUACIFS 579.	BD MED SAID OUZEFFOUN TIZI-OUZOU	08
- AGENCE TIZI-OUZOU 580.	CITE DES 120 LOGTS CAGE 1 BT1 TIGZIRT	42
- AGENCE TIGZIRT 581	CENTRE VILLE OUADHIAS CP 15450	09
AGENCE OUADHIAS 582	CENTRE VILLE AZEFOUN CP 15315.	13
- AGENCE AZEFOUN 584	CITE HLM N° 33 AZAZGA 15.300	07
- AGENCE TIZI-RACHED 588.		09
<b>TOTAL</b>	<b>01 GROUPE REGIONAL D'EXPLOITATION 11 AGENCES RATTACHEES</b>	<b>228</b>

SUCCURSALES ET AGENCES BEA IMPLANTEES SUR LE TERRITOIRE DE LA WILAYA AU 31-12-2008 :

<b>DENOMINATION ET RANG DE L'AGENCE</b>	<b>LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)</b>	<b>EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008</b>
AGENCE / 34 PRINCIPALE	66, AVENUE HOUARI BOUMEDIENNE TIZI-OUZOU 15000.	48
AGENCE / 98 ENIEM	SITE ENIEM OUED AISSI TIZI-OUZOU	22
<b>DENOMINATION ET RANG DE L'AGENCE</b>	<b>LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)</b>	<b>EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008</b>

SUCCURSALES ET AGENCES CPA IMPLANTEES SUR LE TERRITOIRE

- GROUPE D'EXPLOITATION	11 BD STITI ALI TIZI-OUZOU.	<b>36</b>
- AGENCE TIZI-OUZOU 194	11 BD STITI ALI TIZI-OUZOU	<b>23</b>
- AGENCE TIZI-OUZOU 120	11 AVENUE COLONEL AMIROUCHE TIZI-OUZOU	<b>26</b>
- AGENCE DRAA-BEN-KHEDDA	CITE 96 LOGEMENTS N° 5 DRAA-BEN-KHEDDA TIZI-OUZOU	<b>10</b>
- AGENCE L-NATH-IRATHEN	38 AVENUE ABANE RAMDANE LARBAA-NATH-IRATHEN	<b>11</b>
<b>TOTAL</b>	<b>04 AGENCES RATTACHEES A UN GROUPE D'EXPLOITATION</b>	<b>106</b>

SUCCURSALES ET AGENCES BDL IMPLANTEES SUR LE TERRITOIRE DE  
LA WILAYA AU 31-12-2008 :

<b>DENOMINATION ET RANG DE L'AGENCE</b>	<b>LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)</b>	<b>EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008</b>
AGENCE DE BOGHNI	CITE DES 18 LOGEMENTS – BOGHNI	18
AGENCE DJURDJURA	AXE DU NOUVEAU LYCEE TIZI-OUZOU	21
AGENCE NOUVELLE-VILLE	CITE DES 145 LOGEMENTS TIZI-OUZOU	21
AGENCE AZAZGA	RUE BELKACEMI HANAFI-AZAZGA	24
AGENCE SI-ABDELLAH	66, RUE CAPITAINE SI-ABDELLAH TIZI-OUZOU.	17
AGENCE TIGZIRT	CITE DES 120 LOGEMENTS – TIGZIRT.	13
AGENCE FREHA	CITE DES 18 LOGEMENTS FREHA	15
AGENCE AIN-EL-HAMMAM	RUE COLONNEL AMIROUCHE AIN-EL-HAMMAM.	15
AGENCE BOUZEGUENE	BOUZEGUENE CENTRE	13
AGENCE DRAA-BEN-KHEDDA	CITE DES 22 LOGEMENTS D-BEN-KHEDDA	13

AGENCE DRAA-EL-MIZAN	RUE COLONNEL SI-LHOUES DRAA-EL-MIZAN	15
GROUPE DE TIZI-OUZOU	AXE DU NOUVEAU LYCEE TIZI-OUZOU	38
<b>TOTAL</b>	<b>01 DIRECTION DU GROUPE + 11 AGENCES</b>	<b>223</b>

SUCCURSALES ET AGENCES BANQUE D'ALGERIE IMPLANTEES SUR LE TERRITOIRE DE LA WILAYA AU 31-12-2008 :

<b>DENOMINATION ET RANG DE L'AGENCE</b>	<b>LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)</b>	<b>EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008</b>
SUCCURSALE DE TIZI-OUZOU	16 BD STITI ALI TIZI-OUZOU	39

