

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de Recherche Scientifique



Université Abderrahmane Mira - Bejaia

Faculté des Sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion.

Département des sciences économiques

Spécialité : Economies monétaire et bancaire.

Thème :

**Contribution à l'étude de la digitalisation dans le secteur
bancaire en Algérie cas de la BNA agence 587**

Réaliser par :

- **MERABET ANIS**
- **SOUIDI SOFIANE**

Encadré par : Mr. YESSAD NACIM

Année Universitaire : 2021/2022

Remerciements

Nous tenons à exprimer nos vifs remerciements et notre profonde gratitude à Mr YESSAD NACIME, de nous avoir encadré dans Notre mémoire de fin d'étude.

Nous remercions également la BNA de Bejaia agence 587 de nous offrir l'opportunité de faire ce travail.

Un gros merci également à nos familles pour leurs soutiens aussi bien moral que financier et pour leurs sacrifices.

Nous tenons également à remercier tous les membres de la banque BNA de Bejaia agence 587 ainsi que tous nos amies.

Finalement, nous remercions tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail

A mes chers parents, ce travail vous doit beaucoup, qu'il soit pour vous le témoignage de ma reconnaissance infinie pour ces années de compréhension et d'effort communs.

A ma chère petite sœur Naila, a toute ma famille sans exception et mes chères amies.

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

Anis

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail

A mes chers parents, ce travail vous doit beaucoup, qu'il soit pour vous le témoignage de ma reconnaissance infinie pour ces années de compréhension et d'effort communs.

A mes chers frères Noureddine et Farouk, à ma cher petite sœur Amina et à tous mes amies.

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

Sofiane

Liste des abréviations

ALC: Arab Leasing Corporation

ARTS: Algerian Real Time Settlement

ATM: Automate Teller Machine

BADR: Banque Algérienne de Développement Rurale

BDL: Banque de Développement Local

BEA: Banque Extérieur d'Algérie

BNA: Banque Nationale d'Algérie

BNP: Banque national de Paris

CAD: Caisse Algérienne de Développement

CB: Commission Bancaire

CIB: Carte Inter Bancaire

CMC: Commission de la Monnaie et du Crédit

CNEP: Caisse nationale d'épargne et de prévoyance

CNMA: Caisse Nationale de Mutualité Agricole

CPA: Crédit Populaire Algérien

CRM: Customer Relation Manager

DAB: Distributeur Automatique de Billets

EPE: Entreprise Publique Economique

GAB: Guichet Automatique de Banque

GPS: Global Positioning System

IA: Intelligence artificielle

MLA: Maghreb Leasing Algérie

NTIC: Nouvelles technologies de l'information et de Communication

SATIM: Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique

SMS: Short Message Service

SVI: service Vocal Interactif

TIC: technologies de l'information et de Communication

TPE: Terminaux de Paiement Electronique

TV: Télévision

WEB: World Wide Web

Liste des figures

Figure N° 1 : Le fonctionnement de La Block Chain.....	18
Figure N°2 : Adhésion des institutions financières au RMI (en 2003).....	48
Figure N°3 : La carte interbancaire de retrait (carte CCP).....	52
Figure N°4 : Les deux cartes CIB offertes par Algérie poste.....	53
Figure N°5 : l'organigramme de la BNA (agence 587).....	63
Figure N°6 : organigramme général de la Banque Nationale d'Algérie.....	65
Figure N°7 : la carte classique.....	67
Figure N°8 : la carte gold.....	67
Figure N°9 : la carte affaire.....	69
Figure N° 10 : la carte ELITE.....	70
Figure N° 11 : la carte prépayée.....	71
Figure N°12 : la carte épargne.....	73
Figure N°13 : connexion à la plateforme E-banking.....	74
Figure N° 14 : WIMPAY-BNA (particuliers).....	77
Figure N° 15 : évolution du nombre de cartes CIB créées entre 2020 et 2021.....	79
Figure N°16 : Représentation en nombre d'abonnements au service WIMPAY.....	80
Figure N° 17 : Représentation en nombre de l'évolution des transactions TPE.....	81
Figure N° 18 : Représentation en nombre d'abonnement au service E-banking.....	82

Sommaire

SOMMAIRE

remerciement

dédicace

liste des abréviations

liste des figures

Introduction générale 11

chapitre 01: Les biens fondés de la digitalisation dans les services financiers

Section 01 : L'intérêt de la digitalisation. 5

Section 02 : La digitalisation de l'activité bancaire. 12

Section 03 : Les outils digitaux de la banque 25

chapitre 2: Les perspectives de la digitalisation en Algérie

Section 01 : Développement du secteur bancaire algérien. 31

Section 02 : la modernisation des moyens de paiement au sein des banques algériennes..... 40

Section 03 : L'E-banking en Algérie 49

chapitre 3: Etude de degré d'utilisation des moyens digitaux au niveau de la BNA Agence 587

Section 1 : Présentation de la Banque Nationale d'Algérie « BNA » 59

Section 2 : Les moyens de paiements digitaux au sein de la BNA : 65

Section 03 : Etude et analyse des moyens de paiement digitaux de la BNA..... 77

Conclusion : 82

Conclusion générale..... 83

Bibliographie

Résumé

Introduction générale

Durant ces deux dernières décennies, l'émergence d'internet et la vitesse de diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), la banque est entrée dans une nouvelle ère, l'ère du digital qui a connu une accélération vertigineuse touchant tous les secteurs : santé, économie, industrie...etc. cependant, le secteur financier semble le plus touché par ce phénomène.¹

En effet, cette révolution technologique et la démocratisation d'internet (ordinateur, smartphone) qui sont devenus de plus en plus puissants et riches en fonctionnalités, la banque apparaît sous une nouvelle dimension celle qu'on désigne par la banque digital, virtuelle, la banque électronique ou bien la banque à distance.

La banque en ligne a déjà prouvé son importance, la nouvelle banque propose une large gamme de produits et services exclusivement en ligne à faible coût. Grâce à l'internet, les contraintes du temps et d'espace peuvent être levées en un seul clic, grâce à cette technologie les clients peuvent effectuer des différentes opérations et transactions à tout moment, n'importe où et de n'importe quelle manière, facile et agile.

A cet effet, la banque s'adressera à une clientèle exigeante caractérisée par un comportement de plus en plus éclairé ce qui signifie que même les clients les plus humbles sont désormais mieux informés, exigeront plus d'effort de la part de leurs banques. Donc il est demandé à la banque de s'adapter au changement de mode de vie des clients pour maximiser leurs satisfactions afin d'assurer sa continuité.

A ce titre, il a été demandé à la banque de revoir l'ensemble de ses politiques et de développer de nouveaux outils pour lui permettre de mieux répondre au besoin de ces clients et en conséquence à commencer à mettre en place des différents NTIC. Cette dernière révolution permet aux banques de fournir des produits et services adaptés au besoin de diverses catégories de consommateurs.

Quant à l'Algérie, qui est un pays en voie de développement, nous avons remarqué les évolutions en matière du digital ces dernières années, le secteur bancaire algérien est en effet au centre de ces profondes mutations, pendant si longtemps, les banques ont adopté une approche attentiste de toute dynamique stratégique visant à s'imposer sur le marché indépendamment des projets étatiques. La racine de ce manque de comportement stratégique réside dans la nature du système bancaire algérien, qui a longtemps été un marché anticoncurrentiel, fortement réglementé et largement soumis à la puissance publique.

Aujourd'hui, à l'image de ses voisins, les banques algériennes sont concernées par les changements susmentionnés. Avec l'arrivée des banques étrangères et la mise en place de programmes de développement bancaire (Loi sur la Monnaie et le Crédit (LMC) de 1990,

¹ BEN BOUBAKER S., « L'évolution du modèle bancaire à l'ère du digital ». Mémoire de fin d'étude. Société tunisienne de banque, 38ème promotion banque- Décembre 2020, P36.

l'ordonnance sur la Monnaie et le Crédit (OMC) de 2003)², la concurrence dans le secteur bancaire est apparue, la plupart des acteurs du marché bancaire ont commencé à se déplacer pour gagner plus de parts du marché.

D'un autre côté, les spécificités de ce secteur n'ont fait qu'accentuée cette concurrence et la similarité des produits bancaires proposés ainsi que la difficulté de distinction entre ceux-ci, les banques algériennes sont donc dans l'obligation de répondre aux nouvelles tendances du marché et d'apporter des améliorations pour mieux répondre aux besoins de leurs clients.

Par ailleurs, les pouvoirs publics ont déjà commencé à moderniser des systèmes d'information et de communication et des instruments de paiement menant à l'instauration de nouveaux systèmes de paiement et au développement monétaire interbancaire.

Toujours dans cette perspective, l'implantation des banques étrangères, l'autonomie des banques algériennes, la création des banques privées a nécessité la mise en place d'un système moderne d'échange et de paiement, ce qui est dans le passé se faisait manuellement avec l'appui de la Banque d'Algérie, c'est la compensation manuelle. Depuis 2006 ces échanges se font automatiquement, où tous les moyens de paiement échangés sur papier sont traduits, aujourd'hui, grâce à des fichiers électroniques cryptés et sécurisés, c'est la télécompensation.

En outre, les autorités monétaires ont développé un système de paiement basé sur l'automatisation des transactions interbancaires et monétiques par la création de la SATIM, le système de règlement brut en temps réel en mai 2006, le système inter bancaire de télécompensation, des instruments de paiement de masse en avril 2006, en 2004 le lancement de E-Banking par la Société Générale Algérie comme étant la première banque algérienne à avoir lancer cette plateforme, suivie par d'autres établissements bancaires publics, le Crédit populaire d'Algérie (CPA) étant la première banque publique à avoir entamé l'aventure de E-Banking en juin 2008, puis la banque national d'Algérie (BNA) en 2010, c'est ainsi la banque électronique à commencer à se généraliser en Algérie. Les objectifs fixés à la modernisation de ce dernier visant à améliorer les services bancaires de base, au profit de la clientèle.

Objet de recherche :

La digitalisation est considérée comme étant une nécessité au développement du secteur bancaire. Cela pourrait affecter le modèle économique de la banque et sa restructuration. En effet, avec la dématérialisation des services internes, des procédures et des données, le digital est devenu un outil de communication, d'innovation, de production et de marketing, ce qui lui attribue une place très importante dans l'activité bancaire.

C'est à ce titre que le secteur bancaire algérien, entre autres la BNA qui est l'objet de notre

² BENMALEK R., « la réforme du secteur bancaire en Algérie » Mémoire de maîtrise en sciences économique ; option économie international, monnaie et finance, université des sciences sociales de Toulouse 1, année universitaire 1998-1999, P36.

étude, est au centre de ces profondes mutations. Nous noterons l'émergence de nouveaux produits et services bancaires ces dernières années, en intégrant des technologies modernes telles que la consultation des comptes via les sites web, les centres d'appels, les cartes de paiement électronique et les guichets automatiques pour améliorer la relation client et d'acquérir une clientèle fidèle et satisfaite.

L'objet de notre recherche consiste dès lors à apporter des éléments à la problématique suivante :

Quel est le degré d'utilisation des outils digitaux au niveau de la Banque Nationale d'Algérie (BNA) ?

Pour répondre à la question centrale de notre problématique il est important de répondre à d'autres questions :

- Quels sont les différents outils digitaux proposés par les banques ?
- Comment le secteur bancaire algérien a réagi face à ses mutations enregistrées dans le domaine du digital ?
- Comment les outils digitaux ont évolué ces dernières années au niveau de la BNA ?

Après avoir réalisé des recherches préliminaires, une première réponse à toutes ces interrogations peut se trouver dans les hypothèses suivantes :

H1 : la carte bancaire (CIB) reste le moyen digital le plus développé en Algérie vu sa simplicité d'utilisation par rapport aux autres moyens digitaux proposés par les banques algériennes.

H2 : la crise sanitaire Covid19 a contribué substantiellement à augmenter l'utilisation des technologies à distance en Algérie suite aux restrictions et à la peur liées aux contacts physiques.

Motivation du choix du thème :

Le choix de ce thème de recherche se justifie par un sujet d'actualité vu l'ampleur de la digitalisation comme élément principal et essentiel pour l'évolution du secteur bancaire.

Méthodologie de recherche :

Afin de répondre aux questions ci-dessus et de vérifier la conformité des hypothèses, nous avons adopté une double approche : une approche théorique, où nous consultons les documents nécessaires (livres, revues, articles, sites web) liés à notre sujet de recherche, et une approche empirique qui implique l'utilisation des informations et des données collectées au sein de la banque (BNA) sur les méthodes de paiement numériques pour tirer des conclusions.

Structure du mémoire :

Pour mener à bien notre travail et répondre aux questions précédentes, nous divisons le mémoire en deux chapitres théoriques et un chapitre pratique.

Le premier chapitre présente les fondements théoriques de la digitalisation dans le service financier, il présente en premier lieu L'intérêt de la digitalisation (section 1), ensuite la digitalisation de l'activité bancaire (section 2), enfin, les outils digitaux de la banque (section 3). Le second chapitre s'intéresse aux perspectives de la digitalisation en Algérie. On y trouve le développement du secteur bancaire algérien (section 1), la modernisation des moyens de paiement au sein des banques algériennes (section 2) et une présentation de l'E-banking en Algérie (section 3). Le troisième chapitre étudie l'impact de la digitalisation sur la Banque Nationale d'Algérie BNA, ou nous présenterons la banque nationale d'Algérie dans la première section, ensuite dans la deuxième section on abordera les nouveaux moyens de paiement apportés par la BNA, et enfin dans la troisième section nous ferons une analyse sur les moyens de paiement digitaux de la BNA.

Chapitre 01

**Les biens fondés de la
digitalisation dans les services
financier**

Introduction :

Les innovations qui se sont succédé durant ces derniers années dans le domaine de technologies de l'information et de communication ont profondément modifié la nature des services bancaire en particulier et les services financier en générale, effectivement le secteur bancaire subit une vague de transformation entraînée par la communication d'internet et l'avènement des NTIC (Smartphone, tablettes, l'intelligence artificielle (IA)etc.) et les nouveaux comportement des consommateurs, en une décennie L'utilisation presque omniprésente d'Internet a conduit à la numérisation, Un phénomène économique véritablement révolutionnaire pour les entreprises.

La transformation digitale, parfois appeler la transformation numérique, Désigne le processus qui permet à une entreprise d'intégrer toutes les technologies numériques Dans leurs activités, le digital domine désormais voire indispensable dans notre quotidien.

Certes avec l'aide de l'internet et les NTIC, les banques proposent de plus en plus des produits et services en ligne, la banque digitale se développe fortement, une nouvelle génération de banques émerge dans l'exemple de la banque à distance entrainant un changement fondamental dans la relation banques clients, dans le contexte en pleine mutation, les banques vont devoir se réinventer.

La digitalisation a favorisé l'émergence de nouveaux acteurs concurrents des institutions financières traditionnelles. cette concurrence s'est booster avec l'avènement des fin Tech, ces nouveaux entrant associent les technologie du digital aux services financier, qu'elles soit à destination des particulier (Business to costumer) ou des entreprise (Business to business), cette collection rassemble des entreprises de toutes tailles ou plus généralement des startups, des projets aussi différents les uns que les autres, mais qui se rejoignent car ils abordent tous l'industrie financière de manière disruptive, c'est à dire rompre avec les anciennes organisations de ces schémas d'activités, et accompagner les méthodes liées à l'utilisation de la technologie (Levin Naftalis).

Au sein de ce chapitre, nous consacrerons tout d'abords par la définition du digital dans le secteur bancaire, à voir son histoire et l'identification de la contribution de la numérisation au secteur bancaire. Comprendre cette nouvelle approche conduit inévitablement à identifier les atouts et les sensibilités des clients et les banques.

Section 01 : L'intérêt de la digitalisation.

La digitalisation joue un rôle clé dans la société, permettant aux entreprises dématérialisé leurs produits et services, d'élargir la portée de leur objectif, de comprendre leur écosystème, et de mener des opérations marketing et commerciales efficaces, durable et rentable. L'importance du numérique a été prouver par le fait qu'il s'agit d'un booster de performances universel, à la portée de tous.

1. Généralité sur le digital :

Si l'on regard avant toute chose la provenance de mot digital, vient du latin « digitalise » qui signifie « qui a l'épaisseur d'un doigt ». En Français, digital veut dire « qui appartient aux doigts ». Il faut faire attention au sens du mot digital dans différentes langues puisqu'en français et en anglais par exemple, les sens ne se collent pas. Souvenons-nous juste qu'en français, cela se rapporte à l'adjectif numérique. Ce mot renvoie aussi, au-delà du numérique, au rôle que joue les doigts sur l'écran. Ajouté à cela, le digital est l'ensemble d'un écosystème du point de vue de la communication d'entreprise³.

1.1 Définition de la digitalisation :

« La digitalisation est aujourd'hui un incontournable pour une entreprise ou n'importe quel type d'organisation. En effet, elle s'applique à tous les domaines et assure une optimisation de temps et d'argent en automatisant des tâches de plus en plus complexes. Elle peut même devenir un avantage concurrentiel dans les domaines où le virage digital n'a pas totalement été accompli par les entreprises. »⁴

« La digitalisation est le procédé qui vise à transformer un objet, un outil, un processus ou un métier en un code informatique afin de le remplacer et le rendre plus performant. La transformation digitale a commencé dès les débuts d'internet, le courrier a été remplacé par les emails, les salons par des forums web, les magasins par des sites e-commerce. Désormais nous connaissons une digitalisation plus large et plus performante comme les caisses automatiques, les réponders automatisés, la communication via les réseaux sociaux. La digitalisation est devenue un phénomène naturel qui combine l'apparition d'internet et les avancées quotidiennes informatiques. »

D'après ces définitions en dessus nous pouvons s'accorder que « La transformation digitale peut se définir comme une révolution des pratiques, l'automatisation et la simplification des processus : vers une accélération et optimisation des flux d'échanges internes, et ceux entre la banque et ses clients ou partenaires, la digitalisation constitue un vecteur de création de valeur et d'opportunités commerciales »⁵

1.2 Le cadre historique de l'évolution de la digitalisation :

Les organisations ont fait l'objet de nombreuses études et questionnements en sciences économiques et sociales. En conséquence, divers travaux ont été entrepris, dont certains portent sur la compréhension des organisations et des différentes dimensions la composant (Chandler,

³ <https://ontorule-project.eu/2018/04/03/le-digital-c-est-quoi/> consulté le 10/05/22 à 20h15

⁴ <https://www.alphalives.com/digitalisation/> consulté le 10/05/22 à 20h30

⁵ AIT OUHAMMOU M., KHARI M., « Transformation digital : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines », Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier- Mars 2019, P200.

1969, Mintzberg, 1993). Certains, d'autres se concentrent sur la capacité d'une organisation à s'adapter aux fluctuations environnementales (Burns & Stalker, 1961, Lawrence & Lorsch, 1967) et Gestion de projet (Midler, 1993). Dans l'ensemble, les nouvelles technologies et la numérisation entraînent des changements organisationnels. Les organisations connaissent de profonds bouleversements dans leur représentation, leurs systèmes de production et leur management (Cabin, 2005). Pour les auteurs, cette dernière ont passées d'une économie basée sur la standardisation et la production de matériaux à une économie qui valorise les solutions innovantes et sur mesure. Ce changement majeur touche aussi bien les entreprises que les individus et la société dans son ensemble.

L'introduction des nouvelles technologies et de la digitalisation d'une manière générale a fortement contribué aux changements organisationnel et culturel des entreprises.

Dans les années 1960, l'informatique s'est développée dans les sciences ainsi que dans la recherche chimique et pétrolière, ce qui a permis d'automatiser certains calculs, identifiant cinq grandes périodes d'innovation technologique. 1785-1845, l'ère de l'énergie hydraulique, du textile et de l'acier ; 1845-1900, l'ère des machines à vapeur, des chemins de fer et de l'acier ; 1900-1950, l'ère de l'électricité, des moteurs à combustion interne et de la chimie ; 1950-1990, l'ère du pétrole La période des industries innovantes comme la chimie, l'électronique, l'aviation, enfin, à partir des années 90, c'est la période des domaines innovants comme l'informatique, Internet et les télécommunications.

En 1989, Tim Berners-Lee écrivait : « le CERN rencontre aujourd'hui quelques problèmes auxquelles le reste du monde sera bientôt confronté. Dans dix ans, il y'aura des solutions commerciales à ces problèmes, il nous faut néanmoins faire quelque chose pour pouvoir travailler aujourd'hui »⁶.

Depuis les années 1990, le World Wide Web (WWW), un système d'interrogation d'informations sur un réseau informatique "Internet". En 1990, Tim Berners-Lee a développé pour la première fois un système de documents hypertexte au Centre européen pour la recherche nucléaire (CERN). Le but du système est de répondre aux besoins de l'équipe pour la centralisation de documents décentralisés et constamment mis à jour (Flichy, 2001). Ainsi, depuis 2007, des logiciels permettant de partager et de centraliser l'information sont mis à la disposition des organisations et des particuliers.

Les nouvelles technologies ont commencé à arriver massivement sur le marché dans les années 2000. Mustapha El Hadi et Clément Arsenault (2012) soulignaient qu'en 2011 « Internet est tellement omniprésent qu'on n'en parle même plus, c'est devenu un élément implicite du monde dans lequel on évolue. (...) Cela étonne peu si l'on considère les immenses progrès réalisés durant la dernière décennie en matière de démocratisation de l'information qui s'est opérée grâce au développement spectaculaire du Web et à son intégration dans toutes les sphères de la

⁶ LAFITTE M., « ce que l'intelligence économique veut dire », Edition d'organisation, Paris, 2006, P234.

société.⁷

1.3 Les avantages et les inconvénients de la digitalisation :

➤ Les avantages de la digitalisation :

Du côté des entreprises, la numérisation améliorera divers aspects :

- Gain de temps dans le processus et l'organisation ;
- La communication entre les différents départements (les bureaux et les chantiers de construction...etc.) est plus rapide, plus facile et réduit les erreurs ;
- Améliorer les conditions de travail des salariés ;
- Analyser avec précision et optimiser les dépenses pour augmenter la rentabilité ;
- Différencier l'entreprise de ses concurrents en comprenant mieux les clients grâce à la collecte de données clients et en adaptant les produits aux besoins et aux attentes ;
- Réduction des coûts de communication grâce à un meilleur positionnement ;
- Il est plus facile que jamais d'améliorer la performance de l'entreprise avec de nouveaux outils, CRM (outil de gestion de la relation client), RES (réseau social d'entreprise), comptabilité, automatisation des processus, traitement automatisé des données⁸ ;

Côté client, d'autres avantages apparaîtront :

- En étant plus moderne, l'entreprise aura une meilleure image auprès des clients ;
- Une meilleure communication avec l'entreprise, augmentant ainsi la fidélité ;
- Le client est plus satisfait et bénéficie d'une assistance après-vente plus rapide et plus facile.

➤ Les inconvénients de la digitalisation :

La digitalisation présente aussi des inconvénients tels que :

- Problèmes de sécurité et d'accessibilité
- opération non disponible
- Manque d'informations qualitatives et de personnalisation
- La dématérialisation facilite la fraude (en banque, les traitements doivent être déployés pour

⁷ BOUHENNA A., « les enjeux des NTIC dans l'entreprise », revue de l'économie et de management, faculté de la science économique et de gestion. Université de Tlemcen.

⁸<https://www.sherpany.com/fr/ressources/transformation-digitale/transformation-entreprise/avantages-de-la-digitalisation/> consulté le 15/05/2022 à 15h20.

garantir l'intégrité, la conformité, la validité et la cohérence des données de la signature).

1.4 Les outils de la digitalisation :

La digitalisation est rendue possible par le fait qu'une entreprise a accès à un certain nombre d'outils en fonction de ses activités et de ses besoins. Nous pouvons citer les suivants :

1.4.1 Les serveurs :

Le terme serveur désigne un appareil matériel destiné à offrir des services à des clients. Ces services se résument la plupart du temps à un accès au Web, la collecte de courriels, le stockage et la consultation de banques de données, ou encore le commerce électronique. Celui-ci doit répondre favorablement à des critères de sécurité pour la protection des données et des informations qu'il stock et partage⁹.

1.4.2 Les logiciels métiers :

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

1.4.3 Les site Internet :

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

1.4.4 Les applications mobiles :

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

- L'exécution est plus rapide : les éléments d'interface n'ont pas besoin d'être téléchargés depuis

⁹ LHADJ MOHAND M., « L'intégration de la digitalisation et son impact sur la performance Financière d'une banque cas de la BNA agence 356 », Mémoire Master, Université de TIZI-OUZOU, 2021, P45.

un serveur ;

- Les possibilités fonctionnelles sont beaucoup plus étendues ;
- L'accès aux données de l'utilisateur est facilité ;
- Les applications peuvent émettre des notifications push pour plus d'interaction avec l'utilisateur mobile ;
- Certaines applications peuvent fonctionner hors ligne.

1.4.5 Newsletters :

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

1.4.6 Landing pages :

La landing page, appelée également page d'atterrissage ou page de destination, désigne la page sur laquelle arrive un internaute après avoir cliqué sur un lien (lien commercial, lien email, lien lié à un bandeau publicitaire, etc..). L'optimisation de la landing page est une problématique transversale du marketing digital car elle concerne la plupart des leviers marketing digitaux. Il s'agit d'un élément très important des campagnes car elle conditionne la transformation d'un simple clic prospect plus ou moins qualifié ou voire même en client.

L'optimisation de la landing page est parfois oubliée ou sous-estimée dans la mise en place de campagnes marketing Internet et cela peut parfois pénaliser lourdement les performances d'une campagne en cas de taux de rebond excessif ou d'élément gênant la conversion. Le choix et l'optimisation des landing pages sont par exemple des composantes essentielles de campagnes de liens commerciaux et sur un plan plus général des campagnes de génération de leads basées sur des stratégies de content marketing.

1.5 Utilisation des technologies digitales au sein des entreprises :

Selon les auteurs Autissier, Johnson et Moutot (2014), les entreprises doivent toujours investir dans la technologie. Selon eux, huit techniques peuvent être décrites.

La première technologie, et probablement la plus connue, est le Social Network Celui-ci est composé de tous les réseaux sociaux. Un réseau social peut prendre deux formes, un réseau public comme Facebook et un réseau limité aux personnes d'une organisation.

Le second, Le Digital Learning, peut être défini comme l'ensemble des applications permettant de se former en ligne. Cette catégorie comprend des outils tels que les MOOC (Massive Open Online Courses), les cours virtuels et l'apprentissage en ligne.

Le troisième, l'e-workshop, y compris les applications qui permettent à plusieurs personnes de collaborer pour résoudre des problèmes.

- Quatrièmement, le Digital Working, rassemblant des applications qui aident les gens à collaborer et à se coordonner. Par exemple, la visioconférence et même la télé présence, et des programmes comme Google Drive.

