



UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

Faculté des sciences Économiques, Commerciales et sciences de Gestion

Département des sciences économiques

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de

MASTER EN SCIENCES ECONOMIQUES

Option : Economie Monétaire et Financière

INTITULÉ DU MÉMOIRE

Le rôle des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC) dans la transformation du secteur bancaire et financier : enquête menée par un questionnaire au sein des banques de la wilaya de Bejaïa

Réalisé par :

BOUMERAOU Aida

BOUKRARA Liza

Encadré par :

M^{me} OUALI Nadjia

Année universitaire 2024/2025

Dédicaces

Nous dédions ce mémoire à nos familles respectives, pour leur amour inconditionnel, leur soutien moral et leurs encouragements constants tout au long de notre parcours académique.

A nos parents, qui ont toujours cru en nous, et à nos frères et sœurs, pour leur patience et leurs compréhensions.

Enfin, nous souhaitons dédier ce travail à notre binôme de recherche : une aventure faite de collaboration, de complicité, de défis partagés et de belles

Réussites.

Aida & Liza

Remerciements

En premier lieu, on tient à remercier notre DIEU, notre créateur de nous avoir donnée la force d'accomplir ce travail.

On tient à exprimer nos vifs remerciements à tous nos professeurs qui ont contribués à notre formation.

En particulier on remercie Mme N.OUALI notre promotrice pour ses conseils et ses encouragements.

Nous sommes également reconnaissantes envers nos familles et nos amis pour leur soutien moral, leurs encouragements et leur amour, qui nous ont permis de surmonter les moments difficiles de notre travail de recherche.

Sommaire

Dédicaces	2
Remerciements	3
Sommaire	4
Liste des abréviations	5
Liste des figures	Erreur ! Signet non défini.
Introduction générale.....	9
Chapitre I : La banque et les nouvelles technologies	13
Section 1 : généralités sur les TIC.....	13
Section 2 : l'utilisation des TIC.....	16
Chapitre II : l'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de bejaia	20
Section 1: Présentation de la méthodologie de recherche	20
Section 2 : Analyse et interprétation des résultats.....	21
Section 3: l'implication des clients dans le processus des nouvelles technologies d'information et de la communication.....	35
Conclusion générale	47
Liste bibliographique.....	50
Les annexes	52
Résumé.....	63

Liste des abréviations et acronymes

CD-ROM : Compact Disc Read-Only Memory.

DAB : Distributeurs Automatiques des Billets.

GAB : Guichets Automatiques des Banques.

HDD : Disque Dur Externe.

NTIC : Nouvelles Technologies d'Information et de la Communication.

TIC : Technologies d'Information et de Communication.

TPE : Terminaux de Paiement Electroniques.

USB : Universal Serial Bus.

WWW : World Wide Web.

Liste des figures

Figure 1 : La répartition des banques selon leurs natures	22
Figure 2 : La répartition des répondants selon leurs postes	23
Figure 3 : La mise en œuvre des nouvelles technologies d'information et de la communication (NTIC).....	24
Figure 4 : Les services en ligne proposer par les banques sur les sites internet.....	25
Figure 5 : Les réseaux les plus développés au sein de votre banque.....	26.
Figure 6 : Les conséquences constatées par la banque après l'adoption des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).....	27
Figure 7 : L'importance de l'adoption des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).....	28
Figure 8 : Intention d'introduire d'autres nouvelles technologies au sein de la banque...	29
Figure 9 : Le degré de la maitrise des canaux technologiques par les employés	30
Figure 10 : Les raisons d'adoption des technologies d'information et de communication (TIC) sont adoptées au sein d'une banque.....	31
Figure 11 : Evaluation des changements constatés sur les variables clé après l'introduction des technologies d'information et de communication (TIC) au sein de la banque.....	32
Figure 12 : Le niveau de satisfaction global concernant la diversification des canaux de distribution des produits et services bancaires au sein de votre banque.....	33
Figure 13 : La disposition d'un système d'alerte en cas d'effraction on de menace à caractère numérique.....	34
Figure 14 : Le budget consacré à la sécurité de système informatique	35
Figure 15 : La répartition des répondants.....	36
Figure 16 : La répartition des clients selon l'âge.....	37

Figure 17 : La classification des clients selon leurs catégories socioprofessionnelles.....	38
Figure 18 : Le degré de maîtrise des TIC par les clients.....	39
Figure 19 : La possession d'une carte bancaire.....	40
Figure 20 : Le moyen de paiement qui inspire le plus de confiance.....	40
Figure 21 : Historique des paiements en ligne effectuée.....	41
Figure 22 : Les problèmes de paiement électronique rencontré	42
Figure 23 : Les facteurs qui réduisent les opérations de paiement électronique.....	43
Figure 24 : L'intégration des nouvelles technologies dans une banque	44
Figure 25 : Les suggestions et les attentes des clients	45

Introduction générale

Introduction générale

Le secteur bancaire joue un rôle essentiel dans le financement de l'économie, les banques doivent évoluer en parallèle avec l'économie pour répondre aux besoins changeants des entreprises et des ménages. La mondialisation, la concurrence et les progrès technologiques ont poussé les banques à innover et à se différencier, les banques ont développé de nouvelles stratégies pour améliorer leurs services, renforcer leurs relations avec les clients et se positionner sur le marché. Cependant, cette évolution a également entraîné des défis, notamment en termes de rentabilité et de gestion des coûts, les banques doivent trouver un équilibre entre l'innovation et la rentabilité pour rester compétitives.

Pour faire face aux défis de rentabilité les banques ont adopté les nouvelles technologies pour réduire les coûts de production ; de commercialisation et d'exploitation. L'évolution des technologies de l'information et de la communication (TIC) a transformé le secteur bancaire ; permettant une communication plus efficace et personnalisée avec les clients. Les nouveaux supports de communication, tels que les réseaux sociaux et les applications mobiles ; ont permis aux banques de toucher de nouvelles cibles clientèles et de proposer des services plus adaptés à leurs besoins.

Pour rester compétitives, les banques doivent continuer à investir dans les NTIC et à innover pour répondre aux attentes de leurs clients. En effet, les NTIC sont de plus en plus considérées comme une nécessité au développement de l'activité bancaire. Elles sont de nature à influencer le mode de fonctionnement des banques et leurs restructurations. En effet, avec la dématérialisation de la monnaie, les technologies de l'information sont devenues l'outil de production, d'innovation, de communication et de commercialisation, ce qui leur confère une place privilégiée dans l'activité bancaire.

L'objet de la recherche

Le rôle des technologies d'information et de communication (TIC) dans l'économie et leur capacité à constituer un facteur de croissance est incontestable. Elles deviennent « le système nerveux des organisations », qui tendent bien d'en faire un facteur de compétitivité et de performance. Généralisées dans le mode de travail, les TIC sont utilisés au quotidien par un nombre non moins important d'acteurs au niveau des organisations.

L'objet de notre travail est de démontrer le rôle des nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC) dans le secteur bancaire. Le choix de ce thème de

recherche est justifié par une raison principale, c'est un sujet d'actualité vue l'importance des nouvelles technologies comme facteur principal et nécessaire pour l'évolution du secteur bancaire algérien.

2. La problématique de recherche :

Ces dernières années les banques ont connu une accélération de l'intégration des nouveautés technologiques en matière d'information et de communication dans le secteur bancaire.

L'évolution des technologies ont conduit à des avancées et ont bouleversé le secteur de l'information et de la communication. Dans le cadre de notre recherche, nous avons cherché à répondre à une question fondamentale sur les enjeux de l'utilisation des nouvelles technologies d'information et de communication dans le secteur bancaire : « **Quel est le rôle des nouvelles technologies d'information et de communication dans la transformation de secteur bancaire** » ? Cette question a donné lieu à plusieurs interrogations complémentaires :

- Dans quelle mesure la mise en application des NTIC dans le secteur bancaire peut-elle affecter son processus de fonctionnement ?
- L'adoption des NTIC est-elle une nécessité stratégique pour les banques ?

Les hypothèses de recherche

Notre travail s'appuie sur deux hypothèses que nous avons formulées ainsi :

H1 : Les NTIC permettent aux banques de diversifier la gamme de produits qu'elles offrent à ses clients et de faciliter le travail notamment inter branches.

H2 : L'intégration des nouvelles technologies est peu développée dans le secteur bancaire à cause de la résistance au changement des clients.

Méthodologie de recherche

Afin de répondre aux questions ci-dessus et vérifier la conformité des hypothèses, nous avons adopté deux approches : une approche théorique, où nous consultons les documents nécessaires liés à notre sujet de recherche, et une approche empirique dans laquelle nous avons essayé de vérifier le rôle des NTIC dans le secteur bancaire de la wilaya de Bejaia à travers un questionnaire déposée aux personnels et aux clients des banques de la wilaya de Bejaia.

Structure du mémoire

Pour mener à bien notre travail et répondre aux questions précédentes, nous avons réparti notre travail en deux chapitres.

Le premier chapitre, présente le cadre général de l'utilisation des NTIC dans le secteur bancaire. Il présente en premier lieu des généralités sur les TIC (section 01), ensuite l'utilisation des NTIC (section 02). Le deuxième chapitre, aura pour une étude empirique. Ou Nous allons en premier lieu, expliquer notre démarche pour mener notre enquête de terrain, ensuite, nous allons analyser et interpréter nos résultats.

Chapitre I: **La banque et les nouvelles technologies**

Introduction

La demande croissante de services bancaires oblige les institutions financières à repenser leurs méthodes de distribution traditionnelles, souvent saturées pour rester compétitives, elles doivent adopter des solutions technologiques innovantes, répondant ainsi aux exigences actuelles et futures du marché. Dans le contexte des entreprises modernes, l'information est devenue une ressource essentielle pour leur succès économique. Etant donné son rôle crucial dans la prise de décision et la gestion organisationnelle, l'évaluation des systèmes d'information et de communication est désormais une étape incontournable.

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) représentent un moteur de transformation sociale. L'intégration de ces technologies dans le fonctionnement des entreprises permet de générer des bénéfices significatifs, entraînant des changements profonds dans leur évolution.

Ce chapitre explore l'impact des nouvelles technologies d'information et de communication sur le secteur bancaire. Il est structuré en trois sections : la première aborde les aspects théoriques des TIC, la seconde examine leur intégration dans le secteur bancaire, et la troisième analyse leur impact sur les activités bancaires.

Section 01 : Généralités sur les TIC

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) connaissent actuellement un développement rapide tant dans le domaine de la production que des services. En plus des nouvelles activités qu'elles engendrent, les TIC jouent un rôle clé dans l'évolution des relations sociales, des emplois et des métiers.

1. Définition des TIC

Selon le grand dictionnaire terminologique, les TIC sont un « ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évoluées de multimédia et des télécommunications, qui ont permis l'apparition de moyens de communication plus performants, et d'optimiser le traitement, le stockage, la diffusion et l'échange de l'information » (terminologique).

CHAPRON (2006) donne la définition suivante : « TIC, technologies de l'information et de la communication : expression aux contours assez flous, apparue avec le développement des réseaux de communication, désignant tout ce qui tourne autour d'internet et de

multimédia. Elle inclut également l'idée d'une facilité d'utilisation renforcée de ces produits et services, conçus pour un large public non spécialiste. Au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audio-visuel, les TIC s'adressent au plus grand nombre »

2. L'historique des TIC

L'évolution des TIC a été marquée par plusieurs étapes clés, chaque étape représente une avancée significative dans des domaines tels que les logiciels, les ordinateurs, les réseaux et les techniques de télécommunication.

2.1. L'ordinateur

L'ordinateur a permis l'automatisation des calculs qui s'est faite par le biais de la carte et du ruban perforés. Par première génération d'ordinateurs a été marquée par l'électronique, la deuxième génération voit le jour grâce à l'invention du transistor qui fonctionnait avec un système circuit imprimé, dans la troisième génération, ce dernier est remplacé par le circuit intégré, la quatrième génération des ordinateurs est née grâce à la mise au point des microprocesseurs qui ont entraînés une miniaturisation des composants de l'ordinateur. (Mezioudene.Y et Yahou.N)

2.2. Les logiciels

Le développement des logiciels a permis le développement des langages de programmation, le développement des systèmes d'exploitation et le développement des logiciels d'application.

2.3. Les réseaux et les télécommunications

Vers les années 1940, le processus de développement des réseaux et des télécommunications s'est enclenché avec la 1^{ère} communication à distance d'une machine à calculer à une autre. Les américains se sont emparés de cette invention à des fins militaires et la communication à distance a par la suite joué, en son temps, un rôle de vecteur de transformation des usages.

Dans les années 1960, si le téléphone a été perçu comme un signe de confort, sa fonction sociale n'a été prise en compte que beaucoup plus tard et sa vocation d'outil de communication ne s'est que lentement dégagée pour passer ensuite au premier plan et

contribuer à déterminer une nouvelle relation de l'homme à l'éloignement et donc à l'espace. Toujours à la même période, sous l'impulsion des organismes internationaux, le premier réseau d'ordinateurs a été mis en place dans un souci de trafic aérien grâce aux lignes téléphoniques. Les analyses des effets de l'informatique vont dans le même sens et font apparaître une explosion des notions de durée et de localisation, d'autant que la technologie de pointe et les efforts réalisés en matière de miniaturisation ont conduit à considérer le bureau désormais transportable en maints endroits comme un « objet nomade »

En 1962, Américain Airlines fut la première entreprise commerciale au monde à s'approprier ces nouvelles technologies en 1962 en instaurant un système de réservation de billet d'avion par ordinateur.