SUCCURSALES ET AGENCES CNEP IMPLANTEES SUR LE TERRITOIRE DE LA WILAYA AU 31-12-2008 :

<b>DENOMINATION ET RANG DE L'AGENCE</b>	<b>LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)</b>	<b>EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008</b>
DIRECTION DU RESEAU	AVENUE ABANE RAMDANE TIZI-OUZOU	89
AGENCE ABANE RAMDANE	AVENUE ABANE RAMDANE TIZI-OUZOU	34
AGENCE BEN M'HIDI	CITE DU 20 AOUT TIZI-OUZOU	23
AGENCE LARBAA-NATH-IRATHEN	AVENUE ABANE RAMDANE LARBAA-NATH-IRATHEN.	11
AGENCE AIN-EL-HAMMAM	RUE COLONEL AMIROUCHE	09
AGENCE DRAA-EL-MIZAN	CITE COLONEL AMAR OUAMRANE	10

AGENCE AZAZGA	ROUTE DU PARC DE L'APC D'AZAZGA.	18
AGENCE LAMALI	CITE 52 LOGTS AVENUE ABANE RAMDANE TIZI-OUZOU	17
AGENCE DRAA-BEN-KHEDDA	CITE DES 100 LOGEMENTS APC/CNEP BT H DRAA-BEN-KHEDDA.	12
AGENCE BOGHNI	CITE DES 100 LOGEMENTS BOGHNI	13
<b>TOTAL</b>	<b>01 DIRECTION DU RESEAU + 09 AGENCES</b>	<b>236</b>

**B- LOCALISATION ET ADRESSES DES ORGANISMES D'ASSURANCES IMPLANTES SUR LE TERRITOIRE DE LA WILAYA DE TIZI OUZOU au 31-12-2008 :**

- SOCIETE NATIONALE D'ASSURANCE : SAA.

DENOMINATION ET RANG DE L'AGENCE	LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)	EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008
-------------------------------------	--------------------------------------	--

DIRECTION REGIONALE	BP.36 NOUVELLE-VILLE TIZI-OUZOU	102
AGENCE TIZI-OUZOU « 2001 »	BP 36 NOUVELLE-VILLE TIZI-OUZOU	19
AGENCE TIZI-OUZOU « 2002 »	2, AVENUE 1 <sup>ER</sup> NOVEMBRE TIZI-OUZOU	17
AGENCE L-N-IRATHEN « 2003 »	AVENUE ABANE RAMDANE L-N-IRATHEN	08
AGENCE AIN-EL-HAMMAM « 2004 »	RUE COLONEL AMIROUCHE AIN-EL-HAMMAM	09
AGENCE DRAA-EL-MIZAN « 2005 »	ROUTE DE BOGHNI DRAA-EL-MIZAN	12
AGENCE BOGHNI « 2006 »	CITE DES 18 LOGTS – BOGHNI-	14
AGENCE AZAZGA « 2007 »	RUE COLONEL AMIROUCHE –AZAZGA–	12
AGENCE TIGZIRT « 2013 »	CITE DES 120 LOGTS BP J - TIGZIRT –	12
AGENCE TIZI-OUZOU « 2016 »	2, PLACE BABOUCHE SAID TIZI-OUZOU	15
AGENCE BOUZEGUENE « 2019 »	BOUZEGUENE CENTRE	10
AGENCE AZEFFOUN « 2020 »	RUE CAPITAINE SI-ABDELLAH (AZEFOUN)	10
AGENCE MEKLA « 2021 »	MEKLA CENTRE	08
AGENCE OUADHIAS « 2017 »	CITE DES 104 LOGTS – OUADHIAS	10
AGENCE OUACIFS « 2018 »	PLACE DU MARCHE – OUACIFS-	07
AGENT GENERAL « 2052 »	RUE COLONEL AMIROUCHE A-EL-HAMMAM	05
AGENT GENERAL « 2054 »	RUE DES FRERES BEGGAZ NOUVELLE-VILLE T-O	09
AGENT GENERAL « 2056 »	BD AHMED ZAIDAT – AZAZGA –	11
AGENT GENERAL « 2058 »	BD KRIM BELKACEM N-VILLE TIZI-OUZOU	07
AGENT GENERAL « 2059 »	BD STITI ALI TIZI-OUZOU	10
AGENT GENERAL « 2060 »	166 LOGTS ETGR BT G GARE ROUTIERE T-O	07
AGENT GENERAL «2061 »	22, RUE DE S FRERES BOUZIDI TIZI-OUZOU	06