- La cinquième technologie est le Digital Customer. Ces applications ne s'adressent pas aux employés de l'entreprise, mais aux clients. Le plus connu est bien sûr le site internet, la page Facebook de l'entreprise. Divers outils et informations sont ensuite fournis aux clients via ces applications.

- Le sixième, le Data Managements, peut être compris comme une application qui collecte des informations, qui peuvent ensuite être analysées afin d'apporter des solutions à des problèmes.

- Le septième et avant-dernier, le Cloud computing, permet d'accéder aux serveurs n'importe quand, n'importe où à partir de n'importe quel terminal. Il s'agit d'une collection qui peut contenir des données volumineuses.

- La huitième et dernière technologie, les Digital Apps, est un ensemble d'applications que nous téléchargeons sur nos téléphones, tablettes et ordinateurs.

1.5.1 Les étapes de la transformation digitale :

- Selon Solis (2016), il y a six étapes de transformation numérique¹⁰.

- La première étape, appelée « **Business comme d'habitude** », consiste à continuer à utiliser les pratiques que nous connaissons déjà, car nous pensons qu'en maintenant ces pratiques, nous serons en mesure d'absorber les changements numériques/digitaux.

- La deuxième étape, que les auteurs appellent « **Présente et active** », consiste à nommer des agents de changement chargés de mener des expérimentations liées à de nouveaux outils à portée de main. Cette étape n'est pas faite par tout le monde et ce sera une question de test jusqu'à ce qu'elle soit approuvée.

Dans la troisième étape, « **Formalisée** », nous chercherons à créer des expériences plus visibles. Le problème ici est d'amener les cadres et la direction à adopter ces nouveaux projets.

- La quatrième étape « **Stratégie** », dont les équipes impliquées dans le changement seront sensibilisées aux opportunités stratégiques d'implémentation du numérique dans l'entreprise et

¹⁰BRIAN S., « La transformation Digital » Edition Thibaut Brousse, 2016, p 26.

élaboreront une feuille de route pour planifier la mise en œuvre du projet

- L'avant-dernière étape, appelée « **convergence** » définit le fait qu'une équipe est choisie pour mener un projet numérique, puis nous verrons émerger la solidification numérique.

-Enfin, la phase finale, surnommée « **innovante et adaptable** », a été initialement établie comme un projet pilote sous la forme d'un nouvel environnement numérique.

Section 02 : La digitalisation de l'activité bancaire.

2.1 La digitalisation de l'activité bancaire :

En ce qui concerne le secteur bancaire, la transformation digitale est un nouveau paradigme, dont la quelles l'expérience client s'améliore, de nouvelles sources de revenus créés et être en mesure de construire des Modèles d'affaires modernes, dynamiques et non conventionnels. C'est pour Cela elle devrait être assez Agile techniquement, structurellement et culturellement pour s'adapter en permanence à l'environnement commercial et technologique en évolution rapide.

Il peut également être défini comme la technologie qui permet la transition de l'information analogique à l'information numérique grâce à la technologie de l'information, donc Il peut être traité et échangé entre les systèmes d'information à travers les réseaux numériques dans la banque et l'assurance et leurs systèmes d'information, mais Également avec l'appareil personnel du client.

2.1.1 La transition d'une banque traditionnelle a une banque moderne :

Utilisant le numérique dans la banque et les services pour transformer une banque classique en une banque moderne, le travail de (Sajic et Al, 2018), présente un modèle d'organisation bancaire classique et un autre numérique et moderne, dont la transformation est garantie par un ensemble de produits et de systèmes d'information. Ce dernier est principalement constitué de systèmes électroniques techniques et mobiles : ordinateurs, réseaux informatiques modernes. Internet, technologies et protocoles de communication sans fil, stockage de données volumineux et rapide, appareils mobiles, bases de données, applications bancaires.

Le développement de la banque en ligne prend deux formes différentes : la première se fait par la création et le développement d'un opérateur entièrement en ligne et le seconde par Développer progressivement les services en ligne proposés par la banque aux clients par une Approche traditionnelle multicanal ou omni canal. Par conséquent, la différence entre la banque en ligne et la banque traditionnelle c'est qu'elle offre des services 100% numériques à ses clients. Donc, les banques traditionnelles fournissent certains services via des plateformes Web ou mobiles, telles que les transferts d'argent, l'historique des comptes, les ordres de bourse, etc. Ce ne sont pas des banques en ligne, mais des banques numérisées. Pour autant, cela ne les empêche pas d'avoir des filiales en ligne, ce qui poussera certains experts du domaine à parler de banques hybrides, tant certaines banques en ligne émergent comme des pureplayers, des interfaces en ligne très

complètes, voire des filiales entièrement dédiées au réseau internet.

À cet effet, on pourrait définir la banque en ligne, comme son nom l'indique, comme une banque dématérialisée. C'est à dire qu'elle ne dispose pas d'agences bancaires physiques dans les rues comme les banques traditionnelles. Les clients peuvent ouvrir un compte bancaire ou gérer leurs comptes en se connectant sur le site internet de la banque en ligne ou sur l'application mobile de la banque en ligne¹¹.

2.1.2 Les causes et les objectifs de la transformation digitale des banques :

Pour le secteur bancaire, la transformation digitale c'est un nouveau paradigme qui améliore l'expérience client, crée de nouveaux flux de revenus et en mesure de mettre en place des business model modernes, dynamiques et non traditionnels, les cause et les objectifs de la transformation digitale des banques sont nombreux.

a. les causes :

Les causes de la transformation digitale se traduisent dans les éléments suivants :

- La Crise des subprimes de 2008 :

En 2007/2008, c'est sur ce fond de mondialisation et de gargarisme bancaire que l'on assiste à l'éclatement de la bulle financière (crise des subprimes). Cette crise est née Dans le secteur américain des prêts hypothécaires à risque, il est devenu un acteur mondial En raison de la titrisation de la dette américaine à risque sous forme d'obligations Vendu aux épargnants du monde entier. Les dégâts causés par cette crise Big Mac, sont énorme, une perte de 500 milliards, une forte chute de la valorisation bancaire due à la baisse de la rentabilité liée aux marchés financiers et d'une crise de confiance générale dans l'investissement boursier. (Jean-Marc Huguenin, Marcel stadelmann, 2010)

La crise a mis au jour une série de scandales qui posent un véritable problème à la banque pour reconstruire sa réputation et son image. Ils y consacrent la majeure partie de leur budget marketing. Naturellement, Amalgame est tombé dans la même situation, qui a multiplié les violations, et de nombreuses institutions ont continué à travailler avec conscience et professionnalisme.

Malgré cet environnement défavorable, les banques ont ainsi réussi à construire de nouveaux modèles, proposant de nouvelles offres adaptées aux nouvelles attentes. Mais ils doivent encore aller plus loin.

Les banques ne doivent pas vivre une évolution, mais une révolution. Dès lors, afin de gonfler à fond le système de dettes pour éviter des crises sévères et des réorganisations aux dégâts

¹¹ Revue internationale du marketing et management stratégique, volume 01, N 01, Janvier-Mars 2019, P202.

incontrôlables, le choix a été fait de sacrifier l'épargnant et son épargne invitée à prendre des risques élevés pour assurer une performance minimale. Dans le même temps, les banques sont encouragées à se transformer au plus vite, car elles ne disposent plus de sources de revenus et de bénéfices suffisantes pour financer leurs coûts structurels et constituer des réserves et les niveaux de capital requis. Alors les banques ont été orientées vers une nouvelle voie porteuse de croissance celle du digital. (Bernard Roman et Alain Tchibozo, 2017).

- La concurrence des nouveaux entrants :

Outre la concurrence traditionnelle qui existe entre les banques, de nouvelles alternatives bancaires font leur entrée sur le marché. Ces nouveaux entrants se veulent être plus responsables, plus proches de leurs clients, responsables et solidaires de leurs consommateurs. Face à cette nouvelle donne, l'industrie bancaire est donc confrontée à un enjeu majeur : elle doit repenser ses offres de services pour faire face à une nouvelle concurrence, tout en conservant son statut de tiers de confiance privilégié par les clients. L'arrivée de nouveaux acteurs et de nouvelles technologies a profondément marqué le marché bancaire. On peut citer la révolution des brokers, la fin Tech, l'ère du Big Data, la menace des GAFAs, l'émergence du block Chain.

En conséquence, le secteur bancaire se retrouve à entrer dans une révolution numérique qui l'oblige à suivre les nouvelles demandes du marché, telles que les nouveaux entrants qui ont pris les devants.

b. Les objectifs :

- Premièrement, la transformation numérique vise à valoriser l'information dans les services et produits. Dans ce cas, elle est stratégique. Cela peut passer par la digitalisation de toutes les informations produites par l'écosystème de l'entreprise avec ses fournisseurs, clients, partenaires et tous ceux qui interagissent avec elle - ainsi que les informations archivées de l'entreprise si elle détient d'un historique, ce qui nécessite de scanner/numériser dans le système d'information tous ces données, afin que les informations puissent être fournies le plus rapidement possible.

- Deuxièmement, il s'agit que l'expérience client sera transformée en simplifiant complètement l'usage bancaire au quotidien sur tous les parcours qui composent l'expérience client. Car, cela permet un accès facile et rapide à une expertise à distance et même la création d'un compte bancaire en ligne simple et rapide.

- Troisièmement, faire mieux que les concurrents, mieux satisfaire les clients, et finalement ne pas être upérisé, et assurer la pérennité de l'entreprise même si l'on demande à l'entreprise de changer de domaine d'activité stratégique. (David Fayon, 2018).

2.2 Un nouveau modèle bancaire à l'ère du digital :

Il s'agit de survivre à la destruction imposée par les nouveaux entrants et réussir à s'adapter progressivement dans tous les secteurs d'activité. Avec l'avènement de la digitalisation, un

nouveau modèle bancaire est né. Ce modèle est encore en train de changer et de nombreux changements sont attendus à l'avenir. A ce titre, plusieurs projets sont en cours de développement qui réuniront les quatre 4 axes du modèle C.I.A.S : Connecté, Intelligent, Agile et Social, où les agences et consultants traditionnels occupent différentes positions dans la relation avec les clients.

2.2.1 Une banque connectée :

L'apport du digital permet de proposer une expérience multicanale, ou plutôt omni canal. Connectez-vous à votre banque à tout moment depuis n'importe quel appareil connecté aujourd'hui avec une application simple. En donnant aux utilisateurs la liberté d'accès, les banques ont été en mesure d'éliminer le temps nécessaire au reportings. Par conséquent, les conseillers peuvent travailler sur la tâche de fournir des conseils et des relations étroites. En ce sens, l'institution s'est adaptée pour être un lieu de services et de consultation à valeur ajoutée¹².

2.2.2 Une banque intelligente :

La menace des utilisateurs hyper connectés et hyperinformés apparaît comme une opportunité pour les banques, qui disposent de vastes quantités d'informations sur leurs clients. Cette quantité massive d'informations, connue sous le nom de Big Data, est un défi majeur. Elle a pour objet de Fournir aux utilisateurs le bon produit au bon moment pour générer des revenus supplémentaires pour leurs besoins.

2.2.3 Une banque agile :

La « dématérialisation » des processus permet d'augmenter la productivité et de réduire significativement les coûts, notamment par la mise en place de nouveaux moyens de paiement 100 % numériques ou encore la dématérialisation de certains documents. Des dizaines de pages de documents devaient auparavant être initialisées et signées pendant la durée du crédit, aujourd'hui un simple clic suffit.

2.2.4 Une banque sociale :

Les banques investissent rapidement dans les réseaux sociaux. L'enjeu est simple : améliorer leur image pour reconquérir les clients salariés de demain.

2.3 Les opportunités et les menaces des nouvelles technologies pour les banques :

Les risques pesant sur le modèle bancaire traditionnel sont si élevés que certains économistes n'hésitent pas à parler de disparition des banques. L'économiste français (Philippe Herlin, 2015), dans son livre "The End of Banking", soutient que l'évolution technologique en cours constitue

¹² FABRICE L et Collectif « L'évolution du modèle bancaire a l'ère du digital » 1^{er} édition Mars, 2017 P 14.

une menace pour les banques qui pourraient devenir l'industrie sidérurgique au cours de la prochaine décennie.

D'autre part, certaines études soulignent que les nouvelles technologies offrent de nouvelles opportunités aux banques en termes de renforcement de la concurrence sur le marché des services bancaires, en suggérant des services bancaires à moindre coût, l'optimisation des processus et du temps, des tâches routinières et répétitives, etc. Les acteurs des nouvelles technologies placent la digitalisation au cœur de leurs business model, gérant leurs portefeuilles « e-wallets » en proposant de nouvelles offres et de nouveaux services, on peut donner des exemples : fin Tech, broker révolution, finance participative, L'ère du Big Data, la menace des GAFA, l'apparition du block Chain, etc. Un autre domaine où les acteurs des nouvelles technologies investissent est le crowdfunding « financement participatif », où l'innovation est également proposée.

2.3.1 Les Fin Tech :

Fin Tech est une abréviation combinant les termes *Financial* et *technologies* ou technologies financières. Le domaine de la Fin Tech au sens large regroupe l'ensemble des sociétés mettant en œuvre des solutions innovantes visant à améliorer ou repenser le secteur financier.

Les banques ou les assurances sont régulées par la Directive européenne sur les services de paiement. Elles mettent à disposition des interfaces de programmation permettant à de jeunes sociétés d'interconnecter leur flux de données de manière sécurisée et standardisée. Cela leur permet de développer des services innovants auprès des consommateurs ou des entreprises.

Parmi les acteurs de la Fin Tech, se retrouvent des services d'investissement, des assurances, des banques, ou encore des spécialistes du trading. Leur but est de proposer de nouveaux modèles de transaction dans leurs domaines respectifs. Les start-up de la Fin Tech bousculent alors les systèmes traditionnels et les acteurs historiques doivent ainsi se réinventer. Alors qu'en 2008 le marché de la Fin Tech pesait 930 millions de dollars, ce chiffre est passé à 22 milliards de dollars en 2015 et à 135,7 milliards en 2019¹³.

2.3.2 Big Data :

Les Big data ou méga données désignent l'ensemble des données numériques produites par l'utilisation des nouvelles technologies à des fins personnelles ou professionnelles. Cela recoupe les données d'entreprise (courriels, documents, bases de données, historiques de processeurs métiers...) aussi bien que des données issues de capteurs, des contenus publiés sur le web (images, vidéos, sons, textes), des transactions de commerce électronique, des échanges

¹³ <https://www.futura-sciences.com/maison/definitions/finances-fintech-19068/> consulté 15/05/2022 à 16h20.

sur les réseaux sociaux, des données transmises par les objets connectés (étiquettes électroniques, compteurs intelligents, smartphones...), des données géo localisées¹⁴, etc... .

L'expression « Big Data » date de 1997 selon l'Association for Computing Machinery. En 2001, l'analyste du cabinet Meta Group (devenu Gartner) Doug Laney décrivait les Big Data d'après le principe des « trois V » : le Volume de données de plus en massif :

- la Variété de ces données qui peuvent être brutes, non structurées ou semi-structurées.
- la Vitesse qui désigne le fait que ces données sont produites, récoltées et analysées en temps réel.

Certaines entreprises ajoutent un quatrième « V » à cette définition pour la Véracité qui évoque la nécessité de vérifier la crédibilité de la source et la qualité du contenu afin de pouvoir exploiter ces données.

2.3.3 La Block Chain :

La Block Chain est une technologie moderne de stockage et de transmission d'informations. Elle fonctionne sans organe central de contrôle, mais apporte transparence et sécurité grâce à la validation des transactions par les nœuds du réseau¹⁵.

En français, block Chain se traduit par « chaîne de blocs », mais cette expression est rare sur Internet. Un block Chain est comparable à une base de données qui contient l'historique de toutes les transactions effectuées depuis sa création. Puisqu'il est partagé entre tous les utilisateurs et sans intermédiaire, chacun peut vérifier sa validité et confirmer son intégrité, il peut être aussi considéré comme un grand livre comptable anonyme où tout le monde ajoute une ligne lorsqu'il effectue une transaction, mais personne ne peut rien supprimer. Tous les participants connectés au block Chain sont libres de se consulter.

L'apparition du block Chain date de 2008, lorsqu'un programmeur utilisant le pseudonyme de Satoshi Nakamoto a révélé le Bitcoin. Cette crypto monnaie utilise l'architecture du block Chain pour assurer la sécurité des transactions malgré l'absence d'autorité régulatrice. Chaque transaction est ajoutée au block Chain selon le schéma suivant :

- Un portefeuille a réalisé une transaction vers un portefeuille B.
- Un ensemble de transactions est regroupé au sein d'un même bloc.
- Le bloc est contrôlé par les différents nœuds du réseau, qui vérifient sa validité par une technique cryptographique. Dans le cas du Bitcoin, les nœuds doivent résoudre des problèmes

¹⁴ <https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-big-data-15028/> consulté 15/05/2022 à 16h30.

¹⁵ BEN BOUBAKER S., « L'Évolution du Modèle Bancaire » Mémoire fin d'étude, 38ème PROMOTION Banque, 2020 p123.

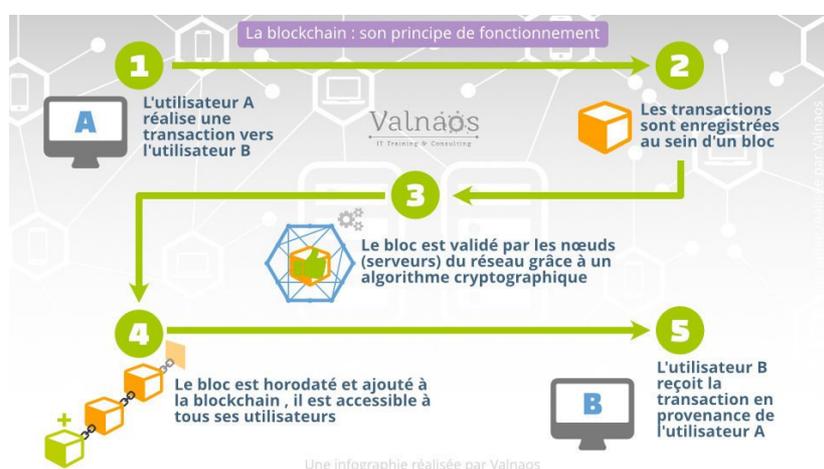
mathématiques et sont rémunérés pour cette tâche.

- Le bloc validé est ajouté au block Chain et tous les utilisateurs ont accès aux transactions qu'il contient.

- Le portefeuille B reçoit la transaction émise par le portefeuille A.

Jusqu'à aujourd'hui, la plupart des blocks Chain sont liées à de la monnaies virtuelle Cette technologie intéresse toutefois de nombreux secteurs comme la finance, l'assurance, la santé, l'énergie... Les applications sont nombreuses et vont bien au-delà de l'économie numérique. La figure 1 qui suit retrace le principe de fonctionnement du block Chain.

Figure 1 : Le fonctionnement de La Block Chain.



Source : <http://blog.ippon.fr/content/images/2017/12/image8.png>

2.3.4 L'intelligence artificielle :

L'intelligence artificielle (IA, ou AI en anglais pour *Artificiel Intelligence*) consiste à mettre en œuvre un certain nombre de techniques visant à permettre aux machines d'imiter une forme d'intelligence réelle. L'IA se retrouve implémentée dans un nombre grandissant de domaines d'application¹⁶.

La notion voit le jour dans les années 1950 grâce au mathématicien Alan Turing Dans son livre (*Computing Machinery and Intelligence*), ce dernier soulève la question d'apporter aux machines une forme d'intelligence. Il décrit alors un test aujourd'hui connu sous le nom « Test de Turing » dans lequel un sujet interagit à l'aveugle avec un autre humain, puis avec une machine programmée pour formuler des réponses sensées. Si le sujet n'est pas capable de faire la

¹⁶ <https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-intelligence-artificielle-555/> consulté le 15/05/2022 à 16h00.

différence, alors la machine a réussi le test et, selon l'auteur, peut véritablement être considérée comme « intelligente ».

De Google à Microsoft en passant par Apple, IBM ou FAEBOOK, toutes les grandes entreprises dans le monde de l'informatique planchent aujourd'hui sur les problématiques de l'intelligence artificielle en tentant de l'appliquer à quelques domaines précis. Chacun a ainsi mis en place des réseaux de neurones artificiels ce constitués de serveurs et permettant de traiter de lourds calculs au sein de gigantesques bases de données.

Tableau n° 1 : les opportunités et les menaces des nouvelles technologies pour les banques.

	Opportunité	Menace
Les Fintechs	Coopération entre les banques et fintechs pour une évolution harmonieuse du secteur. En créant une expérience phigital.	Pert des parts de marché.
L'intelligence artificielle	La diminution des visites dans les agences bancaires et du nombre de sollicitation des centres d'appel, grâce aux bots conversationnels.	Eventualité d'occurrence d'une erreur, dégradation du capital humain.
Le Big Data	Anticiper les actions futures de client et son comportement afin de lui servir les produits dont il a besoin.	Manque de confidentialité de données personnelles du client.
La Block Chaine	Détection des fraudes, réduction des risques clients via des systèmes experts. Une meilleure traçabilité et d'audibilité.	La disparition des banques avec l'émergence de la crypto-monnaie, la non rectification de l'information personnelles. Le volume de stockage de l'information est limité.

2.4. Les leviers de la transformation digitale des banques :

Comme pour l'introduction de la transformation numérique dans une banque, il est important de définir certains leviers qui permettront à la banque de gérer et d'optimiser ses relations avec l'ensemble de ses collaborateurs, partenaires, fournisseurs ou clients. Ces leviers permettent de passer d'une transformation stratégique à une transformation d'activation efficace. Accédez à des indices spécifiques. Ainsi, les principaux leviers de la transformation digitale portent sur la refonte de l'expérience client, la transformation des processus opérationnels, l'évolution des approches opérationnelles et des business model. (Béziade, Assayag, 2014) Distinguer digitalisation externe (présence et visibilité de l'entreprise et interaction sur les réseaux sociaux), digitalisation centrale (l'impact de la digitalisation sur l'écosystème de l'entreprise), digitalisation interne (l'impact de la digitalisation sur les salariés, les organisations et les processus opérationnels).

2.4.1 Optimisation de l'expérience client :

L'expérience client désigne l'ensemble des émotions et sentiments ressentis par votre clientèle tout au long de ses interactions avant votre entreprise, c'est-à-dire avant, pendant et après l'achat d'un produit ou service. Elle englobe la qualité de votre offre de produits ou services mais également la qualité des échanges avec vos équipes. Sa gestion est devenue clé parce que l'expérience client évolutive dans le temps. La moindre interaction modifie la perception que votre client a de votre marque et peut faire basculer son sentiment de satisfaction.

De fait, l'amélioration de l'expérience client nécessite d'être directement intégrée à votre stratégie d'entreprise. Avantage concurrentiel de votre offre, elle doit fédérer tous vos collaborateurs. Ensemble, ils devront suivre des objectifs clairs et communs pour agir efficacement sur le long terme¹⁷.

2.4.2 Transformation des processus opérationnels :

Les processus opérationnels sont en général les processus de marketing, vente, réalisation des produits et services, ainsi que la logistique associée. La facturation peut aussi être incorporée aux processus opérationnels. Ils interviennent en général en chaîne pour construire le service au client, par exemple vente-prise de commande-fabrication-livraison-facturation. Pour que la qualité du service apportée au client soit d'un bon niveau, il faut que les processus opérationnels soient efficaces et organisés pour cette satisfaction. Ils doivent ensuite être efficaces pour que la prestation puisse être réalisée au moindre coût. Tout ceci, étant alors accompagné par la conduite de changement, les approches de gouvernance claires, et le déploiement des méthodes agiles, à titre d'exemple l'automatisation des processus, la dématérialisation des formulaires, l'adoption des nouveaux équipements.

2.4.3 Transformation des business model :

Face à la difficulté systémique d'une modification, le développement d'un business model innovant au sein d'une nouvelle entité organisationnelle est une option fréquente. Elle permet une cohérence et une culture propres aux nouveaux modes de création de valeur. Elle peut favorablement inciter à une clarification plus prononcée du projet du business model traditionnel et progressivement transformer le modèle global d'entreprise. Cette option peut être déployée de manière organique et par croissance externe.

2.5 La transformation digitale et les métiers bancaires :

L'un des principaux enjeux de la transformation numérique des banques est la transformation des ressources humaines, l'essentiel réside dans le développement et le repositionnement des compétences, derrière la fermeture des agences se trouve la transformation de la relation client, de nouvelles orientations et des carrières diversifiées. Des processus et du conseil développement

¹⁷ <https://www.uiphedeix-international.fr/processus-operationnel/> consulté le 17/05/2022 à 11h45.

des compétences pour mieux servir des clients plus professionnels et informés. Tous les réseaux d'agences augmentent leurs capacités de distribution d'assurance, d'autres envisagent des partenariats de distribution, notamment avec des producteurs locaux ou des bureaux partagés avec des start-up.

Bien que cette transformation digitale entraîne des changements au sein de l'organisation bancaire tant au niveau de l'organisation du travail qu'au niveau de la nature même du travail (nouveaux contenus des emplois), des nouveaux besoins en personnel qualifié capable de s'adapter au nouvel environnement technologique se font sentir. Nos résultats corroborent les travaux de (BOS, 2018) qui considère que les compétences technologiques requises renvoient davantage au « savoir être », (qualités d'accueil, réactivité, potentiel d'apprentissage des outils informatiques, etc.). Il ressort clairement d'après notre étude que le digital permet à la banque de se concentrer sur son métier de base, ce recentrage peut clairement contribuer à améliorer sur le long terme la productivité et la rentabilité des banques et cela passe évidemment à poser les voies d'une véritable convergence reliant le service numérique (online) et l'agence physique (offline) en créant un nouvel environnement phygital.

Alors, selon (Bernard Roman et Alain Tchibozo, 2017) les besoins réels qui doivent être au sein de la banque au service du personnel pour mieux s'adapter sont :

- Définir une vision claire détaillée et argumentée de l'organisation future, son impact sur les rôles et les responsabilités à tous niveaux.
- Communiquer cette vision, exposer et s'engager sur les méthodes destinées à gérer la phase de transition vers la situation cible et accompagner les hommes et les organisations dans ce processus.
- Expliquer les perspectives, les créer et faire vivre un sentiment d'envie et d'urgence, mobiliser la première ligne, apprendre aux collaborateurs à travailler en réseau et par projets.

On s'intéressera à l'évolution des trois métiers les plus susceptibles de connaître une mutation dans la banque :

2.5.1 Evolution du métier de Gestionnaire de Back Office :

Le métier du back-office se définit comme l'ensemble des activités de support, de contrôle, d'administration d'entreprise. Ces activités sont assez standardisées, implique des bas salaires et sont en conséquence relativement automatisable.