En 1971, le logiciel de courrier électronique a été créé, suivi des premières connections internationales en 1973.

Les débuts d'internet se situent dans les années 80, mais c'est dans les années 1990 que l'autoroute de l'information est parachevée dans le monde. L'année 1994 est l'année de l'explosion d'internet avec le World Wide Web (WWW) chez les utilisateurs aussi bien personnes physiques ou morales. (Boulenouar Nassima Ouarda)

2.4. Technique audiovisuelles

La clé USB, le disque dur externe(HDD), le CD-ROM sont l'état actuel des avancées technologiques dans le domaine de l'audiovisuel, elles ont été précédées par de nombreuses inventions allant du : système télégraphique à l'enregistrement magnétique. (Saidi.H et Tekil.R)

Section 02 : L'utilisation des TIC

1. Courrier électronique

Le courrier électronique, est un service de transmission de messages envoyés électroniquement via un réseau informatique (principalement l'internet) dans la boîte aux lettres électronique d'un ou plusieurs destinataires choisis par l'émetteur.

Hugues Angot (2006), Pour émettre et recevoir des messages par courrier électronique, il faut disposer d'une adresse électronique et d'un client de messagerie ou d'un web-mail permettant l'accès aux messages via un navigateur web.

2. Internet

Daniel.Batta (2016), Internet est aujourd'hui un réseau composé d'environ 70000 réseaux publics et privés, universitaires, commerciaux et gouvernementaux. C'est un réseau mondial associant les ressources en télécommunication à des ordinateurs, afin de permettre l'échange de messages électroniques, d'informations multimédias et des fichiers. Internet est un système réparti géographiquement et structuralement, de publication et de consultation de documents faisant appel aux techniques de l'hypertexte.

L'internet fait alors irruption dans le monde des télécommunications. Il perturbe les plans les mieux ourdis des exploitants. Mis en place à la demande du department of Defense des Etats-Unis, il utilise un protocole simple, robuste et sûr de transmission en mode paquet et un adressage décentralisé. Utilisé d'abord par des chercheurs pour faire de la messagerie, partager des bases de données et échanger de la documentation, il est avec le « Web » le support d'un outil de documentation puissant. Peu coûteux, il banalise l'accès au transfert de données et devient l'objet d'un phénomène de mode.

Michel VOLLE (1999), L'efficacité et le prix des logiciels et protocoles de communication définis sur l'internet les imposent dans les entreprises ; on parle alors d'internet.

3. Extranet

Jean-François PILLOU Pascal CAILLEREZ (2011), Un extranet est une extension du système d'information de l'entreprise à des partenaires situés au-delà du réseau (client, fournisseurs...).

L'accès à l'extranet doit être sécurisé dans la mesure où cela offre un accès au système d'information à des personnes situées en dehors de l'entreprise. Il peut s'agir soit d'une authentification simple (nom d'utilisateur et mot de passe) ou d'une authentification forte (à l'aide d'un certificat).

4. Intranet

L'intranet désigne des réseaux privés utilisant les technologies d'internet (lien de type hypertexte, moteurs de recherche, logiciel de navigation). Tous les membres du groupe partagent tout, quel que soit leur emplacement. C'est un réseau informatique interne qui munit un accès protégé et vérifiable aux informations, bases de données et ressources d'une entreprise grâce aux technologies ouvertes de l'internet. (Grmain)

5. Data Warehouse (entrepôt de données)

Le terme entrepôt de données (ou base de donnée décisionnelle ou encore Data Warehouse) est une base de données destinée à accueillir des informations pour faciliter l'analyse et la prise de décision, alimentée par des sources hétérogènes et indépendantes. Cette base de données est consolidée, structurée, historiée, et stocke des informations issues des systèmes opérationnelles. Elle constitue une infrastructure essentielle pour les outils d'aide et le pilotage stratégique de l'entreprise.

6. Le e-commerce

Le e-commerce ou commerce électronique correspond à la vente en ligne de biens ou des services à travers le site web marchands, regroupe l'ensemble des transactions commerciales effectuées à distance par le biais d'interface électronique et digitale. Le e-commerce englobe essentiellement les transactions commerciales réalisées sur l'internet à partir de différents types de terminaux (ordinateurs, tablettes, Smartphone, console, TV connectée) mais également celles réalisées à partir d'applications spécifiques (application mobile) qui ne font pas toujours appel aux protocoles internet.

7. Le E-Learning

C'est l'utilisation des nouvelles technologies multimédia et de l'internet pour améliorer la qualité de l'apprentissage en facilitant l'accès à des ressources et des services ainsi que les échanges et la collaboration à distance. Le E-learning est une formation en ligne qui permet de suivre une formation à distance. Il n'est plus nécessaire de se rendre dans un centre de formation ni d'accueillir un formateur en entreprise. (Mezioudene.Y et Yahou.N)

Conclusion

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ont révolutionné la façon dont nous vivons, travaillons et communiquons. Elles offrent des opportunités sans précédent pour accéder à l'information, se connecter avec les autres et développer de nouvelles compétences. Grâce à l'internet, aux réseaux sociaux, aux Smartphones et aux applications en lignes, les NTIC ont rendu possible une communication plus rapide, plus efficace et plus accessible. Elles ont également transformé le monde du travail, avec le télétravail, la collaboration en ligne et l'automatisation des tâches. Cependant, les NTIC présentent également des défis, tels que la fracture numérique, la sécurité des données et l'impact environnemental.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques algériennes

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Introduction

Notre étude vise à évaluer l'utilisation des nouvelles technologies d'information et de la communication dans le secteur bancaire. Pour analyser le rôle des technologies de l'information et de la communication (TIC) sur la qualité des services bancaires algériens, nous avons mené une étude empirique basée sur une enquête par questionnaire auprès des responsables et des clients des banques publiques et privées de la wilaya de Bejaia.

Notre méthodologie consisté à :

- Déposer un questionnaire auprès des banques de notre échantillon
- Interroger les clients de ces banques

Ce chapitre sera organisé en deux sections. La première présentera l'état actuel de la technologie bancaire et les résultats de notre enquête. La deuxième section analysera et interprétera les résultats.

Section 01 : présentation de la méthodologie de recherche

Pour répondre à la problématique de cette étude, nous avons adopté une approche quantitative. Nous avons opté pour la méthode de l'enquête par questionnaire afin de recueillir des données précises sur le rôle des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) dans l'amélioration de la qualité des services bancaires en Algérie.

Deux questionnaires distincts ont été élaborés :

- Le premier, à destination des professionnels du secteur bancaire, vise à évaluer la contribution des NTIC dans leurs activités quotidiennes ;
- Le second, destiné à la clientèle, a pour objectif de recueillir leurs perceptions, leurs attentes et leur niveau de satisfaction vis-à-vis des services bancaires numériques.

1. Présentation générale de l'enquête

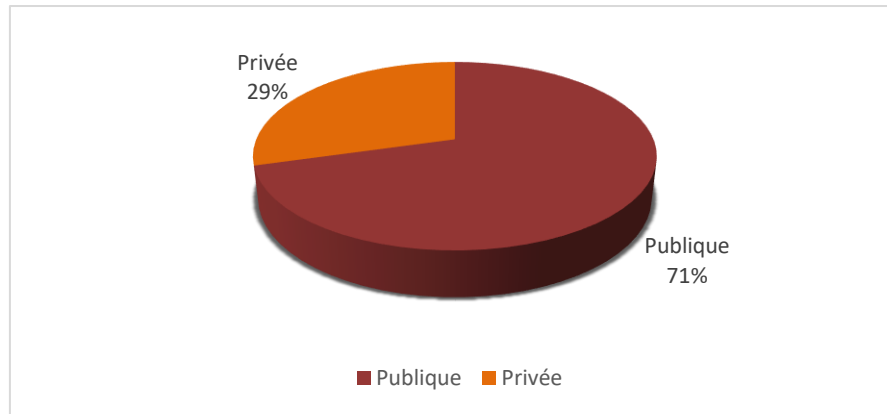
Nous avons mené une enquête par questionnaire auprès des établissements bancaires ainsi que de leurs clients, en nous appuyant sur un ensemble de questions figurant en annexes

Cette démarche vise à examiner les différents outils numériques et les nouvelles technologies introduites par les banques, afin d'évaluer leur impact sur la transformation du secteur bancaire, ainsi que sur la relation entre les banques et leur clientèle.

Section 02 : analyse et interprétation des résultats

AXE : Identification de l'établissement enquêté

Figure N°01 : La répartition des banques selon leurs natures



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

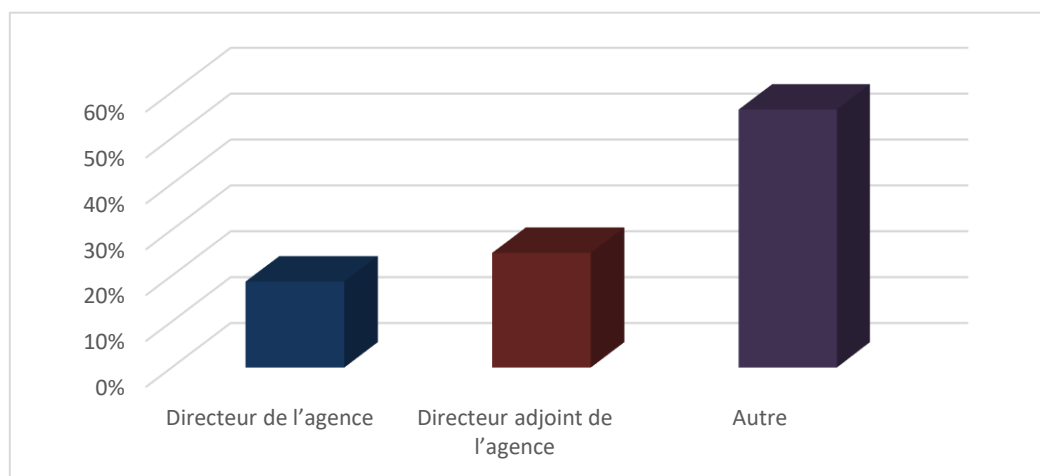
La figure N°01 représente la répartition des agences bancaires questionnées selon qu'elles soient publiques ou privée. Notre enquête a porté sur 29% des banques privées et 71% des banques publiques ainsi que leur participation à notre enquête. La lecture de la figure ci-dessus dévoile les résultats suivants :

- Nombre total de banques : 17
- Banques privées: 5 (29%)
- Banques publiques : 12 (71%)

La participation des banques à notre enquête est globalement positive avec un taux de réponse de 100 %, qui est un taux représentatif. Cela démontre une bonne volonté de collaboration de la part des institutions financières de la wilaya de Bejaia. Les banques publiques ont montré une participation plus élevée que les banques privées, avec 71% des répondants. Cette répartition non-équilibrée entre les banques privées et publiques peut indiquer une diversité de perspectives et de pratiques au sein du secteur bancaire de la région.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Figure N°02 : La répartition des répondants selon leurs postes



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

Le graphique N°02 montre la répartition des répondants selon leurs postes au sein de leur organisation et leur secteur (public ou privé). On observe que :

La majorité des répondants (56,25%) est à la catégorie « autre », ce qui indique une forte participation de personnels ne faisant pas partie de la direction.

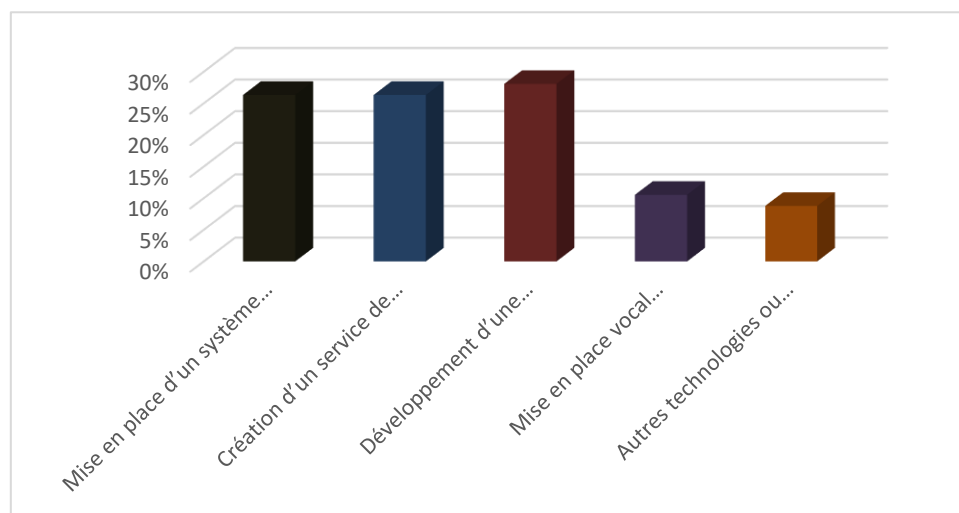
Les directeurs adjoints représentent 25% des répondants, tous issus du secteur public, ce qui suggère une implication importante de ce niveau hiérarchique dans les institutions publiques.

Les directeurs d'agence, quant à eux, sont tous issus du secteur privé (18,75%), ce qui peut traduire une plus grande disponibilité ou un mode de gestion différent dans les banques privé. Cette répartition pourrait refléter des différences organisationnelles entre le secteur public et le secteur privé, notamment dans l'accès ou l'implication dans ce type d'enquête. Le fort taux de réponses dans la catégorie « autre » montre également que les collaborateurs de niveaux intermédiaires ou d'exécution sont bien représentés, ce qui peut enrichir la diversité des points de vue recueillis.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

AXE 2 : LA NUMERISATION AU NIVEAU DE LA BANQUE

Figure N°03 : La mise en œuvre des nouvelles technologies d'information et de la communication (NTIC)



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

Nous constatons, d'après la figure N°03 une forte adoption des NTIC dans les banques, sur un total de 57 réponses, toutes les banques interrogées ont mis en œuvre au moins une technologie NTIC, ce qui montre une certaine modernisation du secteur bancaire.

Les technologies les plus adoptées, banque à distance (e-Banking) : adoptée par 28,07% des répondants. Cela reflète une forte orientation vers les services numériques pour améliorer l'accessibilité et la satisfaction des clients. Et le système INTRANT pour la communication interne et télé compensation : chacun représente 26,32%. Cela indique un souci d'efficacité interne et d'amélioration du traitement des transactions.

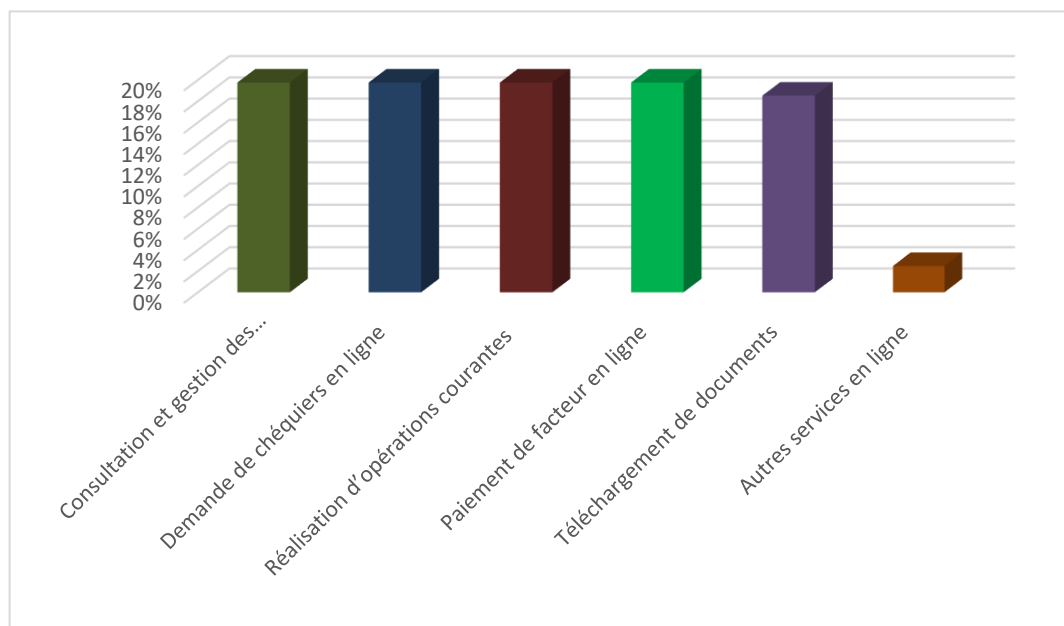
Les technologies moins fréquentes, répondeur vocal automatisé : seulement 10,52% l'ont mis en place ; cela peut s'expliquer par un coût élevé, des besoins moindres ou une préférence pour des interactions humaines. Et autres technologies : 8,77%, ce qui montre une ouverture à l'innovation, mais reste minoritaire.

Les résultats indiquent une transformation numérique en cours dans le secteur bancaire, avec une priorité donnée à l'amélioration de la relation client (e-Banking) et à

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

l'efficacité des opérations internes. Toutefois, certains outils comme les systèmes vocaux automatisés restent encore peu adoptés, offrant des marges de progression.

Figure N°04 : Les services en ligne proposer par les banques sur les sites internet



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

La figure N°04 montre la prépondérance des banques publiques : les banques publiques offrent nettement plus de services en ligne que les banques privées. Sur les 81 réponses enregistrées, 59 proviennent de banques publiques contre seulement 22 de banques privées. Cela montre un engagement plus marqué du secteur public dans la digitalisation des services bancaires.

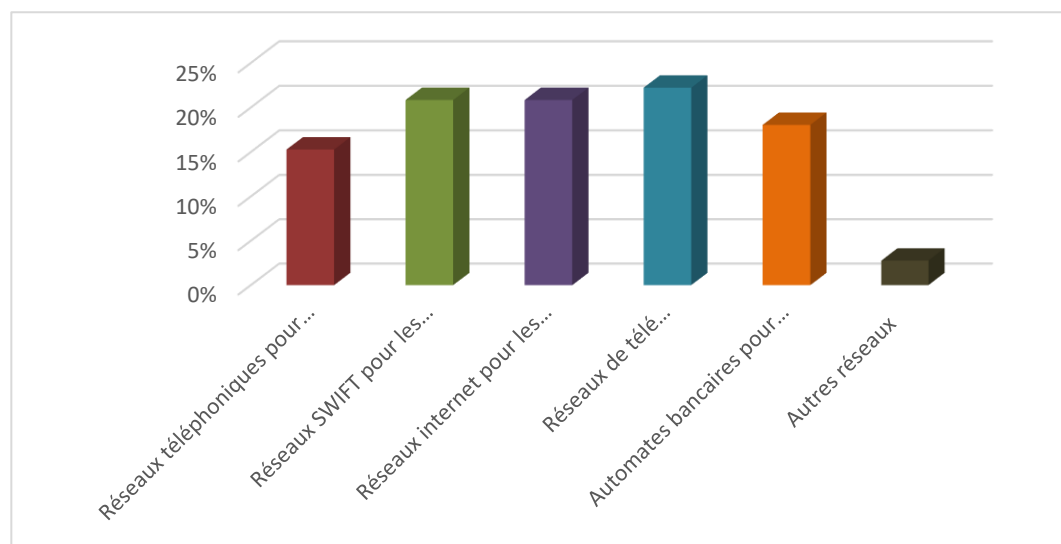
Les services les plus couramment proposés : quatre services recueillent chacun 16 occurrences (soit 19,75%) des réponses) : consultation et gestion des comptes, demande de chèquiers, réalisation d'opérations courantes et paiement de factures. Cela indique que ces services représentent les fonctionnalités de base attendues par les clients sur une plateforme bancaire en ligne, et sont largement adoptés.

Les services moins fréquents : Le téléchargement des documents est légèrement en retrait avec 15 réponses (18,52%), et autres services en ligne apparaissent très peu (2réponses, soit 2,47%), ce qui peut indiquer une offre limitée en fonctionnalités avancées ou personnalisées, ou un manque de connaissance des utilisateurs à leur sujet.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Les résultats montrent que la majorité des banques, en particulier les banques publiques, ont intégré les services essentiels à leur plateforme en ligne. Toutefois, des efforts peuvent être faits, surtout dans le secteur privé, pour élargir l'offre numérique et améliorer l'expérience client.

Figure N° 05: Les réseaux les plus développés au sein de votre banque



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

La figure N°05 montre les réponses de 72 participants (50 du secteur public et 22 du privé) concernant les réseaux les plus utilisés dans leurs institutions bancaires.

Les réseaux de télé compensation (22,22%) : ce réseau est le plus développé selon les répondants, il est crucial pour les transactions financières nationales, ce qui montre une forte automatisation du traitement des paiements domestiques.

Réseaux internet et SWIFT (20,84%) : internet utilisé à la fois pour les services en ligne (e-Banking) et la communication interne/externe, et le réseau SWIFT est essentiel pour les transferts financiers internationaux sécurisés.

Réseaux téléphoniques (15,28%) : bien qu'encore utilisés pour la communication, ils sont moins prédominants face à l'internet et aux systèmes automatisés.

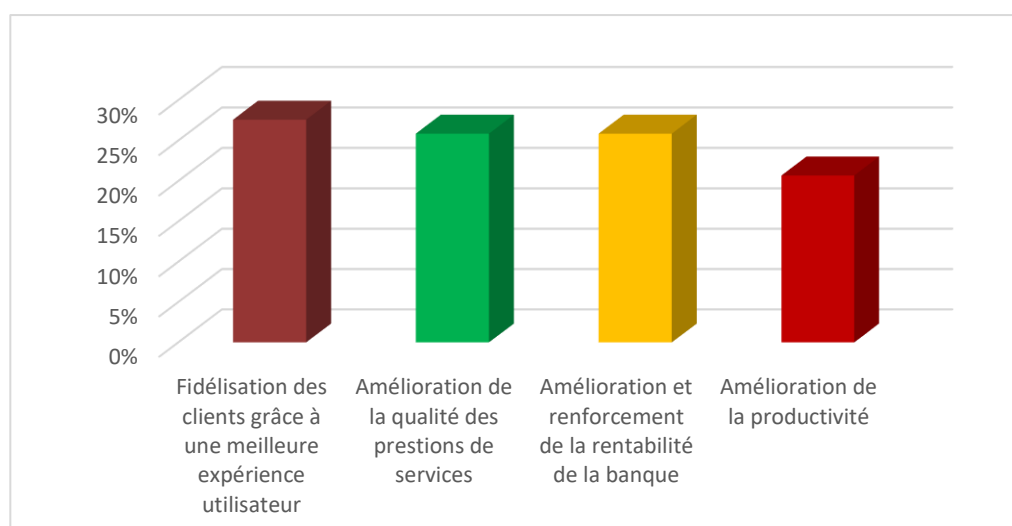
Automates bancaires (18,05%) : montre que les guichets automatiques sont bien implantés, ce qui facilite les opérations physiques pour les clients.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Autres réseaux (2,77%) : très faiblement représentés, ce qui suggère que les banques se concentrent surtout sur les infrastructures classiques et éprouvées.

Les banques publiques semblent plus dotées en infrastructures technologiques que les banques privées dans presque tous les domaines. L'importance du SWIFT et de l'internet indique une forte internationalisation et digitalisation des services bancaires. La diversification des réseaux prouve que les banques investissent dans plusieurs canaux pour sécuriser et optimiser les échanges d'informations et de fonds.

Figure N° 06 : Les conséquences constatées par la banque après l'adoption des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)



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

La figure N°06 montre la fidélisation des clients grâce à une meilleure expérience utilisateur (27,58%) : c'est la satisfaction la plus fréquemment mentionnée, avec 16 répondants, ce qui souligne l'impact direct des NTIC sur la relation client. L'amélioration de l'expérience utilisateur semble avoir renforcé la fidélité des clients.

Amélioration de la qualité des prestations de services (25,86%) : les NTIC ont permis d'optimiser les processus internes, réduisant les erreurs et les délais de traitement. Cela a mené à une prestation de services plus fluide et plus fiable, selon 15 banques interrogées.

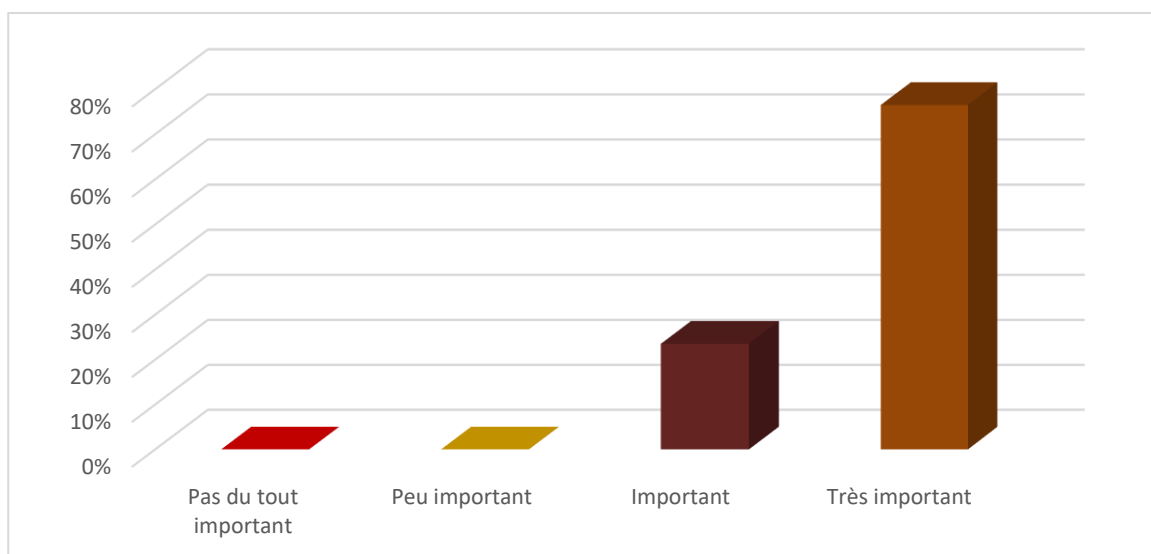
Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Amélioration et renforcement de la rentabilité de la banque (25,86%) : les outils numériques contribuent à réduire les coûts opérationnels et à générer de nouvelles sources de revenus, ce résultat est partagé équitablement entre banques publiques et privées.

Amélioration de la productivité (20,69%) : moins citée mais significative, cette satisfaction reflète l'automatisation de certaines tâches et l'amélioration de l'efficace du personnel grâce aux outils numériques.

Les résultats indiquent que l'adoption des NTIC a généré un large éventail de bénéfices pour les banques, en particulier sur les plans relationnel, opérationnel et financier. La convergence des réponses entre les secteurs public et privé montre une reconnaissance globale de la valeur ajoutée des technologies numériques dans le secteur bancaire.

Figure N° 07 : L'importance de l'adoption des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)



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

Les données présentées dans la figure N°07 révèlent une forte reconnaissance de l'importance des NTIC dans le cadre professionnel, tant dans le secteur public que privé.

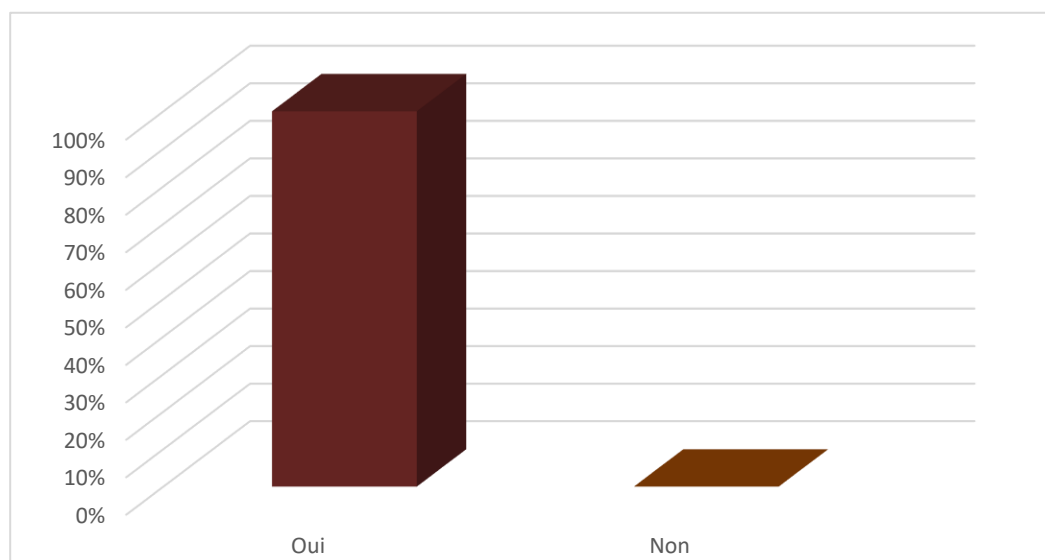
Importance élevée : 76,47% des répondants jugent l'adoption des NTIC « très importante » dans leur travail, et 23,53% la jugent « importante ». Et aucun répondant n'a estimé que les NTIC fussent peu ou pas du tout importantes.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Répartition sectorielle : dans le secteur public, 9 sur 12 trouvent les NTIC « très importantes », et 3 les trouvent « importantes ». Et dans le secteur privé, 4 sur 5 considèrent les NTIC « très importantes », et 1 les trouve « importantes ».

L'adoption des NTIC est perçue comme un levier essentiel pour améliorer l'efficacité, la productivité et la communication au travail. Cette tendance témoigne d'une prise de conscience généralisée de la valeur stratégique des technologies numériques dans l'environnement professionnel moderne.

Figure N° 08: Intention d'introduire d'autres nouvelles technologies au sein de la banque



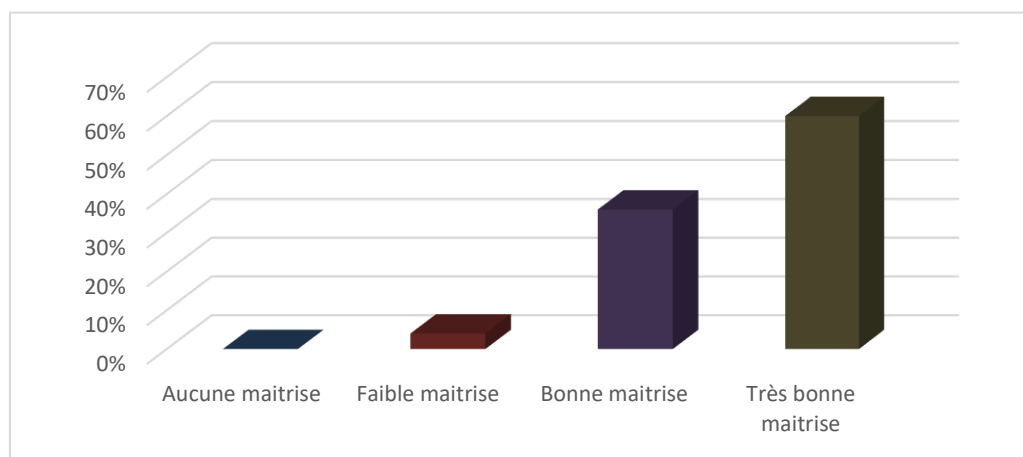
Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

Les résultats de la figure N°08 montrent une volonté unanime des banques interrogées à introduire de nouvelles technologies dans leurs services.

Sur les 16 banques sondées (dont 11 publiques et 5 privées), 100% ont répondu « Oui » à la question posée. Aucune banque n'a exprimé de réticence ou de refus. Cela traduit une prise de conscience généralisée de l'importance de l'innovation technologique dans le secteur bancaire, qu'il s'agisse de banques publiques ou privées. Cette ouverture aux nouvelles technologies pourrait viser à améliorer la compétitivité, l'efficacité des opérations, l'expérience client, et à s'adapter aux évolutions du marché financier.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Figure N° 09 : Le degré de la maitrise des canaux technologiques par les employés



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

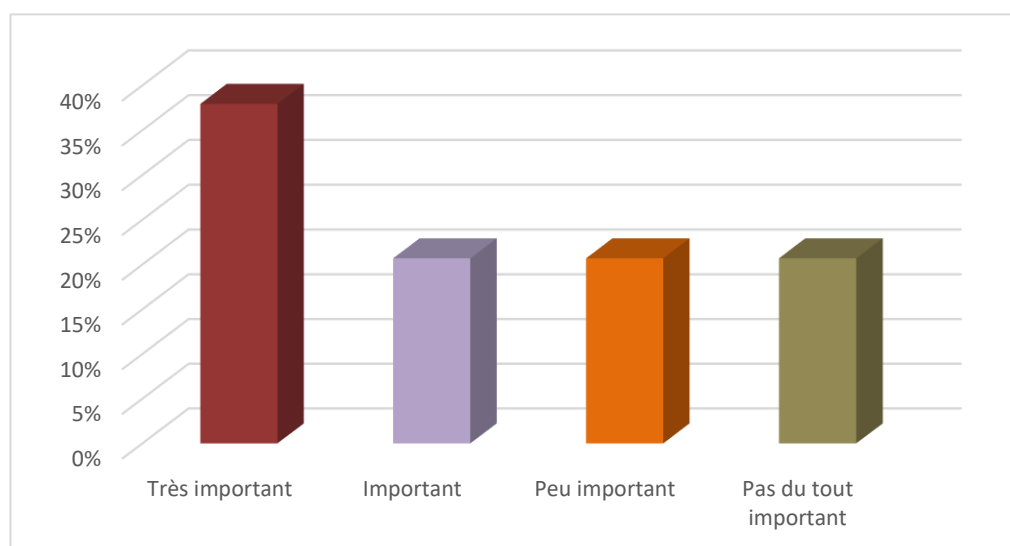
Une interprétation des résultats de la figure N°09, concernant la maitrise des canaux technologiques par les employés de l'agence :

Niveau « aucune maitrise » : 0% aucun employé ne semble complètement ignorer la gestion des canaux technologiques. Niveau « faible maitrise » : 4% très faible part du personnel rencontre des difficultés. Niveau « bonne maitrise » : 36% un tiers des employés est jugé compétent dans ce domaine. Niveau « très bonne maitrise » : 60% la majorité des employés maîtrisent très bien les canaux technologiques.

Ces résultats montrent une très bonne perception générale des compétences technologiques au sein de l'agence. En effet, 96% des employés sont considérés comme ayant une bonne ou très bonne maitrise des canaux technologiques, ce qui est un indicateur positif de performance numérique de l'équipe. Cela suggère également que l'agence a probablement investi dans la formation ou le recrutement de personnel compétent en la matière.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Figure N° 10 : Les raisons d'adoption des technologies d'information et de communication (TIC) sont adoptées au sein d'une banque

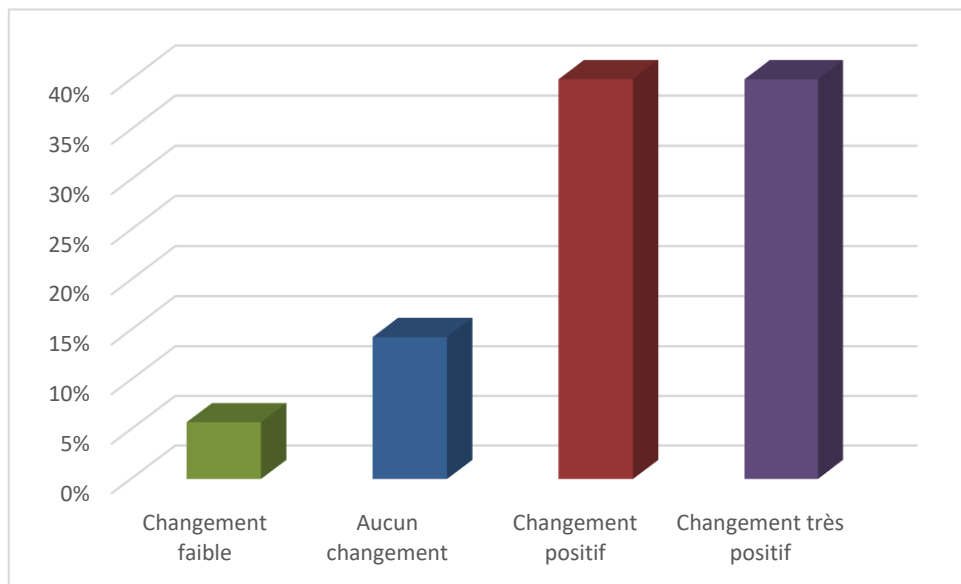


Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

La figure N°10 représente la majorité des répondants «37,93% » considèrent les facteurs d'adoption des TIC comme « très importants », ce qui montre une reconnaissance forte de leur valeur stratégique. Toutefois, une proportion égale « 20,69% » les considère comme « importants », « peu importants » ou « pas du tout importants », indiquant une divergence de perception ou une possible hétérogénéité dans les besoins et priorités des banques. Les TIC sont globalement perçus comme importantes, surtout dans les banques publiques, mais des écarts notables existent selon le type de banque. Cela pourrait guider des stratégies différenciées d'accompagnement ou d'investissement en fonction du secteur bancaire concerné.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Figure N° 11 : Evaluation des changements constatés sur les variables clé après l'introduction des technologies d'information et de communication (TIC) au sein de la banque



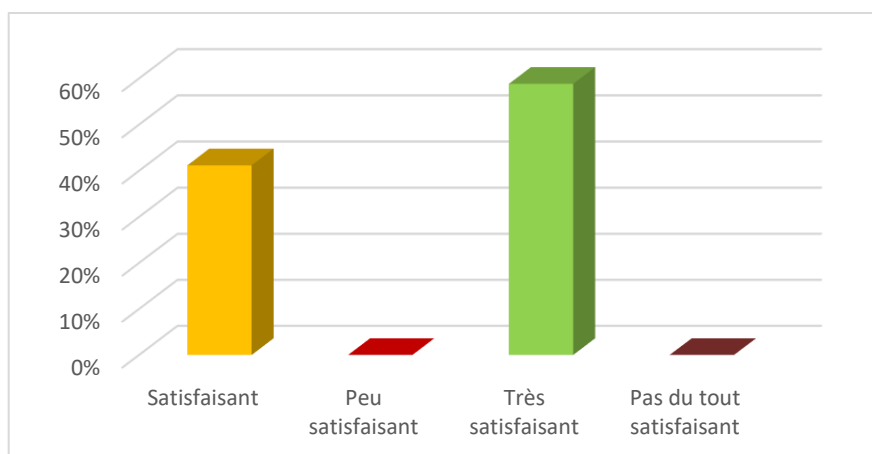
Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

La figure N°11 montre que le Changement très positif et changement positif représentent chacun 40% des réponses, soit un total de 80%. Cela montre que la grande majorité des répondants perçoivent une amélioration significative après l'introduction des TIC.

Changement faible représente 5,72%, et aucun changement ne représente 14,28%, ce qui indique une minorité insatisfaite ou peu affectée par les TIC. Ces résultats montrent que l'introduction des TIC dans le secteur bancaire est largement perçue comme bénéfique, tant dans les banques publiques que privées.

Les gains potentiels peuvent inclure : amélioration de la qualité de service, efficacité opérationnelle, réduction du temps de traitement, et meilleur satisfaction client. Le faible pourcentage de réponses négatives peut refléter soit une résistance au changement, soit des lacunes dans la mise en œuvre des TIC dans certains départements.

Figure N° 12 : Le niveau de satisfaction global concernant la diversification des canaux de distribution des produits et services bancaires au sein de votre banque



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

Les données de la figure N°12 permettent d'évaluer le niveau de satisfaction global des clients concernant la diversification des canaux de distribution des produits et services bancaires, en distinguant entre les banques publiques et privées.

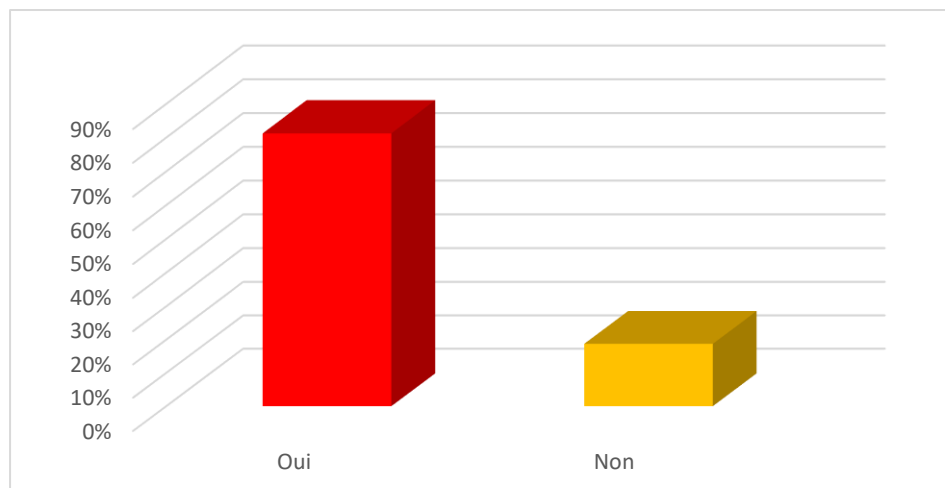
Parmi les clients des banques publiques : 29,4% se déclarent satisfaits, 70,6% sont pas du tout satisfaits, et aucun client ne se dit très satisfait ou peu satisfait. Ce constat met en évidence un niveau de satisfaction très faible au sein des banques publiques, avec une grande majorité des clients exprimant une insatisfaction totale. Cela pourrait s'expliquer par un manque d'innovation ou un retard dans la mise en place de canaux digitaux performants.

Chez les banques privées : seuls 6,9% des clients sont satisfaits, 34,5% sont peu satisfaits, la majorité, soit 58,6% ne sont pas du tout satisfaits, aucun client ne se déclare très satisfait. Même si les banques privées semblent légèrement mieux perçues que les banques publiques, les niveaux d'insatisfaction restent très élevés, révélant une insuffisance globale dans la diversification des canaux de distribution. Ces résultats révèlent une faiblesse généralisée des banques, tant publiques que privées, en matière de diversification des canaux de distribution de leurs produits et services. Cela souligne un besoin urgent de modernisation,

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

notamment à travers : le d'développement de solutions numériques, l'amélioration de l'accessibilité aux services, et une meilleure communication multicanale.

Figure N° 1 3 : La disposition d'un système d'alerte en cas d'effraction on de menace à caractère numérique

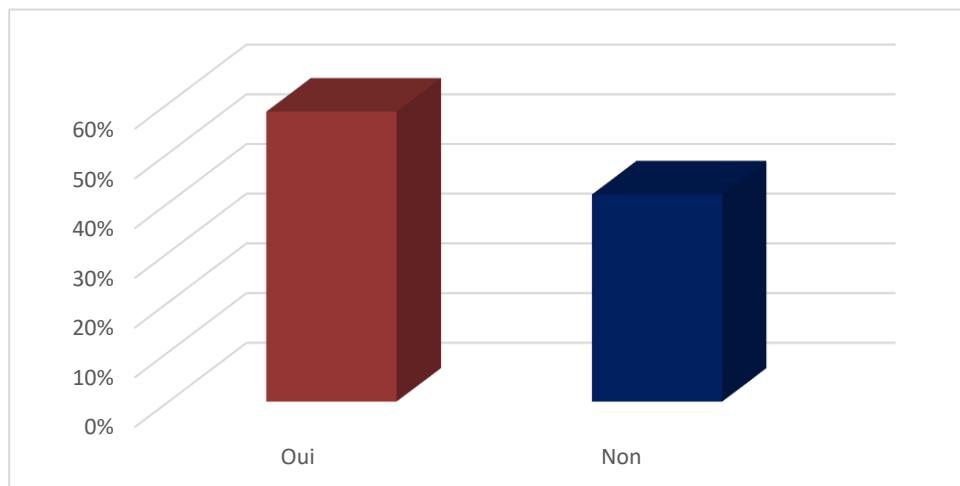


Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

La figure N°13 présente les réponses des structures publiques et privées à la question : sur un total de 16 structures interrogées, 81,25% disposent effectivement d'un système d'alerte, tandis que 18,75% n'en ont pas. Dans le secteur public, 8 structures sur 11 sont équipées d'un tel système, soit environ 72 ; 7% ; et dans le secteur privé, toutes les 5 structures disposent d'un système d'alerte, soit 100%.

Ces résultats montrent une forte prise de conscience des risques numériques, en particulier dans le secteur privé, où la totalité des entités interrogées sont équipées. Toutefois, un certain retard est constaté dans le secteur public, où près de 27% des structures restent vulnérables faute de dispositif d'alerte. Cela pourrait s'expliquer par un manque de ressources, de sensibilisation ou encore des procédures administratives plus lentes. Cette situation suggère la nécessité de renforcer le cyber sécurité dans le secteur public, notamment par des politiques de sécurité plus rigoureuses et des investissements ciblés.

Figure N° 14 : Le budget consacré à la sécurité de système informatique



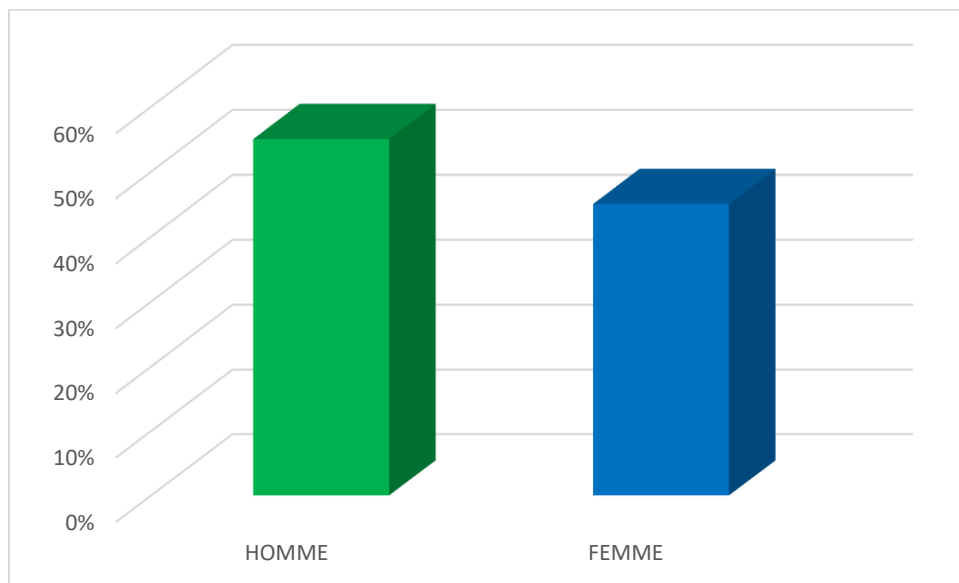
Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

La figure N°14 montre que sur les 16 répondants à l'enquête : 58,33% déclarent allouer un budget à la sécurité de leur système informatique, 41,67% affirment ne pas en consacrer. En analysant par secteur : dans le secteur public, 60% investissent dans la sécurité informatique, dans le secteur privé, 57,14% déclarent consacrer un budget à la sécurité.

Ces résultats montrent une prise de conscience modérée de l'importance de la sécurité informatique, aussi bien dans le secteur public que privé. Cependant, plus de 40% des organisations interrogées n'y consacrent aucun budget, ce qui représente un risque potentiel en matière de cyber-sécurité. Cette situation peut s'expliquer par un manque de ressources, de sensibilisation, ou une sous-estimation des menaces numériques.

Section 03 : l'implication des clients dans le processus des nouvelles technologies d'information et de la communication

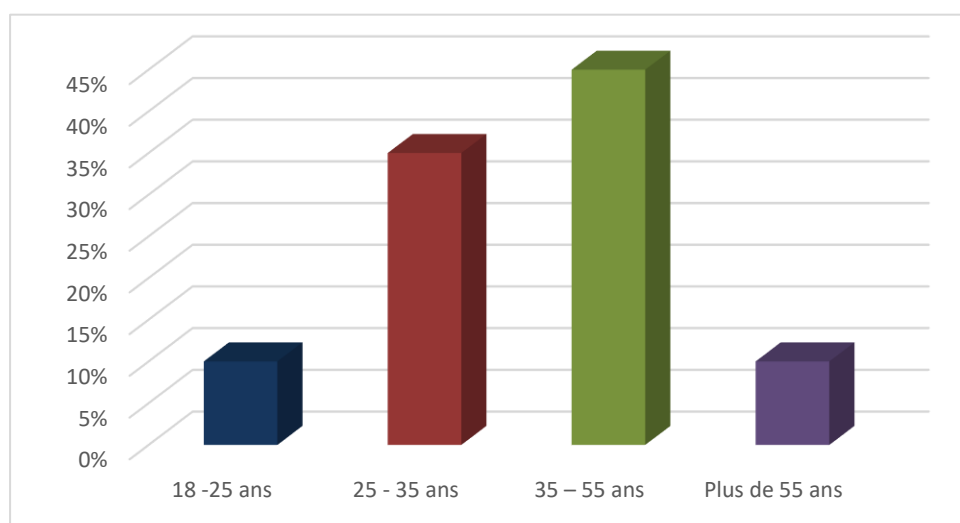
Figure N° 15: La répartition des répondants



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

L'analyse de la figure N°15 montre une légère prédominance masculine dans l'échantillon, avec 55% d'hommes contre 45% de femmes. Cela indique une répartition presque équilibrée, mais légèrement en faveur des hommes. Cette répartition peut influencer les résultats de l'étude si certaines variables sont sensibles au genre.

Figure N° 16 : La répartition des clients selon l'âge

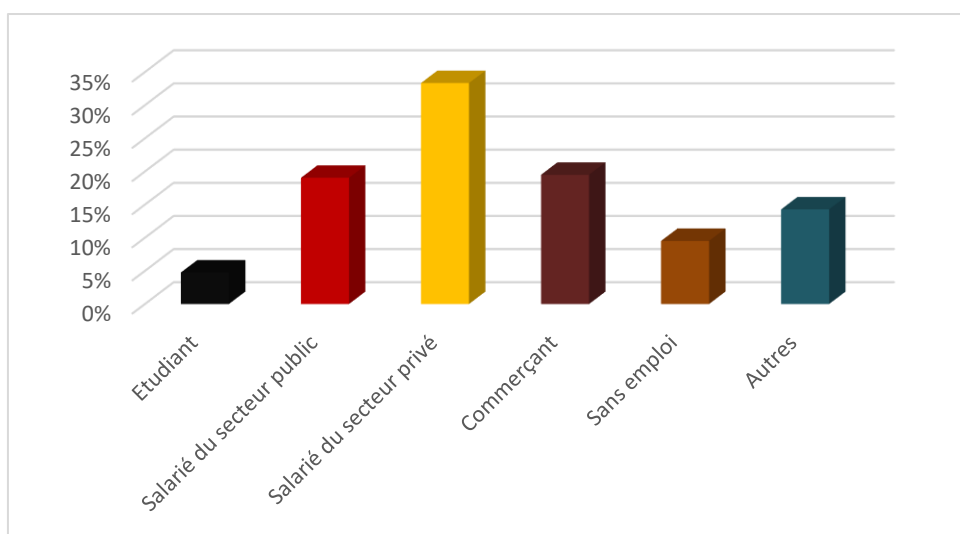


Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

La figure N°16 montre que la majorité des répondants 45% se situent dans la tranche d'âge de 35 à 55 ans, ce qui suggère une prédominance de participants en âge mur, probablement en pleine activité professionnelle ou ayant une expérience significative. La tranche suivante la plus représentée est celle des 25 à 35 ans avec 35%, montrant une présence notable de jeunes adultes en début ou en milieu de carrière. Les tranches d'âges 18-25 ans et plus de 55 ans sont les moins représentées, chacune avec 10%, indiquant une faible participation des plus jeunes et des plus âgés à cette enquête ou étude.

Ce profil démographique peut influencer les résultats globaux, notamment si les attitudes, comportements aux besoins varient en fonction de l'âge. Cela doit être pris en compte dans l'analyse générale.

Figure N° 17 : La classification des clients selon leurs catégories socioprofessionnelles

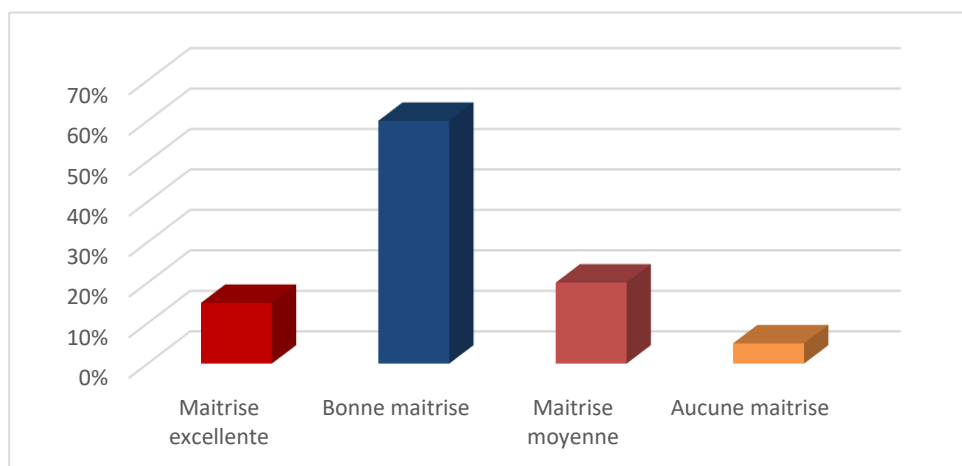


Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des résultats du questionnaire.

L'analyse de la répartition des personnes selon leur catégorie socioprofessionnelle révèle une forte hétérogénéité. La majorité des répondants, soit 33,34%, sont des salariés du secteur privé, ce qui traduit une prédominance de l'emploi privé dans l'échantillon étudié. Cette catégorie est suivie des commerçants avec 19,5%, puis des sans-emploi à 9,52%, et des étudiants à 4,76%. Les salariés du secteur public représentent 19,05%, ce qui montre une part significative mais inférieure à celle du secteur privé. La catégorie autre, représentant 14,28%, regroupe probablement des profils diversifiés.

Cette distribution montre une plus grande représentation des personnes actives, particulièrement dans le secteur privé, ce qui peut influencer les perceptions ou comportements étudiés dans l'enquête.

Figure N° 18: Le degré de maitrise des TIC par les clients



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

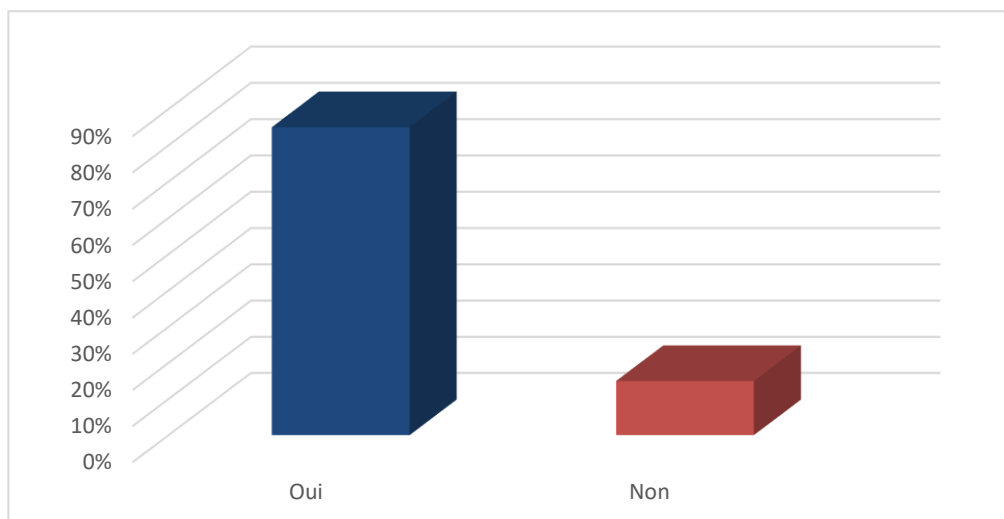
Les données présentées dans la figure N°18 révèlent que la majorité des répondants possèdent une bonne maitrise des TIC. En effet, 60% des personnes interrogées déclarent avoir une bonne maitrise, ce qui montre une familiarité et une compétence satisfaisante dans l'utilisation des outils numériques.

Par ailleurs, 15% des répondants estiment avoir une maitrise excellente, indiquant un niveau élevé d'expertise technique ; en revanche, 20% des personnes rapportent une maitrise moyenne, ce qui suggère une utilisation basique ou occasionnelle des TIC.

Enfin, une minorité de 5% affirme ne posséder aucune maitrise des TIC, ce qui peut constituer un frein à leur intégration dans des environnements fortement digitalisés. Globalement, les résultats montrent une tendance positive, avec 75% des répondants disposant d'une maitrise bonne à excellente des TIC, ce qui est encourageant pour la mise en œuvre de projets numériques ou techno pédagogiques.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

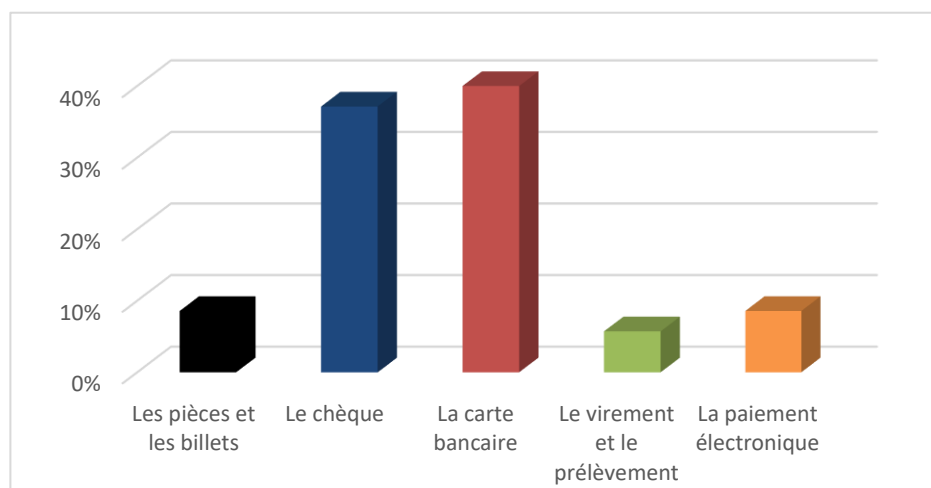
Figure N° 19 : La possession d'une carte bancaire



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

La figure N°19 montre que la majorité écrasante des répondants possède une carte bancaire, ce qui traduit une forte bancarisation de l'échantillon étudié. Cela suggère un accès généralisé aux services financiers modernes, ainsi qu'une familiarité avec les outils de paiement électroniques. Outre cet aspect, la proportion minoritaire 15% de personnes ne disposant pas de carte bancaire pourrait s'expliquer par divers facteurs : manque de ressources financières, méfiance envers les institutions bancaires, préférence pour les transactions en espèces, ou encore difficultés d'accès aux services bancaires, notamment pour des populations marginalisées.

Figure N° 20 : Le moyen de paiement qui inspire le plus de confiance



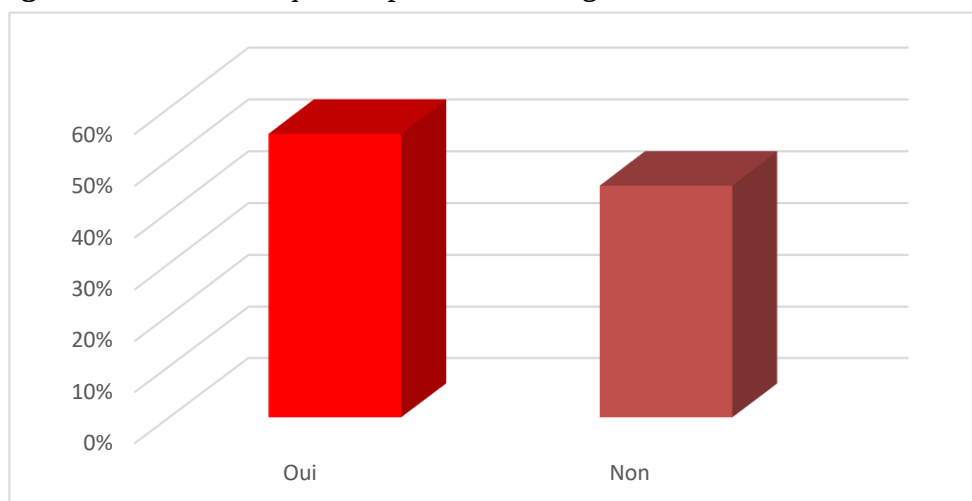
Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

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

La figure N°20 montre une nette préférence pour les moyens de paiement modernes, en particulier la carte bancaire :

La carte bancaire représente 40% des réponses, ce qui traduit une forte confiance dans ce moyen de paiement pour sa rapidité, sa sécurité et sa praticité. Le chèque suit avec 37,14%, ce qui peut s'expliquer par son usage courant dans certaines démarches administratives ou professionnelles, bien qu'il soit en déclin dans certains pays. Les espèces et le paiement électronique obtiennent chacun 8,57%, ce qui reflète une confiance limitée, probablement en raison des risques de vol pour les espèces et des craintes liées à la cyber sécurité pour les paiements électroniques. Enfin, le virement / prélèvement est le moins cité, avec 5,72%, ce qui pourrait s'expliquer par un manque de visibilité immédiate sur les transactions ou une complexité perçue ; La carte bancaire domine en tant que moyen de paiement le plus fiable aux yeux des répondants, cela illustre une tendance vers la dématérialisation des paiements, mais aussi l'importance accordée à la sécurité et à la simplicité d'utilisation.

Figure N° 21 : Historique des paiements en ligne effectuée



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

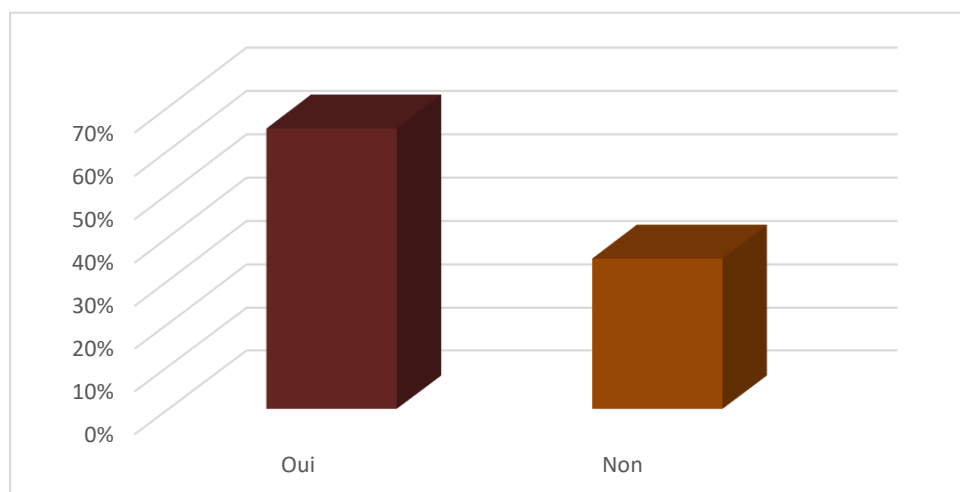
La figure N°21 montre les réponses à la question : 55% des répondants ont répondu « Oui », indiquant qu'ils ont déjà réalisé des paiements en ligne. Et 45% ont répondu « Non »,

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

ce qui signifie qu'ils n'ont jamais eu recours à ce mode de paiement. Ces résultats suggèrent que plus de la moitié des personnes interrogées utilisent déjà les services de paiement en ligne, ce qui témoigne d'une certaine adoption des technologies numériques dans les transactions financières. Cependant, le fait que près de la moitié 45% ne l'aient jamais fait souligne qu'il existe encore des freins à l'usage du paiement en ligne.

Il serait pertinent de renforcer la sensibilisation et la formation à l'utilisation sécurisée des paiements en ligne, afin d'encourager une adoption plus large, surtout si ce mode de paiement devient incontournable dans certains secteurs.

Figure N° 22 : Les problèmes de paiement électronique rencontrés



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

La figure N°22 présente les résultats de l'enquête concernant les problèmes rencontrés avec les paiements électroniques. Sur un total de 20 répondants : 13 répondants ont rencontré des problèmes de paiement électronique, 7 répondants n'ont pas rencontré de tels problèmes.

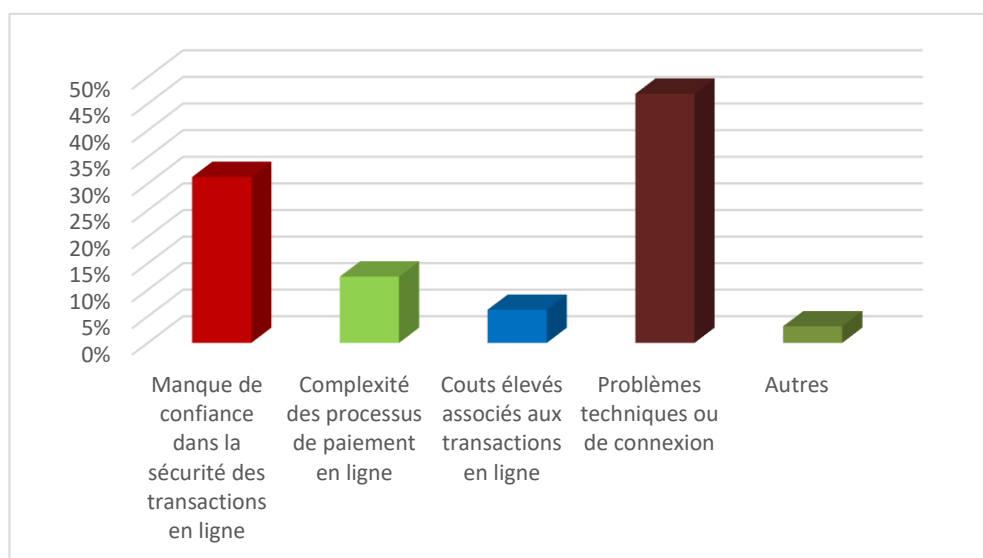
Le pourcentage de ceux ayant rencontré des problèmes 65%, est significatif, ce qui suggère que les difficultés liées aux paiements électroniques sont courantes parmi les utilisateurs. En revanche, 35% des répondants n'ont pas expérimenté de telles difficultés, ce qui indique qu'il existe une proportion notable d'utilisateurs satisfaits des systèmes de paiement électronique.

La proportion élevée de répondants ayant rencontré des problèmes de paiement électronique 65% pourrait indiquer une insatisfaction générale ou des obstacles techniques concernant les plateformes de paiement en ligne. Ces difficultés peuvent être dues à divers

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

facteurs tels que des problèmes de sécurité, des erreurs de transaction, des limitations des systèmes de paiement eux-mêmes. Cette tendance suggère un besoin d'amélioration des infrastructures de paiement électronique pour garantir une expérience utilisateur plus fluide et fiable.

Figure N° 23 : Les facteurs qui réduisent les opérations de paiement électronique



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

La figure N°23 met en évidence les principaux facteurs perçus comme limitant l'utilisation des paiements électroniques selon les répondants :

Les Problèmes techniques ou de connexion (46,87%) : c'est le facteur le plus cité, représentant près de la moitié des réponses. Cela suggère que l'infrastructure technologique constitue un obstacle majeur à l'adoption des paiements en ligne. Cela peut refléter un besoin d'amélioration des réseaux ou de fiabilité des services numériques.

Manque de confiance dans la sécurité des transactions en ligne (31,25%) : le deuxième frein le plus important. Cela montre que de nombreuses personnes hésitent à utiliser les paiements électroniques en raison de craintes liées à la fraude, au piratage ou à la perte de données personnelles. Il y a donc un besoin de sensibilisation et de renforcement des mesures de cyber sécurité visibles et rassurantes.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

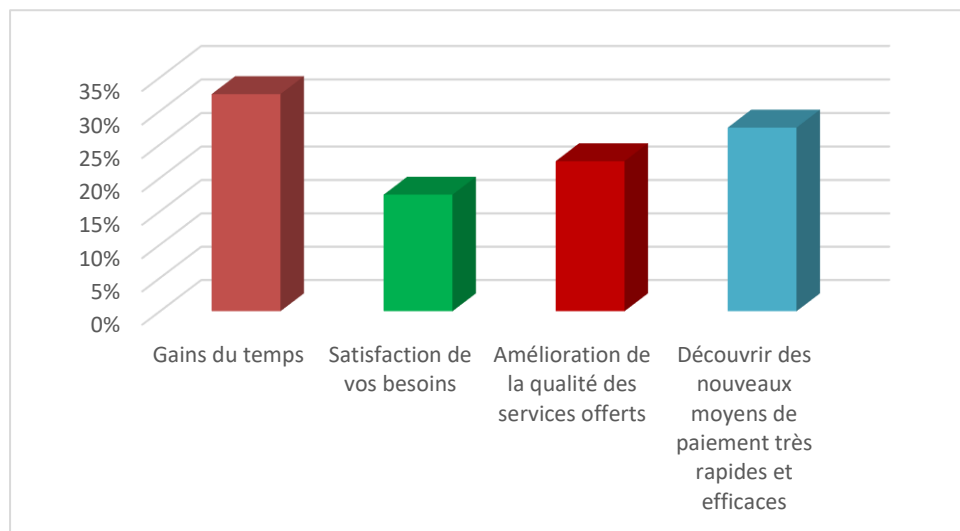
Complexité des processus de paiement en ligne (12,5%) : une part non négligeable des utilisateurs trouve les systèmes de paiement compliqués à utiliser. Ceci peut être dû à une mauvaise conception des interfaces, à un manque de clarté ou à une absence d'accompagnement pour les utilisateurs peu familiers avec les outils numériques.

Coûts élevés associés aux transactions en ligne (6,25%) : bien que moins cité, ce facteur indique que certains utilisateurs perçoivent les paiements électroniques comme trop coûteux, ce qui pourrait décourager leur utilisation, surtout pour les petites transactions.

Autres (3,13%) : ce petit pourcentage peut inclure divers motifs non précisés comme des préférences personnelles pour le cash, un manque de besoin, ou des barrières culturelles.

Les résultats montrent que les barrières techniques et la perception de la sécurité sont les deux principaux obstacles à l'adoption des paiements électroniques. Pour promouvoir leur utilisation, il serait essentiel d'améliorer l'infrastructure technologique, de renforcer la sensibilisation à la sécurité en ligne, et de simplifier les interfaces de paiement.

Figure N° 24: L'intégration des nouvelles technologies dans une banque



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

Gains du temps : est perçu comme principal avantage de l'intégration des nouvelles technologies, avec 32,5% des répondants. Cela montre que les usagers apprécient particulièrement la rapidité et l'efficacité apportées par ces outils.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

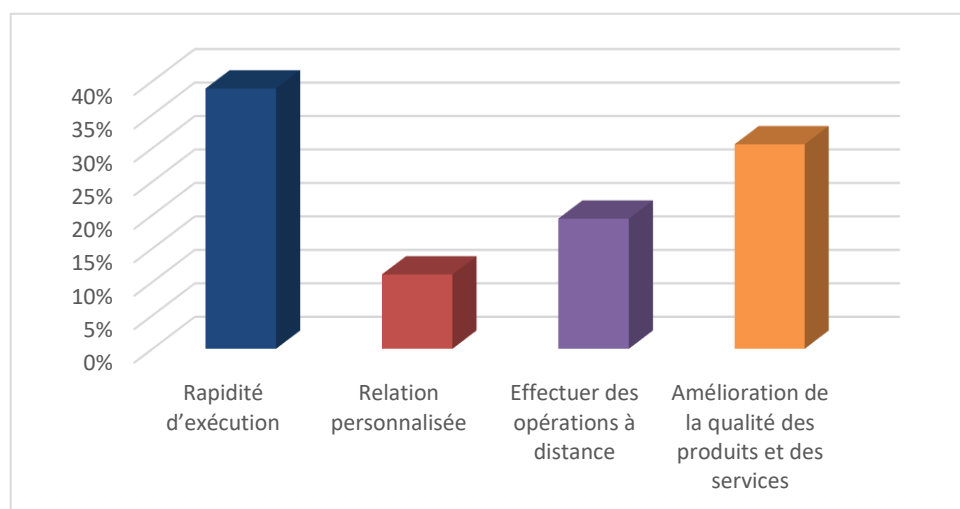
Découvrir des nouveaux moyens de paiement très rapides et efficaces : arrive en deuxième position 27,5%, indiquant un intérêt croissant pour la digitalisation des transactions.

Amélioration de la qualité des services offerts : est cité par 22,5% des personnes interrogées, ce qui reflète une reconnaissance des impacts qualitatifs des innovations technologiques.

Satisfaction de vos besoins : reçoit le pourcentage le plus bas 17,5%, ce qui pourrait indiquer que certaines attentes ne sont pas encore entièrement comblées, ou que cette dimension est perçue comme moins concrète ou visible.

Toutefois, pour renforcer la satisfaction globale, l'agence pourrait explorer des stratégies ciblées pour mieux répondre aux besoins spécifiques des usagers et améliorer davantage la qualité des services.

Figure N° 25: Les suggestions et les attentes des clients



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

La figure N°25 présente une répartition des attentes des répondants par rapport à un service ou une entreprise donnée :

Rapidité d'exécution 38,89% : c'est l'attente la plus fréquemment citée. Cela montre que plus d'un tiers des répondants souhaitent une amélioration dans les délais de traitement ou de réponse. Cela peut concerner les services après-vente, la livraison, ou les démarches administratives.

Chapitre II : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques de la wilaya de Bejaia : approche par questionnaire

Amélioration de la qualité des produits et des services 30,56% : en deuxième position, cette attente reflète un besoin d'améliorer la satisfaction client par une meilleure offre, en termes de fiabilité, d'efficacité ou d'innovation.

Effectuer des opérations à distance 19,44% : ce chiffre montre l'importance de la digitalisation pour près d'un cinquième des répondants. Cela peut impliquer la mise en place de plateformes en ligne, d'applications mobiles, ou de services clients accessibles à distance.

Relation personnalisée 11,11% : bien que moins citée, cette attente met en lumière le désir d'un service plus humain et adapté aux besoins individuels. Les attentes des usagers se concentrent principalement sur l'efficacité et la qualité du service. L'amélioration des technologies de service à distance et la personnalisation restent des leviers importants, mais secondaires pour la majorité. Cela peut guider les priorités stratégiques de l'organisation.

Conclusion

Le système bancaire a connu une évolution significative, notamment grâce à l'essor des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC), qui jouent un rôle de plus en plus déterminant dans la transformation des métiers bancaires.

Dans le cadre de notre étude, nous avons mené une enquête auprès d'un échantillon de banques situées dans la wilaya de Bejaia. Les réponses obtenues nous ont permis de mieux cerner notre problématique de recherche. L'objectif principal de cette étude est d'analyser les apports des NTIC et le processus d'intégration des nouvelles technologies dans le système bancaire, en mettant en lumière les innovations introduites ainsi que les nouveaux outils mis à disposition au sein des agences, notamment les applications bancaires.

Cette démarche vise à répondre à la question principale ainsi qu'aux interrogations secondaires de notre recherche.

L'intégration des NTIC et des technologies numériques vise à dynamiser l'activité bancaire et à enrichir la relation client, notamment grâce à l'émergence de nouveaux canaux de distribution. Toutefois, leur adoption demeure limitée : le client algérien reste généralement réticent face à ces innovations, particulièrement pour les opérations courantes. Les banques enquêtées confirment ainsi la prédominance des canaux traditionnels dans leurs interactions avec la clientèle

Conclusion générale

Conclusion générale

Au cours des vingt dernières années, les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont connu un développement rapide et spectaculaire. Aucun secteur, y compris celui des banques, n'a pu échapper à cette évolution constante et aux nombreux changements qu'elle a engendrés.

L'usage des TIC représente aujourd'hui un levier essentiel pour le développement des activités commerciales des entreprises. Celles-ci ont mis en place de nouveaux canaux digitaux. L'objectif est d'accroître leur chiffre d'affaire, gagner des parts de marché et améliorer leur performance commerciale.

Dans le secteur bancaire, l'intégration des TIC s'est révélée cruciale pour renforcer la performance et se différencier sur un marché de plus en plus concurrentiel. Les transformations induites par ces technologies ont profondément modifié le fonctionnement des banques ainsi que la nature même des services financiers qu'elles proposent. Elles ont ainsi ouvert de nouvelles perspectives en redéfinissant durablement leur offre de services.

Les banques algériennes ont, elles aussi, entamé leur transition numérique, en mettant à la disposition de leur clientèle divers canaux électroniques tels que les distributeurs automatiques de billets (DAB), les guichets automatiques bancaires (GAB), les terminaux de paiement électronique (TPE), ou encore les cartes bancaires.

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous avons mené une étude portant sur l'intégration des TIC et leur degré d'utilisation dans plusieurs agences bancaires situées dans la wilaya de Bejaia.

Nos recherches ont abouti à plusieurs conclusions concernant le niveau de digitalisation des agences bancaires que nous avons étudiées. Il en ressort que ces dernières s'efforcent de s'adapter aux évolutions technologiques, bien qu'elles soient encore en phase d'intégration dans la transformation de l'activité bancaire.

La majorité des banques enquêtées ont amorcé l'intégration de la digitalisation au sein de leurs agences. Cependant, il est apparu que les banques privées (étrangères) sont globalement plus réceptives à cette transition numérique que les banques publiques. L'une des principales faiblesses identifiées reste le manque de formation du personnel bancaire à l'utilisation des outils digitaux.

Du côté des clients, une certaine réticence à adopter les services numériques persiste, justifiée par la peur, le manque de confiance et une préférence pour les interactions en présentiel. Beaucoup continuent à se rendre aux agences pour effectuer leurs opérations ou obtenir des renseignements.

Par ailleurs, un écart significatif existe entre les banques privées et publiques en ce qui concerne la maîtrise des outils digitaux. À titre d'exemple, les applications mobiles proposées par les banques privées (étrangères) sont généralement plus performantes et mieux conçues que celles des établissements publics.

En réponse à notre problématique de recherche, nous constatons que le degré d'intégration et d'utilisation des outils numériques dans les agences bancaires de la wilaya de Bejaia reste limité. Ces agences se trouvent encore à un stade de développement en matière de digitalisation, et leur usage des technologies numériques demeure modéré.

En revanche, nos deux hypothèses sont confirmées. En effet, Les agences interrogées disposent d'un panel d'outils digitaux intéressants (services de banque en ligne, applications mobiles, sites internet, etc.), et les banques privées font preuve d'une meilleure disposition à adopter ces outils, tant dans leur état d'esprit que dans leur volonté d'attirer et fidéliser leur clientèle.

Il convient toutefois de souligner que notre travail comporte certaines limites, notamment, l'absence d'une analyse approfondie du ressenti des clients vis-à-vis de la technologie et de son impact sur leurs comportements constitue une piste d'amélioration pour les recherches futures.

Liste bibliographique

Liste bibliographique

- 1- Angot, H. (2006). Système d'information de l'entreprise (5^e éd.). De Boeck Supérieur, p. 209.
- 2- Batta, D. (2016). Économie des réseaux de communication : état de lieux et futur. ISTE Édition LTD, p. 80.
- 3- Boulenouar, N. O. (2014). Les nouveaux supports de communication TIC : facteurs de différenciation dans l'activité bancaire (Mémoire de magister). Université d'Oran, pp. 6-7.
- 4- Chapron, B. (2006). Évaluation des systèmes d'informations pour une optimisation du management des forces de ventes : glossaire [En ligne]. <http://www.systemessdinformation.fr/glossaire.html> (Consulté le 02/03/2025).
- 5- Grmain, M. Intranet, p. 46.
- 6- Mezioudene, Y. & Yahou, N. (2017/2018). L'impact des NTIC sur l'activité des banques : cas de la BNA de Tizi-Ouzou (Mémoire de master en sciences économiques). Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, pp. 7, 9-11.
- 7- Office québécois de la langue française. Le grand dictionnaire terminologique [En ligne]. www.granddictionnaire.com (Consulté le 02/03/2025).
- 8- Pillou, J.-F., & Caillerez, P. (2011). Tout sur le système d'information : grandes, moyennes et petites entreprises (2^e éd.). Paris, pp. 83, 86.
- 9- Saidi, H., & Tekil, R. (2019/2020). L'impact de l'introduction des TIC sur les innovations financières de la banque (Mémoire de master en sciences économiques). Université Abderrahmane Mira de Bejaia, p. 10.
- 10- Volle, M. (1999). Économie des nouvelles technologies. Édition Economica, Paris, p. 123.

Les annexes

Questionnaires d'enquêtes

Destiné aux responsables d'agences bancaires

Recherche pour un mémoire de master en sciences économiques.

Cette enquête s'inscrit dans le cadre d'une recherche scientifique (mémoire de master en sciences économiques) ayant pour objectif d'évaluer l'utilisation des nouvelles technologies dans le secteur bancaire.

Nous sollicitons votre participation et vous prions de bien vouloir remplir ce questionnaire de manière détaillée. Nous vous assurons que les informations collectées seront traitées de manière confidentielle et utilisées uniquement pour les besoins de notre recherche. Seules les données agrégées seront présentées dans nos résultats.

Nous vous remercions par avance pour le temps que vous consacrez à cette enquête et comptons sur votre collaboration.

Identification de l'établissement enquêté

-Nom de la banque :

-Date de création :

-La banque est :

- Publique ☐
- Privée ☐

-Siège social :

-Nombre d'agence :

-Qualité du répondant :

- Directeur de l'agence ☐
- Directeur adjoint de l'agence ☐
- Autre, veuillez préciser la qualité :

1-Votre banque a-t-elle mis en œuvre des nouvelles technologies d'information et de la communication (NTIC) ?

Oui ☐ Non ☐

Si oui, lesquelles des options suivantes avez-vous mises en œuvre ?

- a) Mise en place d'un système INTRANET pour la communication interne ☐
- b) Création d'un service de télé compensation pour les transactions financières ☐
- c) Développement d'une banque à distance (e-banking) pour les clients ☐
- d) Mise en place vocal automatisé pour les interactions avec les clients ☐
- e) Autres technologies ou initiatives (veuillez préciser).....

2-Quels services en ligne votre banque propose-t-elle sur son site internet ?

- a) Consultation et gestion des comptes en ligne ☐
- b) Demande de chèquiers en ligne ☐
- c) Réalisation d'opérations courantes (virement, etc.) ☐
- d) Paiement de facteur en ligne ☐
- e) Téléchargement de documents (relevé de compte, etc.) ☐
- f) Autres services en ligne.....

3-Quels sont les réseaux les plus développés au sein de votre banque ?

- a) Réseaux téléphoniques pour la communication avec les clients et les partenaires ☐
- b) Réseaux SWIFT pour les transactions financières internationales ☐
- c) Réseaux internet pour les services en ligne et la communication ☐
- d) Réseaux de télé compensation pour les transactions financières nationales ☐
- e) Automates bancaires pour les opérations de retrait et de dépôt ☐
- f) Autres réseaux.....

4-Quelles sont les satisfactions que votre banque a constatées après l'adoption des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ?

- a) Fidélisation des clients grâce à une meilleure expérience utilisateur ☐
- b) Amélioration de la qualité des prestations de services ☐
- c) Amélioration et renforcement de la rentabilité de la banque ☐
- d) Amélioration de la productivité ☐

5-Quelle est l'importance de l'adoption des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans votre travail ?

- a) Pas du tout important ☐
- b) Peu important ☐
- c) Important ☐
- d) Très important ☐

6-souhaitez-vous introduire d'autres nouvelles technologies au sein de votre banque ?

- a) Oui ☐
- b) Non ☐

7-Comment jugez-vous la maitrise, par les employés de votre agence, de la gestion des canaux technologiques suivants ?

Indiquez votre réponse sur une échelle allant de 1 à 4

1. Aucune maitrise 2- faible maitrise 3.bonne maitrise 4.très bonne maitrise

	1	2	3	4
Automates bancaires				
Internet bancaire				
Téléphonie bancaire				
Télé compensations bancaires				

8-Veuillez classer les facteurs suivants par ordre d'importance (de 1 à5) en fonction des raisons pour lesquelles les technologies d'information et de communication (TIC) sont adoptées au sein de votre banque ?

1- Très important 2- Important 3- Peu important 4- Pas du tout important

	1	2	3	4
Amélioration de la productivité et de la compétitivité				
Fidélisation des clients				
Rapidité et fiabilité des opérations				
Nouveau mode de travail				
Charge pour la banque				
Autres,				

9-Veuillez évaluer les niveaux de changements constatés sur les variables suivantes après l'introduction des technologies d'information et de communication (TIC) au sein de votre banque ?

1- Changement faible 2- Aucun changement 3- Changement positif
4- Changement très positif

	1	2	3	4
Organisation interne de travail				
Attractivité de nouveaux clients				
Réduction des coûts des opérations				
Accessibilité et diffusion de l'information				
Communication en temps réel avec les clients				
Motivation de personnel de la banque				

Amélioration de la qualité des services				
Renforcement de la relation avec les clients actuels				

10-Quel est votre niveau de satisfaction global concernant la diversification des canaux de distribution des produits et services bancaires au sein de votre banque ?

Satisfaisant Très Satisfaisant

Peu satisfaisant Pas du tout satisfaisant

11-Si vous avez répondu « Peu satisfaisant » ou « Pas du tout satisfaisant » à la question précédente, veuillez sélectionner les trois principaux facteurs qui expliquent la faiblesse de la diversification des canaux de distribution au sein de votre banque ?

- Préférence des clients pour le contact direct
- Importance des coûts liés à l'utilisation des nouveaux canaux
- Absence de culture financière
- Manque de confiance dans l'utilisation des nouveaux canaux
- Autres,.....

12-disposez-vous d'un système d'alerte en cas d'effraction ou de menace à caractère numérique ?

- a) Oui
- b) Non
- Si oui, lequel ?

.....

13-Quel est le budget consacré à la sécurité de votre système informatique ?

- a) Da / an
- b) % du total du budget de la banque

Merci pour votre collaboration

Questionnaires d'enquêtes

Adressé aux clients d'une agence bancaire

Recherche pour un mémoire de master en sciences économiques

Nous sommes actuellement en train de réaliser une enquête dans le cadre d'une recherche scientifique pour un mémoire de master en sciences économiques. L'objectif de cette étude est de mesurer le rôle des nouvelles technologies d'information et de la communication(NTIC) dans la transformation de secteur bancaire.

Nous sollicitons votre participation en tant que client d'une agence bancaire pour répondre a ce questionnaire. Les questions sont à choix multiples, ce qui devrait faciliter votre réponse.

Nous vous remercions d'avance pour votre participation et votre temps. Votre contribution est précieuse pour nous aider à mieux comprendre le rôle des nouvelles technologies d'information et de la communication (NTIC) dans le secteur bancaire.

Veuillez nous retourner le questionnaire dument rempli, nous vous en serons reconnaissants.

1-Genre ?

- a) Homme
- b) Femme

2-Age ?

- a) 18 – 25 ans
- b) 25 – 35 ans
- c) 35 – 55 ans
- d) Plus de 55 ans

3-Catégorie socioprofessionnelle ?

- a) Etudiant
- b) Salarié du secteur public
- c) Salarié du secteur privé
- d) Commerçant
- e) Sans emploi

Autres (veuillez préciser).....

4-Quel est votre degré de maitrise des TIC ?

- a) Maitrise excellente
- b) Bonne maitrise
- c) Maitrise moyenne
- d) Aucune maitrise

5-Possession d'une carte bancaire ?

- a) Oui
- b) Non

6-Quel est le moyen de paiement qui vous inspire le plus de confiance ?

- a) Les pièces et les billets
- b) Le chèque
- c) La carte bancaire
- d) Le virement et le prélèvement
- e) Le paiement électronique

7-Avez-vous déjà effectué un paiement en ligne ?

- a) Oui
- b) Non

8-Avez-vous rencontré des problèmes de paiement électronique ?

- a) Oui
- b) Non

9-Quels sont, selon vous, les facteurs qui réduisent les opérations de paiement électronique ? (sélectionnez une ou plusieurs options)

- a) Manque de confiance dans la sécurité des transactions en ligne
- b) Complexité des processus de paiement en ligne
- c) Coûts élevés associés aux transactions en ligne
- d) Problèmes techniques ou de connexion
- e) Autres,.....

10-Que pensez-vous de l'intégration des nouvelles technologies dans votre agence ?

- a) Gains du temps
- b) Satisfaction de vos besoins
- c) Amélioration de la qualité des services offerts
- d) Découvrir des nouveaux moyens de paiement très rapides et efficaces

11-Quels sont vos suggestions et vos attentes ?

- a) Rapidité d'exécution
- b) Relation personnalisée
- c) Effectuer des opérations à distance
- d) Amélioration de la qualité des produits et des services

Merci pour votre collaboration

Table des matières

Dédicaces	2
Remerciements	3
Sommaire	4
Liste des abréviations	5
Liste des figures	Erreur ! Signet non défini.
Introduction générale.....	9
Chapitre 01 : La banque et les nouvelles technologies.....	13
Section 01 : Généralités sur les TIC	13
1- Définition des TIC.....	13
2-L'historique des TIC.....	13
2.1. L'ordinateur.....	14
2.2. Les logiciels.....	14
2.3. Les réseaux et les télécommunications.....	14
2.4. Technique audiovisuelles.....	15
Section 02 : L'utilisation des TIC	16
1. Courrier électronique.....	16
2. Internet.....	16
3. Extranet.....	17
4. Intranet.....	17
5. Data Warehouse (entrepôt de données).....	17
6. Le e-commerce.....	17
7. Le E-Learning.....	18

Chapitre02 : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de la communication dans les banques algériennes	20
Section 01 : présentation de la méthodologie de recherche	20
1-Présentation générale de l'enquête.....	20
Section 02 : analyse et interprétation des résultats	21
AXE1 : Identification de l'établissement enquêté.....	22
AXE 2 : LA NUMERISATION AU NIVEAU DE LA BANQUE	24
Section 03 : l'implication des clients dans le processus des nouvelles technologies	
Conclusion générale.....	47
Liste bibliographique	50
Les annexes.....	52
Table des matières.....	62
Résumé.....	63

Résumé

Notre recherche vise à étudier l'impact des technologies de l'information et de la communication sur la transformation du secteur bancaire dans la wilaya de Béjaïa. Les TIC jouent un rôle central dans la modernisation des systèmes économiques, et le secteur bancaire fait face à des défis liés à la concurrence et à la mondialisation. Ce mémoire combine une analyse théorique et une étude de terrain, à travers lesquelles nous avons conclu que les TIC améliorent la qualité des services et les relations avec la clientèle, tout en contribuant à la réduction des coûts de gestion.

Mots-clés : technologies de l'information et de la communication, banques, services bancaires.

Abstract

Our research aims to study the impact of information and communication technologies (ICT) on the transformation of the banking sector in the Wilaya of Béjaïa. ICT plays a central role in modernizing economic systems, and the banking sector faces challenges related to competition and globalization. This thesis combines theoretical analysis with a field study, through which we concluded that ICT improves service quality and customer relations, while also contributing to the reduction of management costs.

Keywords

information and communication technologies, banks, banking services.

المخلص

يهدف بحثنا إلى دراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحول القطاع المصرفي في ولاية بجاية. تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورًا محوريًا في تحديث الأنظمة الاقتصادية، ويواجه القطاع المصرفي تحديات تتعلق بالمنافسة والعولمة. تجمع هذه الأطروحة بين تحليل نظري ودراسة ميدانية، حيث توصلنا إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحسّن جودة الخدمات وعلاقات العملاء، كما تسهم في خفض تكاليف الإدارة.

الكلمات المفتاحية:

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، البنوك، الخدمات المصرفية