AGENT GENERAL « 2062 »	COOPERATIVE KABYLIA TOURS VILLAS T.O	02
ANTENE AGENCE GENERAL (AGA “ 2060”)	TIKOBAINÉ (TIZI-OUZOU)	04
ANTENE AGENCE GENERAL (AGA “ 2060”)	MEKLA	03
ANTENE AGENCE GENERAL (AGA “ 2059”)	TIZI-OUZOU	05
ANTENE AGENCE GENERAL (AGA “ 2054”)	DRAA-BEN-KHEDDA	04
ANTENE AGENCE GENERAL (AGA “ 2054”)	TIGZIRT	03
ANTENE AGENCE GENERAL (AGA “ 2054”)	BOGHNI	03
ANTENE AGENCE GENERAL (AGA “ 2056”)	FREHA	02
<b>TOTAL</b>	<b>01 DIRECTION REGIONALE TIZI-OUZOU</b> <b>14 AGENCES DIRECTES</b> <b>08 AGENCES INTERMEDIAIRES (AGA)</b> <b>07 ANTENNES D’AGENCES GENERALES</b>	<b>347</b>

CAISSE REGIONALE DE LA MUTUELLE AGRICOLE (CRMA) :

DENOMINATION ET RANG DE L’AGENCE	LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)	EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008
C.R.M.A ( SIEGE )	80 AVENUE ABANE RAMDANE TIZI-OUZOU	27
BUREAU LOCAL FREHA	CITE 80 LOGTS FREHA	01
BUREAU LOCAL DRAA-EL-MIZAN	SIEGE DE LA CASSAP RUE COLONNEL SI-EL-HOUES (D.E.M)	01
BUREAU LOCAL AZAZGA	SIEGE DE LA CASSAP RUE BELKACEM HANAFI AZAZGA	01
<b>TOTAL</b>	<b>04 UNITES</b>	<b>30</b>

C.AISSE ALGERIENNE D’ASSURANCE ET REASSURANCE (C.A.A.R) :

DENOMINATION ET RANG DE L’AGENCE	LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)	EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008
AGENCE 205 TIZI-OUZOU	NOUVELLE-VILLE TIZI-OUZOU	24
AGENCE 228 LARBAA-NATH-IRATHEN	LARBAA-NATH-IRATHEN / TIZI-OUZOU	06

<b>TOTAL</b>	<b>02 AGENCES</b>	<b>30</b>
--------------	-------------------	-----------

- C.A.A.T:

DENOMINATION ET RANG DE L'AGENCE	LOCALISATION (ADRESSE ET COMMUNE)	EFFECTIFS EMPLOYES AU 31-12-2008 (*)
AGENCE TIZI-OUZOU	NOUVELLE VILLE -TIZI-OUZOU-	-
AGENCE LARBAA-NATH-IRATHEN	LARBAA-NATH-IRATHEN	-
<b>TOTAL</b>	<b>02 UNITES</b>	-

**N.B** : (\*) Effectifs non communiqués.

**REPARTITION DES ETABLISSEMENTS POSTAUX ET DE TELECOMMUNICATION SUR LE TERRITOIRE DE LA WILAYA DE TIZI OUZOU au 31-12-2008**