Le back-office est la pierre angulaire de l'entreprise, il permet d'augmenter la productivité et de réduire les coûts, et il peut également être un catalyseur d'innovation lorsqu'il est stratégiquement intégré. Comme toute autre fonction de métier, le back office est en constante évolution. L'époque exige de la flexibilité dans la manière d'y parvenir, ainsi que l'optimisation des coûts, l'adoption et la numérisation de la technologie, et une concentration sur l'expérience de l'équipe et des investisseurs. Logiquement, la digitalisation des banques ne se fait pas du jour au

lendemain. Cela nécessite la numérisation de l'information, une transition progressive vers une méthode de travail numérique et de nouveaux modes d'interaction avec les employés, les clients et les autres parties prenantes. Par conséquent, de nouveaux modèles commerciaux et de revenus sont créés.¹⁸

Effectivement, le back office est passé de synonyme de traitement et de stockage du papier à celui de gardien de l'entreprise. Bien que cela puisse ne pas sembler être un domaine prioritaire pour les entreprises dans le passé, il est de plus en plus important d'exécuter une stratégie ou de rester pertinent/conforme dans des domaines publics tels que l'ESG.

2.5.2 Evolution du métier de chargé de clientèle particulière :

Le chargé de clientèle particulière est le principal interlocuteur du client avec sa banque. A l'écoute de ses besoins, il le conseille sur les produits et les services afin de répondre au mieux à ses attentes. L'avènement du numérique continue de bouleverser la carrière des conseillers de clientèle, comme en témoignent la baisse des visites en agence et la croissance massive de l'utilisation des canaux à distance dans le traitement des transactions bancaires. Le rôle et le métier de chargé de clientèle vont changer : plus de relation client et plus de conseil. Dans un contexte technologique nouveau et croissant, les banques doivent le faire et doivent se concentrer sur la personnalisation et la pertinence des services qu'elles fournissent à leurs clients. D'autre part, la carrière d'un conseiller clientèle doit désormais permettre une nouvelle génération d'outils via Internet. En revanche, il faut envisager une spécialisation plus spécifique du métier de chargé de clientèle, qui doit être polyvalent ou se spécialiser dans des canaux de distribution voire des métiers spécifiques.

L'évolution des usages de ses clients signifie in fine une forme de flexibilité et d'adaptabilité de la part des gestionnaires de comptes privés, pour lesquels les établissements sont amenés à revoir leurs horaires d'ouverture, élargissant ainsi l'éventail des horaires.¹⁹

2.5.3 Evolution du métier de directeur d'agence :

Le directeur d'agence est un facteur clé dans le succès de la distribution de la succursale bancaire sous sa direction. Il peut jouer plusieurs rôles : financier, commercial, manager. Il est également chargé de développer les activités de son agence dans sa zone géographique. Le métier de directeur d'agence est l'un des métiers bancaires les plus concernés par le développement du numérique dans les banques.

¹⁸ LHADJ MOHAND M., « L'intégration de la digitalisation et son impact sur la performance Financière d'une banque cas de la BNA agence 356 », Mémoire Master, Université de TIZI-OUZOU, 2021, page 45.

¹⁹ <https://www.guide-metiers.ma/metier/charge-de-clientele-particuliers-banque/> consulté le 17/05/2022.

Le rôle du directeur d'agence évolue. Aussi, son travail pourrait bénéficier d'une plus grande puissance et d'une plus grande autonomie. La numérisation doit faciliter l'exercice professionnel et particulièrement les opérations de contrôle via l'automatisation des opérations de ces derniers.

2.6 La transformation digitale et la relation client :

Au cours des dernières décennies, le secteur bancaire a connu de profondes turbulences, sans doute plus intéressantes que tout autre domaine ; crises financières, déréglementation, évolution de l'activité et des coûts de fonctionnement, mais surtout une crise de confiance, une concurrence très intense et des avantages concurrentiels de plus en plus temporaires de plus en plus courte. Ce nouvel environnement concurrentiel a clairement stimulé le renouvellement des concepts, des pratiques et des images bancaires. En conséquence, les banques doivent aujourd'hui continuer à innover et proposer de nouvelles offres plus ciblées et personnalisées pour satisfaire et fidéliser leurs clients. Les clients sont de plus en plus informés et exigeants, et s'ils ne sont pas satisfaits du service qu'ils reçoivent, ils n'hésiteront pas à changer de banque.

Selon deux enquêtes internationales menées par le cabinet Ernest & Young en 2010 et 2012 dans six pays européens (France, Allemagne, Espagne, Italie, Belgique, et Royaume-Uni), les résultats ont révélés une détérioration de la relation client-banque, ce qui a mené à une baisse du niveau de confiance des clients à l'égard de leurs banques, qui ont vu chuter leurs marges. Pour faire face à cette situation critique, le cabinet a recommandé aux banques de réviser leur politique de prix et leurs stratégies de relation avec les clients, afin d'être plus attentifs à leurs besoins et regagner leur confiance.

Pour reconquérir cette confiance perdue, la banque doit tout d'abord changer de comportement vis-à-vis de ses clients, qui, longtemps étaient considérés comme autant d'individus que des produits vendus. Aujourd'hui, la part de client est devenue aussi importante que la part de marché, et la prise en compte de la valeur client a donc évolué. D'une vision « produit », on est passé à une vision « client », l'objectif client n'a jamais été aussi primordial

2.6.1 La gestion de la relation client :

La gestion de la relation client (GRC), plus connue sous l'acronyme de CRM Customer Relationship Management, constitue un nouveau paradigme dans le domaine du marketing. L'ouverture vers le marketing relationnel, a naturellement conduit à s'intéresser à la gestion de la relation client qui a connu un engouement certain dans le secteur bancaire depuis la fin des années 1990.

Le CRM regroupe l'ensemble des techniques et outils permettant de nouer des relations avec les clients et prospects afin de les fidéliser et de leur proposer le produit ou service le mieux adapté à leurs besoins. Par conséquent, le CRM vise à construire et à maintenir une relation mutuellement bénéfique entre une entreprise et ses clients, visant à les fidéliser en leur fournissant des services de qualité qu'ils ne peuvent trouver nulle part ailleurs. La notion de profit est évoquée dans la définition de Lefébure et Venturi en 2005, selon eux, « le CRM est une méthode qui doit

identifier, attirer et fidéliser les meilleurs clients en générant plus de chiffre d'affaires et de profit ». Par ailleurs, ces auteurs proposent une autre définition plus complète du CRM, prenant en compte ses trois dimensions : relationnelle, opérationnelle et temporelle

La gestion de la relation client rassemble toutes les techniques et outils qui permettent d'entrer en relation avec les clients et les prospects, afin de les fidéliser et de leur proposer un produit ou service qui correspond le mieux à leurs besoins. Donc la GRC vise à créer et à entretenir une relation mutuellement bénéfique entre une entreprise et ses clients, dans le but de les fidéliser en leur offrant un service de qualité qu'il ne trouverait pas ailleurs. La notion de bénéfice a été mentionnée dans la définition de Lefébure et Venturi 2005, selon eux, «le CRM est une démarche qui doit permettre d'identifier, d'attirer et de fidéliser les meilleurs clients, en générant plus de chiffre d'affaires et de bénéfices ». Aussi, ces auteurs proposent une autre définition plus complète de la GRC en tenant compte de ses trois dimensions: temporelle, relationnelle, et opérationnelle comme suit : «Le CRM est la capacité à bâtir une relation profitable sur le long terme avec les meilleurs clients en capitalisant sur l'ensemble des points de contacts par allocation optimale des ressources »,aussi, « la GRC doit permettre de construire une relation significative, à long terme, individualisée avec les bons clients qui généreront les revenus de demain, tout en assurant à moindre coût la relation des clients plus opportunistes ».

Il est aussi possible de définir la GRC selon trois approches :

- Dans l'approche technologique, la GRC représente un ensemble de logiciels mis en place pour collecter, traiter, et restituer l'information sur les clients et l'ensemble des outils pour communiquer avec les clients : réseau internet, site web, call center...etc.
- Dans l'approche marketing, l'analyse de bases de données à travers la GRC permet de mettre en place des stratégies de segmentation marketing efficaces et de personnaliser la relation avec le client.
- Dans l'approche organisationnelle, la GRC est considérée comme une culture indispensable à la réussite de l'entreprise dont la mise en œuvre nécessite une réflexion sur l'organisation globale de le l'entreprise.

2.6.2 La digitalisation de la relation client :

Dans le passé, avant Internet et la numérisation, le pouvoir et la propriété de l'information étaient entre les mains des banquiers, qui contrôlaient la technicité, l'opérabilité des produits et évitaient de tomber dans le piège de la perte, mais aujourd'hui les choses ont changé, les clients sont devenus plus Exigeant, Autonome à l'écoute et instable car il sait comparer, changer, leur facilité d'accès à l'information permet aux clients d'enrichir considérablement leurs capacités de négociation, contrairement aux consultants qui, au contraire, perdent leur rôle d'universitaires. De plus, cet accès facile à la connaissance a grandement facilité le développement de sites de comparaison de devis bancaires. Cette génération de "consommateurs" n'hésite plus à "vérifier" plusieurs offres bancaires avant de prendre une décision.

Mais ce n'est pas tout : la relation banque/client est en réalité défailante, comme l'escroquerie à la carte bancaire. La question est tellement préoccupante que peu de statistiques témoignent de la croissance exponentielle de ce type de fraude. Cela devient un nouveau sujet de préoccupation pour le client, cela change la confiance du client dans le moyen de paiement utilisé et l'incite (phénomène nouveau) à surveiller de très près les opérations de son compte car il est conscient des risques. Ainsi, certaines des facilités offertes par la technologie numérique peuvent être assez coûteuses pour les clients victimes de fraude et pour les banques qui doivent développer et renforcer en permanence des systèmes et des moyens pour assurer la sécurité.

En outre, selon (Bernard Roman et Alain Tchibozo, 2017) les besoins des clients sont centrés sur leur « expérience client », qui rassemble un ensemble d'attentes, et malgré les progrès, les banques ont encore du chemin à parcourir, notamment en matière de simplicité et de transparence.

Simple, car après être devenu autonome, le client est de plus en plus capable de savoir ce dont il a besoin et de se servir. Les ajouts de produits ne répondent pas toujours aux besoins ou aux intérêts des clients.

Transparence car le volume des produits et leur emballage créent une complexité qui compromet le service et la clarté pour les clients. Les conseillers sont obligés de travailler dans une logique mécanique consistant à saisir toutes les opportunités de vendre des produits aux clients, quels que soient leurs besoins et leurs intérêts. Par exemple, de nombreux seniors se retrouvent aujourd'hui avec des comptes titres inactifs mais qui débitent des frais depuis des années. Cette situation a progressivement modifié la confiance des citoyens dans les banques. En effet, réinventer la relation client ne consiste pas seulement à la digitaliser. Il s'agit plutôt de renforcer l'accompagnement humain sur des sujets à valeur ajoutée, au plus près des attentes des clients certes plus mobiles mais qui attendent toujours une relation de confiance. En d'autres termes, la relation client est vécue comme un continuum entre les environnements physique et numérique, créant un environnement numérique basé sur la simplicité et la transparence.

Section 03 : Les outils digitaux de la banque

Le cadre de l'activité bancaire s'est élargi et recomposé, En raison notamment de l'avènement d'Internet et de la banque en ligne, le cadre des activités bancaires s'est élargi et restructuré. Le secteur bancaire est un « leader » dans l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) ; ces technologies ne sont plus considérées comme de simples outils pour augmenter la productivité, elles accélèrent la restructuration interne des banques et leurs relations avec les clients. Dès lors, la banque était confrontée à la mise en place d'une stratégie « multicanal » qui, d'une part, apportait une nouvelle compréhension de son image et, d'autre part, déplaçait la concurrence vers les domaines de l'innovation et de la maîtrise de l'information, ainsi que comme technologie de communication, pour mieux répondre aux besoins des clients et Requière. Par ailleurs, si Internet, autrement dit les sites web, peut conquérir de nouveaux marchés et accroître la demande, il peut aussi améliorer la qualité de la relation client.

3.1 Les différents outils et services digitaux proposés par les banques :

Avec la mise en place des outils digitaux à disposition des clients, à l'intérieur comme à l'extérieur de l'agence bancaire permet d'améliorer l'information et les services au client. Il est possible de diffuser des informations personnalisées, mettre en avant des offres et des actualités de la banque, apporter du divertissement aux clients en cas d'attente, permettre le remplissage d'enquêtes de satisfaction.

Nous verrons dans ce passage les différents outils numériques qui émergent dans le secteur bancaire :

3.1.1 Les sites bancaires :

Les sites bancaires ou appelés aussi "les banque en ligne" désignent la banque virtuelle au sens large, on parle aussi de cyberbanque, de banque sur Internet ou encore de banque électronique. La banque en ligne désigne donc l'établissement bancaire pouvant gérer de l'argent électronique et permettant via son site Web. Ainsi, une banque virtuelle permet, entre autres, de vérifier le solde de son compte, de faire des virements, de régler des factures ou encore de commander des chéquiers et aussi de contacter son conseiller bancaire, l'accès au site peut s'effectuer depuis un ordinateur mais aussi depuis des applications mobiles, les identifiants d'accès sont délivrés par la banque au moment de la signature du contrat.²⁰

3.1.2 Les applications bancaires :

Une application bancaire permet d'avoir accès à ses comptes bancaires depuis un Smartphone ou une tablette. Ces programmes peuvent être téléchargés dans les magasins d'applications, tels que Google Play et App Store. Il suffit d'enregistrer son compte avec les identifiants qui permettent d'aller sur son espace de banque à distance. Généralement les mouvements que l'on peut réaliser sur son espace personnel en ligne sont également disponibles avec une application : consultation des comptes, virements, édition de RIB...

3.1.3 Les SMS Banking :

Certaines transactions la banque par SMS est une forme de banque mobile. Il s'agit d'une fonctionnalité utilisée par certaines banques ou d'autres institutions financières pour envoyer des messages (également appelés notifications ou alertes) aux téléphones mobiles des clients à l'aide de la messagerie SMS, ou d'un service fourni par eux qui permet aux clients d'effectuer financières par SMS.

²⁰ <https://blogrecrutement.bpce.fr/banque-digital-enjeux-charge-clientel> consulté le 18/05/2022 à 12h24.

3.1.4 Terminal de paiement électronique (TPE) :

Un terminal de paiement, aussi connu sous le nom de lecteur de carte bleue, est une machine qui permet d'opérer des transactions par carte bancaire de manière instantanée. Il vous suffit d'y insérer votre carte et de renseigner votre code confidentiel pour accepter la transaction. Parfois, le paiement peut également se faire sans contact. Dans ce cas, il suffit de poser sa carte bancaire sur le terminal de paiement pour déclencher la transaction, sans avoir à renseigner son code PIN.

3.1.4.1 Les avantages et les inconvénients du TPE :

Si de plus en plus de commerces s'équipent aujourd'hui de TPE, c'est parce que ce mode de paiement présente de nombreux avantages. Notamment :

- Les transactions sont sécurisées. Pour le client, elles ne s'effectuent pas tant qu'il n'a pas validé son code confidentiel. Pour le commerçant, cela réduit le risque d'impayés, de chèques sans provision ou de fausse monnaie ;
- Ils permettent de grandes facilités de paiement : compatibilité avec différentes cartes bancaires (Visa, MasterCard, American Express, etc.), paiement comptant ou non, possibilité de paiement avec des cartes de banques en devises étrangères ;
- L'utilisation de la carte bancaire permet de diminuer les retraits aux distributeurs automatiques de billets, un avantage certain pour les clients ;

3.1.5 Le courrier électronique (courriel, mail) :

Le courrier électronique ou courriel désigne le service de transfert de messages envoyés par un système de messagerie électronique via un réseau informatique vers la boîte aux lettres électronique d'un destinataire choisi par l'émetteur. Service de correspondance qui permet l'échange de messages électroniques à travers un réseau informatique.

3.1.5.1 Les Guichets automatiques de billets (GAB) :

Les GAB sont des appareils automatiques, autrement dit le GAB est un automate permettant au détenteur d'une carte bancaire d'effectuer de nombreuses opérations sans intervention du personnel de sa banque et ce 24 H sur 24 H. Ils sont aménagés à l'intérieur des agences et ils permettent au client d'effectuer eux même leurs opérations bancaire (consultation de compte, commande de chéquier, consultation de solde, demande de RIB, virement de compte à compte au sein de la banque, remise de chèques, versement d'espèces, retrait d'espèces.), à l'aide de sa carte bancaire et de son code confidentiel.

3.1.5.2 Les distributeurs automatiques de billets (DAB) :

Les DAB sont des appareils automatiques permettant à la clientèle d'effectuer des retraits d'espèces. Ils sont installés par les établissements de crédit, les centres de chèques postaux (CCP) ou par les grands émetteurs de cartes (grandes boutiques...etc.) qui permettent aux clients

de retirer des sommes d'argent de leurs comptes à l'aide d'une carte bancaire et d'un code confidentiel.

3.1.6 Les cartes bancaires :

Les cartes bancaires sont les plus connues des instruments de paiement de retrait bancaire. Elles sont acceptées. Elles sont acceptées chez les commerçants affiliés au réseau monétique bancaire et sur tous les distributeurs automatiques de billets (DAB) installés sur le territoire national.

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

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

Elle permet aux commerçants de procéder a des paiements auprès des commerces, d'effectuer des opérations sur les guichets automatiques mais aussi de faire des paiements sur internet. C'est un instrument de paiement et de retrait interbancaire domestique qui est accepté chez les commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire et surtout les DAB installés sur le territoire national.

Il existe plusieurs cartes, selon les banques, et chacune sa spécificité. Tels que :

- La carte de retrait classique : qui est uniquement destinée au retrait d'argent en espèce Depuis le GAB.
- La carte visa : qui permet une grande souplesse d'utilisation, des capacités de retrait et paiement à une dimension internationale.

3.1.7 Le call center :

Un call center est un service de télécommunications centralisé vers lequel les appels téléphoniques des clients existants et des prospects sont dirigés. Les calls center, ou centres d'appels en français, peuvent traiter les appels entrants et sortants et être situés au sein d'une entreprise (insourcing) ou sous-traités à une autre entreprise spécialisée dans le traitement des appels. Il a pour mission de prendre en charge la gestion de la relation client d'une entreprise et parfois ses campagnes de prospection. Il constitue à lui seul une solution complète pour répondre aux besoins de la clientèle, en entretenant un certain lien avec elle et en la fidélisant.

Les principales caractéristiques d'un call center sont les suivantes :

- Il permet de gérer une grande quantité d'appels (entrants et sortants) des clients ;
- C'est un système de téléphonie intégré ;

- Il offre un service de téléphonie centralisé pour les entreprises ;
- Il soutient les opérations quotidiennes de l'entreprise ;
- L'opérateur désigne la personne en charge de passer les appels et d'y répondre.

3.1.8 L'agence digitale :

Une agence digitale est un espace bancaire gratuit qui permet de découvrir de nouvelles expériences clients plus autonomes et de se familiariser avec les offres digitales de la banque. Fournir un espace de soutien et de sensibilisation pour plusieurs services bancaires dans un environnement numérique. Ainsi, les agences digitales mettent à la disposition des clients des tablettes et des ordinateurs Visio interactifs qui permettent aux clients de créer une expérience de banque en ligne en agence et également d'entrer en contact avec les conseillers du centre d'appels en Visio pour pouvoir poser toutes ces questions possibles. Au sein de l'agence, des consultants sont toujours présents pour orienter et guider les clients dans l'utilisation des services numériques.

3.1.9 La signature électronique :

Avec l'essor de la numérisation des entreprises, des outils comme la signature électronique deviennent des alliés précieux pour les entrepreneurs.

La signature électronique également appelée signature numérique, elle s'applique sur les documents électroniques, au même titre que la signature manuscrite s'applique sur les documents papier. Elle doit permettre d'authentifier le signataire et de garantir l'intégrité d'un document. Elle s'obtient à l'aide d'une technique de chiffrement asymétrique ou de hachage. De même, le système ne doit pas laisser place à des possibilités de falsification. C'est ainsi que la signature électronique ne doit pas être réutilisable, elle doit être unique et indissociable du document sur lequel elle est apposée. Le dispositif doit empêcher tout changement dans le texte du document une fois la signature apposée. C'est en respectant ces quatre conditions que la personne ayant signé le document ne pourra pas le nier.²¹

3.2 Maîtriser les outils digitaux pour améliorer la connaissance clients :

Dans la nouvelle stratégie digitale des grands groupes, le/la conseiller(e) commercial(e) bancaire devra, en plus de ses qualités fondamentales de conseiller(e), se familiariser avec les outils digitaux pour l'aider à mieux cerner, servir et fidéliser le client.²²

Mis au service du chargé de clientèle, ces outils lui permettent de :

- Fédérer des données bancaires et de les exploiter.

²¹ <https://www.daf-mag.fr/Definitions-Glossaire/Signature-electronique-245471.htm#> consulté le 18/05/2022 à 13h00

²² <https://blogrecrutement.bpce.fr/banque-digital-enjeux-charge-clientele> consulté le 18/05/2022 à 14h07

- Réaliser des prospections plus pointues.
- Proposer au client une offre adaptée.
- Se positionner comme expert, établir une relation de confiance puis une relation d'affaires.
- Analyser et montrer plus finement la performance commerciale.

Conclusion :

Le monde bancaire a connu de profonds changements impactant la gamme des services proposés ; ces derniers sont de plus en plus sécurisés et fiables. La continuation et le développement d'une banque est gagé par la satisfaction de la clientèle par ses services, pour cela les banques ont introduit les services numériques dans leur programme.

L'adoption du numérique continue d'ouvrir de nouveaux horizons aux banques, ce qui peut les aider à innover en matière de produits et de services pour répondre aux exigences et aux conditions du développement durable et d'une relation banque-client solide.

Au total, la banque digitale est un atout essentiel tant pour les banques que pour les clients, mais reste timide à l'usage en raison des limites liées à la sécurité ou de la complexité de ces outils pour certains.

Par conséquent, les banques doivent surmonter de nombreux défis techniques afin de maintenir une forte compétitivité face aux concurrents nationaux et internationaux, bancaires et non bancaires. L'introduction des technologies numériques à l'intérieur de la banque (changements de processus) et à l'extérieur (face aux clients) est une nécessité absolue : c'est ce que nous appelons habituellement une stratégie numérique.

Chapitre 02

Les perspectives de la digitalisation en Algérie

Introduction :

A partir du début des années 1990, le gouvernement algérien a mis en œuvre une politique de réformes structurelles lors du passage d'un système économique centralisé à une économie de marché, permettant de rétablir l'équilibre macroéconomique. Parmi ces réformes figure la loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit qui a donné un nouveau visage au système bancaire algérien. Le système bancaire en Algérie peut être divisé en deux phases :

La période avant 1990, où la banque centrale finançait directement le trésor et les besoins économiques sans contraintes institutionnelles, les banques ne prenaient pratiquement aucun risque. Après 1990, les banques sont devenues des entreprises commerciales, la banque centrale en vertu de la loi 90-10 a repris son rôle initial de banque centrale et les banques ont commencé à prendre des risques en raison de la nouvelle nature de leurs activités.

Le système bancaire algérien est aujourd'hui le résultat de mutations continues déterminées par l'évolution des besoins de financement de l'économie nationale. Comme le souligne J. Denizet «...Parmi les problèmes qui se posent aux hommes de ce temps, il est permis de dire que les problèmes monétaires sont à la fois les plus graves ... » ,par conséquent, l'État algérien a été contraint au fil des années d'entreprendre une série de réformes dont la finalité s'articule autour des objectifs suivants : renforcer la stabilité et la rentabilité du secteur financier et bancaire, renforcer le marché du crédit et réduire le coût de l'intermédiation, la modernisation des systèmes d'information et de paiement afin d'améliorer la qualité des services bancaires.

Dans ce chapitre, nous tenterons de retracer les mutations et les changements vécues par ces institutions originales afin de montrer les réalisations du système bancaire algérien moderne depuis l'indépendance.

Section 01 : Développement du secteur bancaire algérien.

Depuis 1962, afin de préserver son indépendance et sa souveraineté nationale. L'Algérie a choisi une série de réformes et de processus visant à améliorer l'état de l'économie nationale. Le secteur bancaire en Algérie a connu de profondes mutations. L'objectif de l'Algérie est de créer des systèmes de financement pour les différents secteurs économiques afin qu'ils puissent se développer dans des conditions optimales.

1. Historique sur l'évolution du secteur bancaire algérien :

La formation du secteur bancaire et financier en Algérie se décompose en deux grandes étapes, à savoir : la mise en place d'un système bancaire national dédié au pays après l'indépendance puis l'ouverture au secteur privé, tant national qu'étranger.

1.1 Un système bancaire national :

A partir de décembre 1962, l'Algérie s'est dotée d'une monnaie nationale, le « dinar algérien » et d'une banque centrale dont la mission est de créer et de maintenir les conditions les plus

Chapitre 02 : les perspectives de la digitalisation en Algérie

favorables au développement de l'économie du pays dans les domaines du crédit, de la monnaie et des changes. L'objectif était d'établir la souveraineté monétaire de l'État nouvellement indépendant après plus de 132 ans de colonialisme français.

- En 1963, la Caisse Algérienne de Développement CAD est créée en tant qu'agence de financement des efforts de développement, les pouvoirs publics de l'époque ayant déjà manifesté leur volonté de rompre avec l'interventionnisme économique colonial en adoptant un modèle de développement basé sur une économie de type socialiste, tout en priorisant Considérer l'industrie lourde qui devrait conduire au développement d'autres secteurs de l'économie.²³

En 1964, la Caisse Nationale de l'Épargne et de Prévoyance CNEP est créée pour gérer le système de collecte de l'épargne des particuliers, dans le but de redistribuer l'épargne sous forme de crédit pour le financement du logement.

La nationalisation du système bancaire algérien entre 1966 et 1968 a fourni au pays un important outil de développement auparavant dominé par les capitaux étrangers. Cette nationalisation a été imposée à l'État algérien qui, outre sa volonté de tourner son économie vers un pôle socialiste, s'est heurté au refus des banques étrangères de financer l'économie algérienne post-indépendance.

C'est ainsi qu'est né le secteur public, il est géré par l'Etat à travers le trésor public et l'agence de planification mise en place à l'époque pour la banque centrale et les grandes banques. Ainsi, entre 1966 et 1967, les banques étrangères commencent à être nationalisées, ce qui donne naissance à trois banques commerciales publiques, la Banque Nationale d'Algérie (BNA), le Crédit Populaire Algérien (CPA) et la Banque Extérieur d'Algérie (BEA).