Désignation des Communes	Bureaux de Postes		Centres Téléphoniques		Nbre d'Abonnés au Téléphone	KMS		Densité téléphonique (Lignes /100 H)		Nbre d'Abonnés à Internet
	Total	Dont Recettes de Pleine Exercice	Nbre	Capacité (Lignes)		Nbre	Capacité (lignes)	Abonnées domestiques	Abonnés + KMS	
TIZI-OUZOU	11	11	14	37 860	23 030	404	1 616	18,0	19,3	4 385
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>37 860</b>	<b>23 030</b>	<b>404</b>	<b>1 616</b>	<b>18,0</b>	<b>19,3</b>	<b>4 385</b>
A.E.HAMMAM	01	01	02	5 000	2 554	56	224	12,6	13,7	335
AKBIL	03	03	02	862	126	08	32	1,4	1,8	10
ABI.YOUCEF	02	02	01	256	231	05	20	3,0	3,3	51
AIT.YAHIA	03	03	05	3 280	1 493	10	40	10,5	10,8	/
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>09</b>	<b>09</b>	<b>10</b>	<b>9 398</b>	<b>4 404</b>	<b>79</b>	<b>316</b>	<b>8,6</b>	<b>9,3</b>	<b>396</b>
AZAZGA	04	04	02	7 000	4 931	76	304	14,7	15,6	1 154
FREHA	03	03	01	1 512	1 336	12	48	5,7	5,9	298
IFIGA	03	03	01	512	299	21	84	3,7	4,8	29
ZEKRI	02	02	01	256	26	/	/	0,8	/!	04
YAKOUREN	02	02	02	2 000	1 634	15	60	13,4	13,9	108
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>07</b>	<b>12 280</b>	<b>8 226</b>	<b>124</b>	<b>495</b>	<b>10,2</b>	<b>10,8</b>	<b>1 593</b>
AZEFFOUN	01	01	03	2 896	1 265	29	116	7,3	7,9	94
AGHRIBS	01	01	01	512	150	16	64	1,2	1,7	/
AKERROU	02	02	01	512	82	/	/	1,8	/	/
AIT.CHAFFA	01	01	01	512	47	/	/	1,2	/	06
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>05</b>	<b>05</b>	<b>06</b>	<b>4 432</b>	<b>1 544</b>	<b>45</b>	<b>180</b>	<b>4,1</b>	<b>4,5</b>	<b>100</b>
B.DOUALA	04	04	04	4 000	3 325	30	120	15,5	16,0	75
A.MAHMOUD	01	01	01	512	234	10	40	3,1	3,6	37
BENLAISSI	01	01	01	256	92	10	40	1,2	1,8	09
B.ZMENZER	01	01	01	512	313	12	48	2,6	3,0	45
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>07</b>	<b>07</b>	<b>07</b>	<b>4 792</b>	<b>3 964</b>	<b>62</b>	<b>248</b>	<b>8,1</b>	<b>8,6</b>	<b>166</b>
BENLYENNI	01	01	02	2 256	1 765	18	72	30,9	32,2	217
IBOUDRARENE	03	03	04	2 512	1 729	11	44	32,2	33,0	18

YATAFENE	01	01	02	1 512	759	10	40	19,3	20,3	/
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>05</b>	<b>05</b>	<b>08</b>	<b>6 280</b>	<b>4 253</b>	<b>39</b>	<b>156</b>	<b>28,3</b>	<b>29,4</b>	<b>235</b>
BOGHNI	03	03	04	3 816	2 408	48	192	7,8	8,5	377
ASSI.YOUCEF	01	01	01	512	250	10	40	1,4	1,7	07
BOUNOUH	01	01	01	256	61	05	20	0,6	0,8	04
MECHTRAS	02	02	02	1 512	977	22	88	7,9	8,7	53
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>07</b>	<b>07</b>	<b>08</b>	<b>6 096</b>	<b>3 696</b>	<b>85</b>	<b>340</b>	<b>5,3</b>	<b>5,8</b>	<b>441</b>
BOUZEGUENE	02	02	01	768	561	55	220	2,3	3,2	169
BENZEKKI	01	01	01	256	175	06	24	4,5	5,1	08
I.OUMALOU	03	03	02	2 512	1 456	57	228	11,2	13,0	48
IDJEUR	01	01	01	512	304	41	124	3,0	4,2	30
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>07</b>	<b>07</b>	<b>05</b>	<b>4 048</b>	<b>2 496</b>	<b>159</b>	<b>596</b>	<b>4,9</b>	<b>6,0</b>	<b>255</b>
D.B.KHEDDA	01	01	01	4 000	3 182	80	320	10,3	11,3	812
SID.NAMANE	02	02	01	512	162	11	44	1,5	1,9	17
TADMAIT	02	02	02	2 000	1 686	27	108	7,4	7,9	156
TIRMITINE	03	03	04	2 024	1 108	18	72	5,8	6,2	14
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>08</b>	<b>08</b>	<b>08</b>	<b>8 536</b>	<b>6 138</b>	<b>136</b>	<b>544</b>	<b>7,4</b>	<b>8,0</b>	<b>999</b>
D. E. MIZAN	05	05	03	4 000	3 139	51	204	8,1	8,6	421
AIN.ZAOUIA	02	02	02	1 512	993	10	40	5,7	5,9	46
FRIKAT	02	02	01	512	199	13	52	1,6	2,0	22
A.Y.MOUSSA	04	04	01	512	96	08	32	0,5	0,6	18
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>07</b>	<b>6 536</b>	<b>4 427</b>	<b>85</b>	<b>340</b>	<b>5,0</b>	<b>5,3</b>	<b>607</b>