Le plus important pour les pouvoirs publics à cette époque était la nationalisation à court terme de la structure de financement de l'économie nationale afin de concevoir un véritable système bancaire algérien au service du développement du pays.

Puis en 1970, à travers l'élaboration de la loi de finances et la mise en œuvre du premier plan quadriennal 1970-1973, le plan de centralisation est définitivement choisi comme système d'organisation de l'économie nationale, instituant ainsi le plan d'allocation des crédits comme dispositif de mobilisation et la distribution des ressources disponibles pour l'utilisation productive du secteur public Investir dans des instruments qui fournissent des financements.

Le principe retenu est qu'une fois le plan élaboré et approuvé côté entité, il reste à ajuster le plan de financement permettant sa réalisation". Durant cette période, le système bancaire algérien est totalement ouvert et le secteur se professionnalise également à travers l'organisation d'événements. En conséquence, les entreprises publiques sont obligées de concentrer leurs opérations bancaires dans une seule banque.

²³ BENACHENOU M., La Banque et le financement de l'économie en Algérie, Ouvrage collectif, édition OPU, 2019, P12.

1.2 La privatisation du secteur :

En 1988, l'Etat algérien a procédé à une restructuration d'envergure des grandes entreprises publiques par la loi n° 88-01 du 12 janvier 1988 portant direction des entreprises publiques économiques (EPE). Dans son règlement, l'EPE est réorganisée sous la forme juridique d'une société par actions ou à responsabilité limitée. Les banques sont également concernées par ces évolutions, qui sont régies par la loi n° 88-06 du 12 janvier 1988 qui modifie et complète la loi n° 86-12 du 19 août 1986 relative au système bancaire et de crédit. Ils sont donc soumis au Code de commerce. Deux nouvelles banques créées : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) et la Banque du Développement Local (BDL) issues respectivement du démembrement de la BNA et du(CPA).

La volonté de libérer le secteur bancaire et financier algérien s'accompagne de La loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit a été promulguée²⁴. Les législateurs ont adopté cette loi pour ouvrir le secteur bancaire national aux investisseurs privés nationaux et étrangers, créant ainsi plusieurs banques et institutions financières internationales.

1.3 L'établissement des partenariats :

La loi de finances complémentaire de 2009 a ouvert la voie aux partenariats dans le secteur bancaire algérien. En fait, la loi a établi un partenariat 51/49 comme la seule méthode d'établissement de tout nouvel investisseur étranger, et ses dispositions ont été prises lors de la formulation du Règlement sur la monnaie et le crédit de 2003, qui a été modifié et complété par le décret n°10-04 du 26 août 2010.

2. La réglementation bancaire en Algérie :

La principale vocation d'une banque est l'intermédiation³ et pour que celle-ci soit saine et efficace, une instrumentation réglementaire a été mise en place afin de consolider les conditions d'exercice de l'activité et du rapport bancaire ainsi que de la supervision bancaire conformément aux normes et principes universels de plus en plus rigoureuses. Plusieurs lois et ordonnances ont été promulguées et dont nous exposons les plus significatives à notre avis ci-après :

2.1 La loi du 19 aout 1986 relative au régime des banques et du crédit :

Jusqu'à la loi susmentionnée, le secteur bancaire algérien n'a été cadré que via des textes épars :

- La loi n°62-144 relative à la création de la Banque Centrale d'Algérie et fixant ses statuts,
- Les lois de finances de 1970 et 1971,
- La loi n°80-05 modifiée et complétée relative à l'exercice des fonctions de contrôle de la Cour des comptes.

²⁴ CNES, projet de rapport (2005), Regards sur la politique monétaire en Algérie, www.cnes.org.dz.

Ce n'est qu'après l'effondrement du régime socialiste et l'avènement du mondialisme qui a accompagné la crise pétrolière de 1986 et l'augmentation consécutive de la dette extérieure du pays que la gestion de l'économie nationale est devenue impossible. Ainsi, la loi bancaire a été promulguée en août 1986 pour définir le système bancaire et de crédit et un nouveau cadre institutionnel et fonctionnel des activités bancaires. Aussi, En 1986, le système bancaire algérien a été créé par une loi dont l'objectif principal est de réglementer le mode de financement de l'économie nationale. La loi renouvelle le principe selon lequel le système bancaire constitue un outil politique pour la mise en œuvre des décisions gouvernementales, en allouant des ressources financières et monétaires dans le cadre de la mise en œuvre du système national de crédit.

2.2 La loi du 12 janvier 1988 :

Les autorités algériennes ont engagé plusieurs réformes à partir de 1988, la principale étant l'octroi d'une autonomie à la gestion des entreprises publiques suite au passage d'une économie dirigée à une économie de marché plus libéralisée.

Ainsi, par une loi de 1988, l'Etat algérien a accordé sa prérogative à un fonds d'investissement sous forme de société par actions pour gérer le « Etablissements Publics Economiques, dits EPE », dont font partie les entreprises bancaires. Selon la loi de 1988, une banque est définie comme ayant disposent d'une plus grande autonomie dans la gestion de leur carrière.

2.3 La loi sur la monnaie et le crédit n°90-10 du 14 avril 1990 :

Suite à la crise pétrolière de 1986, l'incapacité du système bancaire algérien à servir l'économie nationale à l'ère de l'économie dirigée par le financement direct des programmes de développement économique et social a été constatée, et des insuffisances ont été constatées, telles que des lenteurs bureaucratiques dues à la centralisation de prise de décision, les banques manquent de technicité et de financement principalement pour les entreprises publiques.

La loi n° 90-10 du 14 avril 1990 avait pour objet de remédier à ces insuffisances en ouvrant le champ aux entreprises privées nationales et étrangères pour créer la concurrence et améliorer l'intermédiation bancaire, tout en améliorant les méthodes de travail de la structure bancaire nationale. Capital, et les banques sont libres de fixer les taux d'intérêt bancaires sans intervention de l'État.²⁵

En outre, les articles 11 et 12 de la loi portent sur le changement de dénomination de la "Banque centrale d'Algérie", en vigueur depuis décembre 1962, en "Banque d'Algérie", en vue de Soutient l'indépendance de l'information de la « Commission de la monnaie et du crédit » lors de sa création, que les législateurs ont prévue à l'article 44 La mission du conseil d'administration de la Banque d'Algérie, tout en élaborant la réglementation applicable aux banques et établissements financiers.

²⁵ HASSAM F., « Le système bancaire algérien, Edition l'économiste », 2012, p44-55

Chapitre 02 : les perspectives de la digitalisation en Algérie

Le législateur a également stipulé le principe de l'agrément bancaire en préservant la qualité de la banque. Notion d'actionnaires, leurs relations et actionnaires de référence.

Les principaux axes de la loi 90-10 sont les suivants²⁶ :

- instauration de l'autonomie de la banque d'Algérie ;
- La régulation du système bancaire algérien par des autorités administratives indépendantes de l'état ;
- La séparation entre l'autorité de réglementation et d'agrément des banques et l'autorité de supervision ;
- Le monopole des banques sur les opérations bancaires ;
- La libéralisation des conditions de banques ;
- La définition des acteurs économiques pouvant exercer cette activité à savoir : les banques et les établissements financiers,

D'autres lois ont été régies ultérieurement dans le but d'accompagner cette libéralisation du secteur bancaire telle que la loi de finances de 1994, l'ordonnance n°95-06 du 25 janvier 1995 sur la concurrence et le décret législatif n° 93 -10 du 23 mai 1993 portant institution de la bourse des valeurs.

2.4. Ordonnance n°01-01 du 27 février 2001 :

Cette ordonnance est venue modifiée et compléter la loi n°90-10 via des aménagements touchants principalement, le conseil de la monnaie et du crédit qui a de ce fait, était divisé en deux organes :

- Le premier organe est constitué du conseil d'administration chargé de la direction et de l'administration de la Banque d'Algérie,
- Le second organe est quant à lui constitué par le conseil de la monnaie et du crédit jouant le rôle d'autorité monétaire.

2.5. Ordonnance n°03-11 du 26 août 2003 :

Cette année a été marquée par la faillite de deux banques privées, à savoir : EL KHALIFA BANQUE et Banque du Commerce et de l'Industrie d'Algérie (B.C.I.A). Le scandale financier Pousser les pouvoirs publics à rechercher une réforme globale des lois sur la monnaie et le crédit.

Trois objectifs principaux sont recherchés à travers ce nouveau texte législatif : permettre à la banque d'Algérie de mieux exercer ses missions, renforcer la coopération entre la Banque

²⁶ Rapport KPMG (2012), Algeria banking guide, P10.

d'Algérie et le gouvernement sur les questions financières du pays et protège mieux les acteurs financiers locaux et l'épargne publique.

En conséquence, les missions assignées à la Banque d'Algérie ont été précisées, la libéralisation du secteur bancaire a été maintenue, tandis que les conditions de création de nouveaux établissements ont été renforcées et de nouvelles exigences ont été introduites en matière de supervision et de contrôle de l'ouvrage. Banque Nationale et Finance.

2.6. Ordonnance n°10-04 du 26 août 2010 :

Le présent règlement est promulgué pour modifier et compléter certaines dispositions de l'ordonnance 03-11 du 26 août 2003 relatif à la monnaie et au crédit.

Le rôle de la Banque d'Algérie a été élargi, celle de la Commission monétaire et du crédit a été mis à jour et les mandats des banques et des établissements financiers ont été intégrés à de nouvelles activités connexes.

En outre, comme mentionné précédemment, la loi de finances complémentaire de 2009 Intègre les obligations des investisseurs étrangers du secteur bancaire de respecter les règles d'allocation du capital dans le cadre des partenariats, soit un taux d'allocation du capital d'au moins 51% pour les actionnaires résidents d'origine. Soutenir la mise en place d'un système de conformité du contrôle interne Niveau des banques et établissements financiers qui composent le marché bancaire national avec l'obligation de considérer tous les risques liés aux activités bancaires.

On note également l'introduction de plusieurs nouvelles dispositions visant à protéger les intérêts des citoyens en réponse à certaines pratiques émergeant dans le secteur, comme l'article 119 bis, où les banques refusent de donner à quiconque la possibilité d'ouvrir un compte de dépôt. L'Algérie est tenue de désigner une banque auprès de laquelle le compte peut être ouvert, et même l'article 119ter impose aux banques d'être plus transparentes dans leurs opérations de crédit, notamment pour tenir les clients informés de leur situation bancaire et des conditions bancaires applicables.

3. L'organisation du système bancaire Algérien :

3.1 La Banque centrale d'Algérie :

La Banque centrale d'Algérie a été créée par la loi n° 62-144 votée par l'Assemblée constituante le 13 décembre 1962, qui établit et définit la constitution de la Banque centrale.

La Banque centrale d'Algérie qui est surnommé Banque des banques, est située dans la capitale d'Algérie, après l'intervention de la loi sur la monnaie et le crédit, est devenue une institution monétaire indépendante vis-à-vis de toute autorité de contrôle ayant un Pouvoir sur les banques commerciales ou les investissements étrangers.

Le décret n° 03-11 modifié et complété accorde à la Banque centrale des pouvoirs de contrôle qui doivent être exercés par la Commission monétaire et du crédit et la Commission bancaire, et le décret n° 10-04 élargit le rôle de la Banque centrale L'Algérie est désormais chargée de promouvoir la stabilité financière et assurer la sécurité et la stabilité du système bancaire.

3.2 Le Conseil de la Monnaie et du Crédit :

Dans son article 62, le décret n° 03-11 du 26 août 2003 stipule que le Conseil dispose des pouvoirs d'autorité monétaire dans plusieurs domaines, notamment :

- émission de la monnaie, établissement de normes et autres conditions de fonctionnement des banques et des chambres de compensation en Algérie,
- la définition, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de la politique monétaire nationale, les objectifs de la politique de change, le mode de surveillance des changes, l'organisation du marché des changes et la gestion des réserves de change,
- la sécurisation des systèmes de paiement,
- approbation de la création des banques et des établissements financiers et retrait des agréments,
- développer les normes et autres règles comptables applicables aux banques et établissements financiers,

Additivement à cela, l'article 6 de l'Ordonnance n°10-04 du 26 août 2010 a élargi les pouvoirs du CMC aux domaines suivants :

En outre, l'article 6 du décret n° 10-04 du 26 août 2010 étend les attributions du CMC aux domaines suivants :

- Les nouveaux produits d'épargne et de crédit ;
- La production de normes, fonctionnement et sécurité des systèmes de paiement ;
- Les règles de bonne conduite et de déontologie applicables aux banques et établissements Financiers.

3.3 La commission bancaire :

La Commission bancaire, organe de contrôle du système bancaire algérien, a été l'une des innovations majeures introduites dans la loi sur la monnaie et le crédit. Il est composé de cinq membres nommés par le Gouverneur général et le Président de la République pour un mandat de cinq ans, dont trois membres sélectionnés pour leurs compétences en matière bancaire, financière et comptable et deux magistrats détachés de la Cour suprême par les Élus du Commonwealth. Après consultation du Conseil supérieur de la magistrature, premier président du tribunal.

3.4 Les banques publiques :

Il y en a six (06) au total, et nous les rendrons en fonction de leur date de création²⁷ :

BNA : La première banque nationale a été créée en juin 1966 est devenue une SPA aux termes de la loi n° 88-01 du 1er janvier 1988, relative à l'autonomie des entreprises publiques et obtenue en 1995 suite à une réforme des pouvoirs publics agréée. Depuis 1982, elle est spécialisée dans le financement de l'économie nationale et des secteurs industriels.

BEA : Créée en 1967 par décret n° 67-204 sous la forme d'une société nationale, depuis 1970 une banque des grandes sociétés industrielles nationales dont l'objectif principal est de faciliter les relations commerciales et financières internationales. En 1989 elle devient une SPA tout en conservant les mêmes objets actifs. Ce n'est qu'en 2002, par décision n° 02-04 du 23 septembre 2002, qu'elle a été officiellement habilitée à effectuer diverses opérations bancaires reconnues.

CPA : Banque créée en 1966 par décret n° 66-366 du 26 décembre 1966. En 1985, la Banque de Développement Local (BDL) est créée par la cession des actifs de la CPA (agence, comptes salariés et comptes clients). En 1988, le CPA devient une SPA, et en 1997 il obtient une licence bancaire. Sa mission est de promouvoir et de financer les secteurs BTPH, santé et pharmacie, commerce, distribution, hôtellerie et tourisme, médias, PME/PME et artisanat.

BADR : La banque a été créée suite à la dissolution de la BNA en 1982 par le décret n°82-106 du 13 mars 1982. Son activité principale est de financer les secteurs de l'agriculture, de la pêche et des ressources. Pêche et monde rural promu.

BDL : Comme mentionné plus haut, cette banque a été créée en 1982 par la réorganisation de la CPA. Sa mission est de financer les PME/PMI et les activités commerciales au sens large.

La CNEP : Créée en 1964, la mission principale du CNEP est la collecte de l'épargne publique. Elle est devenue une banque en 1997. Sa mission est également de fournir des crédits pour l'achat de logements, de promouvoir le secteur de la promotion immobilière et les services liés au logement tels que les bureaux d'études.

La particularité de cette banque est qu'elle existe dans le réseau postal et sert à collecter l'épargne personnelle.

3.5 Les banques privées :

- Quatorze d'entre eux au total, que nous citerons en fonction de la date à laquelle ils ont agréé leur activité en Algérie²⁸ :

²⁷ Décision N°17-01 du 02 janvier 2017 portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financier agréés en Algérie, Annexe 1, J.O N°02 du 11 janvier 2017, p25.

²⁸ Décision N°17-01 du 02 janvier 2017 portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financier agréés en Algérie, Annexe 1, op.cit., p25

Chapitre 02 : les perspectives de la digitalisation en Algérie

- **El Baraka Banque** : la première banque à profession « islamique » créée en Algérie en 1991. Ses actionnaires sont le groupe saoudien Dallah El Baraka et BADR. Ses activités sont régies par la Charia 3, y compris les plans sociaux et solidaires, elle est responsable de la gestion du fonds Zakat⁴ et fournit des modes de financement tels que Murabaha, Moucharaka, El Ijar, El Istisna et Moudharaba.
- **Citibank Algérie** : Après avoir ouvert un bureau de liaison, la banque est officiellement agréée depuis 1992, et a été autorisée à ouvrir des succursales en 1998. Son activité est centrée sur le financement des investissements étrangers et la gestion de trésorerie.
- **ArabBanking Corporation-Algérie**: C'est une filiale d'Arab Bank Corporation Bahreïn, qui a ouvert un bureau de représentation en Algérie en 1995, puis en 1998, il a été créé et agréé et la banque a commencé ses opérations en Algérie. La banque propose d'accompagner les grandes entreprises, les PME, les entrepreneurs individuels mais aussi les particuliers avec diverses solutions de financement.
- **Natixis Algérie** : La première banque française à capitaux 100% étrangers en Algérie, agréée en 2000, est une filiale du groupe BPCE adossée à Natixis. Elle intervient dans le financement des grandes entreprises, des PME/PME, ainsi que dans le financement des particuliers.
- **Société Générale Algérie (SGA)** : c'est une banque commerciale, capitalisée à 100% par le groupe Société Générale (France), agréée en 2000, son activité est le financement des entreprises, y compris toutes. En plus de divers services bancaires, elle accorde également des crédits aux ménages.
- **Arab Bank PLC - Algérie** : Agréée en 2001, son siège social est à Amman. Elle finance activement des entreprises ainsi que des particuliers dans tous les domaines d'activité.
- **BNP Paribas El Djazair** : c'est une filiale à 100% de BNP Paribas (France). Elle a ouvert un bureau de représentation en 2000 puis a obtenu son agrément en 2002 pour effectuer tous les types d'opérations bancaires reconnues.
- **Gulf Bank Algérie (AGB)** : membre de la Kuwait Project Company, c'est une banque de droit algérien qui a été agréée en 2004 proposant les produits bancaires classiques et ceux issus de la finance alternative à la fois.
- **Trust Bank Algeria** : agréée en 2002, elle est membre du groupe NestInvestment Holding, LTD qui est basée à Chypre et dont le capital est détenu par des privés. Elle est présente en Algérie à travers 05 autres entreprises dont l'une active dans le secteur de l'assurance.
- **The Housing Bank for Trade and Finance-Algeria** : banque agréée depuis 2003, il s'agit d'une filiale de la Housing Bank For Trade and Finance et dont le capital est détenu par deux institutions financières, à savoir : The Housing Bank for Trade & Finance/Jordanie à raison de 85% et Libyan Arab Foreign Investment Holding Company-Algeria à hauteur de 15%. Elle offre des solutions de financement aux deux marchés : celui des entreprises et des particuliers.

- **Fransabak El-Djazair SPA** : créée en 2006, il s'agit d'une banque à capitaux mixtes majoritairement libanais qui obtient son agrément en 2010, sa clientèle est composée de PME ainsi que de grands groupes nationaux et internationaux et offre tous les produits et services d'une banque commerciale à vocation universelle.
- **Crédit Agricole Corporate et Investment Bank-Algérie** : c'est une filiale à 100% du groupe français Crédit Agricole. Agrément obtenu en 2007, elle active comme banque d'investissement.
- **H.S.B.C - Algeria** : agrément obtenu en 2008 autant que succursale de banque et en 2010, elle propose des services bancaires aux entreprises et aux particuliers.
- **Al Salam Bank-Algeria** : agréée en 2008, c'est une banque qui a pour objet la promotion des produits de la finance alternative que ce soit dans les investissements immobiliers ou dans celui du financement des entreprises.

2.6 Les établissements financiers :

Huit Etablissements Financiers sont également mentionnés²⁹ :

- Société de refinancement hypothécaire ;
- Société financière d'investissement, de participation et de placement ;
- Arab Leasing Corporation (ALC),
- Maghreb Leasing Algérie (MLA),
- Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA),
- Société Nationale de Leasing-SPA,
- Ijar Leasing Algérie-SPA,
- El Djazair Ijar-SPA.

Toutes les banques collectent des ressources auprès du public, allouent des prêts, fournissent des moyens de paiement aux clients et les gèrent. Ils effectuent également diverses opérations connexes. Une institution financière exerce les mêmes activités qu'une banque, sauf qu'elle collecte des ressources auprès du public. La création des banques privées et le développement de leurs activités ont permis l'avènement d'un environnement concurrentiel entre les banques tant au niveau du marché des ressources, qu'au niveau du marché de crédits et surtout des services bancaires.

Section 02 : la modernisation des moyens de paiement au sein des banques algériennes

La Banque d'Algérie a adopté les nouvelles technologies comme le transfert de données et développement informatique pour concevoir un nouveau système de paiement afin de garantir la

²⁹ Décision N°17-01 du 02 janvier 2017 portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financier agréés en Algérie, Annexe 2, op.cit., p25.

fiabilité et la rapidité entre le règlement, la banque a contribué au développement du secteur bancaire et à la modernisation du système bancaire algérien.

1. la transition de la compensation manuelle à la télé-compensation :

Pour que les banques s'échangent entre elles des chèques, des prélèvements, des virements...etc. L'Algérie a modernisé son système de paiement passant de la compensation Manuelle à la télé-compensation pour garantir plus de sécurité et de rapidité des opérations Bancaires.

1.1 Définition de la compensation manuelle :

Dans le cadre de la compensation manuelle, les représentants des banques se réunissent quotidiennement à la chambre de compensation à une heure fixe, et ils portent à échanger des chèques, des bordereaux de virement, etc. Ces instruments de paiement sont transportés par voitures, trains, camions, etc., quelques banques envoient des représentants, tandis que d'autres comptent sur les banques participantes pour les représenter. Autrement dit, La liquidation manuelle est une série de procédures suivies par certains établissements les institutions financières communiquent avec d'autres institutions financières dans un emplacement localisé (clearing house) pour échanger des informations ou des documents relatifs au transfert de fonds.

1.2 Les objectifs de la modernisation :

Les réformes mises en œuvre sont vues comme une réponse globale à ces rigidités, dans le cadre d'un programme d'intégration et de structuration qui se modernise rapidement. Les actions menées dans le cadre de cette réforme nationale visent à atteindre les objectifs des différents acteurs.

1.2.1 Pour le secteur bancaire :

- Améliorer l'image des services bancaires comme base de conquête de nouveaux clients après la libéralisation des affaires ;
- Augmenter les dépôts à vue (réserves restantes dans les comptes de paiement autres qu'en espèces, éliminer le phénomène des « retraits mensuels »), créant une base structurelle pour la liquidité et la disponibilité permanente de ressources à faible coût ;
- Élimination des risques liés aux conditions opérationnelles de traitement des opérations de paiement, notamment en raison des difficultés à établir les soldes des comptes courants dans un délai défini.

1.2.2 Pour les pouvoirs publics algériens :

- Réduire les coûts et le temps de traitement des transactions ;
- Communication accélérée et sécurisée ;
- Améliorer la liquidité de la circulation des moyens de paiement ;

- Augmenter la rentabilité de la banque et améliorer la qualité de ses services ;
- Assurer la traçabilité des opérations ;
- Par conséquent, augmenter la part des paiements autres qu'en espèces.

1.2.3 Pour les autorités de régulation (CMC) :

- Réduction de la part du cash dans les paiements (flux de capitaux non modifiables, commission de gestion de trésorerie) ;
- Réduction du temps de collecte pour les paiements scripturaux (c'est-à-dire 20 jours minimum avant la modernisation) ;
- Mise en place de systèmes de paiement sécurisés conformes aux standards internationaux (dans le domaine de la sécurité des systèmes de paiement) ;

2. les nouveaux moyens de paiement :

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

2.1 Le système de télé-compensation de paiement de masse :

La modernisation du système de paiements de masse représente en Algérie un volet important de la réforme des systèmes de paiements dans leur ensemble. Il s'agit de la mise en place d'un système de télé-compensation des paiements par chèques, effets, virements, prélèvements, retraits et paiements par carte bancaire.

2.1.1 Définition du système de télé-compensation (ATCI) :

Le système de télé-compensation dit ATCI (Alegria télé-compensation interbancaire) est mis en place par la Banque d'Algérie et mis en production en mai 2006. Celui-ci est initié dans le secteur bancaire, qui avait démarré sa mise en service avec la compensation des chèques normalisés, tandis que les autres instruments de paiement ont été progressivement introduits dans ce système.

Ce nouveau mode de compensation permet, en outre, un maximum de sécurité au client. Il consiste ainsi en la mise en place de circuit d'échange interbancaire dématérialisés et totalement automatisés.

En d'autres termes, le système SIT est un système de règlement traitant les opérations de petits montants (chèque, virements, prélèvements, cartes bancaires...) échangés entre les différentes banques. Ce système a pour vocation de permettre une gestion plus efficace et plus pragmatique de ce que l'on pourrait identifier comme étant un « moyens de paiement de masse ».

2.1.2 Le fonctionnement du système ATCI :

- La phase de calcul de la position nette de chaque participant avant la clôture de la journée de négociation.

- une phase d'échange en continuation des ordres de paiement entre les participants, suivant le profil de la journée d'échange ;

Règlement du solde uniquement si et seulement si toutes les positions nettes des débiteurs sont couvertes par les provisions existantes dans leurs comptes de règlement respectifs.

Les chambres de compensation manuelles sont toujours ouvertes au traitement des chèques non standardisés à la date de mise en fabrication sur les systèmes ATCI et autres instruments en attente de paiement pour son intégration progressive dans le système de compensation électronique.

En fin avril 2009, les banques ne passent plus par la chambre de compensation manuelle comme un transfert global des salaires avec une documentation détaillée dans le paiement de virements dits multiples y compris le transfert automatique de virements de salaires des entreprises à la banque et de la banque au système ATCI.

2.2 Le système de paiement de gros montant RTGS :

Le système algérien de règlements bruts en temps réel de gros montants ARTS est un système automatisé des paiements interbancaires par ordres de virement pour les gros montants ou les paiements urgents, ces ordres de virements sont effectués dans le système un par un et en temps réel. Les paiements ne sont donc pas compensés. Les paiements effectués dans le système sont "irrévocables" de façon à assurer la libre utilisation des fonds reçus par un participant pour l'exécution de ses propres opérations³⁰.

Le RTGS est opérationnel en Algérie depuis début février 2006 il contribue aux paiements électroniques interbancaires portant sur les grandes sommes dont le seuil minimum ne peut être inférieur à 1 million dinars algériens.

2.2.1 Le fonctionnement du système RTGS :

Le système algérien de règlement brut en temps réel pour les RTGS de grande valeur est un système automatisé de paiement par bordereaux de virement. Ces ordres de virement sont exécutés un par un système en temps réel (à la demande du client). Le système RTGS est représenté par quatre piliers :

³⁰ 14 COULIBALY. N « La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) », Centre Africain d'Etudes supérieures en Gestion (CESAG), Mémoire de fin d'étude, promotion 2002, P14.

- Il doit permettre de traiter les transactions sur une base unique. Il fonctionne après avoir vérifié qu'il existe des réglementations, les opérations sont traitées une par une les comptes de l'organisme donneur d'ordre ;
- Il doit traiter les transactions en temps réel, c'est-à-dire dès leur réception. L'imputation des opérations comptables et transferts de provisions des comptes émetteurs Les ordres passés sur les comptes bénéficiaires sont émis en même temps ;
- Le système fonctionne en monnaie centrale, ce qui assure le caractère définitif du règlement ;
- Le paiement s'effectue par débit du compte du donneur d'ordre et crédit du compte du bénéficiaire. De ce fait, les soldes débiteurs ne sont pas autorisés ce qui peut créer des files d'attente.

Les paiements effectués dans le système sont irrévocables pour garantir que les participants peuvent utiliser les fonds reçus pour effectuer leurs actions gratuitement. En cas de paiement erroné, le participant concerné doit demander au participant qui a reçu le virement de le lui renvoyer pour corriger l'erreur. La participation des banques peut constituer un outil efficace pour le système bancaire national afin de prévenir les risques systémiques de liquidité et de crédit via les messages SWIFT³¹.

Le système RTGS est constitué d'une plateforme de production connectée à une plateforme dite « participante » installée au niveau de la banque.

De plus, le système RTGS de la plate-forme de secours automatique peut répliquer le paiement et prendre automatiquement le relais pour poursuivre les opérations si la plate-forme de production rencontre un problème. Les participants au système RTGS sont les banques algériennes, le trésor public.

Les participants du système RTGS sont : la banque d'Algérie, les banques, le trésor public, Algérie poste, Algérie clearing pour les paiements à la bourse, et le CPI (centre de pré-compensation interbancaire) pour les paiements de masse.

2.3. La société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique (SATIM) :

Afin de suivre le rythme des développements mondiaux dans le domaine financier et bancaire, Un groupe de banques algériennes a créé la société SATIM afin de fournir un soutien technologique nécessaire pour elle.

³¹ <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/rundefinedseau-swift.html> consulté le 25/05/2022 à 14h23.

2.3.1. Définition de SATIM :

La société d'automatisation des opérations interbancaires est créée. Dont la création de l'entreprise publique économique SATIM En tant que société par actions et succursale des plus importantes banques commerciales algériennes, elle contribue au capital de cette société Un groupement de banques commerciales : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural BADR, Banque d'Algérie Externe BEA, Banque Locale de Développement BDL, Banque Nationale BNA algérienne, Al Baraka Bank El Baraka, Caisse nationale d'épargne et de réserves CNEP, Le Fonds National de Coopération Agricole (CNMA), et son capital était estimé à la constitution était estimé à environ 267 millions de dinars algériens, et cette société supervise les transactions financières électroniques de 16 Une institution financière (07 banques publiques, 09 banques privées), en plus d'Alger Poste.

2.3.2. Les fonctions de la SATIM :

SATIM est un ensemble de tâches qui peuvent être résumées comme suit³² :

- Développer les transactions financières électroniques en élaborant des programmes et des plans d'action modernes interbancaire ;
- Assurer une compatibilité totale entre tous les concessionnaires du réseau de services bancaires électroniques dans Algérie ;
- Participation à l'élaboration des règles de gestion des produits monétaires interbancaires ;
- Accompagner la Banque dans la création et le développement de produits monétaires ;
- Diagnostiquer les instruments saisis ;
- création du réseau de caisse commune RMI ;
- Développement et gestion de guichets automatiques bancaires (GAB) ;

2.4. Le réseau monétique interbancaire (RMI) :

Le réseau monétique interbancaire est lancé par la SATIM en 1996, qui est devenu opérationnelle depuis 1997, il permet aux banques nationales ou étrangères, privées ou publiques d'offrir à l'ensemble de leurs clients des services de retrait et de paiement.

Ce réseau est constitué d'un système central de guichets automatique de banque, distributeurs automatiques de billets et terminaux de paiement électronique utilisés pour les services bancaires

³² <http://www.made-in-algeria.com/news/satim-5861.html> consulté le 25/05/2022 à 14h48.

(retrait de billets et paiement par carte bancaire). Il garantit le traitement des transactions pour le compte des banques adhérentes³³.

Autrement dit, le RMI est un système constitué d'un système central, de Guichets Automatiques de Banque, de Distributeurs Automatiques de Billets et de Terminaux de Paiement Electroniques, utilisés pour les services bancaires, notamment le retrait de billets de banque et le paiement par carte bancaire. Les adhérents du RMI sont aux nombres de dix-sept, dont sept banques publiques, neuf banques privées et Algérie Poste.

2.4.1. L'adhésion au RMI :

L'adhésion au RMI nécessite la réalisation de plusieurs conditions tel que :

- La signature d'une convention interbancaire.
- La signature de contrats de coopération liée aux services offerts par le RMI.
- Respect des spécificités techniques édictées par le RMI (gestion de fichiers porteurs, délais).

Après adhésion de l'institution financière au Réseau, la SATIM met en place la logistique nécessaire pour l'adhésion réelle de cette dernière au réseau (connexion de DAB), La SATIM offre aux adhérents deux possibilités :

- Acquérir ses propres DAB et TPE, tout en respectant les normes de configuration imposées par SATIM, qui les assiste lors de l'achat des DAB et TPE.
- Les DAB acquis et implantés sont reliés par le réseau DZ pack ou IP. Les TPE acquis sont reliés au centre monétaire de SATIM uniquement par liaison RTC ou GPRS.

³³ https://www.memoireonline.com/10/12/6337/m_Automatisation-du-secteur-bancaire-et-securisation-des-transactions-de-la-monnaie-fiduciaire--la9.html consulté le 25/05/2022 à 15h17.

Figure 2 : Adhésion des institutions financières au RMI (en 2003) :

Etablissements	Adhésion
Algérie Poste	Réalisée
BNA	Réalisée
BEA	Réalisée
BADR	Réalisée
CPA	Réalisée
CNEP/Banque	Réalisée
EL BARAKA	Réalisée
RAYAN Banque	Réalisée
Société Générale	Réalisée
BDL	Réalisée
BNP Paribas	Réalisée

Source : Document interne SATIM

2.5. Le réseau SWIFT :

Créée en 1973, SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication) est une société privée de droit belge qui offre une plate-forme de messagerie sécurisée, des standards pour communiquer et un bouquet de produits et de services autour de cette messagerie³⁴.

Ce réseau est principalement utilisé pour transmettre des informations pour réaliser des virements bancaires. Il est sans réel concurrent pour des opérations vers des pays non reliés aux systèmes de compensation continentaux. Plus de 11 000 organisations bancaires et de titres, infrastructures de marché et entreprises en sont clientes dans plus de 200 pays et territoires.

2.5.1 Les avantages de SWIFT :

- La disponibilité : le réseau est accessible vingt-quatre heures sur vingt-quatre (24h/24h), sept jours sur sept (7j/7).
- La rapidité : quelques secondes suffisent pour la transmission d'un message d'un point du monde à l'autre bout de celui-ci,
- La normalisation : les messages Swift sont fortement structurés. Leur normalisation rend les messages compréhensibles par toutes les banques du monde qui adhèrent au réseau.

³⁴ <https://www.lafinancepourtous.com/outils/questions-reponses/quest-ce-que-swift/> consulté le 25/05/2022 à 16h06.

- La fiabilité et la sécurité : Chaque message contient un code qui permet d'identifier l'émetteur et le récepteur et garantit que le texte du message n'a pas été modifié pendant la transmission.
- Les moyens de traitement de l'information : éviter les doubles transmissions. La confidentialité : Swift chiffre chaque message lors de son entrée dans le réseau, qui est ainsi protégé contre les écoutes pirates.
- Le bon marché : le message Swift a un coût réduit inférieur à celui d'un télex.
- La responsabilité : Swift assume la responsabilité civile liée à la transmission et à la délivrance des messages

2.6 E. Banking :

Les banques électroniques ont reçu plusieurs concepts, que nous résumons comme suit :

Ce sont des banques qui basent leurs services sur la banque d'origine. (Services bancaires par téléphone et les services par Internet) Et d'autres piliers électroniques bien connus dans le monde des technologies de l'information et de la communication.

Une banque électronique est une institution financière en réseau qui exécute ses services en utilisant des méthodes électroniques, L'Internet est l'une de ses formes les plus importantes. Il est représenté dans les unités terminales qui fournissent des services bancaires à l'aide d'ordinateurs.

Les banques électroniques sont des banques qui fournissent une variété de services bancaires sans s'arrêter et sans emploi humains, et Berman les définit comme des points de livraison informatisés pour les services bancaires

Le mécanisme a une plage horaire étendue, ce qui signifie qu'il fournit ses services 24 heures sur 24 et en tout lieu où se trouve le client.

Le E. banking avait été pour la première fois en Algérie en janvier 2010 par la BNA, CPA, et la BEA. La banque met en place toutes les mesures de sécurité nécessaires à la protection du service en ligne, E-banking.

- La protection de l'E-banking se fait en trois niveaux :
- Connexion sécurisée : « protocole http ; // » L'accès en ligne au site de la banque est donc crypté pour plus de sécurité.
- Utilisation de mots de passe : Les clients souhaitant utiliser les services e-banking doivent en faire la demande auprès de leurs agences. Les clients ne peuvent s'inscrire qu'une seule fois au système monétique et doivent en faire la demande auprès de leur agence. Un client ne peut être enregistré qu'une seule fois dans le système bancaire électronique.

- Le numéro d'identification permet la signature électronique : le numéro d'identification vous est fourni lors de votre souscription aux services e-banking, et le numéro d'identification affiche un code basé sur une horloge interne.

Une combinaison de ces trois éléments (nom d'utilisateur, mot de passe, numéro) d'identification) pour assurer une sécurité optimale des transactions bancaires électroniques.

La défaillance des services de télécommunications au niveau bancaire a longtemps freiné l'utilisation des services monétiques en Algérie. Mais cela commence à s'améliorer très prudemment, et la banque a une grande marge de progression dans ce domaine.

Section 03 : L'E-banking en Algérie

Introduction.

L'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication au cours des dernières années a complètement bouleversé l'industrie bancaire et financière. Dans cette optique, l'e-banking est en plein essor et une nouvelle génération de banques émerge, comme la banque en ligne. Les banques proposent de plus en plus des produits et services en ligne du fait d'Internet, de la disponibilité croissante de téléphones avec des applications dédiées aux différents services bancaires et de l'émergence d'une clientèle plus ouverte et accommodante à ces nouvelles technologies. De la simple ouverture et consultation de compte, à la souscription de crédit, virement électronique, télétransmission, etc... Une nouvelle vague d'innovation a complètement bouleversé la relation banque/client.

1. L'initiation des projets de l'E-banking en Algérie :

La volonté politique de développer la monétique s'est manifestée au début des années 1990 par la création de la SATIM en 1995 avec la création de la « Société de Transactions Interbancaires et d'Automatisation Monétaire ». En outre, le secteur bancaire a connu un processus de modernisation par la mise en place de nouveaux réseaux, par l'acquisition de nouveaux équipements et de nouvelles technologies de communication. La réussite de ce Processus de modernisation repose sur l'efficacité du réseau de télécommunications, qui représente le principal support technique du nouveau réseau monétique³⁵.

En effet, les réseaux de télécommunications permettent de faciliter le fonctionnement des échanges et de traiter toutes les opérations de paiement et les échanges de données entre et au sein des banques.

³⁵ DAHDOUBI D., « L'E-BANKING ET SON IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT DE LA BANQUE CAS : BANQUE NATIONALE D'ALGERIE (BNA) » Mémoire de Master, université de Mostaganem, 2019, P53.

1.1 La SATIM :

La société a été créée pour diverses missions liées à la modernisation des banques et à la promotion des moyens de paiement électroniques, à savoir³⁶ :

- Actions de développement et d'utilisation des moyens de paiement électronique,
- Mettre en place et gérer des plateformes techniques et organisationnelles pour assurer une interopérabilité complète entre tous les participants au réseau monétique algérien,
- Participer à la mise en œuvre des produits de règles de gestion des paiements électroniques interbancaires,
- Accompagner les banques dans la mise en œuvre et développement de produits de paiement électronique, etc. ; d'autres banques étrangères liées par le droit algérien ont rejoint l'institution, telles que BNP Paribas, Natixis, HSBC, Housing Bank, Société Générale etc.

1.2 Algérie poste :

La Poste Algérienne est la première institution à réaliser un projet pilote dans le domaine de la monétique. Le projet a construit 110 guichets automatiques bancaires (GAB) et livré 200 000 cartes de paiement entre 1997 et 2005. Il faut noter que le réseau est petit et que le nombre de cartes distribuées est insignifiant par rapport au nombre de clients importants de cette société. De plus, il convient de noter que la fonctionnalité offerte aux clients est limitée, car pendant cette période, la carte émise ne permettra que les retraits aux guichets automatiques. Le paiement des transactions avec les commerçants ou sur Internet n'est pas possible. Quelques années plus tard, les résultats étaient encore insignifiants, bien que le ministre des Finances de l'époque Mr A. Benkhelfa (magazine gratuit des nouvelles technologies, 2015) ait annoncé la possibilité d'effectuer des paiements par carte de crédit, ce qui, selon le ministre, devrait être prolongé avant la fin du mois de juin 2016 : « Cette demande s'adresse aux commerçants, aux patronats, aux consommateurs et aux banquiers. J'espère que la plateforme de paiement par carte sera élargie dans l'ensemble des métropoles. Il faut que la monétique se développe comme se sont développés la téléphonie mobile et Internet ».³⁷

1.2.1 Les carte d'Algérie Post :

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

- La carte interbancaire de retrait (carte CCP) :

Cette carte est délivrée systématiquement à l'ensemble des titulaires de compte CCP actifs. Elle permet d'effectuer :

³⁶ <https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html> consulté le 26/05/2022 à 12h30

³⁷ DAHDOUBI D., « l'E-banking et son impact sur l'enivrement de la banque cas : Banque Nationale d'Algérie (BNA) » Mémoire de Master, université de Mostaganem, 2019, P62.

Chapitre 02 : les perspectives de la digitalisation en Algérie

- tous les services proposés aux distributeurs automatiques d'Algérie Poste et certains aux distributeurs bancaires,
- Toutes les opérations financières au niveau des guichets des bureaux de poste à l'aide d'un lecteur de carte connecté au poste de travail.

Figure 3 : La carte interbancaire de retrait (carte CCP)



- Les cartes interbancaires de paiement CIB Classique et Gold :

Ces deux cartes de paiement, conformes à la norme EMV (Visa Européen Mastercard)³⁸, sont émises à la demande du client.

La carte CIB classique permet d'effectuer tous les services proposés sur le DAB/GAB d'Algérie Poste et des banques ; ainsi que les paiements de biens et services auprès des commerçants membres du Réseau Interbancaire de Paiements Electroniques (RMI) SATIM et équipés du Paiement Electronique Bornes (TPE).

Elle permet d'offrir les mêmes services que la carte Classique, mais avec des plafonds de retrait et de paiement plus élevés.

³⁸ Article 2 : La carte bancaire, dotée de l'interface de communication « contact » et/ou « sans contact », doit répondre aux normes internationales figurant dans le tableau ci-annexé. Elle doit répondre par ailleurs au standard EMV (Europay - Mastercard - Visa). Les données inscrites sur la carte bancaire permettent d'opérer des transactions de retrait et de paiement. Le « repli sur piste magnétique », pour opérer les transactions de retrait et/ou de paiement, est explicitement interdit.
<https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/instructions2020/instruction122020.pdf> consulté le 27/05/2022 à 10h20.

Figure 4 : Les deux cartes CIB offertes par Algérie poste.



- La carte EDAHABIA :

C'est une carte bancaire de paiement électronique sous le système EMV (Europay Mastercard Visa), qui assure la sécurité des utilisateurs Réaliser des transactions auprès de ses titulaires et permettre diverses opérations de retrait et de paiement sur comptes (CCP), guichets automatiques bancaires (GAB), et terminaux de paiement électronique (TPE). Cette carte a été introduite en 2017 par Algeria Position. Les services fournis par EDAHABIA sont :

- Achat de divers articles et produits présentés dans les boutiques en ligne d'Algérie Poste et de ses partenaires,
- Payer les factures d'électricité, de gaz et d'eau ;
- Recharger des crédits de communication via les téléphones portables ;
- Retirer de l'argent auprès des concessionnaires CCP et ATM ;
- Et d'autres services à intégrer prochainement.

Nous reproduisons abondamment le communiqué de presse d'Algérie Poste faisant la promotion de la carte EDAHABIA :

« Dans le cadre de sa politique du développement des prestations électroniques qui s'inscrit dans la stratégie de modernisation des services, et afin d'assurer un service public de qualité et de se rapprocher davantage du client, Algérie poste porte à la connaissance des citoyens qu'elle envisage la généralisation de l'usage de la nouvelle carte EDAHABIA sur tous les distributeurs automatiques des billets de banque d'ici la fin de l'année et à travers tout le territoire national ».

En conséquence, 173 distributeurs automatiques de billets sont désormais passés au nouveau système, une opération qui se déroule progressivement afin de ne pas encourir de pénalités pour les utilisateurs d'anciennes cartes CCP qui n'ont pas encore fait de demande via le site Algérie

Chapitre 02 : les perspectives de la digitalisation en Algérie

Poste. Il convient de mentionner qu'à ce jour, la société a reçu 2 millions de commandes de cartes via Internet et que le nombre d'utilisateurs de l'ancienne carte est de 5 millions.

A cet effet, tous les clients ne disposant pas de nouvelle carte sont invités à s'inscrire via le site internet : www.poste.dz.

Par ailleurs, pour assurer le bon déroulement de l'émission et de la distribution des nouvelles cartes, un plan de relance du nouveau système monétique a été mis en place dans ce contexte. Algérie Poste a pris l'initiative d'attribuer automatiquement une nouvelle carte Edahabia à tous les clients utilisant l'ancienne carte CCP (carte active).

Ces nouvelles cartes leur seront distribuées et délivrées au niveau de l'agence postale desservant l'adresse indiquée sur le document ou le chéquier d'ouverture des comptes courants postaux. Et pour assurer un suivi de bout en bout, depuis la passation de la commande par Internet jusqu'à la livraison de la carte Edahabia, Algérie Poste propose à ses clients un service de traçabilité, grâce auquel ils peuvent suivre les différentes étapes de leur production et de leur distribution. En consultant la fiche du site : <https://baridinet.poste.dz/> ou en contactant le centre d'appel 15-30.

L'agence d'Algérie poste n'a ménagé aucun effort et a investi beaucoup de matériel et de main-d'œuvre pour assurer le bon déroulement de l'opération et de garantir le transport et la distribution des cartes à travers le pays.

Les principaux axes suivis par Algérie Poste concernant les nouveaux systèmes de paiement électronique reposent principalement sur les services financiers offerts, tels que³⁹ :

- Digitalisation des transactions financières et monétiques,
- Modernisation des systèmes de paiement par l'utilisation des TIC pour développer des services de qualité et des services premium à valeur ajoutée,
- Soulage la pression des longues files d'attente dans les agences postales, en particulier sur les échéances importantes (Ramadan, fêtes religieuses, etc.),
- Redynamisation et intégration des services à distance,
- Réduire les besoins de trésorerie,
- Fournir des services accessibles aux citoyens de manière durable, sans contraintes de déplacement et d'attente,
- Assurer l'intégration des transactions financières sécurisées en utilisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication,

³⁹ <https://www.algerie-eco.com/2017/10/26/algerie-poste-173-gab-basculer-nouveau-systeme/> consulté le 27/05/2022 à 10h30.

- Développement du commerce électronique.

1.3 Les Terminaux de Paiement Electronique (TPE) :

C'est un appareil qui permet à un commerçant d'accepter et de traiter les règlements Par cartes bancaires. Le terminal de paiement électronique est connecté avec les services spécialisés de la banque. Le commerçant peut aussi intégrer à son terminal de paiement électronique une fonction de caisse enregistreuse⁴⁰.

1.4 Les libres services bancaires :

La banque en libre-service est un concept qui spécifie tous les services bancaires que les clients peuvent obtenir via des terminaux automatisés, tels que les guichets automatiques bancaire (GAB) et les distributeurs automatiques de billets (DAB).

1.4.1 Les distributeurs automatiques de banque :

Les distributeurs automatiques de billets sont des ordinateurs placés dans des lieux publics (banques) qui autorisent l'utilisation de cartes magnétiques et de codes PIN, Retirez des fonds dans la limite supérieure, généralement une fois par semaine. Le montant retiré est ensuite débité du compte du client.

1.4.2 Les guichets automatiques de billets :

Un guichet automatique est un système en ligne qui est directement lié aux différents comptes du client de l'utilisateur. Celui-ci utilise une carte magnétique et un code secret pour accéder à l'ordinateur. Par conséquent, les guichets automatiques peuvent effectuer diverses opérations sur les comptes bancaires. Il peut s'agir de transferts monétaires, Consultation ou transfert de compte.

2. Le développement de l'E-Banking en Algérie :

Les actions menées par la SATIM sur l'e-banking ne se concrétisent qu'en 2002 ; soit sept après sa création⁴¹.

Entre 2002 et 2005, plusieurs actions ont été lancées pour la mise en place d'un système de paiement interbancaire, à savoir :

- Développement du Réseau Monétaire Interbancaire (RMI) pour assurer la sécurité et l'interopérabilité des systèmes de retrait et de paiement GAB et TPE,
- Un système de paiement par carte conforme à la norme EMV a été adopté entre 2003 et 2004 et, en 2005, le Comité des paiements interbancaires (COMI) a été créé.

⁴⁰ https://fr.wikipedia.org/wiki/Terminal_de_paiement_%C3%A9lectronique consulté le 27/05/2022 à 11h00.

⁴¹ DAHDOUBI D., « l'E-banking et son impact sur l'environnement de la banque cas : Banque Nationale d'Algérie (BNA) » Mémoire de Master, université de Mostaganem, 2019, P62.

Chapitre 02 : les perspectives de la digitalisation en Algérie

En ce qui concerne la deuxième phase, entre 2006 et 2008, ce fut :

- Développement du Système de Paiement Interbancaire (CIB), le système pilote a été lancé en 2006, généralisation 2007, Efforts de promotion en 2008.

Durant cette période, le système SATIM a fourni deux services principaux qui sont : Retraits aux guichets automatiques et le règlement des transactions Terminal de Paiement Electronique (TPE) obtenu par les commerçants.

Les institutions du secteur monétaire offrent à leurs clients deux types spécifiques de Cartes électroniques :

- Carte ATM, sa fonction est limitée à des guichets automatiques et des demandes de compte,
- Les cartes de paiement, dont la fonctionnalité s'étend au paiement de factures d'achat sur le terminal de paiement électronique et autres produits bancaires via Internet et par Téléphone.

Durant la troisième période ; à compter de 2008, les actions menées par la SATIM visent à développer progressivement les services proposés par la banque sur son site Internet (consultation de soldes, demande de chéquier, demande d'extrait de compte bancaire, transfert d'argent, etc.), en les introduisant via le mobile téléphones et sur le système de paiement en ligne. Il convient également de noter que les efforts entrepris par Algérie poste sont énormes et ont abouti à divers projets dans ce domaine, impliquant :

- Promouvoir la carte électronique auprès de tous les clients de l'entreprise,
- Fournir la carte de paiement CIB,
- Extension du réseau ATM,
- Développement progressif des services rendus aux clients via Internet, téléphone portable.

Spécificité de l'e-banking en Algérie :

Une banque sans site internet est une banque sans avenir. Aujourd'hui, la plupart des transactions bancaires dans le monde se font en ligne via internet et ces dernières années cette avancée ou ce développement tel que le monde le connaît a contraint les banques à créer des sites internet structurés, attractifs et ergonomiques.

Dans le domaine bancaire, un site Internet est plus qu'une simple vitrine pour promouvoir la banque et ses services, il permet également aux clients de :

- Recharger les cartes bancaires Visa, Mastercard, CIB, etc... ;
- demander un chéquier ;
- Imprimer les relevés de compte et les transactions par carte de crédit ;
- Transférer de l'argent en ligne de compte à compte sans passer par la banque.

Allant plus loin, les banques ont introduit des applications pour smartphone qui permettent d'effectuer des transactions ou des paiements en magasin sans avoir besoin d'une carte de crédit, simplement en passant le téléphone dans le terminal.

Actuellement, toutes les banques publiques algériennes disposent de sites internet et de plateformes monétiques, mais peu proposent des applications mobiles. Cependant, on note qu'en Algérie, le concept de banque en ligne n'est pas le même qu'à l'étranger, car dans la pratique de la Banque d'Algérie, l'application mobile mise à la disposition du client joue le rôle d'interlocuteur entre ce dernier et la plateforme monétique de sa banque. Ainsi, les clients particuliers et les personnes physiques peuvent Effectuez des opérations de virement, faites des demandes de chéquier, des simulations de crédit, imprimez des coordonnées bancaires, ou obtenez des taux de change. Cependant, les gens Les entreprises ne peuvent accéder aux services bancaires électroniques de leur banque que par le biais du site Web.

2.1.1 Les banques publiques :

Dans le cas des banques publiques, cela varie d'une banque à l'autre, par exemple : le site du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) ne permet pas de consulter les services en ligne qu'il propose car il renvoie vers une page où il faut d'abord s'identifier entrer Mot de passe pour accéder⁴².

Le site internet de la banque extérieure d'Algérie permet, en cliquant sur la rubrique «E-banking» de son site internet, de se connecter à sa plateforme en ligne, où les clients peuvent retrouver le mode d'emploi et proposer des produits à télécharger.

Il existe également un service e-banking bien visible sur la page d'accueil du site Internet de la CNEP-Banque, qui renvoie également vers une page où vous devez disposer d'un identifiant et d'un mot de passe pour accéder aux informations.

La Banque Nationale d'Algérie dispose d'une plateforme en ligne, accessible via le site internet et également via son application mobile « BNAtic ».

2.1.2 Les banques privées :

La Société Générale Algérie qui donne une vraie importance à ce canal, avec un E-Banking assez développé, offre depuis dix ans, plusieurs services de banque à distance à sa Clientèle tels que :

- Messagi qui est un service proposé par Société Générale Algérie permettant de recevoir les informations de compte client via SMS ;
- Messagi Pro Swift qui permet d'avoir un suivi des opérations de Crédit Documentaire de l'ouverture, jusqu'à la réception du Pli Bancaire en agence ;

⁴² Merbouti A., « La banque en ligne (e-banking) : état des lieux en Algérie université de Tizi-Ouzou », 2019, P71.

Chapitre 02 : les perspectives de la digitalisation en Algérie

- Sogeline est un service de banque à distance permettant la gestion de comptes par un choix de canaux, via téléphone, fax, ou e-mail. Cette dernière fonctionnalité est aussi déclinée en application mobile vocale ;
- SGA Touch qui permet d'obtenir des informations sur le compte par le client sans passer par des menus successifs et sans saisir l'identifiant à chaque connexion ;
- Sogec@shnet est le service de cash management de la Société Générale Algérie destiné à la clientèle des entreprises qui permet de gérer à distance via internet et en toute sécurité la trésorerie d'une entreprise.

La stratégie de NATIXIS-Algérie consiste à mettre à la disposition de ses clients l'e-banking en offrant différents services tels que :

- SwiftNet qui représente une solution de messagerie financière normée qui permet aux clients de communiquer directement avec leur banque via le réseau SWIFT ;
- E-notif qui propose une solution permettant de recevoir automatiquement, par courriel électronique, un ensemble de documents relatifs aux comptes clients ;
- SMS Banking qui se décline en une solution simple et pratique permettant au client de connaître par SMS la position de son compte ainsi que les détails des mouvements et d'être informé sur les dernières offres de la banque.

La BNP Paribas El-Djazair, quant à elle, donne la possibilité d'effectuer plusieurs opérations bancaires via Internet (elle lançait un service de rechargement de ligne mobile OOREDOO à travers les cartes CIB via ATM fin 2014).

Le canal téléphonique constitue aussi un moyen en développement avec des lignes directes mises à la disposition des clients mais aussi une stratégie de SMSing, que la majorité des opérateurs bancaires développent, ex : ABC bank Algeria qui propose des services bancaires en souscrivant sur « ABC BANK BY SMS ».

Dans le but d'approfondir cette comparaison entre les services proposés par les banques algériennes (publiques ou privées), nous nous référons aux résultats d'une étude faite par un comparateur de banques « NKHEYAR » qui s'est basé sur les critères suivants :

- Offre des informations suffisantes sur leurs services via leur site web (1 Point) ;
- Possibilité de consulter son solde sur internet (1 Point) ;
- Possibilité de faire un transfert via le site web/application (2 Points) ;
- Propose une application mobile (1 Point).

Conclusion :

Le secteur bancaire, malgré les réformes, est encore sous-développé et réprimé comme un obstacle à la croissance. Sous la pression des TIC, les systèmes de paiement traversent une véritable révolution. A cet effet, la Banque d'Algérie s'est engagée à élaborer une réglementation et des normes pour les activités bancaires, à moderniser l'infrastructure des systèmes de paiement et le renforcement sous-œuvre de télécommunications connexes.

Avec l'introduction de deux nouveaux systèmes modernes de paiement interbancaire à grande échelle, le premier est le Real-Time Gross Settlement System (RTGS) qui est opérationnel depuis février 2006. Il est utilisé pour les paiements électroniques interbancaires portant d'énormes sommes d'argent sont en jeu. Le Seuil minimum et pas moins de 1 million de dinars Algériens (DZD) le Second est un système de télé-compensation massivement payé (ATCI) qui a été mis en production en mai 2006 géré par le Centre de Paiement Interbancaire (CPI).

Les performances de l'Algérie dans ce domaine sont encore bien en deçà des résultats obtenus par les autres pays en développement. Il est important de souligner que les entreprises algériennes sont presque totalement dégoûtées du projet, car dans un environnement caractérisé par l'évasion fiscale, les transactions informelles prédominent et les paiements en espèces prédominent ; les commerçants algériens semblent fuir : non seulement les paiements électroniques, mais toute forme de transaction banque (virement, paiement par chèque).

Chapitre 03

Etude de degré d'utilisation des moyens digitaux au niveau de la BNA agence 587

Introduction :

Comme tous les autres secteurs, la banque algérienne a changé après l'avènement de la digitalisation mondiale. Il est de plus en plus évolutif et ouvert à la modernisation.

La Banque Nationale d'Algérie de Bejaïa « BNA agence 587 » a également été contrainte d'adopter une stratégie qui lui permettrait de suivre cette évolution et de devenir plus compétitive.

Le but de notre recherche est de démontrer l'importance de la digitalisation, notamment, l'impact des outils digitaux sur la performance de la banque (BNA). Il s'agit également pour nous de déterminer leur disponibilité, leur intégration et leur utilisation au niveau de la Banque Nationale d'Algérie « BNA agence 587 ».

L'objectif de ce chapitre est de présenter l'impact de la digitalisation sur la performance de la Banque. Le contenu de ce chapitre nous permettra d'abord de présenter la BNA, puis nous aborderons les différents outils digitaux disponibles au sein de la BNA et nous résumerons l'apport de la digitalisation et sa contribution à la rentabilité de BNA.

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

Cette section est consacrée à la présentation de l'organisme d'accueil de la Banque Nationale d'Algérie, qui se fera à travers son historique, son organisation, sa forme juridique et les différents services qu'elle propose aussi vont présenter la DRE et le rôle de son département promotion animation commerciale.

1.1 Présentation de la BNA :

Dans cette section on va donner un bref aperçu sur l'historique de la Banque National d'Algérie, ensuite on va présenter son organigramme et enfin on va présenter l'organisation et les missions d'une agence de la BNA

1.1.1 Historique de la BNA :

La banque nationale d'Algérie a été créée le 13 juin 1966 sur ordonnance n° 66-178 et fut la première banque commerciale nationale créé après l'indépendance. Elle exerçait toutes les activités d'une banque universelle et elle était chargée en outre du financement de l'agriculture⁴³.

La restructuration de la BNA en mars 1982, date à laquelle les pouvoirs publics ont décidé de mettre en place une institution bancaire spécialisée « BADR » (Banque de l'Agriculture et du Développement Rural) ayant pour vocation principale le financement et la promotion de l'agriculture, a mis un terme au monopole de la BNA quant au financement de ce secteur. Cette restructuration avait concerné aussi d'autres aspects portant sur la politique d'implantation, la

⁴³ Document BNA/Ordonnance n°66-178, de la 13/03/1966, portant sur la création et fixa les statuts de la BNA.

réorganisation des structures de la Direction Générale et la création des Directions de Réseaux d'Exploitation.

Par la suite, et à partir de 1988, deux textes majeurs afférents aux réformes économiques et préparant la transition vers l'économie de marché ont eu des implications sur l'organisation et les missions de la BNA, en l'occurrence :

- La loi n°88.01 du 12 janvier 1988 portant orientation des entreprises publiques économiques.
- La loi n°90.10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit définissant la banque comme étant : « une personne morale qui effectue à titre de profession habituelle, et principalement des opérations portant sur la réception des fonds du public, des opérations de crédit ainsi que la mise à disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci ».

Suite auxquelles, la BNA a obtenu son agrément le 05/09/1995, et de ce fait elle est la première banque du pays bénéficiaire de ce statut.

1.1.2 La forme juridique de la BNA :

La banque nationale d'Algérie est une société par action par abréviation « BNA », au capital de 150 milliards dinars algériens, ayant son siège social ALGER 02 boulevard Ernesto Che-Guevara, immatriculée au registre de commerce sous le numéro 84B178.

Les actions émises font l'objet d'une inscription en compte auprès de la banque au profit du trésor public.

1.1.3 Réseau de la BNA :

La BNA a élargi son réseau et a mis à la disposition de sa clientèle 220 agences, implantées sur le tout le territoire national, chapotées par 20 Directions régionales (DRE). Pour le développement de la monétique, la BNA délivre gratuitement à sa clientèle des cartes CIB, leurs facilitant ainsi au quotidien la réalisation de leurs opérations diverses à travers l'implantation de 98 Guichets Automatiques de Banque (GAB) et 150 Distributeurs Automatiques de Billets (DAB).

Les agences de la BNA sont catégorisées comme suit :

- Agences principales ;
- Agences de catégories A, B, C ;
- Agences sur site implantées dans les locaux des grandes entreprises publiques.

1.1.4 Missions et objectifs de la BNA :

1) Les missions de la BNA :

La BNA exerce toutes les activités de banques depositaires, notamment la fourniture de services financiers à des groupes de sociétés spécialisées. Elle traite toutes les opérations bancaires, de

change et de crédit dans le cadre de la législation et de la réglementation bancaires. L'ordonnance n° 66-178 du 13 juin 1966, qui crée la BNA, confie à cette dernière les missions suivantes :

En tant que banque commerciale, elle traite toutes les opérations de banque, recueille des dépôts et consent des crédits à court terme ou crédits d'exploitation, finance les opérations du commerce extérieur ;

En tant que banque d'investissement, elle collabore avec les autres institutions financières pour les crédits à moyen et long terme ;

En tant que société nationale, elle sert d'instrument de planification financière, chargée d'exécuter et de mettre en œuvre la politique du gouvernement en matière de crédit. Comme toute autre banque commerciale, La BNA a pour objectif le financement de l'économie. Elle doit maximiser sa rentabilité en collectant des ressources financières auprès des agents économiques pour une redistribution sous forme de crédits au profit du développement de l'économie. C'est le rôle d'intermédiation financier.

2) Les objectifs de la BNA :

Les objectifs fondamentaux de la banque :

- Offrir de nouveaux produits et assurer une meilleure qualité de service ;
- Attirer la clientèle et la fidéliser pour accroître sa part de marché ;
- Optimiser les moyens humains et logistiques de la Banque ;
- Assurer une rentabilité optimale pour ses actionnaires ;
- Respecter et faire respecter la réglementation et l'orthodoxie bancaire ;
- Elle se base sur l'esprit de changement pour satisfaire les clients qui sont exigeants.

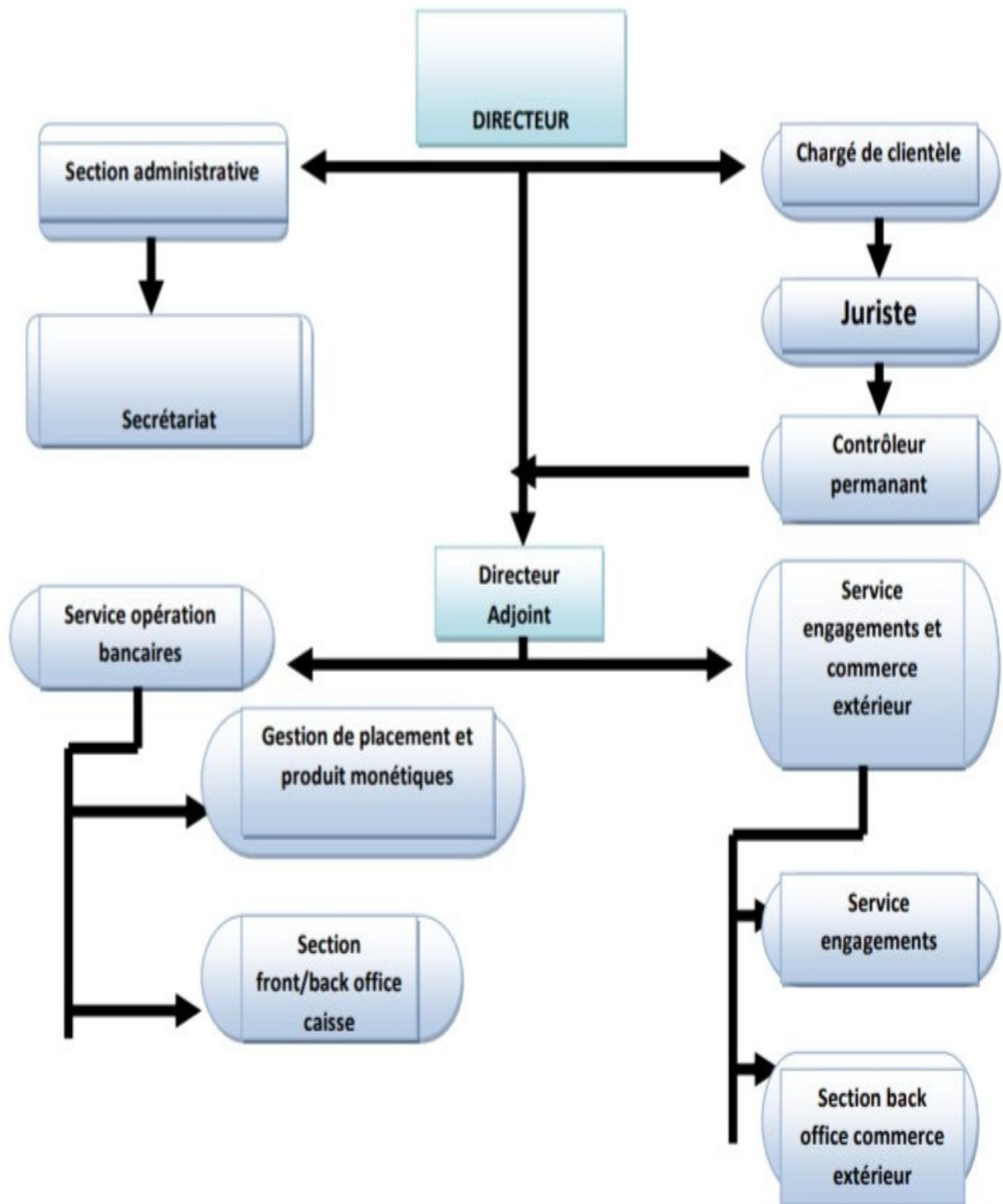
1.1.5 Organisation de la BNA :

La BNA est administrée par un conseil d'administration « CA » composé de sept membres qui sont nommés par l'assemblée générale ordinaire et parmi lesquels le Président directeur général est choisi.

Les 22 directions centrales et les 5 divisions soutiennent et supervisent 17 directions régionales d'exploitation qui à leur tour contrôlent l'activité des 168 agences commerciales implantées sur le territoire national. Il est à noter que des organes de gestion et d'aide à la décision ont été mis en place pour assurer une meilleure gestion ; il s'agit des différents comités sous cités :

- Le **comité exécutif** et le **comité exécutif élargi** : ont pour rôle le traitement des questions portant sur le fonctionnement de la banque.
- Le **comité de pilotage** : un organe qui supervise la réalisation de plan stratégique.
- Le **comité de trésorerie** : est chargé de l'application de la stratégie de la banque en matière de liquidités.
- Le **comité de crédit** : une instance de décision en matière de sanction des dossiers de crédit.

Figure 5 : l'organigramme de la BNA (agence 587)



Source : Document interne de la BNA.

1.2 Présentation de la direction régionale d'exploitation (DRE) :

La direction régionale d'exploitation de Bejaia a été créée le 02 mai 2000 et a pour objet la gestion, l'administration et le contrôle de l'activité des agences qui lui sont rattachées, à savoir, les six agences de la wilaya de Bejaia et une autre située à Jijel. A noter que dans un premier temps ces agences étaient rattachées à la DRE de Tizi-Ouzou jusqu'à ce que l'importance de leurs activités en matière de volume et de rentabilité nécessite la création d'une direction plus appropriée.

1.2.1 Rôle et organisation de la DRE :

La DRE joue un rôle d'intermédiaire entre les directions centrales et les agences dans la circulation de l'information. Elle se compose de quatre départements dotés de fonctions différentes et de spécialisations dans des domaines bien précis à savoir⁴⁴ :

- Le département du crédit
- Le département de la gestion administrative et du budget (DGAB)
- Département contrôle de gestion
- Département promotion et animation commerciale (DPAC)

1.2.2 Rôle et attribution de la direction d'animation commerciale (DAC) :

Nous avons effectué notre stage, au niveau du département DAC, car ce dernier est chargé de toutes les activités commerciales (communication, promotion, publicité, développement, etc.).

La mission du DAC est d'augmenter la production de la rentabilité de la banque, notamment par un accroissement de dépôts, contrepartie des crédits et par la promotion des produits et services mis à la disposition de la clientèle.

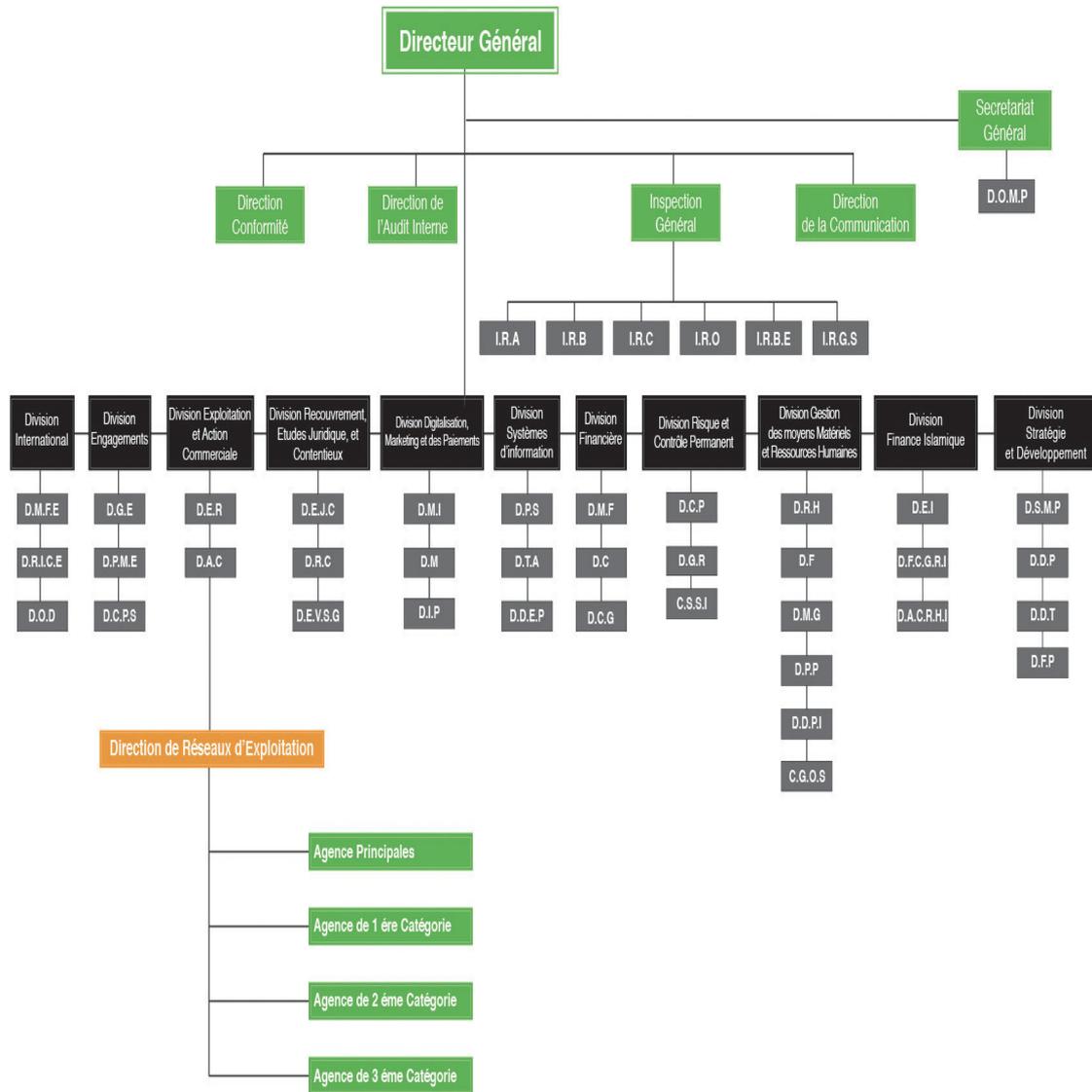
De par ses activités multiples, le DAC est la véritable « plaque tournante » des informations de la DRE ce qui explique notre lieu de stage.

Dans ce cadre, il exerce une tâche d'impulsion ainsi que de surveillance des résultats enregistrés par des agences rattachées et il assure la circulation permanente de l'information commerciale, mais aussi il élabore le plan d'action dans le cadre de la politique commerciale de la banque, pour assurer sa réalisation. La figure 6 qui suit représente l'organisation de la Banque Nationale d'Algérie BNA.

⁴⁴ Circulaire n°405 du 04/04/1998 portant l'organisation de la DRE.

Chapitre 03 : étude de degré d'utilisation des moyens digitaux au niveau de la BNA agence 587

Figure 6 : organigramme général de la Banque Nationale d'Algérie.



Source : <https://www.bna.dz/fr/a-propos-de-la-bna/organigramme.html>

Section 2 : Les moyens de paiements digitaux au sein de la BNA :

La banque nationale d'Algérie propose à ses clients une variété de moyens de paiement numériques, les aidants à régler des transactions à distance, des comptes chèques et de nombreux autres services sans avoir à se déplacer à la banque. Parmi ces moyens digitaux on retrouve les cartes interbancaire (CIB), E-banking BNA.net sur le support web et Bn@tic App sur le support mobile, la solution de paiement sans contact WIMPAY BNA et enfin le E-paiement BNA.

2.1 Les cartes interbancaires CIB :

La carte CIB est une carte interbancaire, identifiable par le logo monétique interbancaire CIB. Il y a aussi le logo et le nom de la banque émettrice. La carte est équipée d'un microprocesseur communément appelé « puce » qui gère et protège les opérations de paiement, qui permet à son titulaire dit « porteur de carte » de régler des achats auprès de différents points de vente⁴⁵. C'est facilité nationale de paiement et de retrait interbancaire, acceptée chez les commerçants affiliés au réseau de banque en ligne interbancaire et dans tous les guichets automatiques installés sur le territoire.

Depuis 1996, la SATIM propose des cartes interbancaires de DAB à ses adhérents (BNA, BDL, CPA, BADR, BEA, CNMA et Algérie Poste). En 1998, les retraits d'espèces aux guichets automatiques ont commencé via le réseau bancaire électronique interbancaire. D'autres institutions financières sont en train de se joindre.

2.1.1 Les types de la carte CIB :

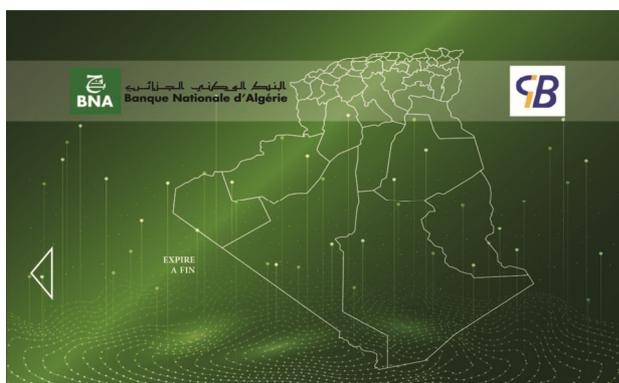
La BNA met à disposition deux types de carte interbancaire CIB :

- La carte classique :

Offrant des services de retrait /paiement interbancaire auprès des automates appartenant aux banques et établissements participants au Réseau Monétique Interbancaire (RMI), elle est proposée à la clientèle selon des critères définis par la banque.

⁴⁵ <https://www.bna.dz/fr/monetique/carte-cib.html>. Consulté le 02/06/2022 à 11h37.

Figure 7 : la carte classique.



Source : <https://www.bna.dz/fr/monetique/carte-cib.html>

- La carte Gold :

La carte gold fournit également des services de retrait et de paiement interbancaire, selon les mêmes principes d'allocation déterminés par chaque banque en fonction de sa convenance. Cette carte offre des fonctionnalités supplémentaires et des limites de retrait et de paiement plus élevées.

Figure 8 : la carte gold.



Source : <https://www.bna.dz/fr/monetique/carte-cib.html>

2.1.2 Fonctionnement et validité de la carte CIB :

Le CIB est délivré automatiquement pour chaque client titulaire d'un compte courant, répond à des conditions de solvabilité et de déontologie, et peut être délivré exceptionnellement à la demande du client,

Une fois créé, la carte CIB fournira au client un code confidentiel à quatre chiffres, qui remplira un contrat appelé contrat de transporteur (voir annexe n° 05).

La carte CIB est valable trois ans et se renouvelle automatiquement sauf en cas d'annulation.

En cas de perte ou de vol de la carte, le client peut déposer une réclamation auprès de la CIB, qui sera bloquée de plein droit et pourra être renouvelée au bout de six mois.

2.1.3 Les Avantages de la carte CIB :

- Simplicité d'utilisation
- disponibilité de l'agence 24h/24 et 7j/7, sur le réseau de GAB de la BNA et sur les DAB connectés au "RMI"
- sécurité renforcée (cartes à puce à codes secrets)
- gain de temps : les cartes CIB évitent les files d'attente des Agences
- confort : il permet le règlement des achats sur les terminaux de paiement électronique (TPE) installés chez les commerçants accepteurs

La Carte Interbancaire CIB vous permet de faire des retraits, des paiements de proximité et à distance, des virements et des encaissements :

- Sur les DAB BNA : retraits, consultation du solde
- Sur les DAB des confrères : retraits
- Paiement sur internet et sur TPE
- Sur les GAB BNA : retraits, virements, versement d'espèce, consultation du solde, consultations du RIB, historiques des opérations, remises de chèque pour l'encaissement (uniquement dans les GAB de l'agence domiciliaire).

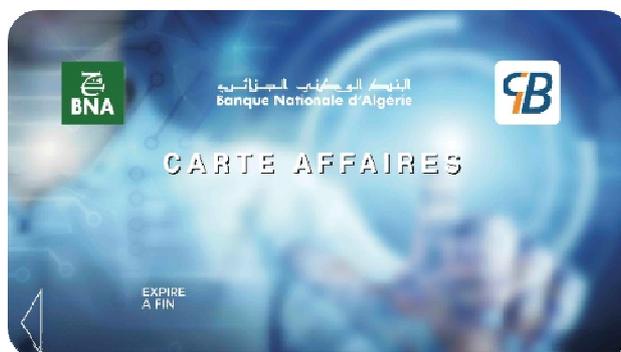
2.2 La carte affaire :

Une Carte Interbancaire, destinée aux Professionnels et aux Entreprises, qui permet d'effectuer des retraits, des paiements de proximité et à distance afin de couvrir les différentes dépenses liées à leur activité⁴⁶.

La Carte Affaires est remise gratuitement à la demande du titulaire du compte ou à leurs mandataires dûment habilités et a une validité de trois (03) ans.

⁴⁶ <https://www.bna.dz/fr/monetique/carte-affaires.html> consulté le 02/06/2022 à 12h17.

Figure 9 : la carte affaire.



Source : <https://www.bna.dz/fr/monetique/carte-affaires.html>

Les avantages de la carte affaires :

- la facilité : une utilisation simple
- la disponibilité : gérée vos opérations financières ou que vous soyez 24h/7j
- la sécurité : un code confidentiel vous est attribué, garantissant ainsi la sécurité de vos transactions.

La Carte d'affaire vous permet de faire des retraits, des paiements de proximité et à distance, des virements et des encaissements :

- le retrait d'espèce sur les GAB et DAB de la BNA ainsi que sur les DAB confrère
- le paiement via internet et sur TPE.

2.3 La carte ELITE :

La carte « ELITE » est une carte interbancaire haut de gamme de retrait et de paiement destinée aux clients de la banque, offrant des services d'assistance médicales de prévoyance et de conciergerie⁴⁷.

⁴⁷ <https://www.bna.dz/fr/monetique/cartes-elite.html> consulté le 02/06/2022 à 13h04.

Figure 10 : la carte ELITE.



Source : <https://www.bna.dz/fr/monetique/cartes-elite.html>

2.3.1 Le fonctionnement de la carte ELITE :

La carte ELITE de la BNA vous permet :

- Le retrait d'espèces, sur les distributeurs automatiques de billets connectés au réseau monétique interbancaire et sur les guichets automatiques de la BNA
- Le paiement de produits et services au niveau des accepteurs dotés de terminaux de paiement électroniques TPE connectés au réseau monétique interbancaire
- Le paiement via internet sur les sites « web-marchands » affiliés au réseau monétique interbancaire

La carte ELITE vous permet ainsi de bénéficier des services suivants :

La prévoyance accidentelle : permet une couverture de base sans sélection médicale, garantissant le remboursement d'un capital défini initialement qui atteint les 1 Millions de Dinars Algériens en cas de décès accidentelle ou d'invalidité absolu et définitive.

Conciergerie locale : Le service conciergerie se tient à disposition du titulaire de la carte bancaire pour effectuer toute recherche utile afin de répondre au mieux à ses demandes :

- Information et réservation de voyage tel que : conseils et assistance pour réservation d'hôtel en Algérie ;
- Information et réservation restaurant comme la vérification des disponibilités pour procéder à la réservation au profit du porteur de la carte ;
- Assistance routière, habitation... etc.

Assistance médicale : ce service comprend :

- le transport sanitaire en Algérie ;
- la visite d'un proche parent en cas d'hospitalisation ;
- le transport de la dépouille du bénéficiaire en cas du décès de ce dernier ;
- l'assistance psychologique.

2.3.2 Les avantages de la carte ELITE :

- la carte ELITE donne accès systématique et gratuit au service « SMS-CARD »
- retrait d'espèces, sur les automates bancaires du réseau monétique interbancaire et GAB BNA
- grain de temps, sécurité
- prestation de services d'assistance.

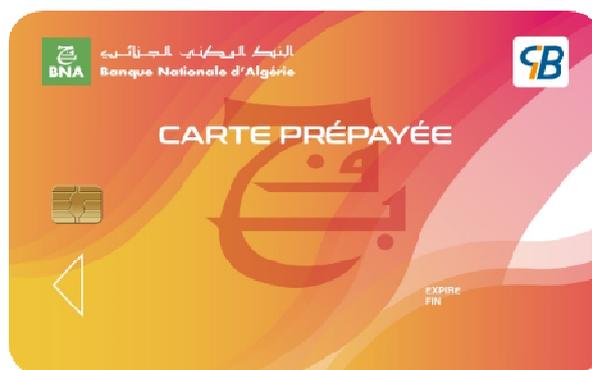
2.4 La carte prépayée :

La carte prépayée BNA est une carte interbancaire gratuite de retrait et de paiement, destinée aux particuliers. Elle est rechargeable par le titulaire de compte cheque ou épargne afin de la remettre à un tiers personne⁴⁸.

La carte CIB « Prépayée » est octroyée gratuitement aux clients de la banque titulaires de comptes chèques ou de compte épargne BNA.

La carte prépayée peut être souscrite par toute personne physique, titulaire d'un compte cheque ou d'un compte épargne en faveur de tiers personnes (maximum 10 cartes).

Figure 11 : la carte prépayée.



Source : <https://www.bna.dz/fr/carte-pr%C3%A9pay%C3%A9e.html>

⁴⁸ <https://www.bna.dz/fr/monetique/la-carte-pr%C3%A9pay%C3%A9e.html> consulté le 02/06/2022 à 13h42.

2.4.1 Le fonctionnement de la carte prépayé :

La carte prépayée de la BNA permet :

- Le Paiement de produit et services au niveau des accepteurs dotés de Terminaux de Paiement Electroniques (T.P.E) connectés au Réseau Monétique Interbancaire ;
- Le paiement en ligne sur les sites web-marchands adhérents au Réseau Monétique Interbancaire ;
- Le retrait d'espèces, la consultation de soldes et des dix dernières opérations monétiques du Compte « Prepaid » sur les distributeurs automatiques de billets connectés au réseau monétique interbancaire et les Guichets Automatique de la BNA.

2.4.2 Les conditions de la carte prépayée :

- Pour chaque carte « prépayée », il est dédié un compte « Prepaid »
- Le rechargement de la carte « prépayée » s'effectue en alimentant le compte « prepaid » par virement de compte chèque / épargne.
- Le titulaire du compte principal ne peut octroyer plus d'une carte CIB « Prépayée » pour le même porteur.
- Le titulaire du compte principal peut octroyer plusieurs cartes CIB « Prépayée » à des différents porteurs.
- Le titulaire du compte, peut s'il le souhaite demander d'apposer sur la carte CIB « prépayée », le nom et le prénom du porteur à qui elle est destinée.
- Le titulaire du compte doit s'assurer de la disponibilité d'un solde minimum de 1000 DA en compte « Prepaid » permettant la création de la carte.

2.5 La carte d'épargne :

C'est une carte d'épargne interbancaire (CIB) adossée à toutes les formules d'épargne (livrets +comptes d'épargne) commercialisées par la BNA. Elle vous permet d'effectuer vos opérations de dépôts sur nos Guichets Automatiques de Banque (GAB) de la BNA et des retraits sur les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) affiliés au réseau monétique interbancaire 24H/24 et 7j/7, en toute sécurité.

Cette carte elle est destiné à toute personne physique titulaire d'un livret d'épargne, avec ou sans Intérêt, y compris le livret d'épargne Junior Moustakbaly.

Figure 12 : la carte épargne.



Source : <https://www.bna.dz/fr/particuliers/epargne/le-compte-epargne-avec-interet.html>

2.5.1 Le fonctionnement de la carte épargne :

Elle donne la possibilité à son titulaire d'effectuer les opérations suivantes :

- Sur les Distributeurs automatiques de billets connectés au réseau monétique interbancaire :
 - Consultation de solde ;
 - Retrait d'espèces.
- Sur les Guichets Automatiques de Banque (GAB) de la BNA :
 - Consultation de solde ;
 - Consultation des dix dernières opérations ;
 - Consultation du RIB ;
 - Retrait d'espèces ;
 - Versement d'espèces ;
 - Remise de chèques.

2.5.2 Les avantages de la carte épargne :

- **Gratuité** : Cette carte d'épargne est remise gratuitement aux clients détenteurs d'un livret ou compte d'épargne, avec ou sans intérêt.
- **Disponibilité** : Elle vous permet d'effectuer vos opérations 24h/24 et 7j/7 sur nos GAB et DAB.
- **Gain de temps** : Avec la carte d'épargne de la BNA, plus besoin de vous déplacer en agence pour déposer ou retirer votre argent.
- **Sécurité** : Grâce au code personnel et confidentiel, effectuez opérations de retraits, en toute

sécurité, sur les Distributeurs de Billets de l'ensemble des banques en Algérie, faites vos retraits et/ou dépôts sur les Guichets Automatiques de Banque de la BNA.

2.6 L'E-banking BNA :

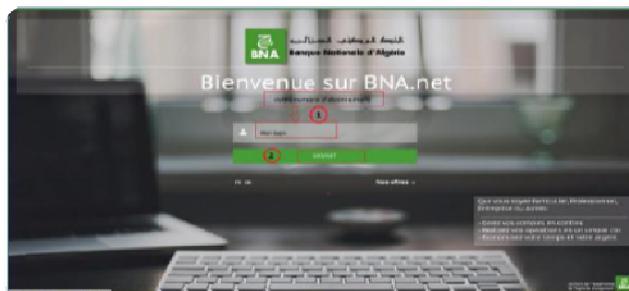
Il s'agit d'un service bancaires accessible à distance via le canal E-banking. C'est une solution de banque en ligne, mettant à la disposition de la clientèle de la banque de nombreux services qui lui permettent de gérer à distance ses comptes, et ce 24H/24 et 7JRS/7.

2.6.1 L'accès à la plateforme E-Banking :

L'accès à la plateforme E-Banking nécessite un abonnement au préalable auprès de votre Agence où sont domiciliés vos comptes. L'agence vous communiquera alors un numéro d'abonnement (login) et un mot de passe qui vous permettra d'accéder au site E-Banking.

Pour que le client se connecte au service de banque en ligne « E-Banking », il lui suffit de lancer son navigateur internet, de s'assurer qu'il est bien connecté à Internet, puis de saisir l'adresse du site : <https://myebanking.bna.dz/customer/>

Figure 13 : connexion à la plateforme E-banking.



Source : document interne de la BNA.

2.6.2 Les fonctionnalités de bna.net :

Elles varient selon le pack choisi (pack Net, pack Net+) :

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

Pack Net :

Le pack Net se compose des services suivants :

- La consultation des soldes et de l'historique des comptes

- Consultation des mouvements de compte
- Recherche d'opérations sur le compte
- Téléchargement des relevés de compte et Edition des relevés de compte sur une année
- Edition des relevés d'identité bancaire "RIB
- Consultation des cartes et des opérations monétiques
- Services de messagerie

Pack Net+ :

Le Pack Net+ se compose des services du Pack Net auxquels s'ajoutent les services suivants :

- virement ponctuel de compte à compte du même client
- virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères
- Prélèvements multiples sur les clients BNA et confrère redevables (débiteurs) domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères
- Virement de salaire pour les entreprises, hors clients « EDI »
- Télépaiement fiscal
- Commande de carte bancaire
- Opposition sur carte.

2.6.3 Les avantages de BNA.NET :

Le E-banking BNA.NET octroi aux clients de la banques BNA plusieurs avantages, parmi eux :

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

2.7 Application E-banking Bna@tic:

Ce nouveau produit à la fois financier et technologique a été nommé « BNA@tic », et est d'ores et déjà disponible sur le Google Play Store, Une fois installée, l'application vous permettra de gérer votre compte bancaire BNA (Consultation de solde, historique de transactions...) ainsi qu'émettre des virements non plafonnés vers des bénéficiaires donnés directement par internet, ce qui sera sans doute d'une grande aide pour les plateformes d'e-commerce en Algérie.

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

2.8 E-Paiement :

La BNA met à votre disposition le service e-Paiement, qui vous offre la possibilité de régler vos factures et services, sur des sites internet acceptant ce type de moyen de paiement. C'est un service sécurisé et garantie des droits des « Web Acheteurs ». Effectuez des paiements en ligne en toute simplicité.

2.8.1 L'accès au service e-paiement :

Votre adhésion au service e-paiement est précédée par la signature d'un contrat d'adhésion, fourni par la banque, et qui stipule votre acceptation de l'ensemble des conditions figurant sur le contrat, vous devenez de ce fait un WEB ACHETEUR :

- Vous vous connectez à l'adresse du site WEB MARCHAND (commerçant), sélectionnez le produit désiré, validez le détail de l'achat et acceptez les conditions générales de vente ;
- Choisissez le mode de paiement en cliquant sur le bouton CIB :
- Saisissez le numéro de la carte CIB, le code CVV2 (représente les trois derniers chiffres imprimés sur le verso de la carte et servant à son authentification lors d'un paiement sur internet), la date d'expiration, votre nom et adresse WEB ACHTEUR ;
- Saisissez et validez votre mot de passe ;
- Après validation de l'achat et vérification des paramètres de gestions de risque de la carte (solde, plafond, opposition.), vous recevez une réponse qui vous permettra d'accepter ou de refuser la transaction ;
- En cas d'acceptation, un bordereau de paiement est édité automatiquement ;
- Vous devez (WEB ACHETEUR) vous déconnectez après chaque opération.

2.8.2 Les avantages E-paiement :

Le service e-paiement vous offre de nombreux avantages :

- **De la proximité** : effectuez vos achats ou que vous soyez et à n'importe quel moment ;
- **De l'accessibilité et de l'efficacité** : réglez simplement et rapidement vos achats sur les sites marchands 24h/7j
- **De la sécurité** : vos paiements sont sécurisés grâce au code confidentiel et personnel qui vous est attribué
- **Du confort** : possibilité d'effectuer des paiements à distance et sans avoir à se déplacer ;

2.9 Le service WIMPAY-BNA :

Le « WIMPAY-BNA » est une solution de paiement sans contact utilisable via le téléphone

mobile (Smartphone) dont le fonctionnement est basé sur des codes-barres intelligents « QR CODE ».

Figure 14 : WIMPAY-BNA (particuliers).



Source : <https://www.dzairdaily.com/algerie-wimpay-bna-application-paiement-electronique-franc-succes/>

2.9.1 L'accès à l'application WIMPAY-BNA :

- S'abonner au service E-banking (BNA.NET ou BNA.NET+)
- télécharger gratuitement l'application WIMPAY-BNA via le téléphone mobile équipé d'un système ANDROID ou IOS
- utiliser l'identifiant et le mot de passe E-BANKING pour souscrire à l'application « WIMPAY-BNA ».

2.9.2 L'utilisation de service WIMPAY-BNA :

- Pour les clients particuliers, professionnels et commerçants :
 - Effectuer des opérations de paiement via des codes-barres intelligent (OR-CODE) ;
 - Effectuer des opérations de virement pour les utilisateurs « WIMPAY-BNA » ;
 - Envoyer une demande d'argent a un autre utilisateur « WIMPAY-BNA » ;
 - Partager l'addition, gérez le budget, consultez le solde ;
 - Consulter l'historique des transactions effectuées.
- Pour les clients Entreprises :
 - accepter des opérations de paiement basées sur des codes-barres intelligents (QR-CODE) en recouvrement des prestations ;
 - consultez le solde ;

Chapitre 03 : étude de degré d'utilisation des moyens digitaux au niveau de la BNA agence 587

- gérés plusieurs vendeurs et les points de ventes ;
- consultez l'activité des vendeurs et des points de ventes ;
- consultez l'historique des transactions effectuées.

2.9.3 Les avantages de service WIMPAY-BNA :

Ce service vous procure :

- **Instantanéité** : demandez, recevez, et virez de l'argent instantanément.
- **Sécurité** : un service sûr et sécurisé.
- **Disponibilité** : un service disponible 24h/24 7j/7.
- **Commodité** : une panoplie d'opération possible selon votre besoin.

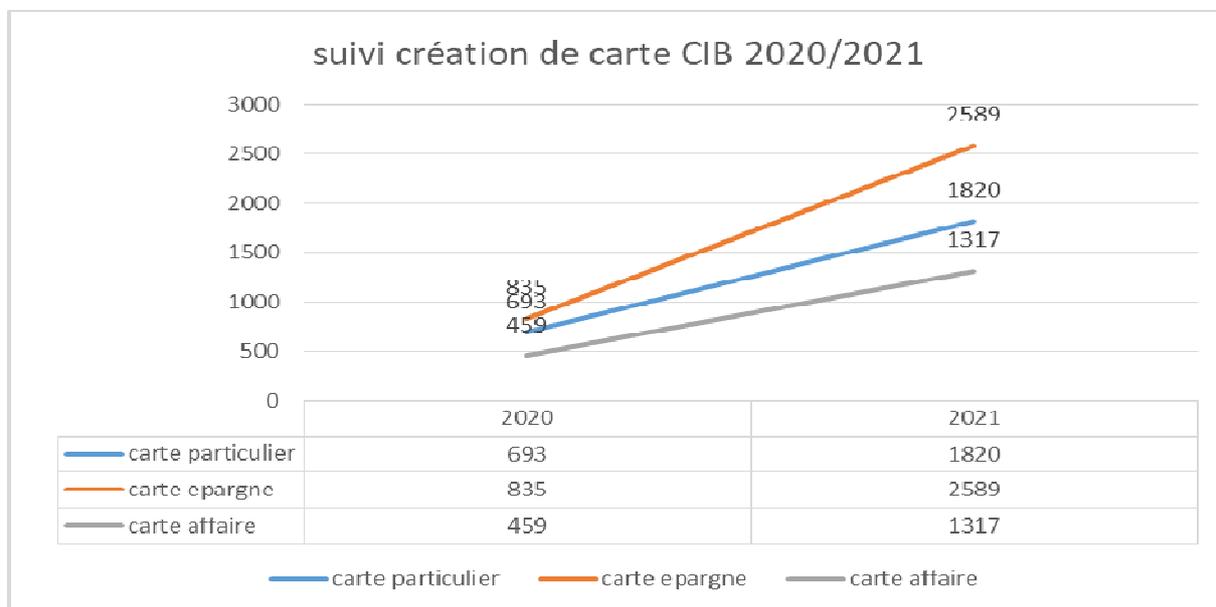
Section 03 : Etude et analyse des moyens de paiement digitaux de la BNA.

Après une introduction sur la Banque Nationale d'Algérie et ses différents moyens de paiement numériques, nous poursuivons dans cette rubrique l'étude et l'analyse de l'évolution de ces moyens numériques depuis leur création jusqu'en 2021.

3.1 Distribution carte CIB :

La Carte Interbancaire CIB permet de faire des retraits, des paiements de proximité et à distance, des virements et des encaissements, paiement sur internet, paiement TPE..., dans ce point nous allons analyser le nombre de carte CIB distribuée par la BNA dans la région de BEJAIA depuis 2020 jusqu'à 2021. La figure 15 qui suit présente l'évolution du nombre de cartes CIB créées entre 2020 et 2021 au niveau de la BNA 587.

Figure 15 : évolution du nombre de cartes CIB créées entre 2020 et 2021.



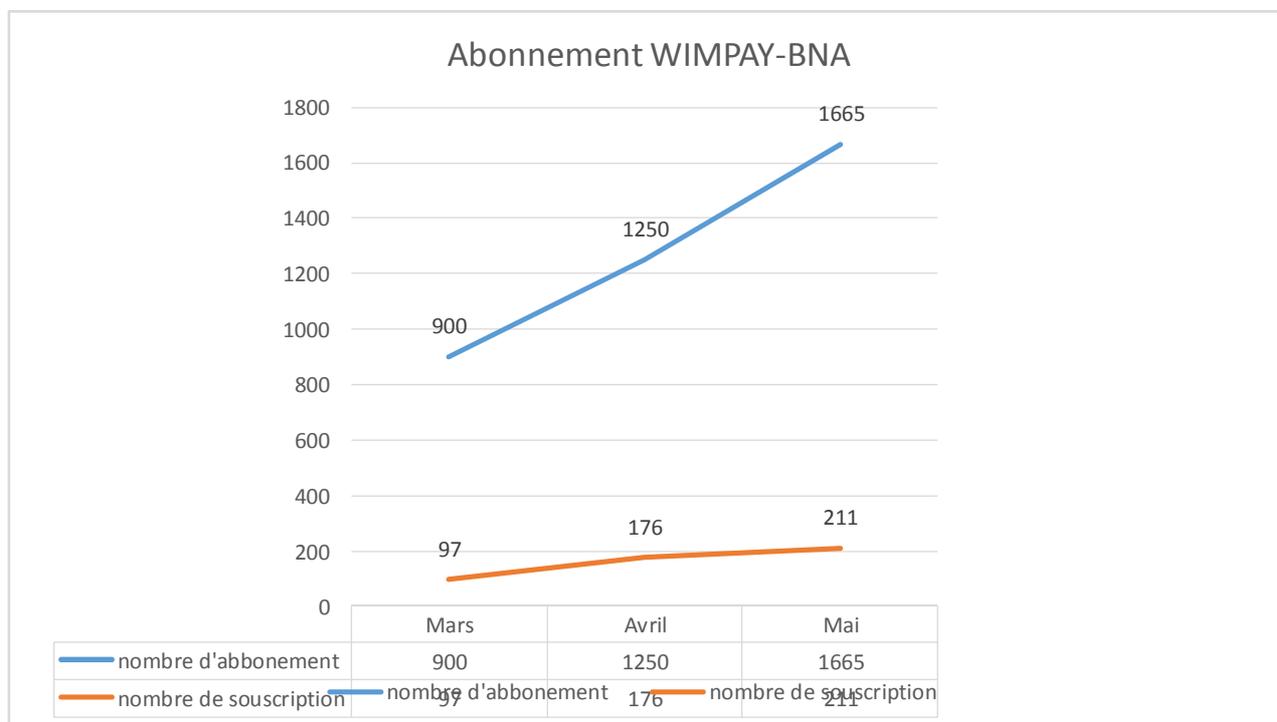
Source : réalisé par nous-même d'après les données de la BNA.

A travers ces informations, nous constatons une augmentation du nombre de carte CIB créées en 2021 de 188,17% par rapport à l'année 2020, cette hausse est divisée comme suit: les cartes particuliers ont augmenté d'un taux de 162,63%, les cartes épargne ont augmenté d'un taux de 210,05% et les cartes affaires ont augmenté d'un taux de 186,92%. Cette croissance est liée à la crise sanitaire Covid-19, où le déplacement en agence était limité par les restrictions du protocole sanitaire imposées aux clients d'où les cartes CIB était le moyen primordial pour réaliser les différentes opérations tel que le retrait, le virement dans les DAB et GAB.

3.2 Abonnement WIMPAY-BNA :

Le service WIMPAY a été mis en place le 20 mars 2021 par la Banque Nationale d'Algérie, le nombre de souscriptions au service WIMPAY depuis son lancement jusqu'à mai 2021 dans la région de Bejaia est de 211 souscriptions. La figure 16 qui suit représente l'évolution du nombre de client abonnés aux services WIMPAY du mars jusqu'à mai au niveau de la BNA agence 587.

Figure 16 : Représentation en nombre d'abonnements au service WIMPAY.



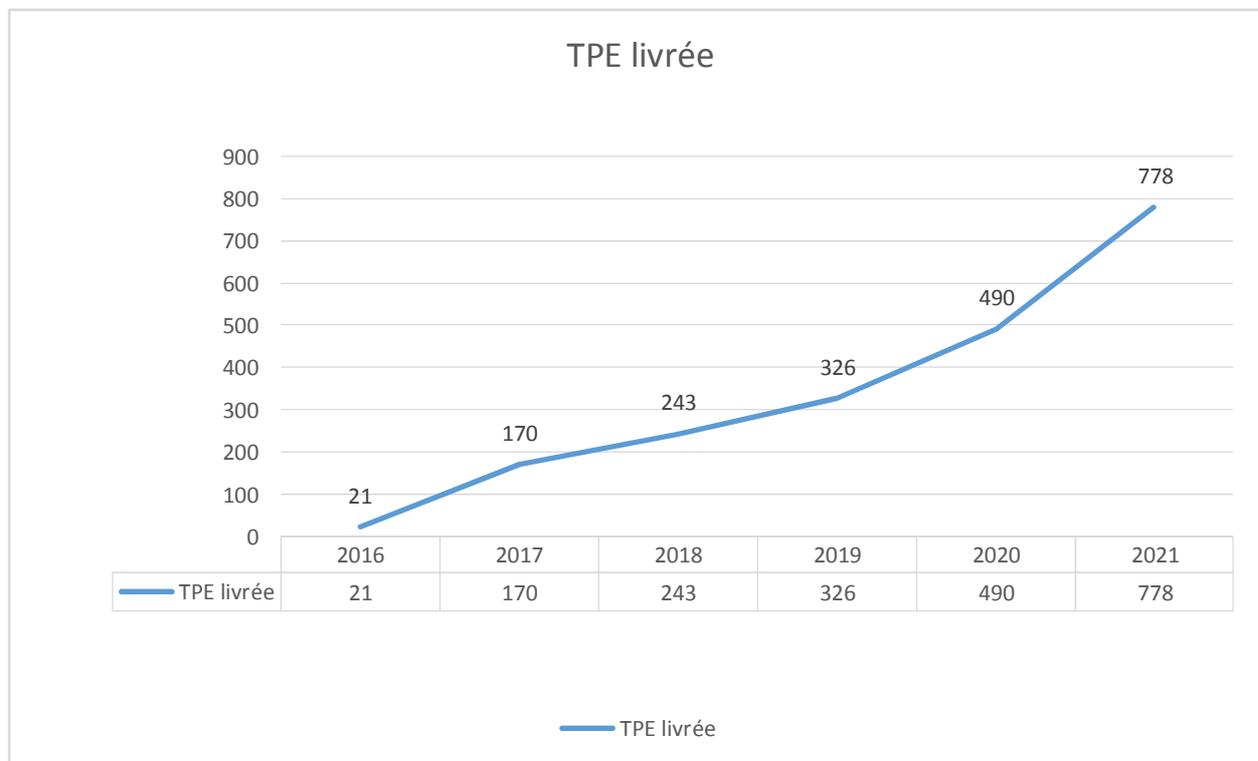
Source : réalisé par nous-même d'après les données de la BNA.

Depuis la création du service WIMPAY en mars 2021 à mai 2021, le nombre d'abonnements a augmenté, mais cette augmentation est encore insignifiante car le service nécessite de s'inscrire auprès de la BNA et s'abonner au service E-Banking de la BNA. Le service n'est donc qu'à ses balbutiements au niveau national de même dans la région de Bejaïa.

3.3 Evolution de TPE :

La BNA aide ses commerçants, entreprises à moderniser leurs activités en mettant à disposition des TPE (terminaux de paiement électronique), nous analyserons alors l'évolution des transactions sur les TPE distribués par la BNA dans la région de Bejaia de 2016 à 2021. La figure 17 qui suit présentent l'évolution des TPE livre entre 2016 et 2021 au sein de la BNA 587.

Figure 17 : Représentation en nombre de l'évolution des transactions TPE.



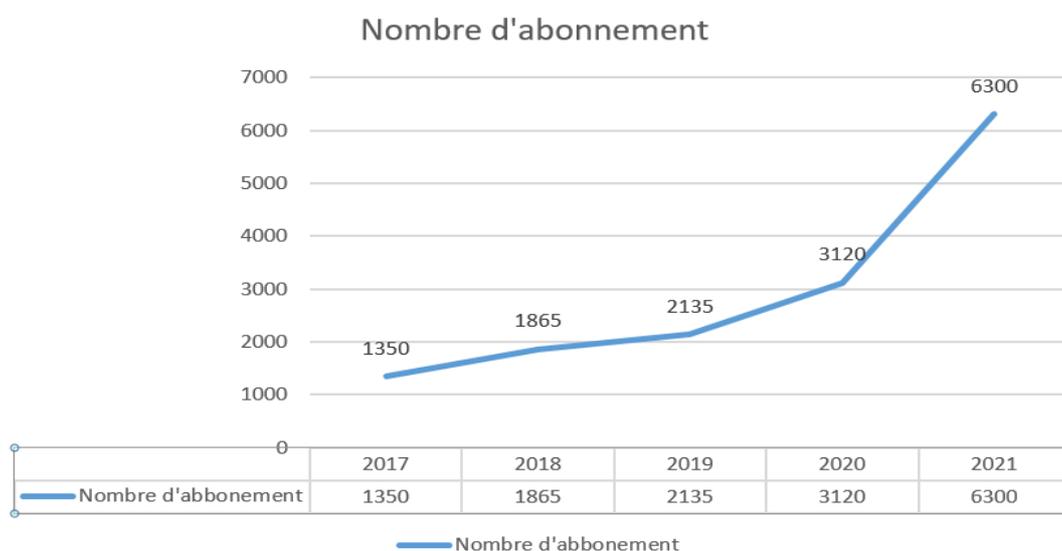
Source : réalisé par nous-même d'après les données de la BNA.

D'après ces informations, nous constatons qu'au début de l'année 2016 le paiement via TPE était qu'à ses balbutiements, ce n'est qu'à partir de 2017 que nous observons une évolution à la hausse avec une augmentation importante du nombre de TPE livrés par rapport à l'année 2016 avec 709,52%. De 2017 à 2019, la tendance est haussière avec une augmentation de 42,94% en 2018 et de 34.16% en 2019 qui s'explique par la volonté des clients à adopter le paiement électronique via les TPE comme deuxième alternative au paiement. De 2019 à l'année 2020 une augmentation de 50,31% par rapport à l'année 2019 est observée, cette hausse est due à la crise sanitaire Covid-19 et ses restrictions sanitaires qui ont favorisées le paiement sans contact. De 2020 jusqu'à l'année 2021 les transactions sur les TPE ont complètement flambées avec une hausse de 58,78% par rapport à 2020, Cela s'explique par la poursuite de la crise sanitaire et la promotion de l'utilisation des paiements sans contact par les pouvoirs publics, le ministère des Finances et du Commerce, et les politiques commerciales adoptées par les banques notamment la mise à disposition gratuite d'équipements TPE et la sécurisation fourniture et maintenance des consommables (batteries, câbles, etc.).

3.4 Abonnement E-banking :

Dans ce point, nous allons aborder le service E-banking lancé par la DRE de la BNA de Bejaia en 2017, en analysant le nombre d'abonnements lié à ce service depuis sa création jusqu'à 2021.

Figure 18 : Représentation en nombre d'abonnement au service E-banking



Source : réalisé par nous-même d'après les données de la BNA.

Avec ces informations, nous avons vu le lancement réussi des services de banque en ligne entre 2017 et 2018. Une légère évolution de 14,47% a été observée en 2019, qui est liée aux perturbations des infrastructures réseaux et à la mauvaise qualité de l'internet en Algérie. En 2020, la tendance est à la hausse, avec une augmentation de 46,13% par rapport à 2019, cette hausse s'explique par une forte souscription au service de la banque à distance, dû au fait de la crise sanitaire du Covid19 qui a pleinement mis en lumière l'importance de la banque en ligne durant cette période, avec un grand nombre des abonnements aux services de banque à distance. Les abonnements aux services de banque en ligne ont explosé en 2021, avec une hausse de 101,92 % par rapport à 2020. Cette augmentation est due à la stratégie commerciale adoptée par la Banque nationale d'Algérie pour ses agences en avril 2021, concrétisée par le défi d'attirer plus de clients vers ses services de banque en ligne.

Conclusion :

Avec la montée en puissance de la digitalisation, de la mobilité et de la désintermédiation, nous traversons une période de profondes mutations et de bouleversements d'usages et de comportements. Les banques comprennent déjà l'importance de la digitalisation et sa nécessité dans leurs activités, en effet, la combinaison des NTIC à la digitalisation vise à enrichir les activités bancaires et à améliorer les relations banque-client.

La Banque nationale d'Algérie est focalisée sur ces mutations et la clairvoyance de l'importance de la transformation digitale, en effet elle a adopté une profonde transformation sur deux axes primordiaux internes et externes, développant en permanence des produits et services innovants, et mettant en œuvre de nouveaux parcours clients tout en préservant l'intégrité de ses données avec un haut niveau de sécurité, améliorant ainsi leur rentabilité, leur productivité, leurs relations avec les clients et leur quotidien.

Conclusion générale

Conclusion générale

La transformation digitale a encore transformé le monde économique et le secteur bancaire ; avec la tourmente, les structures bancaires doivent se renouveler et évoluer pour survivre dans un environnement concurrentiel hostile et sans empathie. La digitalisation ne concerne pas seulement la performance des outils, elle affecte le comportement et les attentes des clients et l'organisation du travail. Nos travaux et recherches vont dans ce sens et confirment l'importance de la digitalisation à notre époque.

Les opportunités que la numérisation offre au secteur bancaire mondial ne peuvent être ignorées, en particulier en ce qui concerne la réduction des coûts et des frais associés aux opérations bancaires, les incitations et la fidélité des clients, et la réalisation d'économies d'échelle. En effet, l'intégration de la digitalisation bancaire est une étape nécessaire pour que les banques fidélisent leurs clients et soient compétitives. Le bon usage de la transformation digitale, tant en interne que relationnelle, fait partie des innovations qui pourraient faire la différence d'une banque. Surtout en raison de l'intensification de la concurrence dans l'industrie causée par l'ouverture du marché et le développement du marché financier, d'une part, avec l'avancement de la technologie et l'amélioration des attentes des clients, les exigences en matière de qualité de service sont de plus en plus élevées et continuera de croître.

En effet, L'adoption de ces différentes évolutions technologiques par les banques a conduit à l'émergence de la banque à distance voire de la banque digitale. La digitalisation des banques est un nouveau processus en tant qu'outil stratégique pour atteindre les clients par des moyens numériques (par exemple, les distributeurs automatiques de billets et les guichets automatiques) et Internet (applications bancaires en ligne et mobiles). Il permet également aux clients d'accéder à leurs comptes, de transférer et de recevoir de l'argent, de payer des factures et de gérer leurs comptes en un seul clic, peu importe quand et où. C'est un avantage important pour les personnes hyper connectées qui apprécient le libre-service et sont constamment à la recherche de produits personnalisés et compétitifs, et surtout facilement disponibles. La digitalisation permet également de modifier et d'améliorer les conditions de travail en interne, grâce à l'automatisation, qui permet une fluidité, une simplification et un gain de temps substantiel dans le traitement opérationnel, ainsi qu'une amélioration de la qualité de service grâce à la dématérialisation, augmentant ainsi la productivité et la rentabilité.

Pour l'Algérie, les technologies numériques et la transformation digitale sont sans aucun doute une opportunité d'améliorer le modèle économique de la banque. L'économie numérique peut jouer un rôle clé dans l'expansion et la modernisation du marché algérien, en augmentant les échanges de biens et de services en facilitant la collecte et la diffusion de l'information, la rationalisation et la gestion des transactions.

Dans le cadre de notre recherche, nous avons dirigé une étude sur l'impact de la digitalisation au sein de la BNA de Bejaia (agence 587) et son apport pour la relation banque-client, par l'analyse de leurs moyens de paiement digitaux ainsi que leurs développements depuis

Conclusion générale

la création de ces moyens de paiement digitaux, pour atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés.

Nos recherches nous ont permis de tirer quelques conclusions sur l'impact de la digitalisation sur les banques, et de répondre ainsi à notre problématique posée au départ.

En effet, les stratégies de transformation digitale portent sur la refonte de l'expérience client, la transformation des processus opérationnels, l'évolution des modes opératoires et des modèles économiques avec l'introduction des technologies digitales et internet. Cette transformation numérique a entraîné des changements dans l'environnement interne du système bancaire (impact de la digitalisation sur les collaborateurs, les organisations et les processus opérationnels) et externe (présence et visibilité de la banque et interactions sur les réseaux sociaux). La digitalisation permet d'améliorer la relation banque-client, à l'aide des canaux de communication mis en place par les banques digitalisées, d'une communication continue avec les clients, et de l'utilisation du Big Data et du CRM adapté au service client, cela permet aux banques de mieux gérer leur clientèle et de collecter des diverses données pour perfectionnée leur compréhension sur les clients. Ces informations permettent de mieux prévoir la demande et de fournir le service le plus adapté en fonction des besoins et des attentes des clients, ces derniers représentant les paramètres décisifs pour la banque.

Grâce à cette recherche, nous en déduisons que les clients des banques algériennes adhèrent progressivement à la digitalisation de leurs banques, car la nouveauté apportée par la digitalisation se manifeste sous la forme de produits et services que les clients des banques algériennes ne connaissent pas, et la durée est nécessaire pour que les clients s'adaptent à ces nouvelles fonctionnalités afin qu'elles soient facilement accessibles et utilisables par tous les utilisateurs des services bancaires en Algérie à l'avenir.

Aussi d'après cette étude, nous pouvons confirmer l'hypothèse 1 qui stipule que les cartes bancaires (CIB) reste le moyen digital le plus développé en Algérie vu sa simplicité d'utilisation pour réaliser les différents opérations tels que les retraits et les virements dans les GAB et DAB par rapport aux autres moyens digitaux proposés par les banques algériennes, ainsi que la deuxième hypothèse selon laquelle la crise sanitaire Covid-19 a contribué substantiellement à augmenter l'utilisation des technologies à distance en Algérie où le déplacement en agence était limité par les restrictions du protocole sanitaire imposées aux clients.

Néanmoins, le développement de ces outils digitaux dépend en grande partie des améliorations de l'infrastructure technologique permettant aux banques et à toutes les organisations et clients de se familiariser davantage avec la digitalisation.

Bibliographie

- [1] BEN BOUBAKER S., « L'évolution du model bancaire à l'ère du digital ». Mémoire de fin d'étude. Société tunisienne de banque, 38ème promotion banque- Décembre 2020, P36.
- [2] BENMALEK R., « la réforme du secteur bancaire en Algérie » Mémoire de maitrise en sciences économique ; option économie international, monnaie et finance, université des sciences sociales de Toulouse 1, année universitaire 1998-1999, P36.
- [3] <https://ontorule-project.eu/2018/04/03/le-digital-c-est-quoi/> consulté le 10/05/22 à 20h15
- [4] <https://www.alphalives.com/digitalisation/> consulté le 10/05/22 à 20h30
- [5] AIT OUHAMMOU M., KHARI M., « Transformation digital : quels impacts sur les métiers bancaires ? Cas des banques marocaines », Revue Internationale du Marketing et Management Stratégique, Volume 1, N°1, Janvier- Mars 2019, P200.
- [6] LAFITTE M., « ce que l'intelligence économique veut dire », Edition d'organisation, Paris, 2006, P234.
- [7] BOUHENNA A., « les enjeux des NTIC dans l'entreprise », revue de l'économie et de management, faculté de la science économique et de gestion. Université de Tlemcen.
- [8] <https://www.sherpany.com/fr/ressources/transformation-digitale/transformation-entreprise/avantages-de-la-digitalisation/> consulté le 15/05/2022 à 15h20.
- [9] LHADJ MOHAND M., « L'intégration de la digitalisation et son impact sur la performance Financière d'une banque cas de la BNA agence 356 », Mémoire Master, Université de TIZI-OUZOU, 2021, P45.
- [10] BRIAN S., « La transformation Digital » Edition Thibaut Brousse, 2016, p 26.
- [11] Revue international du marketing et management stratégique, volume 01, N 01, Janvier-Mars 2019, P202.
- [12] FABRICE L et Collectif « L'évolution du modèle bancaire a l'ère du digital » 1èr édition Mars, 2017 p14.
- [13] <https://www.futura-sciences.com/maison/definitions/finances-fintech-19068/> consulté 15/05/2022 à 16h20.
- [14] <https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-big-data-15028/> consulté 15/05/2022 à 16h30.
- [15] BEN BOUBAKER S., « L'Évolution du Modèle Bancaire » Mémoire fin d'étude, 38ème PROMOTION Banque, 2020 p123.
- [16] <https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/informatique-intelligence-artificielle-555/> consulté le 15/05/2022 à 16h00.
- [17] <https://www.uiphedeix-international.fr/processus-operationnel/> consulté le 17/05/2022 à 11h45.
- [18] LHADJ MOHAND M., « L'intégration de la digitalisation et son impact sur la performance Financière d'une banque cas de la BNA agence 356 », Mémoire Master, Université de TIZI-OUZOU, 2021, page 45.

- [19] <https://www.guide-metiers.ma/metier/charge-de-clientele-particuliers-banque/> consulté le 17/05/2022.
- [20] <https://blogrecrutement.bpce.fr/banque-digital-enjeux-charge-clientel> consulté le 18/05/2022 à 12h24.
- [21] <https://www.daf-mag.fr/Definitions-Glossaire/Signature-electronique-245471.htm#> consulté le 18/05/2022 à 13h00
- [22] <https://blogrecrutement.bpce.fr/banque-digital-enjeux-charge-clientele> consulté le 18/05/2022 à 14h07
- [23] BENACHENOU M., La Banque et le financement de l'économie en Algérie, Ouvrage collectif, édition OPU, 2019, P12.
- [24] CNES, projet de rapport (2005), Regards sur la politique monétaire en Algérie, www.cnes.org.dz.
- [25] HASSAM F., « Le système bancaire algérien, Edition l'économiste », 2012, p44-55
- [26] Rapport KPMG (2012), Algeria banking guide, P10.
- [27] Décision N°17-01 du 02 janvier 2017 portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financier agréés en Algérie, Annexe 1, J.O N°02 du 11 janvier 2017, p25.
- [28] Décision N°17-01 du 02 janvier 2017 portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financier agréés en Algérie, Annexe 1, op.cit., p25
- [29] Décision N°17-01 du 02 janvier 2017 portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financier agréés en Algérie, Annexe 2, op.cit., p25.
- [30] 14 COULIBALY. N « La surveillance et l'exploitation bancaire d'un système de règlement brut en temps réel (RTGS) », Centre Africain d'Etudes supérieures en Gestion (CESAG), Mémoire de fin d'étude, promotion 2002, P14.
- [31] <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/rundefinedseau-swift.html> consulté le 25/05/2022 à 14h23.
- [32] <http://www.made-in-algeria.com/news/satim-5861.html> consulté le 25/05/2022 à 14h48.
- [33] https://www.memoireonline.com/10/12/6337/m_Automatisation-du-secteur-bancaire-et-securisation-des-transactions-de-la-monnaie-fiduciaire--la9.html consulté le 25/05/2022 à 15h17.
- [34] <https://www.lafinancementpourous.com/outils/questions-reponses/quest-ce-que-swift/> consulté le 25/05/2022 à 16h06.
- [35] DAHDOUBI D., « L'E-BANKING ET SON IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT DE LA BANQUE CAS : BANQUE NATIONALE D'ALGERIE (BNA) » Mémoire de Master, université de Mostaganem, 2019, P53.
- [36] <https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html> consulté le 26/05/2022 à 12h30

[37] DAHDOUBI D., « l'E-banking et son impact sur l'environnement de la banque cas : Banque Nationale d'Algérie (BNA) » Mémoire de Master, université de Mostaganem, 2019, P62.

[38] Article 2 : La carte bancaire, dotée de l'interface de communication « contact » et/ou « sans contact », doit répondre aux normes internationales figurant dans le tableau ci-annexé. Elle doit répondre par ailleurs au standard EMV (Europay – Mastercard - Visa). Les données inscrites sur la carte bancaire permettent d'opérer des transactions de retrait et de paiement. Le « repli sur piste magnétique », pour opérer les transactions de retrait et/ou de paiement, est explicitement interdit.

<https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/instructions2020/instruction122020.pdf> consulté le 27/05/2022 à 10h20.

[39] <https://www.algerie-eco.com/2017/10/26/algerie-poste-173-gab-basculer-nouveau-systeme/> consulté le 27/05/2022 à 10h30.

[40] https://fr.wikipedia.org/wiki/Terminal_de_paiement_%C3%A9lectronique consulté le 27/05/2022 à 11h00.

[41] DAHDOUBI D., « l'E-banking et son impact sur l'environnement de la banque cas : Banque Nationale d'Algérie (BNA) » Mémoire de Master, université de Mostaganem, 2019, P62.

[42] Merbouti A., « La banque en ligne (e-banking) : état des lieux en Algérie université de Tizi-Ouzou », 2019, P71.

[43] Document BNA/Ordonnance n°66-178, de la 13/03/1966, portant sur la création et fixa les statuts de la BNA.

[44] Circulaire n°405 du 04/04/1998 portant l'organisation de la DRE.

[45] <https://www.bna.dz/fr/monetique/carte-cib.html>. Consulté le 02/06/2022 à 11h37.

[46] <https://www.bna.dz/fr/monetique/carte-affaires.html> consulté le 02/06/2022 à 12h17.

[47] <https://www.bna.dz/fr/monetique/cartes-elite.html> consulté le 02/06/2022 à 13h04.

[48] <https://www.bna.dz/fr/monetique/la-carte-pr%C3%A9pay%C3%A9e.html> consulté le 02/06/2022 à 13h42.

Table des matières

TABLE DES MATIERES

remerciement	
dédicace	
liste des abréviations	
liste des figures	
Introduction générale	11
chapitre 01: Les biens fondés de la digitalisation dans les services financiers	
Introduction :.....	5
Section 01 : L'intérêt de la digitalisation.	5
1. Généralité sur le digital :.....	6
1.1 Définition de la digitalisation :.....	6
1.2 Le cadre historique de l'évolution de la digitalisation :.....	6
1.3 Les avantages et les inconvénients de la digitalisation :.....	8
1.4 Les outils de la digitalisation :.....	9
1.4.1 Les serveurs :.....	9
1.4.2 Les logiciels métiers :.....	9
1.4.3 Les sites Internet :.....	9
1.4.4 Les applications mobiles :.....	9
1.4.5 Newsletters :.....	10
1.4.6 Landing pages :.....	10
1.5 Utilisation des technologies digitales au sein des entreprises :.....	10
1.5.1 Les étapes de la transformation digitale :.....	11
Section 02 : La digitalisation de l'activité bancaire.	12
2.1 La digitalisation de l'activité bancaire :.....	12
2.1.1 La transition d'une banque traditionnelle à une banque moderne :.....	12
2.1.2 Les causes et les objectifs de la transformation digitale des banques :.....	13
2.2 Un nouveau modèle bancaire à l'ère du digital :.....	14
2.2.1 Une banque connectée :.....	15
2.2.2 Une banque intelligente :.....	15
2.2.3 Une banque agile :.....	15

2.2.4 Une banque sociale :	15
2.3 Les opportunités et les menaces des nouvelles technologies pour les banques :	15
2.3.1 Les Fin Tech :	16
2.3.2 Big Data :	16
2.3.3 La Block Chain :	17
2.3.4 L'intelligence artificielle :	18
2.4. Les leviers de la transformation digitale des banques :	19
2.4.1 Optimisation de l'expérience client :	20
2.4.2 Transformation des processus opérationnels :	20
2.4.3 Transformation des business model :	20
2.5 La transformation digitale et les métiers bancaires :	20
2.5.1 Evolution du métier de Gestionnaire de Back Office :	21
2.5.2 Evolution du métier de chargé de clientèle particulière :	22
2.5.3 Evolution du métier de directeur d'agence :	22
2.6 La transformation digitale et la relation client :	23
2.6.1 La gestion de la relation client :	23
2.6.2 La digitalisation de la relation client :	24
Section 03 : Les outils digitaux de la banque	25
3.1 Les différents outils et services digitaux proposés par les banques :	26
3.1.1 Les sites bancaires :	26
3.1.2 Les applications bancaires :	26
3.1.3 Les SMS Banking :	26
3.1.4 Terminal de paiement électronique (TPE) :	27
3.1.5 Le courrier électronique (courriel, mail) :	27
3.1.6 Les cartes bancaires :	28
3.1.7 Le call center :	28
3.1.8 L'agence digitale :	29
3.1.9 La signature électronique :	29
3.2 Maîtriser les outils digitaux pour améliorer la connaissance clients :	29
Conclusion :	30

chapitre 2: Les perspectives de la digitalisation en Algerie

Introduction :	31
Section 01 : Développement du secteur bancaire algérien.	31
1. Historique sur l'évolution du secteur bancaire algérien :	31
1.1 Un système bancaire national :	31
1.2 La privatisation du secteur :	33
1.3 L'établissement des partenariats :	33
2. La réglementation bancaire en Algérie :	33
2.1 La loi du 19 aout 1986 relative au régime des banques et du crédit :	33
2.2 La loi du 12 janvier 1988 :	34
2.3 La loi sur la monnaie et le crédit n°90-10 du 14 avril 1990 :	34
2.4. Ordonnance n°01-01 du 27 février 2001 :	35
2.5. Ordonnance n°03-11 du 26 août 2003 :	35
2.6. Ordonnance n°10-04 du 26 août 2010 :	36
3. L'organisation du système bancaire Algérien :	36
3.1 La Banque centrale d'Algérie :	36
3.2 Le Conseil de la Monnaie et du Crédit :	37
3.3 La commission bancaire :	37
3.4 Les banques publiques :	38
3.5 Les banques privées :	38
Section 02 : la modernisation des moyens de paiement au sein des banques algériennes.....	40
1. la transition de la compensation manuelle à la télé-compensation :	41
1.1 Définition de la compensation manuelle :	41
1.2 Les objectifs de la modernisation :	41
1.2.1 Pour le secteur bancaire :	41
1.2.2 Pour les pouvoirs publics algériens :	41
1.2.3 Pour les autorités de régulation (CMC) :	42
2. les nouveaux moyens de paiement :	42
2.1 Le système de télé-compensation de paiement de masse :	42
2.1.1 Définition du système de télé-compensation (ATCI) :	42

2.1.2 Le fonctionnement du système ATCI :	43
2.2 Le système de paiement de gros montant RTGS :	43
2.2.1 Le fonctionnement du système RTGS :	43
2.3. La société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique (SATIM) :	44
2.3.1. Définition de SATIM :	45
2.3.2. Les fonctions de la SATIM :	45
2.4. Le réseau monétique interbancaire (RMI) :	45
2.4.1. L'adhésion au RMI :	46
2.5. Le réseau SWIFT :	47
2.5.1 Les avantages de SWIFT :	47
2.6 E. Banking :	48
Section 03 : L'E-banking en Algérie	49
1. L'initiation des projets de l'E-banking en Algérie :	49
1.1 La SATIM :	50
1.2 Algérie poste :	50
1.2.1 Les carte d'Algérie Post :	50
1.3 Les Terminaux de Paiement Electronique (TPE) :	54
1.4 Les libres services bancaires :	54
1.4.1 Les distributeurs automatiques de banque :	54
1.4.2 Les guichets automatiques de billets :	54
2. Le développement de l'E-Banking en Algérie :	54
2.1.1 Les banques publiques :	56
2.1.2 Les banques privées :	56
Conclusion :	58
chapitre 3: Etude de degré d'utilisation des moyens digitaux au niveau de la BNA Agence	587
Introduction :	59
Section 1 : Présentation de la Banque Nationale d'Algérie « BNA »	59
1.1 Présentation de la BNA :	59
1.1.1 Historique de la BNA :	59
1.1.2 La forme juridique de la BNA :	60

1.1.3 Réseau de la BNA :	60
1.1.4 Missions et objectifs de la BNA :	60
1.1.5 Organisation de la BNA :	61
1.2 Présentation de la direction régionale d'exploitation (DRE) :	63
1.2.1 Rôle et organisation de la DRE :	63
1.2.2 Rôle et attribution de la direction d'animation commerciale (DAC) :	63
Section 2 : Les moyens de paiements digitaux au sein de la BNA :	65
2.1 Les cartes interbancaires CIB :	65
2.1.1 Les types de la carte CIB :	65
2.1.2 Fonctionnement et validité de la carte CIB :	66
2.1.3 Les Avantages de la carte CIB :	67
2.2 La carte affaire :	67
2.3 La carte ELITE :	68
2.3.1 Le fonctionnement de la carte ELITE :	69
2.3.2 Les avantages de la carte ELITE :	70
2.4 La carte prépayée :	70
2.4.1 Le fonctionnement de la carte prépayé :	71
2.4.2 Les conditions de la carte prépayée :	71
2.5 La carte d'épargne :	71
2.5.1 Le fonctionnement de la carte épargne :	72
2.5.2 Les avantages de la carte épargne :	72
2.6 L'E-banking BNA :	73
2.6.1 L'accès à la plateforme E-Banking :	73
2.6.2 Les fonctionnalités de bna.net :	73
2.6.3 Les avantage de BNA.NET :	74
2.7 Application E-banking Bna@tic:	74
2.8 E-Paiement :	75
2.8.1 L'accès au service e-paiement :	75
2.8.2 Les avantages E-paiement :	75
2.9 Le service WIMPAY-BNA :	75

2.9.1 L'accès à l'application WIMPAY-BNA :	76
2.9.2 L'utilisation de service WIMPAY-BNA :	76
2.9.3 Les avantages de service WIMPAY-BNA :	77
Section 03 : Etude et analyse des moyens de paiement digitaux de la BNA.....	77
3.1 Distribution carte CIB :	77
3.2 Abonnement WIMPAY-BNA :	78
3.3 Evolution de TPE :	79
3.4 Abonnement E-banking :	81
Conclusion :	82
Conclusion générale.....	83
Bibliographie	
Résumé	

Résumé

Le secteur bancaire est considéré comme l'un des secteurs les plus transformés numériquement. Pour les banques, la digitalisation est apparue comme une nécessité pour leurs survies. Une véritable banque digitale est celle qui améliore l'expérience client, crée de nouveau écosystème, met en place des business modèles modernes dynamiques et non classiques.

La digitalisation est aujourd'hui le stade ultime de l'évolution des NTIC, elle offre aux banques une multitude d'opportunités pour offrir une gamme de produits et de services de plus en plus performants.

La digitalisation de l'activité bancaire constitue une réponse technique et stratégique à l'innovation technologique et aux nouvelles formes de concurrence dans l'offre bancaire.

Abstract

The banking sector is considered one of the most digitally transformed sectors. For banks, digitization has emerged as a necessity for their survival. A true digital bank is one that improves the customer experience, creates a new ecosystem, and sets up dynamic and unconventional modern business models.

Digitization is now the ultimate stage in the evolution of ICTs, it offers banks a multitude of opportunities to offer a range of increasingly efficient products and services.

The digitization of banking activity constitutes a technical and strategic response to technological innovation and to new forms of competition in the banking offer

ملخص

يعتبر القطاع المصرفي من أكثر القطاعات تحولاً رقمياً. بالنسبة للبنوك، برزت الرقمنة كضرورة لبقائها. البنك الرقمي الحقيقي هو الذي يحسن تجربة العملاء، ويخلق أنظمة بيئية جديدة، وينفذ نماذج أعمال حديثة ديناميكية وغير كلاسيكية.

تعد الرقمنة اليوم المرحلة النهائية في تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة، فهي توفر للبنوك العديد من الفرص لتقديم مجموعة من المنتجات والخدمات عالية الكفاءة.

رقمنة النشاط المصرفي هي استجابة فنية واستراتيجية للابتكار التكنولوجي والأشكال الجديدة للمنافسة في العرض المصرفي.