L. N . IRATHEN	06	06	06	8 760	5 965	50	200	20,6	21,3	750
A.AGOUACHA	01	01	01	512	116	12	48	2,8	4,0	22
IRDJEN	01	01	01	512	336	09	36	2,6	2,8	64
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>08</b>	<b>08</b>	<b>08</b>	<b>9 784</b>	<b>6 417</b>	<b>71</b>	<b>284</b>	<b>13,9</b>	<b>14,5</b>	<b>836</b>
IFERHOUNENE	01	01	01	512	385	19	76	3,1	3,7	90
ILLILTEN	02	02	02	1 512	840	13	52	9,3	9,9	29
IMSOUHAL	01	01	02	1 512	654	14	56	10,0	10,9	03
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>04</b>	<b>04</b>	<b>05</b>	<b>3 536</b>	<b>1 879</b>	<b>46</b>	<b>184</b>	<b>6,7</b>	<b>7,4</b>	<b>122</b>
MAATKAS	04	04	02	2 512	2 394	23	92	7,6	7,9	64
S.EL.TENINE	01	01	02	1 512	380	1 2	48	2,6	2,9	37
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>05</b>	<b>05</b>	<b>04</b>	<b>4 024</b>	<b>2 774</b>	<b>35</b>	<b>140</b>	<b>6,0</b>	<b>6,3</b>	<b>101</b>
MAKOUDA	05	05	01	512	415	26	104	1,7	2,1	13
BOUDJIMA	02	02	01	512	322	14	56	2,1	2,4	48
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>07</b>	<b>07</b>	<b>02</b>	<b>1 024</b>	<b>737</b>	<b>40</b>	<b>160</b>	<b>1,8</b>	<b>2,2</b>	<b>61</b>
MEKLA	04	04	02	2 792	2 458	50	200	9,9	10,7	430
AIT.KHELLILI	03	03	02	2 512	1 243	12	48	10,8	11,2	11
SOUAMA	02	02	01	512	169	30	120	1,6	2,7	11
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>09</b>	<b>09</b>	<b>05</b>	<b>5 816</b>	<b>3 770</b>	<b>92</b>	<b>368</b>	<b>8,0</b>	<b>8,8</b>	<b>452</b>
OUACIFS	01	01	01	512	435	15	60	4,3	4,9	84
A.BOUMAHDI	01	01	01	512	180	/	/	2,9	/	24
A.TOUDERT	01	01	01	512	103	/	/	1,2	/	16
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>03</b>	<b>03</b>	<b>03</b>	<b>1 536</b>	<b>718</b>	<b>15</b>	<b>60</b>	<b>2,9</b>	<b>3,1</b>	<b>124</b>
OUADHIAS	03	03	02	3 000	2 376	29	116	14,5	15,2	230
A.BOUADDOU	01	01	02	1 512	1 043	12	48	7,4	7,7	32
TIZI.N'TLETA	03	03	01	512	280	15	60	1,8	2,2	/
A.GUEGHRAHE	02	02	01	512	272	08	32	2,9	3,2	62
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>09</b>	<b>09</b>	<b>06</b>	<b>5 536</b>	<b>3 971</b>	<b>64</b>	<b>256</b>	<b>7,2</b>	<b>7,6</b>	<b>324</b>
OUAGUENOUN	04	04	01	512	379	15	60	2,2	2,5	30
A. I. MIMOUN	03	03	01	512	167	20	80	0,8	1,2	21
TIMIZART	04	04	02	1 512	673	25	100	2,3	2,7	/
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>04</b>	<b>2 536</b>	<b>1 219</b>	<b>60</b>	<b>240</b>	<b>1,8</b>	<b>2,2</b>	<b>51</b>
TIGZIRT	02	02	01	3 000	1 762	51	104	14,7	15,6	490

IFLISSEN	05	05	02	1 512	1 272	18	72	8,9	9,4	12
MIZRANA	02	02	02	1 512	1 119	13	52	11,9	12,5	31
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>09</b>	<b>09</b>	<b>05</b>	<b>6 024</b>	<b>4 153</b>	<b>82</b>	<b>328</b>	<b>11,7</b>	<b>12,6</b>	<b>533</b>
TIZLGHENIFF	04	04	02	1 512	786	31	124	2,7	3,2	92
M'KIRA	03	03	02	1 256	689	07	28	3,9	4,1	17
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>07</b>	<b>07</b>	<b>04</b>	<b>2 768</b>	<b>1 475</b>	<b>38</b>	<b>152</b>	<b>3,2</b>	<b>3,5</b>	<b>109</b>
TIZLRACHED	03	03	03	2 664	2 107	27	108	12,3	12,9	160
AIT.OUMALOU	01	01	02	1 512	1 082	07	28	12,4	12,7	30
<b>TOTAL DAIRA</b>	<b>04</b>	<b>04</b>	<b>05</b>	<b>4 176</b>	<b>3 189</b>	<b>34</b>	<b>136</b>	<b>12,3</b>	<b>12,9</b>	<b>190</b>
<b>TOTAL WILAYA</b>	<b>162</b>	<b>162</b>	<b>98</b>	<b>148 254</b>	<b>92 480</b>	<b>1741</b>	<b>7 330</b>	<b>8,3</b>	<b>8,9</b>	<b>12 449</b>

## Table de matières

Introduction générale.....	1
<b>Partie I : cadre conceptuel de la bancarisation</b>	
Introduction de la première partie.....	6
Chapitre I : Le développement de la bancarisation : étude de l'offre et la demande des services bancaires	
Introduction.....	7
Section I : L'offre des services bancaires.....	8
1. Le rôle de la banque en tant qu'intermédiaire financier.....	8
1.1. Notion d'intermédiation.....	8
1.2. Le rôle des intermédiaires bancaires.....	9
1.2.1. La réalisation d'économie d'échelle.....	10
1.2.2. La réduction d'asymétrie d'information.....	10
1.2.3. L'assurance de liquidité.....	12
2. La relation bancaire.....	13
2.1. Les services bancaires.....	13
2.1.1. Les pratiques bancaires et financières.....	14
2.1.2. Le degré d'accès aux services bancaires.....	14
2.1.3. La tarification des services bancaires.....	15
2.2. Les prestations des services bancaires.....	16
2.2.1. La relation bancaire dans un contexte traditionnel : services bancaires de base.....	16
2.2.2. Le développement de la relation bancaire.....	21
2.2.3. La gamme de services bancaires dans un contexte de la mutation financière.....	26
Section II : La demande des services bancaires.....	30

1. Analyse des caractéristiques de la population, de dimensions, du besoin et les attentes	
des clients bancaires.....	30
1.1. Analyse des caractéristiques de la population.....	30
1.1.1. La population active.....	31
1.1.2. La population inactive.....	32
1.2. Les dimensions de la population.....	32
1.2.1. La dimension consommateur.....	32
1.2.2. La dimension prospecteur.....	32
1.2.3. La dimension acheteur.....	33
1.3. L'analyse des besoins bancaires de la population.....	33
1.3.1. Les besoins et les motivations des particuliers.....	36
1.3.2. Les besoins et les motivations des professionnels.....	38
1.4. Les attentes des clients vis-à-vis des banques.....	38
1.4.1. Le critère de proximité.....	38
1.4.2. La disponibilité des conseillers.....	39
1.4.3. La qualité des services.....	39
1.4.4. L'interactivité plus forte liée à la multiplicité des canaux de distribution.....	39
2. Facteurs influençant le comportement de la population à l'égard des services	
bancaires.....	40
2.1. Les influences individuelles.....	40
2.1.1. Les facteurs sociaux et sociodémographique sur le	
comportement de l'individu .....	40
2.1.2. Les déterminants sociodémographiques sur le comportement	
de l'individu.....	42
2.1.3. Les déterminants psychologiques et psychographiques.....	44
2.2. Les influences externes.....	48
2.2.1. Les circonstances structurelles et conjoncturelles.....	48
2.2.2. L'impact du secteur informel de financement sur la bancarisation	
de la population.....	49
Conclusion du chapitre.....	53

## Chapitre II : Indicateurs de mesure et facteurs d'extension de la bancarisation

Introduction.....	54
Section I : Indicateurs de mesure et niveaux de la bancarisation.....	55
1. Indicateurs de mesure de la bancarisation.....	55
1.1. Le taux de bancarisation ou le taux de pénétration des services bancaires.....	55
1.1.1. Le taux de bancarisation des ménages.....	56
1.1.2. Le taux de bancarisation des adultes.....	56
1.1.3. Le taux de bancarisation des actifs.....	57
1.2. La densité du réseau bancaire.....	57
1.3. La part du secteur bancaire dans le crédit à l'économie.....	58
1.4. Les mouvements de la masse monétaire ou le degré de la scripturalisation de l'économie .....	59
1.5. Les autres indicateurs de mesure du niveau de la bancarisation.....	60
1.5.1. Le taux de bancarisation par les effectifs de la banque.....	60
1.5.2. Le degré de pénétration de la monétique.....	60
2. Les niveaux de la bancarisation.....	61
2.1. Niveaux de bancarisation dans les pays en développement.....	61
2.1.1. La sous bancarisation ou la faible bancarisation de la population.....	61
2.1.2. La non bancarisation de l'économie.....	62
2.2. Les niveaux de bancarisation dans les pays développés.....	62
2.2.1. La surbancarisation de l'économie.....	62
2.2.2. La multibancarisation de l'économie.....	63
2.3. Le phénomène de l'exclusion bancaire.....	65
2.3.1. Les causes de l'exclusion bancaire.....	66
2.3.2. Formes et conséquences de l'exclusion bancaire.....	68
Section II : Facteurs d'extension de la bancarisation.....	70
1. Facteurs macroéconomiques : la bancarisation de masse.....	70
1.1. Les mécanismes de la bancarisation de masse.....	71
1.1.1. Les mécanismes traditionnels de distribution des services financiers.....	71

1.1.2. Les canaux modernes : la banque virtuelle.....	72
1.2. La microfinance : un outil de la bancarisation de masse.....	80
1.2.1. Notions et objectifs de la microfinance.....	80
1.2.2. Les institutions de la microfinance.....	84
2. Facteurs microéconomiques: l'utilisation du marketing dans	
la banque.....	88
2.1. Les objectifs fondamentaux du marketing bancaire.....	88
2.1.1. La segmentation de la clientèle.....	88
2.1.2. La production de l'information pour une rentabilité	
de la relation- client.....	89
2.2. Les outils du marketing des services bancaires.....	90
2.2.1. La mise en place du système de gestion de la relation client (GRC).....	91
2.2.2. La mise en place d'une politique de produit /service.....	91
2.2.3. La mise en place de la politique des prix.....	92
2.3.4. La mise en place de la politique de distribution.....	93
2.3.5. La mise en place de la politique de communication.....	94
Conclusion du chapitre.....	98
Conclusion de la première partie.....	99

## **Partie II : Analyse de la bancarisation en Algérie**

Introduction de la deuxième partie.....	101
Chapitre I : Le développement de la bancarisation en Algérie	
Introduction.....	103
Section I : Les traits d'évolution de la bancarisation en Algérie.....	104
1. Evolution de la bancarisation de l'économie algérienne avant	
les réformes de 90.....	104
1.1. L'état de la bancarisation durant la période 1962-1969.....	104

1.1.1. L'étape de souveraineté (1962-1963).....	105
1.1.2. L'étape de nationalisation (1966-1967).....	106
1.2. L'état de bancarisation durant la réforme de la planification financière 1970-1986.....	107
1.2.1. Impact de la gestion planifiée sur l'activité bancaire .....	107
1.2.2. Situation (en chiffre) de la bancarisation dans le cadre de la planification financière 1970-1981.....	109
1.2.3. La bancarisation durant la période de restructuration du système bancaire 1982-1985.....	113
1.3. L'état de la bancarisation partir des réformes 1986.....	113
1.3.1. Le secteur bancaire face à la réforme d'Août 1986.....	114
1.3.2. La loi 88-01 du 12 Janvier 1988.....	114
2. Développement de la bancarisation après la loi 90-10 relative à la monnaie et le crédit.....	120
2.1. Le contenu de la loi 90-10 du 14 Avril 1990 portant sur la monnaie et le crédit.....	120
2.1.1. L'ouverture du marché bancaire à la concurrence privée .....	120
2.1.2. La constitution d'un marché financier.....	121
2.2.3. La déréglementation des conditions de banques.....	121
2.2. L'état de la bancarisation de l'économie après les réformes 90.....	122
2.2.1. La nouvelle architecture du système bancaire.....	122
2.2.2. La situation en chiffre de la bancarisation entre 1990-2003.....	123
2.2.3. La densité du réseau bancaire jusqu'au l'an 2000.....	128
Section II : La promotion de la bancarisation en Algérie.....	129
1. Tentatives de promotion de la bancarisation en Algérie.....	129
1.1. La promotion de la monnaie scripturale en Algérie.....	129
1.1.1. Le développement de la monétique.....	130
1.1.2. La modernisation du système de paiement.....	132
1.2. Tentatives de développement de la bancarisation de masse en Algérie.....	133
1.2.1. Mécanismes de la bancarisation de masse en Algérie.....	134
1.2.2. Le réseau mutualiste et la finance islamique.....	138

2. L'état de la bancarisation (en chiffres) durant la phase 2004-2008.....	140
2.1. Mesure du niveau de la bancarisation sous l'angle de la densité bancaire.....	140
2.1.1. Composition du système bancaire 2000-2008.....	141
2.1.2. Répartition spatiale du réseau bancaire en Algérie à la fin 2009.....	142
2.1.3. La densité du réseau bancaire par habitant.....	146
2.2. Le taux de bancarisation par le nombre d'effectifs des banques et établissements financiers.....	146
2.3. Mesure du niveau de la bancarisation sous l'angle de l'intermédiation bancaire entre 2004-2008.....	148
2.4. Le taux de pénétration des services bancaires au sein de la population.....	153
2.5. Pénétration des DAB/GAB et TPE en Algérie.....	153
2.6. L'impact de la modernisation des systèmes de paiement (ARTS et ATCI) en chiffres.....	155
Conclusion du chapitre.....	157
 Chapitre II : Analyse de la bancarisation dans la wilaya de Tizi Ouzou	
Introduction.....	158
 Section I : La structure de la demande et de l'offre des services bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	159
1. La structure de l'offre des services bancaires et financiers dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	159
1.1. Le réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	159
1.1.1. Bref historique de l'offre des services bancaires et financiers de la wilaya de Tizi Ouzou.....	159
1.1.2. Le contexte actuel de l'offre des services bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou .....	162
1.2. Le réseau postal : extension des services financiers dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	167

1.2.1. Répartition spatiale du réseau et les infrastructures des services	
Financiers.....	167
2.2.2. Les infrastructures de bases relatives aux services	
Financiers.....	168
2. La structure de la demande de services bancaires et financiers	
de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	170
2.1. La population.....	170
2.1.1. Répartition géographique de la population.....	170
2.1.2. Répartition de la population selon la situation individuelle, le niveau	
éducatif et la situation de l'emploi .....	172
2.2. Les potentialités économiques de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	175
2.2.1. Le secteur industriel public.....	176
2.2.2. Le secteur privé : Petites et moyennes industries (PMI) et	
petites et moyennes entreprises (PME).....	178
 Section II : Analyse du niveau de la bancarisation et contraintes de son	
développement.....	184
 1. Mesure du niveau de la bancarisation dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	184
1.1. Le niveau de la bancarisation sous l'angle de la densité du réseau	
bancaire.....	185
1.1.1. La densité démographique du réseau bancaire.....	185
1.1.2. Densité du réseau bancaire et postal de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	188
1.2. Evolution du taux de bancarisation par les effectifs des	
banques.....	190
1.3. Mesure du niveau de la bancarisation sous l'angle du taux de pénétration des	
services bancaires ou « taux de bancarisation ».....	192
1.2.1. Le taux de bancarisation dans chaque daïra.....	192
1.2.2. Le taux de bancarisation global.....	197
1.4. Le niveau de la bancarisation sous l'angle de la pénétration de la monétique dans	
la wilaya 31-12-2008.....	199

2. Contraintes du développement de la bancarisation au niveau régional et national.....	203
2.1. Contraintes de la bancarisation dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	203
2.2. Contraintes de développement de la bancarisation au niveau national.....	204
2.2.1. Contraintes liées à la fragilité du système bancaire algérien.....	204
2.2.2. Contraintes liées aux facteurs culturels, socioéconomiques et géographiques.....	207
Conclusion du chapitre.....	210
Conclusion de la deuxième partie.....	211
Conclusion générale.....	213
Bibliographie.....	218
Liste des tableaux, graphiques et schémas.....	224
Liste des abréviations.....	227
Annexes.....	229
Table des matières.....	255

**Résumé :**

La bancarisation, qui reflète le degré de pénétration des services bancaires au sein de la population, constitue une véritable problématique pour les pays en développement et pauvres.

En Algérie, le rythme de l'évolution de la bancarisation a connu deux phases importantes. En effet, la première est celle où le système bancaire est soumis aux programmes planifiés de l'Etat où l'intermédiation bancaire était peu développée en raison de la réglementation des taux d'intérêt, l'étroitesse du réseau bancaire et surtout l'absence de la culture bancaire. La seconde phase, qui commence à partir des années 1990, le degré de la bancarisation a enregistré quelques progrès, grâce à l'ouverture du marché bancaire aux banques privées et une nette la déréglementation des conditions de banques.

Quant à la wilaya de Tizi-Ouzou, nous avons démontré sur la base de quelques indicateurs que le niveau de bancarisation a enregistré des progrès ces dernières années, mais le degré d'accès aux services bancaires demeure insuffisant.

Le rôle des Pouvoirs Publics est primordial dans la construction d'un système bancaire et financier fiable et sécurisé du fait qu'ils disposent des moyens d'adopter une meilleure offre des services bancaires afin d'accroître la capacité de la demande bancaire au sein de la population.

**Mots clé :** Algérie, banque, bancarisation, compte, population, Tizi-Ouzou.

:

: