

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des Sciences Economiques

## **MEMOIRE**

En vue de l'obtention du diplôme de

**MASTER EN SCIENCES ECONOMIQUES**

Option : Economie Monétaire et Bancaire

**L'INTITULE DU MEMOIRE**

**L'impact des nouvelles technologies d'information et  
de communication sur le secteur bancaire :  
Cas des banques de la Wilaya de Béjaïa**

Préparé par :

- BOUFGHED Yasmine
- BOURAHLA Imene

Dirigé par :

Dr. LALALI Rachid

Date de soutenance : 26/06/2023.

**Jury :**

Président : AGGOUNE Karim.

Examineur : Zidelekhil Halim.

Rapporteur : LALALI Rachid.

**Année universitaire : 2022/2023**

## ***Dédicaces***

***Je dédie ce travail à :***

***Ceux qui m'ont aidé et ceux qui m'ont offert cette occasion :***

- ***A mes parents***
- ***A mes frères Yahia, Fauzi et sœurs Cylia et Sara***
- ***A ma tante***
- ***A mes amis, mon binôme Imane***
- ***A mon encadrant Mr LALALI R***

***Yasmine***

***Je remercie dieu de m'avoir donné santé, courage et patience tout long de mes études.***

***Je dédie ce modeste mémoire à Mes chers parents, Mes frères Abdellah et Abdelmoumene, à ma sœur Malek, ma copine Samah et tous ceux qui m'ont aidé à réaliser ce travail.***

***Sans oublier mon binôme Yasmine.***

***Imene***

## *Remerciement*

*Nous remercions DIEU tout puissant qui nous a procuré courage et volonté pour mener à bien ce modeste travail*

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

*Un grand merci également à nos familles pour leurs soutiens aussi bien morale que financier et pour leurs sacrifices.*

*Nous souhaitons ensuite exprimer notre gratitude à l'ensemble des membres du jury qui nous ont fait l'honneur d'évaluer ce travail*

*A nos amis, et tous les étudiants de master 2 économie monétaire et bancaire.*

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

## Liste des abréviations

**ARPT** : Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications

**BADR** : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural

**BDL** : Banque de Développement Local

**BEA** : Banque D'extérieur d'Algérie

**BNA** : Banque National d'Algérie

**CNEP** : Caisse nationale d'épargne et de prévoyance banque

**CPA** : Crédit Populaire d'Algérie

**DAB** : Distribution Automatique de Billets

**DAI** : Digital Access index

**GAB** : Guichet Automatique Bancaire -

**HTTP** : Hyper texte transfert protocole

**ICI** : Institut international de communication

**IDI** : Indice de développement des informatiques

**IDI** : Indice développement index

**IDTIC** : Indice développement des technologies d'information et de communication

**IPB** : Institut polytechnique de bordeaux

**NTIC** : Nouvelle Technologie de l'Information et de Communication

**OCDE** : l'Organisation de Coopération et de Développement Économique

**PIB** : Produit intérieur brut

**SB** : Système Bancaire

**TIC** : Technologies de l'Information et de Communication

**UIT** : Union Internationale de Télécommunications

**WWW** : World Wide Web

# Sommaire

## SOMMAIRE

<b>Dédicace.....</b>	<b>02</b>
<b>Remerciement.....</b>	<b>03</b>
<b>Liste des abréviations .....</b>	<b>04</b>
<b>Sommaire.....</b>	<b>07</b>
<b>Introduction générale.....</b>	<b>08</b>
<b>Chapitre 1 : Les nouvelles technologies d’informations et de communication dans le secteur bancaire.....</b>	<b>13</b>
Section 1 : Emergence de la société d’information.....	14
Section 2 : L’utilisation des technologies d’information et de communication.....	22
Section 3 : Les technologies d’information et de communication en Algérie .....	36
<b>Chapitre 2 : Généralité sur l’impact des nouvelles technologies d’information et de communication sur la banque.....</b>	<b>39</b>
Section 1 : L’intégration des nouvelles technologies d’information et de communication dans l’activité bancaire.....	40
Section 2 : L’impact des nouvelles technologies sur la banque.....	53
Section 3 : La satisfaction et la fidélisation des clients.....	57
<b>Chapitre 3 : De l’intégration des TIC dans les banques publiques algériennes.....</b>	<b>69</b>
Section 1 : présentation de la méthodologie de travail .....	69
Section 2 : présentation et analyses des résultats de l’enquêtes.....	71
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>85</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>87</b>
<b>Liste des tableaux.....</b>	<b>93</b>
<b>Liste des figures .....</b>	<b>96</b>
<b>Annexe.....</b>	<b>98</b>

<b>Tables des matières.....</b>	<b>105</b>
<b>Résumé.....</b>	<b>109</b>

# **Introduction Générale**



# Introduction générale

---

## Introduction

En raison d'énormes progrès des technologies de l'information et de communication (TIC), encore appelée les nouvelles technologies d'information et de communication (NTIC), le monde entier a été bouleversé et transformé de façon étonnante. Ils ont apporté de profonds changements dans la société de consommation et de marketing.

Relativement au secteur bancaire, l'internet est, de plus en plus, devenu indispensable dans le fonctionnement des banques. Ces dernières l'utilisent selon la demande et les habitudes du client afin qu'il soit satisfait et pour améliorer soi-même. En effet, l'impact des NTIC est considérable sur l'activité bancaire au cours de dernières années. Sur ce point, l'évolution rapides des technologies a transformé la façon dont la banque offre des services et interagissent avec leurs clients. C'est pourquoi, elles ne cessent pas d'investir massivement dans ces technologies. Ce qui leur permet, en principe d'offrir des services plus efficaces et plus pratiques ainsi pour améliorer leur efficacité opérationnelle.

La révolution des TIC est née autour des années 1970 suite au développement connu dans le domaine d'informatique et des télécommunications, et l'avènement de l'Internet et à la convergence des progrès réalisés dans les secteurs de la microélectronique. Dans ce contexte, une nouvelle forme d'économie est alors apparue et qui s'est rapidement propagée à l'échelle mondiale : la nouvelle économie ; La nouvelle économie, également connue sous le nom d'économie numérique ou économie de la connaissance, est un terme utilisé pour décrire l'impact des technologies de l'information et de la communication sur les modèles économiques traditionnels.

Globalement, les TIC font référence à l'ensemble des technologies utilisées pour créer, stocker, transmettre et gérer l'information. Elles comprennent des outils tels que les ordinateurs, les logiciels, les réseaux de communication, Internet, les appareils mobiles et bien d'autres encore. Les TIC ont profondément transformé les activités économiques à tous les niveaux, de la production à la distribution, en passant par la gestion et la consommation de biens et de services.

Actuellement le secteur bancaire fournit des services et des offres variées et diversifiées sur ses sites selon Zuhayr Mikdashi(1998) « *dans l'expansion des activités bancaire et financière, il est utile de souligner les mutations qui se font au niveau des canaux de distribution*

# Introduction générale

---

*des produits bancaires grâce aux progrès technologiques énormes de la téléinformatique menant à la disparition des contraintes de place ou de temps, augmentant ainsi le confort des utilisateurs des produits et des services bancaires.* » (J-P. Danthin, 1998)

Les difficultés des besoins des consommateurs dans le secteur bancaire résident dans la diversité des besoins, les contraintes financières, l'éducation financière insuffisante, la technologie limitée, la confiance et la réputation, ainsi que l'évolution des attentes. C'est pourquoi Les banques doivent utiliser ces nouvelles technologies à développer ses stratégie marketing et sa politique pour identifier ces difficultés et travailler à les surmonter afin de fournir des solutions adaptées et de satisfaire au mieux les besoins des consommateurs. Donc le consommateur attend toujours un service de haute qualité, personnalisé et attentionné.

En effet La prolifération des TIC a connu une croissance fulgurante ces dernières décennies, transformant radicalement notre société. Grâce à l'expansion de l'accès à Internet, à la diffusion des smartphones et à la baisse des coûts, les TIC sont devenues omniprésentes dans notre vie quotidienne. Des milliards de personnes à travers le monde utilisent désormais les TIC pour communiquer, accéder à l'information, effectuer des transactions commerciales, se divertir et bien plus encore.

Cette prolifération a créé de nouvelles opportunités économiques, réduit la fracture numérique et stimulé l'innovation dans de nombreux domaines. Cependant, elle soulève également des défis tels que la protection de la vie privée, la sécurité des données et l'impact environnemental de la consommation croissante de ressources. Elle permet aux agences bancaires de fonctionner de manière optimale, d'améliorer sa qualité des services, d'être très adaptées au marché mondial.

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont actuellement utilisées pour développer de nouveaux circuits de vente à distance, notamment grâce à Internet. Elles ont un impact sur l'évolution des métiers bancaires en favorisant la séparation entre la fabrication et la distribution des produits financiers, ce qui oblige les banques à repenser leurs modes de distribution ainsi que leur stratégie globale. (IGUEDAD. S, 2013).

L'utilisation croissante des TIC est une réalité incontournable dans nos activités quotidiennes. Elle représente un changement structurel majeur pour garantir la sécurité, le contrôle et le suivi des risques associés aux transactions financières. Ces nouvelles technologies ont également conduit au développement de solutions monétiques innovantes permettant aux

# Introduction générale

---

institutions bancaires d'être plus efficaces dans leur lutte contre les paiements par chèque tout en facilitant le passage au paiement par carte bancaire. Par conséquent, l'intégration accrue des TIC devrait jouer un rôle important dans l'avenir du secteur financier.

Néanmoins, il convient également d'indiquer que les outils numériques ont eu un impact significatif sur les pratiques commerciales traditionnelles adoptées par les établissements bancaires. Ainsi aujourd'hui on distingue plusieurs formes telles que: e-Banking (banque en ligne), m-Banking (banque mobile) ou encore social Banking (utilisation des réseaux sociaux pour effectuer ses opérations).

L'Algérie, à l'instar de la plupart des pays en développement, est consciente de la nécessité de l'intégration des TIC dans le fonctionnement de l'activité économique. De même, les institutions bancaires algériennes s'engagent dans une démarche d'intégration des technologies de l'information et de la communication (TIC) au sein de leur pratique opérationnelle. Ce processus inclut notamment le déploiement du concept novateur d'Electronique Banking", également connu sous l'appellation de banque électronique. Cette évolution répond à un impératif stratégique pour les banques locales, qui cherchent à fidéliser leur clientèle tout en appréhendant les mutations environnementales susceptibles d'affecter leurs comportements financiers. C'est pourquoi, depuis le début de la décennie 2000, les banques algériennes, notamment du secteur public, n'ont pas cessé d'incorporer les TIC dans leur mode de travail.

## **Problématique centrale, hypothèses et méthodologie d'approche**

Dans le cadre de la réalisation de notre thématique portant sur l'impact des TIC sur les banques publiques algériennes, nous allons tenter de traiter la problématique dont la question centrale est de savoir *comment les TIC ont impacté, d'une part, l'activité de l'intermédiation financière des banques publiques et, d'autre part, les niveaux de satisfaction de leur clientèle ?*

Notre question centrale suscite plusieurs questions secondaires, notamment :

Pour répondre aux questions précédentes nous avons proposé les hypothèses suivantes, qui guide les axes de notre recherche :

- ✓ Quel est l'effet de l'adaptation des TIC sur la clientèle bancaire ?
- ✓ Quels sont les avantages d'une incorporation des TIC ?

# Introduction générale

---

- ✓ Quels sont les facteurs qui entravent le renforcement de l'utilisation des TIC dans les banques publiques algériennes ?

Pour répondre aux questions précédentes nous avons proposé les hypothèses suivantes, qui guide les axes de notre recherche :

- ✓ **H1** : l'adoption des TIC dans les banques algériennes améliore la relation avec ses clients.
- ✓ **H2** : les nouvelles technologies d'information et de communication sont un facteur d'efficacité du secteur bancaire.
- ✓ **H3** : Grâce à l'avènement des TIC, les banques deviennent plus performantes.

Afin de répondre aux questions soulevées précédemment et d'établir des hypothèses solides, nous avons adopté une démarche méthodologique à deux niveaux. Dans un premier temps, nous avons entrepris une recherche documentaire exhaustive en consultant diverses sources telles que les ouvrages spécialisés, les publications scientifiques ainsi que les sites web pertinents pour collecter le maximum d'informations liées à notre sujet. Dans un second temps, nous envisageons de mener une étude sur le terrain en utilisant des questionnaires auprès des banques situées dans la wilaya de Bejaia. Cette enquête permettra de recueillir des données concrètes qui viendront compléter et enrichir nos recherches bibliographiques afin d'affiner notre analyse et parvenir à des conclusions pertinentes.

Concernant la structuration de notre mémoire et relativement aux éléments précédemment avancés, nous procéderons en trois chapitres. Nous consacrerons le premier chapitre au cadre conceptuel et les éléments théoriques relevant des TIC et leurs concepts de base. Nous abordons dans le deuxième chapitre l'impact des TIC sur les banques. Ensuite nous présentons dans le 3<sup>ème</sup> chapitre l'effet des TIC au sein des agences bancaires de la wilaya de Bejaia. Nous essayerons de savoir quelles sont les TIC utilisées par les agences bancaires, et essayer d'analyser l'impact de l'adoption des TIC sur l'activité des agences bancaires.

# **Chapitre 1 :**

**Les nouvelles technologies d'information et  
de communication dans le secteur bancaire**

# Chapitre 01 : Les Nouvelles Technologies de L'information et de la Communication dans le Secteur Bancaire

## Introduction

Albert Einstein a déclaré : « **Aujourd'hui notre technologie à dépasser notre humanité** ».

Aujourd'hui les NTIC améliorent et développent la rapidité de la transmission de l'information réduisent ainsi la notion de temps et d'espace dans le monde entier, ces technologies ont considérablement fait évoluer tous les domaines ces derniers années.

De quoi s'agit-il quand on parle des NTI ou des NTIC ?

Il s'agit des activités liées de près à la fabrication ou à l'utilisation des matériels informatiques ou de télécommunication. Ces activités regroupent : Des activités de fabrication : matériels électronique, informatique, de la communication ; des activités de fabrication de composants pour ces matériels ; des créateurs de contenus pour les sites Internet : flux, vidéo, multimédia, bourses en ligne ; le commerce et la location de ces matériels ; les services liés (télécommunication, services informatiques, conseil, traitement de données...) la réalisation de logiciels (accès Internet, logiciels informatiques).(Artus, Patrick, 2002).

Le Système bancaire utilise les NTIC pour gérer ses activités. Les NTIC ont permis de nombreuses avancées dans le secteur bancaire, notamment en matière de Gestion des transactions bancaires. Elles ont permis de mettre en place des systèmes des paiements électronique, de gestion de cartes bancaires, de transfert d'argent en temps réel et de virement automatiques, facilitant ainsi les transactions bancaire et Gestion de la relation client ou les banques utilisent les NTIC pour gérer la relation avec leurs clients, en leur offrant des services en ligne, des applications mobiles, des chats bots, des centres d'appels et des outils de gestion de la relation client, pour répondre à leurs besoins et attentes. Aussi, sont utilisées pour sécuriser les données et informations des clients, en mettent en place des systèmes de sécurité informatique, des protocoles de cryptage, des pare-feux et des systèmes de détection des fraudes.

# Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

Les NTIC sont utilisées, enfin, pour automatiser les opérations bancaires, telles que l'ouverture de comptes, la gestion des dépôts, la gestion des investissements et la gestion des fonds.

En somme, les NTIC ont permis d'optimiser les processus de gestion et de réduire les coûts, tout en offrant aux clients une expérience de banque plus fluide, rapide et sécurisée.

Ce chapitre est divisé en trois sections, d'abord on trouve dans la première section généralité sur les technologies de l'information et de la communication, ensuite La deuxième section nous montrera l'utilisation des TIC avec autres concepts, enfin on désigne les TIC en Algérie (la troisième section).

## SECTION 01 : ÉMERGENCE DE LA SOCIÉTÉ D'INFORMATION

Dans cette section nous allons définir les nouvelles technologies de l'information et de communication, les caractéristiques, l'historique et les avantages de ce dernier.

### 1. Définition des TIC

Selon Dr Mekideche Imene Hadjer (2020) pour définir les technologies de l'information et de la communication il faut définir les trois titres suivants :

- La technologie
- La communication
- L'information
- **La technologie** : c'est l'étude des outils, des machines, des procédés et des méthodes employées dans la diverse branche de l'industrie. Elle est un ensemble cohérent de savoirs et de pratiques dans un certain domaine technique, fondé sur des principes scientifiques.
- **L'information** : elle a deux sens : le sens technique en étant un signe, symbole, un élément qui peut être transmis et stocké ; et un sens de renseignement sous forme de données qui apportent une connaissance et un renseignement sur un objet ou sur un événement.
- **La communication** : c'est l'action de communiquer, de transmettre, d'informer. Cette fonction désigne l'étude générale de langage selon trois aspects :

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

- L'expression (celui qui utilise ce type de communication cherche à communiquer une intension, une émotion, un état de conscience) ;
- La représentation : (donne des informations sur des événements, la transmission d'un savoir) et ;
- L'action sur autrui :(cherche à convaincre, à séduire à influencer autrui, transmet des ordres, intime des interdictions. La communication, de ce fait, déborde l'expression verbale et utilise de nombreux signaux mimiques ou gestuels, des techniques nouvelles et de nouveaux supports (informatique, téléphone mobile, numérique...). (Dr Mekideche Imene Hadjer 2020)

Par définition, les NTIC désignent tout ce qui relève des techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations, principalement l'informatique, l'internet et les télécommunications.

Selon SPERANDIO, J.-C (2000) ; « *L'expression NTIC désigne... des technologies récentes issues du mariage de l'informatique, le traitement, la conservation et le transport de textes, de sons... en plus des traditionnelles données numériques... elles se caractérisent par une grande diversité d'objets numérisés..., une grande capacité de diffusion et de transport en réseau..., une forte interactivité avec les utilisateurs...* ».



## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

Le tableau suivant, tableau n°1, résume les différentes définitions et inscriptions des TIC selon différentes parties : Etats-Unis, Union européenne et France, Selon ONU et OCDE ainsi que certains auteurs :

Tableau N°1 : Définitions des NTIC	
Etats-Unis (1987)	Les industries des technologies de l'information comprend les offreurs comprenant d'une part, les offreurs (grossistes et détaillants) d'ordinateurs et d'équipements informatique ainsi que d'instruments électroniques de mesure et, d'autre part, les logiciels et les industries de services incluant les industries qui fournissent des logiciels « prêts à l'usage » et des services associés aux ordinateurs ; les industries d'équipements de communication et des services recensant les offreurs qui fournissent des infrastructures matérielles et immatérielles permettant la connexion entre ordinateurs et serveurs
Union européenne et France (1998)	Le secteur TIC apparaît sous la forme d'une liste d'activité recouvrant trois filières : l'informatique avec la fabrication des ordinateurs et des logiciels, les télécommunications qui comprennent les réseaux et donc Internet et enfin l'électronique.
Selon ONU et OCDE (1998)	Le secteur des TIC comprend les secteurs manufacturiers et des services qui facilitent la transmission, le stockage et le traitement de l'information par des moyens électroniques.

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

Benoit Chapron (2006). Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente	TIC, Technologie de l'information et de la communication : Expression aux contours assez flous, apparue avec le développement des réseaux de communication, désignant tout ce qui tourne autour d'Internet et du multimédia. Elle recouvre également la notion de convivialité accrue de ces produits et services destinés à un large public de non-spécialiste. Au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audiovisuel ; les TIC s'adressent au plus grand nombre employé dans ce mémoire sans distinction avec le terme NTIC
--	--

Source : <http://www.systemesdinformation.fr/glossaire.html>, Recueilli le 10 Mars 2009.

# Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

Le revirement des TIC semble représenter un atout essentiel dans l'activité bancaire moderne. Dès lors, nous pensons que le recours aux TIC est un passage indispensable pour les banques si elles veulent obtenir plus d'efficacité dans la gestion de la relation client (CRM) et plus de rapidité dans l'accès à l'audience sur le plan de la communication marketing.

Ce qui découle de cet ensemble de définitions est que les TIC désignent l'ensemble de la technologie utilisée pour traiter, stocker, échanger et diffuser de l'information, que ce soit via des dispositifs électroniques, des réseaux de communication ou des médias numériques. Les TIC englobent donc les ordinateurs, les téléphones portables, les tablettes, les réseaux sociaux, internet, la télévision numérique, les appareils de stockage numérique et bien d'autres technologies. Les TIC ont révolutionné la manière dont nous communiquons, travaillons, apprenons et accédons à l'information, et ont un impact considérable sur l'économie, la société et la culture.

## 2. Les caractéristiques des TIC

Les technologies se caractérisent notamment par la rapidité et la simplicité lors d'exécution de différentes tâches :

**Plus** : les TIC apportent des moyens nouveaux de plus de ceux que nous avons déjà ; de nouveaux moyens de communiquer, de s'exprimer, de créer, de travailler, d'apprendre ; et ce phénomène se continue à une vitesse qui semble toujours aller en s'accélération.

**Plus vite** : ce que l'on pouvait faire avant sans les TIC, on peut le faire dorénavant beaucoup plus rapidement avec les TIC, en encore toujours de plus en plus rapidement

**Plus petit** : la miniaturisation est une caractéristique importante des TIC ; cela se manifeste tant au niveau des appareils que des supports d'information, par exemple.

**Plus adorable** : le coût de l'acquisition et de l'utilisation des TIC est semblé-t-il constamment à la baisse pour un niveau des utilisations donné, ce qui le rend accessible à une partie toujours croissante de la population, donnant ainsi à chacun des moyens puissants leurs utilisations est également, pour la plupart, de plus en plus aisée, ce qui en facilite évidemment l'expansion.

**Plus puissant, plus grand** : les possibilités des outils TIC (appareils et logiciels) vont constamment en s'accroissant, permettant un maximum d'effet.

# Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

**La multicanalité** : les TIC utilisent trois canaux à savoir le canal textuel, le canal image et le canal son.

Le canal textuel : informations concernant l'utilisation du site, type positif, narratif, article, texte littéraire.

Le canal image : fixe, animée, de synthèse, icônes.

Le canal sonore : musique, chansons, paroles, (dialogue, monologue, instructions concernant l'utilisation du site).

Donc on conclut que les TIC se caractérisent par (la numérisation, l'interactivité, la connectivité, la convergence, la rapidité ; la mobilité et l'adaptabilité). Tout d'abord en ce qui concerne la numérisation elles permettent de transformer l'information en données numériques qui peuvent être stockées, traitées, transmises à grandes vitesses et de manière fiable, ensuite avec l'interactivité les utilisateurs peuvent interagir avec les TIC et de participer activement à la création et à la diffusion de l'information plutôt que d'être des simples récepteurs. De plus cette dernière permet de connecter les individus et les dispositifs à travers des réseaux de communication. Ainsi, facilitant l'accès à l'information et la collaboration, c'est ce qu'on appelle la connectivité.

Aujourd'hui grâce aux TIC le monde est devenu très rapide en traitant l'information à grande vitesse et de la diffuser instantanément, ce qui permet de réduire les délais de communication.

Une autre caractéristique qui est la convergence qui veut dire converger plusieurs technologies (informatique, télécommunication...etc.). Dans un même dispositif offrant ainsi de multiples fonctions.

En plus de tout ce qu'on a mentionné les TIC permettent d'accéder à l'information et aux services à partir de n'importe quels endroits et à tout moment, grâce aux dispositifs mobiles.

Enfin les TIC sont en constante évolution et s'adaptent aux besoins des utilisateurs, offrent.

Ainsi de nouvelles fonctionnalités et améliorations constantes. (EL Bouhissi.H,2019)

## 3. Les avantages des TIC

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

Selon C. Lovelock et D. Leparat l'utilisation des nouvelles technologies offrent aux entreprises de services toutes sortes de services en leur permettant d'améliorer de leur position concurrentielle sur le marché. Ceci inclut :

- La création de services nouveaux ou améliorés stimulés à la fois par les progrès des ordinateurs et des télécommunications. Le domaine des services accessibles à distance et des services basés sur l'informatique s'étend rapidement. Les opérations bancaires et certains types de services dans le commerce du détail sont transformés par les télécommunications et les autoroutes de l'information, bientôt il sera difficile pour beaucoup de personnes d'imaginer comment serait leur vie sans e-mail ou sans l'éventail croissant de services offerts par le web.
- D'avantage implication des clients dans des opérations de self-services. Les services des distributeurs automatiques dans les banques, par exemple, sont souvent disponibles 24h /24h, dans les endroits où le service serait irréalisable d'une autre façon.
- La création de fichiers clients centralisés, rendus possible grâce à des systèmes de dossiers informatisés et accessibles sur appel téléphonique gratuit. Ces fichiers peuvent permettre aux unités opérationnelles de services présentes sur des sites multiples de maintenir des niveaux de services élevés pour fournir de l'information, prendre des réservations et gérer les problèmes et réclamations.
- L'enregistrement de l'information client dans des banques de données facilement accessibles, cette stratégie offre plusieurs avantages majeurs. La croissance du comportement habituel des clients peut suggérer de nouvelles façons de les regrouper dans des segments de marché, aider à améliorer les décisions concernant la fixation des prix et mieux cibler les efforts de vente et de publicité. (C. Lovelock et D. Leparat, 1996).

Selon Benat Bilbao-Osorio (2021) : « *Le rôle des TIC pour la croissance économique et la création d'emplois de qualité n'ont jamais été examinés d'aussi près. Malgré les craintes de voir les TIC accélérer le déploiement des ressources dans les pays en développement, les avantages des TIC sont aujourd'hui largement reconnus et représentent une méthode permettant aux entreprises et au secteur économique d'optimiser la productivité, de libérer des ressources et d'encourager l'innovation et la création d'emploi* »

Donc on peut citer les avantages suivants :

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

- Communication et mobilité. Le monde est devenu un petit village grâce aux nouveaux systèmes de communication, ces derniers ont réduit le temps et le coût entre les personnes même à distance, facilitent l'accès à l'information, permettant ainsi aux utilisateurs de trouver facilement et rapidement des données et des connaissances dans de nombreux domaines.
- Les TIC ont amélioré la productivité et l'efficacité des entreprises et des organisations, et d'automatiser de nombreuses tâches. Ils sont aussi à l'origine de la création d'emplois dans de nombreux domaines, tels que le développement de logiciels, la gestion de réseaux, la production de matériel informatique...etc. et d'innovations par exemple la santé, l'éducation, transport ...etc. (G. Smith, 2008).

Selon Frederic Miskin « *l'informatique moderne a aussi permis aux banques de diminuer le coût des transactions bancaires en laissant au client le soin de traiter directement ses opérations grâce aux facilités de la banque électronique (e-Banking)* ».

Selon ce dernier aussi « avec l'amélioration des NTIC dans les années 1970 il est devenue plus facile de distinguer les mauvais et les bons risques de crédit ». (Frederic Miskin, 2013).

En somme, les TIC ont un impact positif sur des nombreux aspects de la vie quotidienne, de la communication à l'innovation en passant par l'éducation et l'économie.

### 4. Historique des NTIC

L'histoire des TIC remonte à plusieurs siècles, mais leurs développements ont connu une accélération significative au cours des dernières décennies. L'informatique moderne a ses racines dans la période 1940 et 1950. Les premiers ordinateurs électroniques ont été développés, tels que l'ENIAC (1946) et l'EDVAC (1950). Ces machines étaient énormes, coûteuses et utilisées principalement par des institutions de recherche et des gouvernements. Puis les années 60 ont été marquées par l'émergence de l'informatique commerciale, les réseaux de télécommunications améliorés et l'utilisation des satellites de communication.

#### 4.1. L'ordinateur

L'histoire des ordinateurs est étroitement liée aux découvertes théoriques dans le domaine des mathématiques et de la logique et aux développements technologiques comme la carte perforée, le système binaire etc. La 1ère génération d'ordinateur c'est le passage à l'électronique, la 2ème génération grâce à l'intervention du transistor en 1940, la 3ème génération est l'ère des circuits intégrés et la 4ème génération des ordinateurs c'est la mise au

# Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

point des microprocesseurs va entraîner la miniaturisation des composants d'ordinateurs et partant, l'apparition de deux nouveaux types d'ordinateurs : le super ordinateur et le micro-ordinateur ou ordinateur personnel. L'histoire de l'ordinateur s'est caractérisée par une évolution rapide, avec des progrès continus dans la miniaturisation, la puissance de traitement, la connectivité et l'intelligence artificielle. Aujourd'hui, les ordinateurs sont omniprésents et jouent un rôle essentiel dans presque tous les aspects de la société moderne.

## 4.2. Logiciel

Le succès des micro-ordinateurs n'est venu que dans la mesure où on a développé pour eux des logiciels pour réaliser des applications utiles, particulièrement dans le monde des bureaux. Ces applications seront d'abord des systèmes d'exploitation puis, des traitements de texte, des tableurs et des bases de données. Il faut dire également que la plupart des logiciels de cette génération seront des produits originaux créés spécialement pour les micro-ordinateurs ; certains types de logiciels n'existaient même pas avant l'arrivée des micro-ordinateurs.

## 4.3. Les réseaux et télécommunication

Le développement de réseaux et des télécommunications a été évolutif depuis 1940, en effet on peut retenir les différentes dates suivantes :

Les années 1940 c'est la première communication à distance entre d'une machine à calcul à une autre, vers les années 1960 développements des premiers ordinateurs commerciaux et de la télévision en couleurs, les débuts d'internet se situant dans les années 80, mais c'est dans les années 1990 généralisation de l'usage d'internet et de la téléphonie mobile, développement du World Wide Web(WWW), des moteurs de recherche et des réseaux sociaux.

## 4.4. Technologie audiovisuelle

L'histoire des technologies audio-visuelles va de pair avec le désir de l'être humain de reproduire la réalité, c'est-à-dire de la représenter comme si c'était elle. Le système télégraphique à bande perforée, l'enregistrement sonore, le gramophone, le disque par Berliner, l'enregistrement magnétique, le vidéodisque au laser, premier lecteur CD-ROM ont été respectivement.

Aujourd'hui, les TIC continuent de se développer à un rythme effréné, offrant des possibilités toujours plus nombreuses et innovantes dans de nombreux domaines, tels que la santé, l'éducation, les transports, l'énergie, l'environnement... etc. (Ngono,2010).

# Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

## SECTION 02 : L'UTILISATION DES TIC

Les TIC ont transformé notre mode de vie, notre économie, notre système éducatif, notre communication et notre interaction avec le monde. Leur importance réside dans leur capacité à connecter les individus, à faciliter l'accès à l'information, à stimuler l'innovation et à créer de nouvelles opportunités dans divers domaines de la société.

### 1. Les supports de communication inhérente aux nouvelles technologies Internet

**1.1. L'internet :** est un réseau mondial de réseaux informatiques interconnectés qui permet la transmission et l'échange de données entre les appareils connectés au réseau. Il permet la communication, le partage d'informations et l'accès à divers services et ressources.

Elle revêt une importance considérable dans notre société moderne. C'est une hiérarchie des réseaux interconnectés, Internet a décollé dès les années 90 avec l'apparition d'un système de navigation facilitant la recherche et la gestion de l'information le World Wide Web (WWW), interface la plus communément utilisée sur le réseau télématique Internet.

L'internet permet une communication rapide, efficace et mondiale. Les services de messagerie électronique, les appels vidéo, les réseaux sociaux et les applications de messagerie instantanée ont révolutionné notre façon de communiquer avec les autres, quel que soit leur emplacement géographique.

De plus, l'internet offre un accès sans précédent à une quantité énorme d'informations. Grâce à des moteurs de recherche tels que Google, il est possible de trouver rapidement des données, des actualités, des articles, des vidéos et bien d'autres ressources sur pratiquement n'importe quel sujet. Cela facilite l'apprentissage, la recherche, la résolution de problèmes et l'accès aux connaissances dans les nombreux domaines.

L'internet a révolutionné le commerce en permettant le commerce électronique. Les consommateurs peuvent désormais acheter des produits et des services en ligne, ce qui offre une commodité, un choix et une accessibilité accrues. Les entreprises peuvent également atteindre un public mondial et élargir leur portée grâce à des sites web et des plateformes de vente en ligne.

Elle facilite aussi la collaboration et le partage de connaissances. Des outils tels que les espaces de travail en ligne, les plateformes de partage de fichiers et les logiciels de collaboration permettent aux individus et aux équipes de travailler ensemble, peu importe leur localisation

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

géographique. Cela favorise l'innovation, la créativité et la coopération à l'échelle mondiale. Elle offre une multitude de possibilités de divertissement, Les médias en ligne fournissent également des nouvelles, des articles et des analyses provenant de sources diverses.

L'internet peut contribuer à réduire la fracture numérique en offrant un accès à des ressources éducatives, à des services publics en ligne et à des opportunités économiques. Cela peut aider à autonomiser les individus et les communautés en leur donnant accès à des informations vitales et à des opportunités d'apprentissage et d'emploi.

Il est important de noter que l'utilisation responsable de l'internet est cruciale, notamment en termes de sécurité en ligne, de protection de la vie privée et de lutte contre la désinformation. (G. Domond, 2018).

**1.2. L'intranet :** Est un réseau informatique privé et sécurisé qui fonctionne de manière similaire à Internet, mais à l'échelle interne d'une organisation, telle qu'une entreprise, une institution ou une organisation gouvernementale. Il permet aux employés ou aux membres de l'organisation de partager des ressources, des données et des informations de manière efficace et sécurisée.

Autrement, Un intranet est un réseau dont l'accès est resté à une communauté d'utilisateurs et qui offre les mêmes applications et les mêmes services que l'internet : messagerie, forum, transfert de fichiers, bases de données, pages Web...l'utilisation de l'HTML, du navigateur WEB assure cette similitude basée sur le protocole HTTP.

L'intranet est généralement accessible uniquement aux utilisateurs autorisés au sein de l'organisation. Il nécessite souvent une connexion sécurisée, telle qu'un nom d'utilisateur et un mot de passe, pour accéder aux ressources internes.

Il facilite la communication interne en permettant aux utilisateurs de partager des informations, des documents, des rapports et des données au sein de l'organisation. Il peut inclure des outils de messagerie, des forums de discussion, des espaces de collaboration et d'autres fonctionnalités pour encourager la collaboration.

Les réseaux intranet offrent des espaces de stockage sécurisés où les utilisateurs peuvent sauvegarder et partager des fichiers, des documents et d'autres ressources. Cela permet un accès centralisé aux informations et évite la duplication des données.



## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

Les organisations peuvent développer et déployer des applications spécifiques sur leur réseau intranet pour répondre à leurs besoins internes et mieux comprendre les attentes des employés. Ces applications peuvent inclure des systèmes de gestion des ressources humaines, des outils de gestion de projet, des bases de données internes et des applications personnalisées.

Un point essentiel la confidentialité et sécurité étant donné que l'intranet est un réseau privé, il permet aux organisations de maintenir un plus grand contrôle sur la sécurité et la confidentialité de leurs données.

Les intranets peuvent servir de plateforme pour la gestion des connaissances au sein de l'organisation. Les utilisateurs peuvent accéder à des bases de connaissances, à des manuels de procédures, à des documents de formation et à d'autres ressources pour faciliter l'apprentissage et le partage de connaissances.

En résumé, un réseau intranet est un système de communication et de partage d'informations interne à une organisation. Il favorise la collaboration, la sécurité et l'efficacité en permettant aux employés ou aux membres de l'organisation d'accéder aux ressources et aux informations nécessaires à leur travail.

### 1.3. L'extranet

L'extranet consiste à appliquer la technologie Internet aux relations de l'entreprise avec ses principaux clients et fournisseurs. Une simple connexion Internet suffit pour se connecter aux serveurs des entreprises partenaires. Une fois que le serveur identifie, il aura accès à l'ensemble des ressources mises à sa disposition par le partenaire, comme des services de messagerie e-mail, des pages d'information au format Web, des documents en téléchargement ou des forums.

Le dimensionnement des réseaux et des serveurs, les contraintes de sécurité, la qualité des informations sont autant des facteurs qui permettront de fidéliser la clientèle et de renforcer les liens avec les partenaires. L'extranet développe donc une relation commerciale plus forte avec les clients en cherchant une plus grande personnalisation, et en anticipant les besoins ciblés.

L'extranet est un dérivé naturel de l'organisation dans laquelle le client (prospect, fournisseurs, actionnaire, partenaire) est placé au centre. Il permet d'organiser l'information de manière efficace pour faciliter les relations et les transactions entre l'entreprise et une ou plusieurs catégories d'interlocuteurs.

# Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

Les trois composantes Internet /intranet /extranet sont intimement liées. C'est une évidence parce qu'il n'aurait pas de succès du commerce sur Internet si intranet de l'entreprise n'est pas en place, et si l'extranet, son prolongement naturel ne s'insère pas dans une communauté professionnelle avec ses fournisseurs et ses partenaires. (Alain Fernandel,2001).

## 1. L'impact des TIC sur le Marketing et l'entreprise

Les nouvelles technologies ont eu un impact considérable sur le marketing d'entreprise, en développant leurs stratégies de marketing et promouvant leurs produits ou services.

Il est important de noter que le paysage du marketing d'entreprise évolue rapidement avec l'avènement des nouvelles technologies, de l'analyse de données et des médias sociaux. Les entreprises doivent s'adapter aux nouvelles tendances et aux préférences changeantes des consommateurs pour rester compétitives sur le marché.

✓ Comment la technologie agit sur le service client ?

Selon Christopher Lovelock et Denis Lapert (1996) « Alors que les entreprises deviennent de plus en plus grandes et étendent leurs opérations sur des surfaces géographiques de plus en plus importantes, les responsables ont tendance à s'éloigner des contingences liées aux activités courantes, et par là même des clients ».

Ces extensions nécessitent donc de nouveaux efforts pour maintenir une cohérence du service sur la durée comme sur la distance. Les sociétés de services multisites tentent actuellement de développer des programmes afin de générer des liens plus forts entre les clients en centralisant certaines fonctions pour lesquelles un contact direct n'est pas obligatoire. L'informatique et les télécommunications rendent ceci possible, et permettent un service en ligne national (voire mondial) à partir d'un central pour servir les clients demandeurs de renseignements, qui souhaitent commander ou cherchent à résoudre un problème. Simultanément, la technologie engendre la possibilité d'un feed-back en temps réel à partir des marchés.

Mc Kenna insiste sur le fait que la recherche marketing traditionnellement orientée clients n'est plus suffisante dans un monde évoluant perpétuellement.

- Des relations plus régulières avec la clientèle peuvent fournir des renseignements que les panels et les sondages sont incapables de rendre. La connaissance du client individuel nécessite pour les entreprises des moyens

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

technologiques équivalents à ceux qu'utilisent les bouchers, boulangers et chaudronniers connaissant leurs clients personnellement. Dans ces derniers cas, les relations avec les clients étaient bâties sur les transactions directes...

- La technologie moderne peut recréer les conversations entre le commerçant et le client.

Parmi les procédures adoptées par les entreprises pour obtenir des informations sur leurs clients, on peut citer les numéros verts pour les suggestions et réclamations, les sites Internet permettant l'accès à l'information et offrant la possibilité de communiquer avec l'entreprise par e-mail, ainsi que les systèmes de self-service électroniques (comme pour les distributeurs de billets), dont l'entreprise peut se servir pour suivre l'utilisation faite par les clients de ses services en temps réel. » .

Dans le domaine du marketing, l'impact des NTIC est perceptible au niveau de la segmentation de la clientèle, de la communication, de l'image de marque et des accords de partenariat.

### 1.1 La Segmentation de la clientèle

La segmentation consiste selon (pettigrew, gauvin, menveille, 2003) à rassembler par groupe des acheteurs qui, d'un côté, on en commun plus ou moins les mêmes besoins et qui d'un autre, réagissent de manière similaire aux efforts de mise en marché. C'est ainsi que les groupes obtenus et retenus de ce processus, représentent les segments de marché autrement dit, des ensembles relativement homogènes d'acheteurs potentiels.

Les NTIC donnent une nouvelle dimension au concept de segmentation. D'une segmentation simple, fondée sur les catégories socioprofessionnelles, le niveau de revenu, le solde ou encore le nombre moyen d'opérations par mois, on assiste dans tous les secteurs au passage à une segmentation de plus en plus fine. Mais la segmentation n'est pas une fin en soi. C'est une technique s'inscrivant dans le processus global de la gestion de la relation client.

De nouveaux critères de segmentation sont définis en fonction des objectifs à atteindre, comme la valeur à vie d'un client. Toutefois, deux critères principaux se dégagent des autres : la rentabilité et la loyauté des clients. Le placement des clients sur cette matrice détermine ainsi la mise en œuvre d'une gestion différenciée de la relation client.

Ainsi, nous pouvons citer l'exemple de la Bank of American et de son concept "Bildt your own bank" qui repositionne le client comme un « consommateur entrepreneur ». Dans ce cas, le client construit et personnalise sa relation avec son banquier. En contrepartie, le banquier

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

développe une relation autonome et spécifique avec son client ainsi qu'une base de données importante à des fins commerciales et marketing.

### 1.2. La communication

Disposant d'une masse d'informations sur leurs clients, mais prisonnières de l'organisation de leur système d'informations (qui ne permet pas toujours de les exploiter convenablement) et de leurs habitudes, les banques de réseau communiquent peu avec leurs clients, oralement ou par écrit, et de manière impersonnelle. Elles effectuent le plus souvent des mailings standards lors du lancement d'un nouveau produit. Or, un marketing client efficace passe par la mise en place d'une politique de communication :

- Segmentée et personnalisée. Elle doit être adaptée à chaque micro-segment de clientèle, et s'appuyer sur des modèles comportementaux afin de proposer des produits en fonction de la personnalité du client;
- Cohérente quel que soit le moyen d'accès à la banque, la qualité de service doit être identique, et en particulier pour l'information délivrée (si possible en temps réel);
- Proactive et interactive. La connaissance plus fine des profils clients permettra de lancer des campagnes marketing "one to one", répondant exactement aux besoins des clients à un instant donné, en utilisant le bon canal, et en modifiant l'offre en temps réel en fonction de ses réactions.

Cela montre le chemin qui reste à parcourir pour de nombreuses banques et explique pourquoi de nouveaux entrants ou intermédiaires ont pu, grâce à l'utilisation des NTIC, s'immiscer dans la relation client-banque, et leur prendre si facilement des parts de marché.

### 1.3. L'image de marque

La problématique de la banque traditionnelle est alors de choisir entre s'implanter sur Internet sous propre nom ou par l'intermédiaire d'une filiale. Dans le premier cas, elle profite de son image de marque mais au risque de la détruire si leurs services sur le web ne sont pas à la hauteur de l'attente des clients.

Dans le deuxième cas, elle doit construire cette image. En Europe, les banques testent ces deux stratégies. D'un côté les établissements britanniques et espagnols créent des banques virtuelles dotées d'un statut juridique propre et dissocié de leur réseau physique, de l'autre, la Deutsche Bank a regroupé dans une nouvelle filiale son activité de réseau et Internet. En fait,

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

souvent la filialisation cache d'autres problèmes. Elle est surtout une solution pratique face aux mutations imposées par Internet dans l'organisation des systèmes d'information (gestion en temps réel incompatible avec les systèmes d'information hérités du passé de certains établissements), et la gestion des ressources humaines (fermeture d'agences).

### 1.4. Les accords de partenariats : cobrading et cross-selling

Au-delà des accords de partenariats classiques entre fournisseurs et distributeurs (infogérance de back-office, fourniture de produits ou de services clé en main), les acteurs de la distribution sur Internet multiplient les accords spécifiques de cobranding et de cross-selling. Cela démontre que ce marché est en pleine construction, et les firmes cherchent à prendre des positions dominantes, modifiant au besoin leur modèle économique.

Les portails commencent à s'allier avec des fournisseurs pour vendre des produits co-marketés. Les accords de cobranding portent pour l'instant sur les cartes de crédit. Visa a sorti en février 1999, une carte de crédit Visa-Yahoo. Cette carte est diffusée par le spécialiste américain des cartes de crédit First USA. Elle donne également accès à des programmes de fidélisation auprès de certains cybermarchands (comme Amazon, CD Now...).

Les accords de cross-selling concernent plutôt les courtiers qui, concurrence oblige, cherchent à se différencier. Après une guerre des prix, ils se battent maintenant sur le service. Un des premiers accords déclencheurs de ce mouvement a été le partenariat Etrade – Eloan en mars 1998. Ainsi, Etrade offre des crédits immobiliers à leurs clients et inversement Eloan renvoie sur le site d'Etrade pour leurs transactions boursières. L'objectif de ces acteurs est de devenir une sorte de « guichet unique » où leurs clients pourraient effectuer toutes leurs opérations financières. (Jean Michel, S. 1998).

## 2. L'impact des TIC sur l'économie :

Les TIC ont eu un impact significatif sur l'économie mondiale en modifiant la façon dont les entreprises et les consommateurs interagissent. Les TIC ont stimulé l'innovation et la créativité en fournissant des outils et des plates-formes pour développer de nouveaux produits et services, ainsi que pour partager des idées et des connaissances à travers le monde.

- **L'informatisation et l'innovation technologique**

Selon Christopher Lovelock Denis Lapert « les nouvelles technologies ont radicalement modifié la façon dont de nombreuses entreprises de services échangent avec leurs clients, mais

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

aussi le travail qu'elles effectuent en coulisses. La force la plus puissante de changement provient peut-être aujourd'hui de l'intégration des ordinateurs et de télécommunications. Les entreprises réalisant des prestations services basés sur l'information, comme les entreprises des services financiers, voient la nature de leur affaire totalement transformée par l'avènement de système de distribution électroniques nationaux (ou même globaux), dont le world wide web.

Mais le changement technologique touche également de nombreux autres types de services, du fret aérien aux hôtels, en passant par les détaillants. La technologie facilite la création de nouveaux services, permet le reengineering d'activités comme la prise de commandes et le paiement, donne aux entreprises la possibilité de maintenir une plus grande cohérence Grâce à la centralisation de certaines activités de services, remplace le personnel par des machines pour les tâches répétitives, et assure une meilleure implication des clients dans les opérations grâce aux self-services »

L'avènement des technologies de l'information et de communication a bouleversé le monde notamment le secteur bancaire. Les TIC ont permis aux entreprises de se numériser et d'automatiser de nombreuses fonctions, ce qui a réduit les coûts de production et amélioré l'efficacité opérationnelle. Les entreprises qui ont réussi à s'adopter à cette transformation numérique ont pu obtenir un avantage concurrentiel important. Ce dernier a également donné naissance à une économie numérique, qui a permis aux entreprises de vendre leurs produits et services en ligne à un public mondial. Cela a créé de nouvelles opportunités pour les petites entreprises et a permis aux consommateurs de comparer facilement les prix et les produits de différentes entreprises.

C'est aussi un facteur majeur de La réduction des coûts de communication car ils ont considérablement réduit les coûts de communication pour les entreprises, en leur permettant de communiquer instantanément avec des partenaires commerciaux, des fournisseurs et des clients à travers le monde, sans avoir besoin de déplacer des personnes ou des marchandises.

Enfin les TIC ont créé de nouveaux emplois dans des domaines tels que la conception de logiciels, la sécurité informatique, l'analyse de données et la gestion de projet. Les entreprises ont également besoin de spécialistes du marketing numérique, de la gestion des réseaux sociaux et de la vente en ligne. (Christopher H. Lovelock, 1996).

Dans l'ensemble, les TIC ont eu un impact important sur l'économie mondiale en créant de nouvelles opportunités pour les entreprises et les consommateurs, en réduisant les coûts de communication et en stimulant l'innovation et la créativité. Cependant, cela a également créé

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

des défis en termes de sécurité et de confidentialité des données, ainsi que de la réglementation et de la concurrence.

### 3. Développement des TIC dans le monde :

Le développement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans le monde a été rapide et progressif au cours des dernières décennies. Les TIC ont un impact important sur la façon dont nous communiquons, travaillons, éduquons, nous divertissons et interagissons avec le monde. Les NTIC englobent un large éventail de technologies telles que l'informatique, les réseaux de télécommunication, l'internet, les appareils mobiles, les logiciels, les applications, l'intelligence artificielle, la réalité virtuelle...etc.

Selon Christopher Lovelock et Denis Lapert « Internet et Web deviennent des outils de communications de plus en plus importants. Les possesseurs d'ordinateurs personnels passent de plus en plus de temps devant leur écran aux dépens de la télévision et de la lecture. Une enquête récente datant de fin 1997 montre qu'aux Etats-Unis, Les utilisateurs d'Internet passent entre treize et quatorze heures par semaine connectée ! Le double de l'année précédente à la même époque. En Europe occidentale, on peut observer la même tendance. Ainsi, le chiffre d'affaires réalisé sur le Net était de 600 millions de francs en 1997et sera probablement multiplié par d'ici 2001, selon l'étude de l'Institut Datamonitor. Les revenus de la publicité sur Web suivront selon toute vraisemblance la même tendance. Les publicitaires utilisent les sites Internet pour une variété de tâches de communications : informer et générer de l'intérêt de la part de consommateur, faciliter la communication personnelle avec le consommateur, stimuler les essais de démonstration. Beaucoup d'entreprises ont compris que l'interactivité d'Internet accroît l'implication du client, créant une espèce de « self-services » marketing où client est maître du temps et de la nature des sites qu'il visite ». (Christopher H. Lovelock, 1996).

#### L'évolution technologique

Selon Patrick Artus 2002 « le développement de la nouvelle économie dans les années 1990 a été extrêmement rapide : le tableau 1 montre qu'en 1990, Internet n'existait pratiquement pas et que les housses de taux de détention des ordinateurs et du taux d'utilisation d'Internet ont été parallèles depuis lors.

Tableau1 : pénétration de ces produits parmi les ménages aux Etats-Unis (%)

	ordinateurs	internet
--	-------------	----------

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

1990	23	1
1995	34	10
1999	57	33
2000	59	39
2001	65	40

Source : Salomon Smith Barney.

Le tableau 2 : pourcentages de la population utilise Internet ou les téléphones portables

	Internet	portables
Etats-Unis	35%	40%
Scandinavies	46%	72%
Royaume Uni	34%	73%
Allemagne	29%	59%
Espagne	14%	63%
France	14%	49%
Italie	19%	73%
Japon	37%	53%

Source : Salomon Smith Barney.

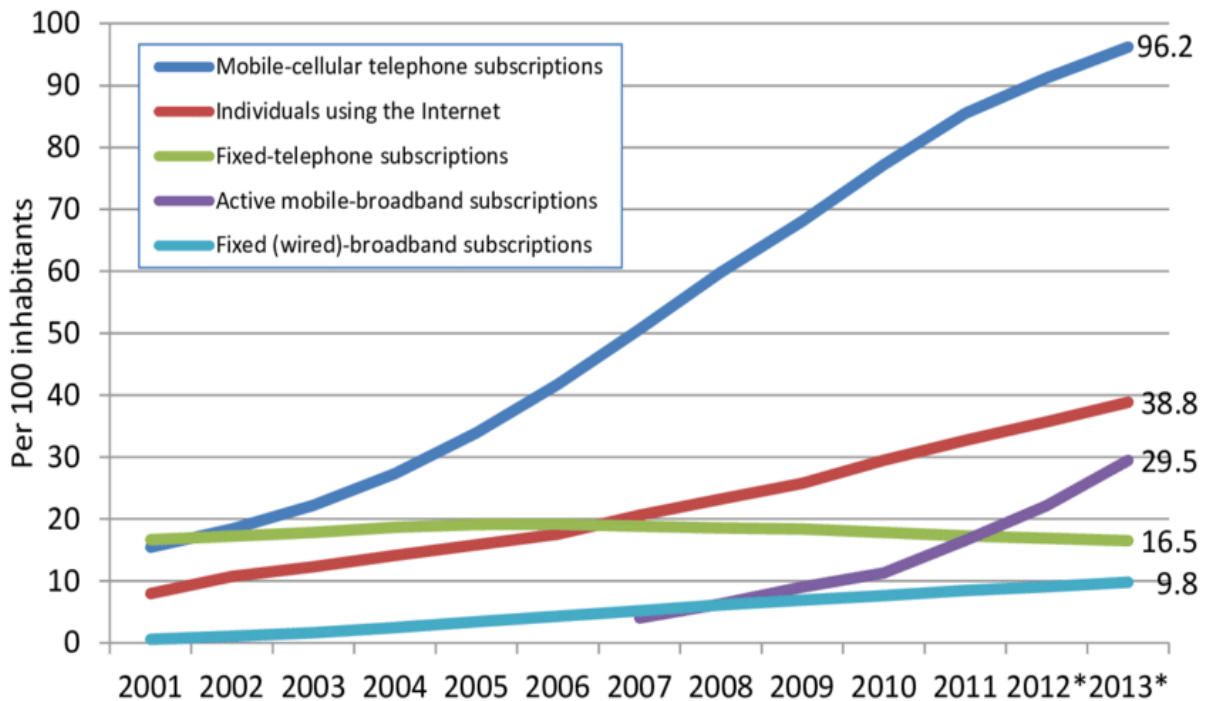
Le tableau 2 montre qu'à la fin des années 1990, les Etats-Unis ont perdu leur avance dans le développement de la nouvelle économie, de côté des particuliers, sur la plupart des autres pays avancés, en ce qui concerne Internet et sont en retard en ce qui concerne la téléphonie mobile. Si on abandonne le côté de consommateur pour se pencher sur les entreprises, on voit la progression extrêmement rapide de leurs investissements en informatique, réseaux, télécommunications. On voit que, de côté des particuliers, on atteint une situation de fort équipement, et peut être de saturation, en nouvelle technologie (tableau 3). Le secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) Internet, télécom, commerce en ligne... s'est développé pour l'instant beaucoup plus rapidement aux Etats-Unis que dans d'autres pays.

Le graphique 1 ci-dessous montre les développements des TIC dans le monde

### Global ICT, développements 2001/2013



## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire



Note: \* Estimate

Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database

Nous concluons de la courbe ci-dessus que les nouvelles technologies augmentent continuellement de 2001 jusqu'à 2013.

Le tableau suivant associe une phase dominée par des types particuliers d'innovations technologiques. On constate que les changements permis par ces technologies ont eu un effet cumulatif, et que chaque Développement technologique permettait d'ajouter un effet qui se combine aux effets précédents. Dès lors, les technologies nouvelles n'ont pas remplacé les précédentes, mais se sont ajoutées à celle-ci. Les technologies ont ainsi été différentes d'une décennie à l'autre.

	1970	1980	1990	2000
Phase	automatisation	Intégration et transformation de l'organisation	communication	Interaction et individualisation
Innovation	Ordinateurs, robots et machines	Ordinateurs personnels	Internet Web(1,0)	Web (0,2)
Caractéristique	Accroissement de capital physique	Généralisation des outils bureautiques digitalisation	Globalisation du réseau informatique	Connectivité des personnes et des objets.

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

Impact économique		et transformation des processus d'affaires	Standardisation des interfaces utilisées	Individualisation et portabilité Ubiquité.
	Gains de productivité	Gains de productivité Réduction des coûts de transaction internes	Gains de productivité Réduction des Coûts de transactions internes et externes. Transformation de la chaîne de valeur	Gains de productivité Réduction des Coûts de transaction internes et externes. Transformation de la chaîne de valeur. Augmentation des bénéfices informationnels
Exemple	FedEx	IBM Intel	Amazon Dell eBaY	Google, may space YAHOO Facebook

**Source :** Benoit AUBERT et al, L'Innovation et les technologies de l'information et des communications, HEC Montréal, Octobre 2010.

En examinant le tableau, on constate :

Au cours des 40 dernières années, les TIC ont amené des changements profonds touchant autant les individus, les organisations que la société en général. On peut voir l'effet des TIC dans l'accélération de la globalisation des marchés, dans la transformation des rapports sociaux, dans l'émergence de nouvelles sources d'information et d'influence, tout comme dans la définition du travail. On peut observer trois éléments fondamentaux derrière ces changements : l'espace, le temps et les dématérialisations

**Le rapport à l'espace :** Les TIC ont largement contribué à modifier la notion d'espace et de distance. Déjà en 1997, on annonçait la mort de la distance, qui n'est plus une contrainte forte dans la conduite des affaires.

**Le rapport au temps :** Les TIC ont également transformé notre rapport au temps. C'est la réalisation du « Gratuit, Parfait, Maintenant » annoncé par le président de Marshall Industries. Les TIC ont rendu l'accès à l'information constant, transparent, et de plus en plus complet. En

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

fait, le défi n'est plus d'accéder à l'information mais bien de filtrer l'information pertinente. Les TIC permettent aux compagnies de fonctionner en mode continu, 24/7.

**La dématérialisation des produits et services :** Les TIC ont révolutionné la nature des produits et services consommés. D'une part, les produits physiques incorporent maintenant des fonctions de services à l'intérieur même des produits. Par exemple, on voit des fonctions de diagnostic et des liens avec le fournisseur incorporé directement dans les produits. Certains produits ont carrément été transformés en services à cause des TIC.(Benoit, A, 2010).

### 4. Les indicateurs liés aux TIC

Il existe plusieurs indicateurs liés aux Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) qui permettent de mesurer leur utilisation et leur impact.

#### 4.1. L'indice de développement des TIC (IDI)

L'Indice de développement des technologies de l'information et de la communication (IDTIC) est un indicateur composite qui mesure le niveau de développement des TIC dans un pays ou une région donnée. Cet indice est souvent utilisé pour évaluer la capacité d'un pays à exploiter et à bénéficier des avantages des TIC.

L'indice IDI est divisé en trois sous-indices -accès, utilisation et compétences -chacun d'eux reflétant différents aspects et composantes du processus de développement des TIC. Le présent rapport compare les résultats obtenus pour l'indice IDI dans 155 pays, en 2010 et en 2011. L'IDTIC fournit une mesure globale du niveau de développement des TIC dans un pays ou une région. Il permet de comparer les performances entre les pays, d'identifier les domaines où des améliorations sont nécessaires et de formuler des politiques pour favoriser le développement des TIC.

#### 4.2. Le panier des prix des TIC (IPB)

Le prix des services TIC a une incidence considérable sur la demande et la diffusion des TIC. Afin de mesurer l'accessibilité économique des services TIC au niveau national ou régional ainsi qu'au cours du temps, l'UIT a mis en place le panier de prix des TIC (IPB), outil de comparaison unique qui fournit de précieuses informations concernant le coût et l'accessibilité économique des services téléphoniques fixes, cellulaires mobiles et large bande fixes dans le monde. L'IPB de 2011 établit le classement de 161 pays au total en fonction du niveau d'accessibilité économique des services TIC. (UIT, 2012)

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

### 4.3. L'indice d'accès numérique (DAI)

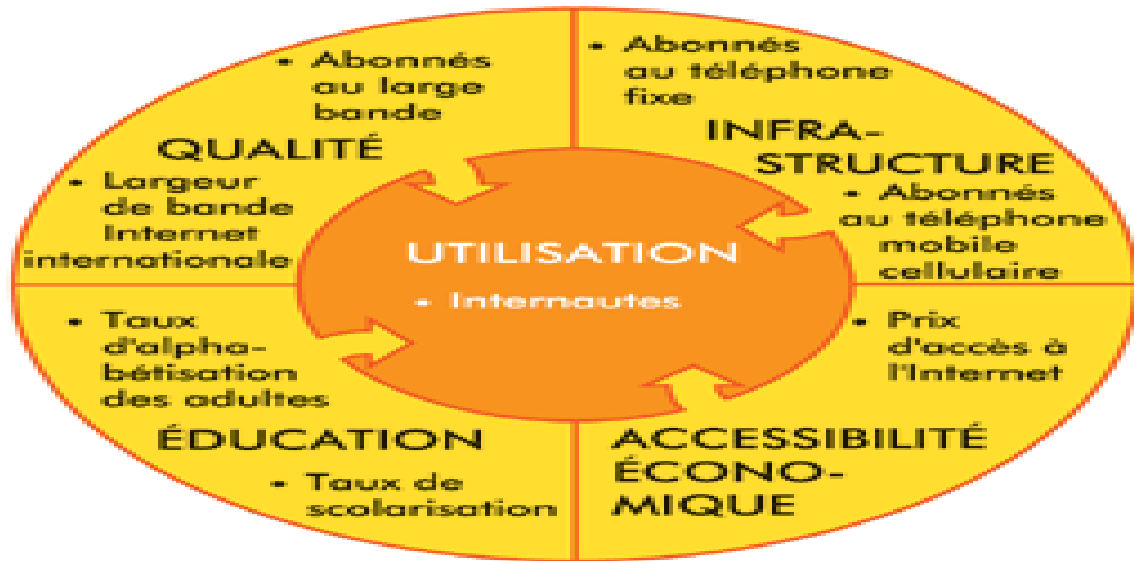
L'indice d'accès numérique (DAI), également connu sous le nom d'indice d'inclusion numérique ou d'indice de connectivité, est un indicateur qui mesure le degré d'accès et d'utilisation des technologies numériques dans une population donnée. Cet indice est utilisé pour évaluer la disparité numérique entre les individus, les régions ou les pays, et pour identifier les lacunes dans l'accès aux technologies numériques.

L'indice d'accès numérique (DAI) se différencie d'autres indices en ce sens qu'il inclut plusieurs nouvelles variables telles que l'éducation ou l'accessibilité économique. Il concerne au total 178 pays, ce qui en fait le premier indice véritablement universel dans le secteur des TIC.(UIT, 2006)

Le schéma suivant montre les facteurs ayant une influence sur l'accès au TIC :

**Figure 1 — Facteurs ayant une influence sur l'accès aux TIC**

Indicateurs entrant dans l'indice d'accès numérique



Source: UIT.

### SECTION 03 : LES TIC EN ALGÉRIE

Les technologies de l'information et de communication (TIC) sont devenues un secteur clé dans l'économie nationale. Elle contribue à hauteur de 4% du PIB en 2011 ; taux appelé à augmenter pour atteindre 8% dans les quatre prochaines années. Le secteur emploie 140 000 employés, dont 100 000 emplois directs. En 2011, le chiffre d'affaires global du secteur représente 5,5 Milliards de dollars. Tandis que les importations relatives aux produits TIC sont estimées à 49 000 Milliards DA. Qui représente le tableau suivant :

**Tableau n°02 : Données globales sur le secteur des TIC en Algérie**

Chiffre d'affaire global (Milliards de dollars)	5,5
Importation des TIC (Milliards DA)	49 000
Contribution du marché TIC au PIB	4 %
Employés	140 000

**Source :** Données recueillies au niveau de Ministère de la poste et des Technologies de l'information et de la communication (MPTIC), Direction de la Communication, de la Documentation et des archives, Algérie, le 11/02/2013. (Khenniche. Y, 2020)

#### 1. Statistiques du secteur des télécommunications

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

Selon les dernières statistiques de l'Autorité de régulation de la poste et des télécommunications (ARPT) d'Algérie, on distingue deux principes dans le secteur des télécommunications sont :

### 1.1. Mobile

**Tableau n°03 : les données statistiques de Mobile 2021.**

<b>Téléphonie mobile</b>	
Taux de pénétration	107%
Nombre d'abonné(Million)	47
Nombre total d'abonnements (Million)	47,01
<b>Téléphonie Fixe</b>	
Nombre d'abonné(Million)	5
Nombre total d'abonnements (Million)	5,09

### 1.1. Internet

Concernant l'évolution du marché de l'internet mobile, plus de 41,78 millions d'abonnés ont été enregistrés au 31 décembre 2021 contre 38,77 millions au 31 décembre 2020, soit une augmentation de 7,76% en une année.

Sur les 41,78 millions d'abonnés à l'internet mobile à la fin de l'année dernière, 34,50 millions étaient abonnés au réseau mobile 4G (29,50 millions à la fin de 2020) et 7,27 millions à la 3G (9,26 millions au cours de la même période de l'année 2020).

En effet, un volume dépassant les 586 millions de Gigaoctet (Go) a été consommé en 2021 contre plus de 412,31 millions de Gigaoctet en 2020, indique l'ARPCE, qui relève un revenu mensuel moyen par abonné Data à 966 DA.

Il est noté, par ailleurs, une augmentation de l'utilisation moyenne de la bande passante en Algérie au cours de 2021.( Rédaction AE, 2022)

## 2. Evolution du parc global des abonnées de la téléphonie mobile

### 2.1. Parc global des abonnés aux réseaux mobiles

**Tableau n°4 : les données parc global des abonnés aux réseaux mobiles**

	1 <sup>er</sup> trimestre 2022
Algérie Télécom Mobile (Mobilis)	20 304 274
Optimum télécom Algérie (Djezzy)	14 661 938
Wataniya Télécom Algérie (Ooredoo)	12 705 272
Total des abonnés	47 671 484

Le parc des abonnés de la téléphonie mobile (GSM, 3G & 4G) a enregistré une légère hausse de 1,39 %, en passant de 47,016 millions abonnés au 4<sup>ème</sup> trimestre de l'année 2021 à 47,671 millions abonnés au 1<sup>er</sup> trimestre de l'année 2022.

### 2.2. Répartition par type de technologie (GSM, 3G&4G)

**Tableau n°5 : les données de répartition de technologie (GSM, 3G&4G)**

## Chapitre 01 : Les NTIC dans le secteur bancaire

---

1 <sup>er</sup> trimestre 2022	GSM	3G/4G
Mobilis	1 944 238 (9,58%)	18 360 036 (90,42%)
Djezzy	1 781 740 (12,15%)	12 880 198(87,85%)
Ooredoo	1 260 038 (9,92%)	11 445 234 (90,08%)
Total des abonnés	4 986 016 (10,46%)	42 685 438 (89,54%)

Sur les 47,671 millions abonnés, 4,986 millions sont des abonnés au réseau GSM soit 10,46 % contre 42,685 millions abonnés au réseau 3G/4G, soit 89,54 %. (APRC, 2000).

### Conclusion au premier chapitre

Les technologies de l'information et de la communication sont un formidable outil interactif qui permet de communiquer en temps réel. Certains délais se trouvent ainsi réduits. Le tissu entrepreneurial se dynamise grâce à ces nouveaux outils technologiques, notamment avec l'aide d'Internet.

L'utilisation des TIC a travers les supports qui leur sont inhérents a montré qu'aujourd'hui ces technologies sont indispensables pour l'entreprise.

**Chapitre 2 :**  
**Généralité sur l'impact des TIC sur  
la banque**



# **Chapitre 02 : L'impact des NTIC sur la banque**

### **Introduction**

Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) ont eu un impact significatif sur le secteur bancaire. Depuis l'avènement de l'informatique et d'Internet, les banques ont dû s'adapter rapidement aux nouveaux outils technologiques pour répondre aux attentes des clients et aux exigences du marché.

Les NTIC ont permis aux banques de proposer de nouveaux services à distance, tels que la banque en ligne, les applications mobiles et les services bancaires via les réseaux sociaux. Les clients peuvent désormais effectuer des opérations bancaires à tout moment et depuis n'importe quel endroit, ce qui a considérablement amélioré leur expérience bancaire. Elles ont également eu un impact sur la sécurité des transactions bancaires. Les technologies de chiffrement et de sécurisation des données ont permis de renforcer la sécurité des transactions en ligne, réduisant ainsi les risques de fraude et d'escroquerie.

En outre, les NTIC ont permis aux banques de réduire leurs coûts en automatisant de nombreuses tâches et en rationalisant les processus. Les banques peuvent ainsi offrir des tarifs plus compétitifs à leurs clients. Les NTIC ont également créé de nouveaux défis pour les banques, notamment en matière de cyber sécurité et de protection des données personnelles. Les banques doivent constamment investir dans de nouvelles technologies pour faire face à ces défis et garantir la sécurité des données de leurs clients.

En somme, l'impact des NTIC sur la banque est considérable. Les banques qui ont su s'adapter aux nouvelles technologies ont amélioré leur offre de services et leur rentabilité, tandis que les banques qui n'ont pas suivi le rythme ont perdu des parts de marché.

Nous étudions dans ce chapitre l'impact des nouvelles technologies d'informations et de communications sur la banque. Ce chapitre est composé de trois sections. La première section on parle de l'intégration des NTIC dans l'activité bancaire, la seconde traite l'impact des NTI sur la banque, et la dernière est réservée à la satisfaction et la fidélisation des clients.

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

### **SECTION 01 : L'INTÉGRATION DES TIC DANS L'ACTIVITÉ BANCAIRE**

Une banque c'est déjà une société technologique. Les NTIC ont révolutionné de nombreux secteurs de l'économie mondiale, et le secteur bancaire ne fait pas exception. L'intégration des NTIC dans l'activité bancaire a transformé la façon dont les institutions financières opèrent, interagissent avec leurs clients et offrent des services.

Les NTIC, qui englobent des outils tels que l'internet, les applications mobiles, les systèmes de paiement électronique et les technologies de sécurité avancées, ont permis aux banques de repousser les limites traditionnelles de leurs activités. Aujourd'hui, les clients bancaires peuvent effectuer des opérations complexes et gérer leurs finances personnelles de manière plus rapide, plus pratique et plus sécurisée grâce aux avancées technologiques.

L'un des aspects les plus marquants de l'intégration des NTIC dans l'activité bancaire est l'émergence des services bancaires en ligne. Les clients peuvent désormais accéder à leur compte bancaire à tout moment et depuis n'importe quel endroit, effectuer des virements, payer leurs factures, consulter leurs relevés de compte et même demander des prêts, le tout en quelques clics. Cette accessibilité accrue a considérablement simplifié la gestion financière pour les individus et les entreprises.

De plus, les NTIC ont également permis le développement des services bancaires mobiles. Avec l'avènement des Smartphones et des applications dédiées, les clients peuvent effectuer des transactions bancaires à partir de leurs appareils mobiles, où qu'ils se trouvent. Les fonctionnalités des applications mobiles incluent souvent des options de paiement sans contact, de reconnaissance d'empreintes digitales ou faciales, et même d'intelligence artificielle pour fournir une assistance personnalisée. Ces avancées ont rendu les transactions bancaires plus pratiques, plus rapides et plus adaptées aux modes de vie mobiles d'aujourd'hui.

En outre, l'intégration des NTIC a permis aux banques de renforcer la sécurité des transactions et de protéger davantage les données sensibles des clients. Des systèmes avancés de cryptage, de détection des fraudes et de vérification en deux étapes ont été mis en place pour réduire les risques de fraude et d'usurpation d'identité. Les clients bénéficient ainsi d'une tranquillité d'esprit accrue lorsqu'ils effectuent des transactions en ligne ou via des applications mobiles.

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

En conclusion, l'intégration des NTIC dans l'activité bancaire a profondément transformé l'industrie financière, en offrant aux clients des services bancaires plus accessibles, plus pratiques et plus sécurisés. Les banques continuent d'innover et de tirer parti des nouvelles technologies pour améliorer l'expérience client, optimiser leurs opérations et s'adapter aux évolutions rapides du monde numérique. (F. Mangenot, 2000)

### **1. L'information et l'automatisation du secteur bancaire**

#### **1.1 : Définitions du système d'information :**

Selon Ali Boucherara un système « utilisateur machine » intégré qui produit de l'information, pour assister les êtres humains dans les fonctions d'exécution, de gestion et de prise de décision. Le système utilise des équipements informatiques et des logiciels, des bases de données, des procédures manuelles, des modèles pour l'analyse, la planification, le contrôle et la prise de décision Dalis et Olson (système d'information pour le management, Tome1, Economica). (Ali Boucherara,2020)

Aussi le système d'information peut être défini comme :

Une plateforme technologique utilisée par les banques et les institutions financières pour gérer leurs opérations quotidiennes et leurs activités liées aux services bancaires. Il est conçu pour faciliter la collecte, le stockage, le traitement, la transmission et la gestion sécurisée des données et des informations financières.

Ce système englobe généralement plusieurs composants interconnectés, tels que des logiciels, des matériels informatiques, des réseaux, des bases de données et des applications spécifiques à l'industrie bancaire. Ces composants travaillent ensemble pour automatiser et rationaliser divers processus bancaires, tels que l'ouverture de comptes, les opérations de dépôt et de retrait, les prêts, les transferts de fonds, la gestion des transactions, la gestion des risques, la conformité réglementaire, la gestion des portefeuilles, la gestion des canaux de distribution, etc.

Il est essentiel pour assurer le bon fonctionnement des activités bancaires et la fourniture de services efficaces aux clients. Il permet aux banques de gérer les informations financières des clients, de traiter les transactions en temps réel, de surveiller les risques, de générer des rapports, d'analyser les données et d'améliorer la prise de décision. Il aide également les banques à respecter les réglementations et les normes de sécurité, en protégeant les données confidentielles et en prévenant les fraudes.

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

En résumé, un système d'information bancaire est une infrastructure technologique utilisée par les banques pour gérer leurs activités et fournir des services financiers à leurs clients de manière sécurisée, efficace et conforme aux réglementations en vigueur. (Le système d'information, 2014).

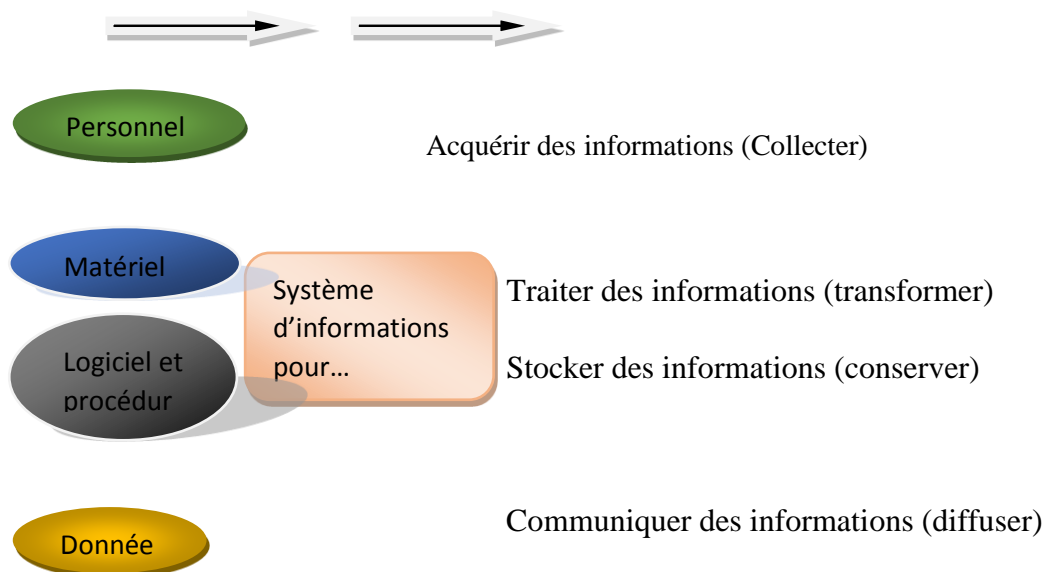
## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

Le cycle de vie d'un système d'informations :

Phase maintenance	Maintenir le système informatique Faire évoluer le système d'information	
Phase d'exploitation utilisation	Exploiter le système fournir une assistance aux utilisateurs	Mise en œuvre
Phase de développement spécifique	Etablir une définition générale et détaillé réaliser et tester le système informatique Accompagner le changement Mettre en œuvre sur sites	Etude technique réalisation
		Etude Préalable
		Conduite du changement
Phases de définition	Exprimer les besoins Proposer des solutions juger la pertinence et la faisabilité	Lancement du projet Etude d'opportunité
	<b>objectifs</b>	<b>Etapes</b>

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

La notion de système d'informations (d'après R. REIX, 2006)



Source : lechaton.net

Ce schéma montre le rôle du système d'informations qui est : Collecter l'ensemble des informations, de les traiter, conserver et diffuser.

- L'appropriation de l'information : l'information à l'entrée doit être analysé afin d'éviter une surcharge inutile et saisir les informations utiles.
- Traitement de l'information calculs mis à jour tris mémorisation
- La finalité du système d'information c'est la diffusion de cette dernière

Et elle doit répondre à trois critères : le premier c'est la forme puis le temps en fin les critères de confidentialité. (Boucherara. A ,2020)

### 1.2 : Qu'est-ce que l'automatisation dans le secteur bancaire ?

Lorsque les banques, les coopératives de crédit et les autres institutions financières utilisent l'automatisation pour améliorer les processus métier de base, on parle d'automatisation bancaire.

Les technologies d'automatisation dans le secteur bancaire ont considérablement réduit les temps de réponse tout en augmentant la valeur de chaque heure de travail, on a plusieurs avantages de l'automatisation dans le secteur bancaire sont les suivants :

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

---

- **L'efficacité** : L'automatisation permet aux banques de rationaliser leurs processus internes, ce qui se traduit par une réduction des coûts opérationnels et une amélioration de l'efficacité. Les tâches manuelles et répétitives sont remplacées par des systèmes automatisés, ce qui libère du temps et des ressources pour des activités à plus forte valeur ajoutée.
- **Précisions maximal** : L'introduction de technologies automatisées dans les processus bancaires contribue à réduire les erreurs humaines. Les algorithmes et les systèmes automatisés sont conçus pour exécuter des tâches avec une précision élevée et une cohérence constante, ce qui améliore la fiabilité des opérations bancaires.
- **Une confiance accrue** : Les clients exigent de plus en plus des services bancaires rapides, pratiques et personnalisés. L'automatisation permet aux banques de répondre à ces demandes en fournissant des solutions en libre-service, des applications mobiles conviviales, des processus de demande de prêt simplifiés et des services clientèle automatisés et sécurisés. Cela permet de fidéliser les clients et de rester compétitif sur le marché. En outre, l'automatisation renforce également la gestion des risques et la sécurité dans le secteur bancaire. Les systèmes automatisés peuvent détecter plus rapidement les comportements frauduleux, surveiller les transactions suspectes et renforcer la conformité réglementaire. Cela contribue à protéger les institutions financières et les clients contre les menaces potentielles.
- **La flexibilité du service** : La flexibilité des services est également un aspect important de l'automatisation du secteur bancaire. Grâce à l'automatisation, les banques peuvent proposer des services plus flexibles et adaptables aux besoins changeants des clients.

En conclusion, l'automatisation du secteur bancaire offre des avantages économiques significatifs en termes d'efficacité opérationnelle, de précision, d'adaptation aux besoins des clients et de gestion des risques. Cependant, il est important de trouver un équilibre entre l'automatisation et l'intervention humaine pour assurer une utilisation responsable de cette technologie et pour garantir des services financiers fiables, sûrs et axés sur les besoins des clients. (K. Farez, 2019).

L'information du secteur bancaire est un sujet d'actualité important **pour** les professionnelles de la finance, les clients bancaires et les autorités de régulation. Le secteur

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

bancaire est en constante évolution, et deux forces majeures qui ont façonné cette transformation sont l'information et l'automatisation financière. Une grande transformation s'est introduite dans ce secteur à cause de ces deux.

L'information joue un rôle central dans le secteur bancaire. Les banques collectent et traitent une quantité massive de données provenant de diverses sources telles que les transactions, les comptes clients, les marchés financiers et les réglementations. Grâce aux progrès technologiques, les banques sont désormais en mesure de stocker, organiser et analyser ces données de manière plus efficace. L'utilisation d'outils d'analyse de données et de techniques avancées, tels que l'apprentissage automatique, permet aux banques d'extraire des informations précieuses pour la prise de décisions, la gestion des risques, la détection de fraudes et l'amélioration des services.

L'automatisation a également révolutionné le secteur bancaire. De nombreux processus et tâches qui étaient autrefois effectués manuellement sont désormais automatisés. Cela inclut des opérations courantes telles que le traitement des paiements, la vérification des transactions, l'ouverture de comptes et la génération de rapports. L'automatisation permet de réduire les erreurs humaines, d'améliorer l'efficacité et la rapidité des opérations, et de libérer du temps pour les employés bancaires afin qu'ils se concentrent sur des tâches à plus forte valeur ajoutée, telles que le conseil clientèle et l'analyse des données. En plus l'automatisation a également transformé l'expérience client. Les clients peuvent désormais accéder à leurs comptes en ligne, effectuer des transactions, vérifier leur solde et gérer leurs finances de manière autonome. Les guichets automatiques, les applications mobiles et les services bancaires en ligne offrent une commodité et une accessibilité accrues, permettant aux clients de réaliser des opérations bancaires à tout moment et en tout lieu.

Parallèlement, l'automatisation a également renforcé la sécurité dans le secteur bancaire. Les systèmes automatisés peuvent détecter et signaler les activités suspectes ou frauduleuses, contribuant ainsi à prévenir les risques pour les clients et les institutions financières. Les mesures de sécurité telles que l'authentification à deux facteurs, la biométrie et le cryptage des données sont également utilisées pour protéger les informations sensibles des clients.

Enfin, l'information et l'automatisation ont profondément impacté le secteur bancaire. Les banques exploitent les avantages de l'information et de l'automatisation pour améliorer l'efficacité opérationnelle, personnaliser les services, renforcer la sécurité et offrir une



## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

expérience client plus pratique et complète. Alors que la technologie continue d'évoluer, il est probable que l'information et l'automatisation continueront à jouer un rôle essentiel dans l'avenir de la banque, en permettant une innovation constante et une adaptation aux demandes changeantes des clients.

### **2. La prolifération des outils informatique :**

La prolifération des outils informatiques fait référence à la croissance rapide et à la diffusion généralisée des outils et des technologies liées à l'informatique. Cela englobe une large gamme d'outils, de logiciels et de dispositifs utilisés pour traiter, stocker, transmettre et manipuler des informations numériques. Les outils informatiques automatisent les tâches, simplifient les processus et permettent de gagner du temps. Ils augmentent l'efficacité et la productivité des individus et des organisations en réduisant les tâches manuelles et répétitives.

La prolifération des outils informatiques améliore la productivité, facilite l'accès à l'information, encourage la communication et la collaboration, stimule la créativité, transforme les industries, favorise l'innovation technologique et a un impact sociétal significatif. Cela veut dire répondre aux attentes des clients donc client satisfait. (Cédric, D, 2007-2008).

### **3. L'adaptation des nouvelles technologies par la banque**

L'adaptation des nouvelles technologies par les banques est devenue une nécessité pour répondre aux attentes des clients et pour améliorer l'efficacité opérationnelle. Aujourd'hui, On remarque que les nouvelles technologies de l'information et de communication influencent surtout sur les utilisateurs et l'homme en générale, l'homme ne suit plus les technologies d'information et de communication, ce sont elles qui le suivent et l'homme retrouve souvent le sentiment d'être dominé par celles-ci.

La principale cause à ce phénomène est certainement la cause effrénée à l'innovation et à l'évolution des technologies, que nous vivons actuellement : « la technologie s'invite partout, dans notre environnement, dans notre intimité, elle devient intrusive est la probabilité est forte que chacun de nous voie plus de dix révolutions technologiques quand nos ancêtres en voyaient à peine une dans leur vie » (Dominique weizman). (Florent.L, 2019)

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

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

---

utilisation perturbe la cohérence du système d'information et l'apparition d'effets indésirables limite l'efficacité de ces évolutions. Simultanément, à l'occasion de ces opérations, les banques collectent des informations sur leurs clients qui peuvent être utilisées grâce aux possibilités actuelles de stockage et de traitement des données, afin d'améliorer leur relation avec ces derniers par une amplification de l'orientation client de leur système d'information. (Brenard, M, 2003).

### 2.1. La banque à distance

La banque à distance, également connue sous le nom de banque en ligne, est un service bancaire qui permet aux clients d'effectuer des opérations financières et de gérer leurs comptes à partir d'un emplacement distant, généralement via Internet ou par téléphone. Elle offre une alternative pratique aux services bancaires traditionnels en agence, permettant aux clients d'accéder à leurs comptes et de réaliser diverses transactions sans se rendre physiquement dans une succursale bancaire. La banque à distance se caractérise par :

- **Services bancaires en ligne** : Les banques en ligne proposent des sites web sécurisés où les clients peuvent se connecter à leurs comptes à l'aide d'identifiants personnels. À partir de là, ils peuvent consulter leur solde, effectuer des virements entre comptes, payer des factures, gérer leurs cartes de crédit, demander des prêts, etc.
- **Applications mobiles** : De nombreuses banques à distance offrent également des applications mobiles pour smartphones et tablettes. Ces applications permettent aux clients d'accéder à leurs comptes et d'effectuer des opérations bancaires à partir de leurs appareils mobiles, offrant ainsi une plus grande mobilité et commodité.
- **Service téléphonique** : Certaines banques à distance proposent également des services bancaires par téléphone. Les clients peuvent contacter un centre d'appels dédié pour effectuer des transactions, obtenir des informations sur leurs comptes, signaler des problèmes ou poser des questions à un conseiller bancaire.

La banque à distance présente plusieurs avantages. Elle offre une plus grande flexibilité horaire, permettant aux clients d'effectuer des opérations bancaires à tout moment, quel que soit leur emplacement. Elle évite également les files d'attente en agence et permet de réaliser des économies de temps et de déplacements. De plus, les services bancaires en ligne et les applications mobiles offrent souvent des fonctionnalités avancées, telles que le suivi des dépenses, les notifications en temps réel et la gestion personnalisée des finances.

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

Cependant, il est important de prendre en compte certains aspects. La sécurité en ligne est une préoccupation majeure, et il est crucial d'utiliser des connexions sécurisées et de suivre les meilleures pratiques en matière de protection des données. De plus, certaines opérations plus complexes ou nécessitant une assistance personnalisée peuvent nécessiter une interaction en personne avec un conseiller bancaire.

Il convient de noter que la disponibilité et les fonctionnalités spécifiques de la banque à distance peuvent varier d'une banque à l'autre et d'un pays à l'autre. Il est recommandé de se renseigner auprès de sa banque pour connaître les services bancaires à distance qu'elle propose.

**Tableau n°1 : la présentation des services bancaire à distance**

Type de relation	Exemple d'utilisation par le client	Exemple de canal d'accès
<b>Accès aux informations</b>		
- Accès à l'information interne ou externe à la demande	- Informations sur les produits bancaires - Cours des devises - Cotisation des comptes	- Internet - Minitel - Téléphonie
- Accès aux informations individualisées	- Relevé de comptes, encours carte bancaire, - Consultation des comptes	- GAB/DAB - Internet - Minitel
- Simulation	- Simulation de prêt - Simulation de portefeuille titres - Suivi de budget personnel	- Internet - Minitel - PC+logiciel Money
<b>Actions sur le processus transactionnel</b>		
- Opération de base	- Virement bancaire - Remise de chèque	- GAB/DAB - Internet - Minitel - Automate vocale
- Opération évoluées	- Ordre d'achats ou de vente de titres - Octroi d'un prêt	- Internet - Minitel - Services bancaire téléphoniques
<b>Communication interpersonnel à distance</b>		
- Communication en temps réel	- Opposition carte bancaire - Situation d'urgence à l'étranger	- Centre d'appel téléphonique
- Communication en temps différé	- Réclamation - Prise de rendez-vous	- Internet (message électronique) - Téléphonie

### 1.2. La monnaie électronique :

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

---

Le code monétaire et financier donne une définition de la monnaie électronique : « c'est une valeur monétaire qui stockée sous une forme électronique, y compris magnétique... » C'est en quelque sorte un équivalent numérique de l'argent liquide.

La monnaie électronique peut prendre différentes formes. Elle peut être stockée sur un support électronique (la puce d'un téléphone mobile) ou à distance sur un serveur (un compte en ligne) Ce support électronique stocké directement la somme d'argent et n'est pas liée à un compte bancaire. Dans certains cas, elle est émise et réglementée par les autorités monétaires nationales, tandis que dans d'autres cas, elle est créée par des entités privées.

En outre, La monnaie électronique : « C'est une valeur monétaire qui est stockée sous une forme électronique, y compris magnétique... » C'est en quelque sorte un équivalent numérique de l'argent liquide. (Les clés de la banque, 2013).

Ou encore la monétique est " l'ensemble des dispositifs utilisant l'informatique et l'électronique dans les transactions bancaires".

Et aussi « l'ensemble des techniques électroniques, informatiques et télématiques permettant d'effectuer des transactions, des transferts de fonds ou toute autre opération qui relie un utilisateur final équipé d'une carte avec un ensemble de services ».

La monétique implique l'utilisation d'une monnaie électronique convertible en monnaie réelle, mais aussi la possibilité d'une identification des différents acteurs impliqués dans cette transaction. (Alphonse Christian, 2018).

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

- L'identification
- Le paiement
- Le crédit

Le paiement électronique peut non seulement se substituer au chèque, mais peut remplacer aussi le numéraire, sous la forme de monnaie électronique ou digitale. La première forme de la monnaie électronique est **la carte de débit**, couramment appelée carte de crédit en France, alors même qu'elle ne donne pas accès à un crédit (comme c'est le cas aux États-Unis) mais permet seulement un paiement, éventuellement différé. Une carte de débit est liée à un compte bancaire,

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

généralement un compte courant. Elle permet aux clients d'effectuer des paiements et des retraits d'argent directement à partir des fonds disponibles sur leur compte. Leur usage est souvent plus rapide encore que celui du numéraire, car il suffit de passer une carte dans un lecteur et de taper un code pour que le transfert ait lieu.

Les cartes de débit sont devenues de plus en plus populaires ces dernières années aux Etats-Unis. Elles sont souvent émises par des banques et peuvent être utilisées pour des transactions en ligne, des achats en magasin et des retraits d'argent aux distributeurs automatiques. (Jacques Saint-Amant, 2002).

**Carte de crédit :** Les cartes de crédit existent depuis bien avant la seconde guerre mondiale.

Beaucoup de grands magasins américains (Mears, Macy's, goldwater) avaient mise en place des comptes clients et ils fournissaient à ces derniers des cartes de crédit qui leur permettaient de faire des achats sans espèces.

Les cartes de crédit permettent aux utilisateurs d'emprunter de l'argent à court terme auprès de l'émetteur de la carte, jusqu'à concurrence d'une limite de crédit prédéfinie. Les titulaires de carte peuvent effectuer des achats et des paiements, et ils doivent rembourser le montant emprunté avec des intérêts dans les délais convenus. Les cartes de crédit offrent souvent des fonctionnalités telles que des récompenses, des programmes de fidélité et une assurance.

**Carte prépayée ou porte-monnaie électronique :** en l'achète pour un montant donné, un consommateur peut réaliser des paiements, souvent de petits montants, chez tout les commerçants équipé d'un terminal. Les plus sophistiquées sont dotées d'une puce qui permet de les recharger à un terminal en transférant de l'argent du compte bancaire de leur détenteur. Elles peuvent être utilisées pour payer en ligne sur des ordinateurs ou des téléphones spécialement équipés. (Frederic.M, 2013).

Cette carte n'est pas liée à un compte bancaire et ne permet pas d'emprunter de l'argent.

Il existe plusieurs types de cartes prépayées, elles peuvent prendre différentes formes comme chèque cadeau, carte virtuel...etc. Elles peuvent aussi utilisent différentes technologies exemple puce, bande magnétique, compte virtuel...etc.

**Les cartes de paiement mobile :** ces cartes également connues sous le nom de porte-monnaie électronique, sont des applications mobiles qui permettent aux utilisateurs de stocker les informations de leur carte de débit ou de crédit sur leur appareil mobile. Ils peuvent ensuite

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

effectuer des paiements en approchant leur téléphone ou en scannant un code QR au point de vente. Des exemples populaires de cartes de paiement mobile incluent Apple Pay, Google Pay et Samsung Pay.

**La carte à puce** : également connue sous le nom de carte à microprocesseur ou carte à puce intelligente ou carte à mémoire, est une carte plastique munie d'une puce électronique intégrée. Cette puce contient un microprocesseur et une mémoire qui permettent le stockage et le traitement de données. Une plus grande capacité de stockage de données et des fonctionnalités avancées par rapport aux cartes magnétiques traditionnelles. Les cartes à puce garantissent une meilleure sécurité des transactions en permettant de vérifier l'identité du payeur grâce à un code et une liaison direct avec le centre de paiement ; en outre, le règlement est garanti jusqu'à un certain montant selon la catégorie à laquelle appartient la carte. Elles sont largement utilisées dans de nombreux domaines, y compris la banque, les télécommunications, les transports, l'identification et la sécurité.

### **Les DAB/GAB :**

Les termes "DAB" et "GAB" désignent tous deux des appareils électroniques utilisés pour effectuer des retraits d'argent en libre-service. Voici ce que signifient ces acronymes :

**DAB** : Le terme "DAB" signifie "Distributeur Automatique de Billets". Il est couramment utilisé en France et dans certains pays francophones. Un DAB est un appareil électronique, généralement installé dans une agence bancaire, un centre commercial ou d'autres lieux publics, qui permettent aux titulaires de cartes de débit ou de crédit d'effectuer des retraits d'argent en libre-service. Les utilisateurs insèrent leur carte dans le DAB, saisissent leur code PIN et peuvent ensuite sélectionner le montant souhaité pour le retrait en espèces.

**GAB** : Le terme "GAB" signifie "Guichet Automatique Bancaire". Il est utilisé dans d'autres pays francophones tels que la Belgique et le Canada. Un GAB est essentiellement le même type d'appareil que le DAB. Il permet aux utilisateurs d'effectuer des retraits d'argent en utilisant leur carte de débit ou de crédit et leur code PIN.

En résumé, tant le terme "DAB" que le terme "GAB" désignent des appareils électroniques qui permettent aux clients bancaires d'effectuer des retraits d'argent en libre-service en utilisant leur carte de débit ou de crédit. Ces appareils sont largement répandus et offrent une commodité aux clients en leur permettant d'accéder à leur argent en dehors des heures d'ouverture des agences bancaires. (DAB et GAB, 2020).

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

Ces cartes électroniques offrent différentes fonctionnalités et avantages en termes de commodité, de sécurité et de suivi des dépenses. Il est important de noter que les fonctionnalités spécifiques et les options disponibles peuvent varier en fonction de la banque, de l'émetteur de la carte et du pays.

En somme, l'adaptation des NTIC par la banque est une nécessité pour répondre aux attentes des clients, améliorer l'efficacité opérationnelle et rester compétitive sur le marché bancaire. Les banques doivent donc continuer à investir dans ces technologies pour offrir des services de qualité et proposer des offres personnalisées à leurs clients

### **SECTION 02 : L'IMPACT DES TIC SUR LA BANQUE**

Les nouvelles technologies ont eu un impact significatif sur le secteur bancaire. Voici quelques-uns des principaux effets observés :

**Services bancaires en ligne :** Les banques ont développé des plateformes en ligne qui permettent aux clients d'accéder à leurs comptes, de consulter leurs soldes, de faire des virements, de payer des factures, etc. Cela offre une plus grande commodité et accessibilité pour les clients, leur permettant de gérer leurs finances à tout moment et en tout lieu.

**Applications mobiles :** Les applications bancaires sur les smartphones ont révolutionné la manière dont les clients interagissent avec leur banque. Elles offrent des fonctionnalités similaires à celles des services bancaires en ligne, mais avec une expérience plus conviviale et adaptée aux appareils mobiles. Les clients peuvent effectuer des opérations bancaires en quelques clics, recevoir des notifications en temps réel sur leurs transactions et effectuer des paiements mobiles.

**Paiements numériques :** Les nouvelles technologies ont introduit de nouveaux moyens de paiement, tels que les portefeuilles électroniques, les paiements sans contact et les paiements par codes QR. Ces options offrent aux clients des méthodes de paiement plus rapides et plus pratiques, réduisant ainsi la dépendance aux espèces et aux chèques.

**Intelligence artificielle et chatbots :** Les banques utilisent de plus en plus l'intelligence artificielle pour automatiser les processus, améliorer l'efficacité opérationnelle et offrir un service client personnalisé. Les chatbots alimentés par l'IA peuvent répondre aux questions des clients, les aider dans leurs transactions et leur fournir des informations sur les produits et services bancaires.

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

Blockchain et cryptomonnaies : La technologie de la blockchain a ouvert de nouvelles possibilités dans le secteur bancaire, notamment dans les transactions internationales, les transferts de fonds et la gestion des registres. Les cryptomonnaies telles que le Bitcoin ont également suscité l'intérêt des banques, qui explorent leur potentiel en termes de transferts de fonds rapides et peu coûteux.

Sécurité renforcée : Les nouvelles technologies ont également permis d'améliorer la sécurité des opérations bancaires. Les systèmes de chiffrement avancés, l'authentification à deux facteurs et la biométrie (comme la reconnaissance faciale ou l'empreinte digitale) contribuent à renforcer la protection des données et à prévenir la fraude.

Ces avancées technologiques ont transformé la manière dont les banques interagissent avec leurs clients, rendant les services bancaires plus rapides, plus faciles d'accès et plus personnalisés. Cependant, elles ont également posé de nouveaux défis en termes de cyber sécurité et de protection de la vie privée, nécessitant une vigilance accrue de la part des banques pour garantir la confiance et la sécurité des clients.

### **1. Les raisons d'introductions des nouvelles technologies d'information et de communication par les banques :**

Il existe plusieurs raisons pour lesquelles les banques ont introduit les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans leurs opérations. Voici quelques-unes des principales raisons :

#### **1.1 La recherche de meilleure méthode de gestion :**

La recherche des meilleures méthodes de gestion est un processus continu pour les entreprises soucieuses d'optimiser leurs performances et leur efficacité.

Avec une demande d'une production de services sur mesure liée à l'informatisation des moyens d'accès à ces services avec l'apparition des GAB/DAB et la banque sur internet, les banques cherchent à augmenter les investissements dans les nouvelles technologies afin d'améliorer leurs efficacités et leur productivité et rester compétitif sur le marché.

#### **1.2. La maîtrise des coûts et la réalisation des économies d'échelle :**

La rentabilité bancaire est négativement affectée par les charges d'exploitation (les frais généraux ou les frais de structure) notamment celles du réseau qui lui pèsent lourdement. Afin



## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

de palier à cette situation, les banques se sont supposées jouer un rôle opérant dans la réduction des coûts de la production et des charges d'exploitation. (CAPIEZ Alain, 2001).

### **1.3. Faire face à la concurrence :**

Faire face à la concurrence est une préoccupation constante dans l'industrie bancaire. La concurrence dans le secteur financier est intense, avec de nombreuses institutions proposant des services similaires. Les banques ont connu de profondes mutations ces vingt dernières années, se traduisant notamment par un renforcement important de l'intensité concurrentielle. Dans ce contexte plus difficile, ils doivent trouver solutions pour rester compétitives.

Les nouvelles technologies ont désormais adopté et développé de manière à contrecarrer et faire face à la concurrence. En effet, c'est un moyen qui procure à la banque un avantage concurrentiel, lui permettant non seulement d'augmenter sa part de marché, mais aussi d'en conquérir d'autres (LAMOULINE ,1998) tout en essayant de préserver et de fidéliser ses clients potentiels. (BELABDI, M 2010).

### **1.4. L'amélioration des relations avec la clientèle**

L'activité bancaire a connu une mutation importante en matière de canaux de commercialisation des produits et services. De nouveaux canaux de contact ont été développés afin de créer une sorte de rapprochement entre le client et la banque ; ce qui a, pour conséquence, participé au renforcement du principe de la fidélité entre le client et son institution.

Le client est supposé être pleinement satisfait de ce progrès car cela répond à son souci de disponibilité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. D'autant plus que souvent les horaires d'ouverture des agences bancaires ne correspondaient pas à ses propres horaires, c'est pour cette raison qu'il lui était rarement possible de se rendre personnellement à sa banque. ion des ventes

L'amélioration des relations avec la clientèle est essentielle pour le succès de toute entreprise. Des relations solides avec les clients peuvent conduire à une fidélité accrue, à des recommandations positives et à une augmentation. (BELABDI, M 2010).

En somme, les banques ont introduit les NTIC pour améliorer leur efficacité opérationnelle, offrir une meilleure expérience client, développer de nouveaux services et produits, se conformer aux réglementations et rester compétitives dans un environnement bancaire en constante évolution

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

### **2. L'impact des TIC sur l'activité des banques :**

L'impact des nouvelles technologies d'information et de communication est primordial sur l'activité des banques.

On a les impacts directs et indirects : en effet la banque est une industrie de service donc son succès repose sur les personnes, les capitaux et la technologie d'information. Actuellement la tendance générale est à l'innovation notamment celle basée sur la gestion des bases de données et celle de transmission des informations.

Les nouvelles technologies accroissent la compétitivité des produits financiers et la généralisation des réseaux favorise le développement financier. Ainsi les nouvelles technologies ont entraîné une transformation numérique dans le secteur bancaire, avec une adoption croissante de services bancaires en ligne, d'applications mobiles, de paiements numériques et d'autres solutions technologiques. Cela a modifié la façon dont les banques interagissent avec leurs clients, gèrent leurs opérations proposent leurs services grâce à ça les banques sont aujourd'hui capables de fournir un service 24 heures sur 24 et 7 sur 7.

De plus les NTIC ont amélioré de l'expérience client à partir d'offrir aux banques une meilleur expérience client, en proposant des services bancaires en ligne et des application conviviales, en permettant aux clients d'accéder à leurs comptes et de réaliser de transactions en temps réel, et en en offrant une personnalisation des services basée sur les données. Cela à améliorer la satisfaction client et renforcé la fidélité à la marque. En outre l'application de technologies d'informatiques avancée a un impact décisif sur la réduction des couts d'exploitation, ils permettent aux banques d'automatiser de nombreux processus internes, tels que la gestion de transaction, la conformité réglementaire, la gestion des risques et les comptabilités. Cela a entraîné une plus grande efficacité opérationnelle, une réduction des coûts et une optimisation des ressources. Aussi les NTIC ont permis aux banques de développer de nouveaux services et produits financiers, tels que les paiements numériques, les prêts en ligne

En réalité, le monde bancaire est de plus en plus dépendant de ces technologies numériques. Elles sont devenues indispensables à son bon fonctionnement.

### **SECTION 03 : LA SATISFACTION ET LA FIDÉLISATION DES CLIENTS**

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

---

La satisfaction et la fidélisation des clients sont des aspects clés de l'activité bancaire, et les NTIC ont joué un rôle important dans leur évolution. Voici comment les NTIC ont impacté la satisfaction et la fidélisation des clients dans le secteur bancaire :

- **Accessibilité et commodité** : Les NTIC ont permis aux banques d'offrir des services bancaires en ligne et des applications mobiles, offrant ainsi aux clients un accès facile et pratique à leurs comptes bancaires 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, sans avoir à se rendre physiquement dans une succursale bancaire. Cela a considérablement amélioré l'accessibilité aux services bancaires, ce qui a conduit à une plus grande satisfaction des clients.
- **Personnalisation des services** : Les NTIC permettent aux banques de collecter et d'analyser les données des clients, ce qui leur permet d'offrir des services bancaires personnalisés basés sur les besoins et les préférences individuelles des clients. Cela augmente la satisfaction des clients, car les services sont mieux adaptés à leurs besoins spécifiques.
- **Rapidité et efficacité des transactions** : Les NTIC ont permis d'accélérer les transactions bancaires, notamment les transferts de fonds, les paiements, les dépôts, etc. Les clients bénéficient de transactions plus rapides et efficaces, ce qui améliore leur satisfaction et leur fidélité à la banque.
- **Service client amélioré** : Les NTIC ont également permis aux banques de mettre en place des canaux de communication en ligne, tels que les chatbots, les centres d'appels en ligne, les réseaux sociaux, etc., pour offrir un service client amélioré. Les clients peuvent obtenir de l'aide et poser des questions rapidement et facilement, ce qui contribue à leur satisfaction.
- **Innovation des produits et services** : Les NTIC ont permis aux banques de développer de nouveaux produits et services innovants, tels que les applications de gestion de budget, les solutions de paiement mobiles, les offres de crédit en ligne, etc. Cela offre aux clients de nouvelles opportunités pour gérer leurs finances de manière plus efficace et personnalisée, ce qui peut accroître leur satisfaction.
- **Sécurité des transactions** : Les NTIC ont également permis de renforcer la sécurité des transactions bancaires, notamment grâce à des technologies de cryptage avancées, d'authentification à deux facteurs, et de détection des fraudes. Cela rassure les clients quant à la sécurité de leurs transactions et contribue à leur satisfaction.

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

En somme, les NTIC ont eu un impact positif sur la satisfaction et la fidélisation des clients dans le secteur bancaire en offrant une meilleure accessibilité et commodité, une personnalisation des services, une rapidité et une efficacité accrues des transactions, un service client amélioré, une innovation des produits et services, ainsi qu'une sécurité renforcée des transactions.

### **1. Définition et caractéristiques de la satisfaction :**

#### **1.1. Définition de la satisfaction :**

Certains chercheurs en psychologie et en comportement de consommateur définissent la satisfaction comme suit : « La satisfaction peut être comprise en marketing comme le sentiment de plaisir ou de déplaisir qui naît de la comparaison entre les attentes préalables et une expérience de consommation ». (Commerce et marketing, 2014)

Selon Kotler, Dubois, Keller et Manceau 2014 « la satisfaction est comme l'impression positive ou négative ressentie par un client vis-à-vis d'une expérience d'achat et ou/ de consommation Elle résulte d'une comparaison entre ses attentes à l'égard du produit et sa performance perçue ». Daniel Ray cite la définition de HOWARD et SHETH qui définissent la satisfaction comme étant « l'impression d'être convenablement ou non récompensé par les sacrifices supportés lors d'une situation d'achats. ».

Selon selvie liosa, 1997 « la satisfaction est fondée sur une comparaison de la performance perçue du service avec un standard préétabli. ». « La satisfaction est le résultat d'un processus de comparaisons psychiques et complexes. La comparaison d'une valeur effective : Paradigme de confirmation /infirmité. » (France qualité publique, 2004). « La satisfaction est un état psychologique mesurable et consécutif à une expérience de consommation. » (Yves Evrard, 1993)

Le spécialiste en marketing Benoit Gauthier (2003) explique la satisfaction comme « un sentiment subjectif qui ne peut exister que si le client réalise qu'il y a eu un événement de service, et qui n'existe pas dans l'absolu, mais seulement sur une base comparative »

Après avoir présenté toutes ces définitions on conclut que la satisfaction est un terme utilisé pour décrire le niveau de contentement ou d'approbation qu'un individu ressent à l'égard d'un produit, d'un service, d'une expérience ou d'une situation particulière. Dans le contexte du service à la clientèle, la satisfaction des clients se réfère à leur évaluation subjective du degré

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

de satisfaction ou de plaisir qu'ils ont ressenti en interagissant avec une entreprise, en utilisant ses produits ou services, ou en réalisant une transaction commerciale.

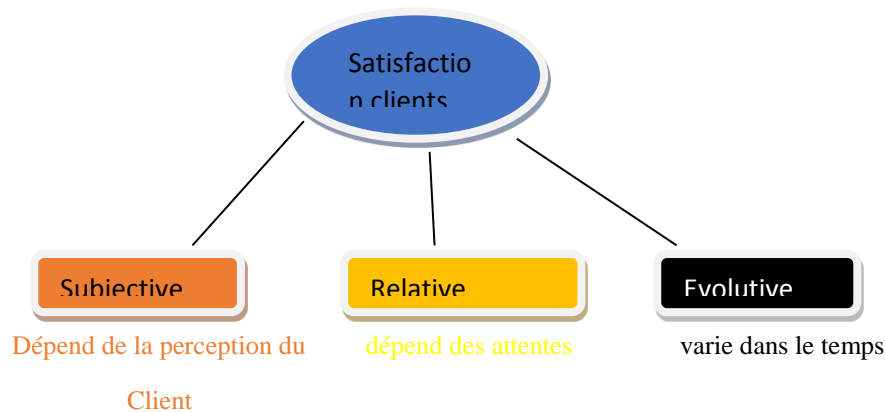
### 1.2. Les caractéristiques de la satisfaction :

Voici quelques caractéristiques clés de la satisfaction :

Daniel Ray trouve que le mode d'évaluation d'un produit que peut avoir un client se forme à partir d'un ensemble de critères, et pour savoir comment se forme son jugement sur chacun de ces caractères, il convient d'analyser les trois caractéristiques de la satisfaction qui sont

1. La subjectivité,
2. La relativité
3. Et l'évolutivité.

Un schéma qui présente ses caractéristiques :



Source : Daniel Ray, Mesurer et développer la satisfaction client, op.cit., p. 24

Retenons donc :

**1.Évaluation subjective** : La satisfaction est une évaluation subjective, basée sur les perceptions, les attentes et les expériences individuelles de chaque client. Elle peut varier d'un individu à l'autre, même dans une même situation « chaque client perçoit différemment le produit ou le service. La satisfaction client ne dépend que de sa propre perception et non de la réalité. Il est donc fort probable que la perception du service soit loin de la réalité.

**2. Evaluation relative** : « puisqu'elle dépend de la perception du client, la satisfaction varié selon les niveaux d'attentes. Si on prenait deux client et on demandait leurs avis à propos d'un service donné, il est fort possible qu'ils soient différents, pour le simple raison que leurs attentes initiales vis-à-vis de ce service ne sont pas les mêmes. L'important n'est pas le fait d'offrir le meilleur produit ou service, mais d'offrir celui qui est le plus adapté aux attentes des clients ».

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

Donc l'évaluation relative est basée sur les attentes, La satisfaction des clients est souvent comparée à leurs attentes initiales. Si les attentes sont satisfaites ou dépassées, cela peut conduire à une plus grande satisfaction, tandis que si les attentes ne sont pas atteintes, cela peut entraîner une insatisfaction. (Daniel Ray, 2014).

**3. L'évaluation est évolutive :** « il est rare aujourd'hui que le consommateur soit longtemps satisfait par un service ou un produit. La satisfaction évolue dans le temps en fonction de l'évolution des attentes et des standards ainsi que pendant le cycle d'utilisation du produit/services. Le consommateur est de plus en plus exigeant et connaisseur, de nos jours une innovation a une durée de vie de plus en plus courte et le droit à l'erreur n'existe plus ».

Donc l'évaluation évolutive signifie qu'elle est dynamique dans le temps est que La satisfaction peut évoluer dans le temps en fonction des expériences continues du client avec une entreprise. Une satisfaction initiale peut être modifiée par des interactions ultérieures et des expériences de service supplémentaires.

Il est important pour les entreprises de surveiller et de mesurer la satisfaction des clients afin de comprendre leurs besoins et attentes, d'identifier les domaines d'amélioration potentiels, et de maintenir des relations clients positives et durables.

### **2. La satisfaction des clients**

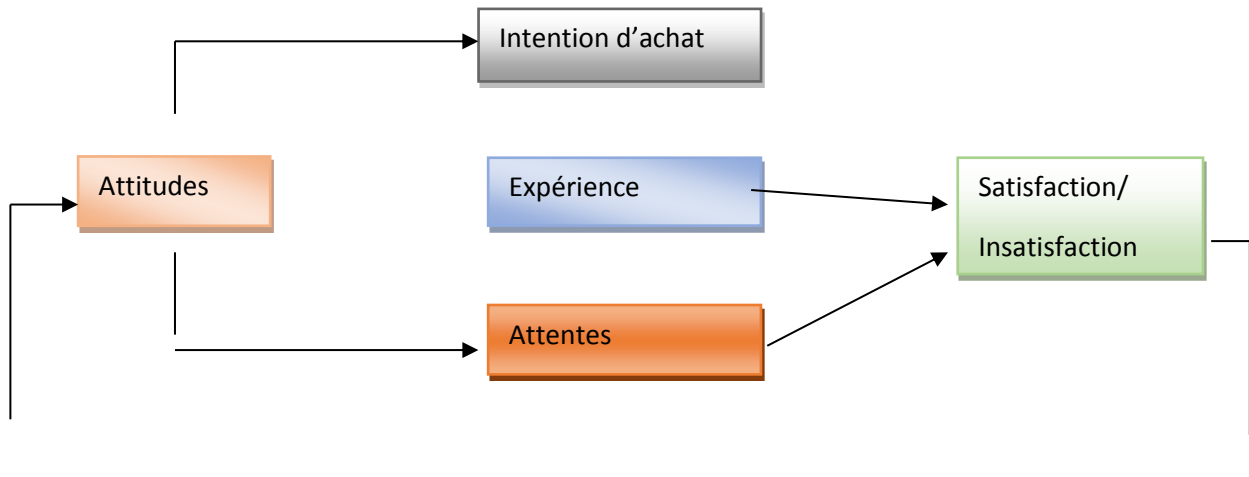
La satisfaction des clients est un indicateur clé de la performance d'une entreprise et se réfère au niveau de contentement ou d'approbation qu'un client ressent à l'égard des produits, services ou expériences offerts par une entreprise. Elle est essentielle pour évaluer la qualité de la relation entre une entreprise et ses clients, ainsi que pour la fidélisation des clients et la réussite à long terme de l'entreprise. Expliquons quelques points concernant la satisfaction des clients :

On a tout d'abord réponse aux attentes où la satisfaction des clients est souvent mesurée par rapport aux attentes qu'ils avaient initialement envers un produit, un service ou une expérience. Si les attentes sont satisfaites (ce qui veut dire les performances sont au niveau des attentes du client) ici le client peut être fidèle par habitude, mais une offre plus intéressante faite par un concurrent peut le conduire à changer de fournisseur. Ou les attentes sont dépassées ce qu'on appelle l'enthousiasme c'est à dire les performances sont au-delà des attentes du client donc dans ce cas il est moins enclin aux changements, en cas de déception et mécontentement il est

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

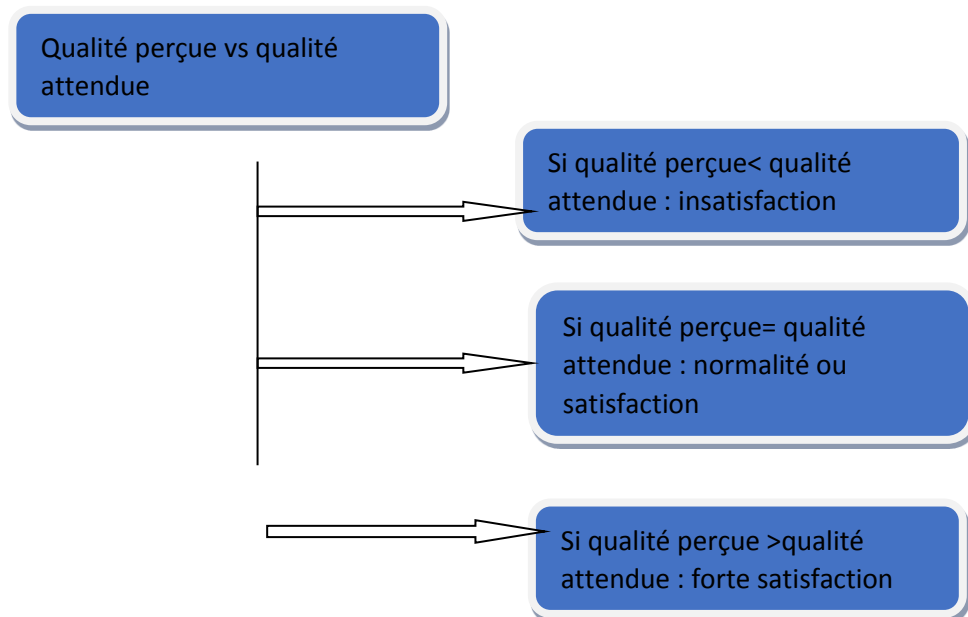
probable que le client abandonne l'entreprise et en dise du mal à son entourage. Le schéma ci-dessus nous permet de mieux comprendre le processus de satisfaction :

**Schéma : le modèle de satisfaction :**



Source : J. LENDREVIE, J. LEVY, D. LINDON, 2014 op.cit. , p856

➤ Le paradigme de la confirmation des attentes est schématisé dans la figure suivante :



**Figure : paradigme de la confirmation des attentes.**

Selon ce modèle, lorsque la qualité perçue est inférieure à la qualité attendue, il en résulte de l'insatisfaction. Au contraire, quand la qualité perçue est supérieure à la qualité attendue, le client ressent une forte satisfaction. Enfin, lorsque la qualité perçue est égale à la qualité attendue, le client éprouve une simple satisfaction (ce sentiment se situe dans la zone de la normalité).

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

---

- **Expérience globale :** La satisfaction des clients peut être influencée par leur expérience globale avec une entreprise, y compris tous les points de contact du cycle client, tels que la qualité du produit ou du service, la convivialité du processus d'achat, le service à la clientèle, la résolution des problèmes, etc.
- **Relation de confiance :** La satisfaction des clients est souvent liée à la confiance qu'ils ont envers une entreprise. Une relation de confiance solide, basée sur la fiabilité, l'honnêteté et la transparence de l'entreprise, peut contribuer à une plus grande satisfaction des clients.
- **Communication efficace :** Une communication efficace entre l'entreprise et ses clients peut jouer un rôle clé dans la satisfaction des clients. Cela peut inclure une communication claire sur les produits, les services, les politiques de l'entreprise, les informations sur les commandes, les retours, etc.
- **Réponse aux besoins des clients :** La satisfaction des clients dépend également de la capacité de l'entreprise à comprendre et à répondre aux besoins spécifiques de chaque client. Cela peut impliquer la personnalisation des produits ou services, l'adaptation aux préférences individuelles, et la résolution rapide et efficace des problèmes.
- **Suivi et rétroaction :** Le suivi et la rétroaction des clients sont importants pour évaluer leur satisfaction. Les enquêtes de satisfaction, les commentaires clients, les évaluations et les témoignages peuvent fournir des informations précieuses sur la satisfaction des clients et aider à identifier les domaines d'amélioration potentiels.
- **Impact sur la fidélisation :** Des clients satisfaits sont plus enclins à rester fidèles à une entreprise, à recommander ses produits ou services à d'autres et à augmenter leur niveau d'engagement envers elle. Ainsi, la satisfaction des clients joue un rôle clé dans la fidélisation des clients et la création de relations clients durables.

Il est essentiel pour les entreprises de prendre en compte la satisfaction des clients comme un indicateur important de leur performance et de mettre en œuvre des stratégies et des actions



## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

---

pour améliorer continuellement la satisfaction des clients, répondre à leurs besoins et attentes, et maintenir des relations clients positives.

### 3. La mesure de la satisfaction client

La mesure de la satisfaction client est un processus essentiel pour les entreprises afin de comprendre et d'évaluer la satisfaction des clients vis-à-vis de leurs produits, services ou expériences.

#### Quelques définitions :

La mesure de la satisfaction de la clientèle (MSC) est une opération de rétroaction qui consiste à connaître l'opinion « des clients sur leurs besoins, leurs attentes et leurs expériences à l'égard des services reçues » et qui « permet aux entreprises de vérifier dans quelle mesure elles améliorent la satisfaction de leurs clients ».

Le réseau Circum (12) définit la satisfaction comme un « sentiments qui résulte de la comparaison entre les attentes des clients et les perceptions que les clients ont retenues du service qu'ils ont reçu. »

Voici quelques étapes clés pour mesurer la satisfaction client :

Selon le Manuel, 2013 « Guide méthodologique de l'enquête de satisfaction totale du logiciel SPHINEX », l'élaboration de l'enquête satisfaction s'articule autour des différents moments suivants :

- ✓ Définir les préalables : il s'agit de désigner le responsable d'enquête, de définir les objectifs de l'étude ; Il est important de déterminer clairement les objectifs de mesure de la satisfaction client, tels que connaître le niveau de satisfaction global, identifier les domaines d'amélioration, mesurer l'impact des actions d'amélioration de la satisfaction client, etc. Cela permet de cibler les efforts de mesure et de collecte de données de manière efficace.
- ✓ Identifier les attentes des clients : Explorer en profondeur ce que les clients attendent du service (les composants principaux du service), identifier pour chaque composant les critères qui déterminent leur satisfaction/insatisfaction,
- ✓ Elaborer, administrer et analyser les données recueillies : le questionnaire est l'outil de collecte des données et logiciel permettra de les analyser ; c'est-à-dire concevoir les questionnaires ou les outils de mesure : Si vous optez pour une enquête de satisfaction ou un sondage, il est crucial de concevoir des questionnaires ou des outils de mesure

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

---

pertinents, clairs et simples à comprendre pour les clients. Les questions doivent être précises, éviter les biais, et couvrir les aspects clés de la satisfaction client que vous souhaitez mesurer.

- ✓ Communication des résultats et leur exploitation : les résultats de l'enquête seront généralement communiqués lors d'une réunion, le responsable projet aura ainsi atteint son but (aider les instances de décision à choisir les actions d'amélioration à mener prioritairement).
- ✓ Sélectionner les méthodes de mesure : Il existe plusieurs méthodes pour mesurer la satisfaction client, telles que les enquêtes de satisfaction, les évaluations et notations, les commentaires clients, les sondages en ligne, les entretiens individuels, etc. Il est important de choisir les méthodes appropriées en fonction des objectifs de mesure, du public cible et des ressources disponibles.
- ✓ Collecter les données : Une fois les questionnaires ou les outils de mesure conçus, il est temps de collecter les données auprès des clients. Cela peut se faire via divers canaux, tels que des enquêtes en ligne, des appels téléphoniques, des courriers, des entretiens en personne, etc. Il est important de garantir la confidentialité et l'anonymat des réponses des clients pour obtenir des données fiables et sincères.
- ✓ Analyser les données : Une fois les données collectées, elles doivent être analysées de manière rigoureuse pour tirer des conclusions pertinentes sur la satisfaction des clients. Cela peut impliquer l'utilisation de techniques statistiques, de visualisation des données, et la comparaison avec les objectifs de mesure définis précédemment.
- ✓ Utiliser les résultats pour l'action : Les résultats de la mesure de la satisfaction client doivent être utilisés pour prendre des décisions éclairées et mettre en œuvre des actions d'amélioration. Les domaines identifiés comme nécessitant des améliorations doivent faire l'objet de plans d'action spécifiques et mesurables pour améliorer la satisfaction client.
- ✓ Suivre les résultats : La mesure de la satisfaction client doit être un processus continu et évolutif. Il est important de suivre régulièrement les résultats de la mesure, d'ajuster les actions d'amélioration en conséquence et de répéter le processus de mesure pour évaluer l'efficacité des actions mises en place.

En résumé, la mesure de la satisfaction client est un processus clé pour les entreprises afin de comprendre et d'améliorer continuellement la satisfaction des clients. Elle nécessite une planification rigoureuse, la collecte et l'analyse de données fiables, ainsi que l'utilisation des

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

---

résultats pour prendre des décisions éclairées et mettre en œuvre des actions d'amélioration ciblées.

### 4. La fidélisation des clients

La fidélisation des clients est le processus par lequel une entreprise cherche à maintenir et à renforcer la relation avec ses clients existants dans le but de les inciter à rester fidèles à la marque, à continuer à faire des achats et à maintenir une relation durable avec l'entreprise. L'une des raisons du comportement de fidélité est la satisfaction. Selon P. KOTLER et DUBIOS, la satisfaction est la clé de la fidélité. Ils considèrent qu'elle entraîne un comportement caractérisé par :

- Une fidélité à long terme ; comprend un engagement à long terme c'est-à-dire La fidélisation des clients vise à établir une relation à long terme avec les clients, plutôt qu'à une transaction ponctuelle. Cela implique de créer une relation solide et durable basée sur la confiance, la satisfaction et la valeur ajoutée pour le client.
- L'achat des nouveaux produits de la marque en question ;( Continuité des achats) ; La fidélisation des clients vise à encourager les clients à effectuer des achats récurrents auprès de l'entreprise. Cela peut être réalisé en offrant des produits ou services de qualité, en répondant aux besoins changeants du client, en proposant des programmes de fidélité, des remises ou des avantages spéciaux pour les clients fidèles.
- La recommandation des produits à son entourage ; Les clients fidèles peuvent devenir des ambassadeurs de marque en recommandant l'entreprise à leur entourage. La fidélisation des clients vise à encourager le référencement et la recommandation en offrant une expérience positive et en répondant aux besoins et aux attentes des clients de manière efficace.
- Une faible sensibilité aux attaques de la concurrence.

La fidélité peut être acquise lorsque le client est ravi, enchanté, c'est-à-dire satisfait. Cependant, la relation entre la fidélité et la satisfaction n'est pas linéaire, un client satisfait n'est pas un client fidèle le contraire étant vrai.

De ce fait la satisfaction n'est pas synonyme de fidélité.

- La corrélation entre satisfaction client et fidélité est incertaine pour les raisons suivantes :

## Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque

---

Un client satisfait aura du mal à rester fidèle à une marque s'il existe sur le marché une offre diversifiée et compétitive, en revanche un client peut être fidele même s'il n'est pas satisfait s'il n'a pas le choix.

Et même s'il est satisfait, un client peut chercher la variété et son infidélité n'est nécessairement durable il peut faire des allers et des retours entre les différentes offres.

L'entreprise doit proposer des nouveautés pour conserver le client

Retenons donc que la raison pour laquelle la fidélité et la satisfaction ne sont pas liées d'une manière linéaire se trouve dans le fait que le comportement des clients n'est pas exclusivement rationnel, ils sont aussi influencés par les attitudes émotionnelles de sympathie ou de confiance à l'égard du produit ou de la marque et par beaucoup d'autres acteurs.

En résumé, la fidélisation des clients est un processus qui vise à maintenir et à renforcer la relation avec les clients existants en créant une connexion émotionnelle, en offrant une expérience positive et en répondant à leurs besoins de manière continue. Elle implique un engagement à long terme, la continuité des achats, un sentiment d'appartenance, le référencement et la recommandation, la communication régulière et le suivi de la satisfaction client. (P. KOTLER et DUBIOS, 2014)

### Conclusion

Les nouvelles technologies ont un impact très important sur les activités bancaires. En effet, la banque est une industrie de services dont son succès repose sur les personnes, les Capitaux et les technologies d'information et de communication.

L'urgence de l'intégration des nouvelles technologies est accentuée par les banques. Cela est justifié par la nécessité de baisser les couts de gestion et de la distribution pour rester compétitives face à une concurrence exacerbée dans un environnement tendant à la déréglementation et à la globalisation.

## **Chapitre 02 : Généralités sur l'impact des NTIC sur la banque**

---

Les nouvelles technologies de l'information et de communication favorisent la relation banques-client aux travers des moyens technologique tel que les SMS, mailing, phoning...etc.

**Chapitre 3 :**  
**De l'intégration des TIC dans les**  
**banques publiques algériennes.**  
**Enquête de terrain**

## **Chapitre 3**

### **De l'intégration des TIC dans les banques publiques Algériennes. Enquête de terrain**

#### **Introduction**

De ce qui précède, il est important de souligner que l'intégration des TIC dans le fonctionnement et l'organisation des banques ont complètement transformé la nature de ses dernières. Depuis lors, les canaux de distribution des produits bancaires et des contacts avec la clientèle, n'ont pas cessé d'augmenter au point de parler aujourd'hui de la distribution multicanale. C'est dans cette perspective que nous avons essayé de mettre en exergue le degré de l'utilisation de ces technologies dans le fonctionnement des banques algériennes.

En effet, et parallèlement à l'évolution du secteur dans le monde, les banques algériennes se sont retrouvées alors dans l'obligation d'investir davantage dans l'utilisation des nouvelles technologies et les méthodes modernes et ce, dans l'objectif d'améliorer au mieux la qualité des services qu'elles offrent et par là, la satisfaction et la fidélisation de ses clients.

A travers ce dernier chapitre, que nous avons consacré à l'étude du niveau de l'utilisation des TIC dans l'activité des banques algériennes, nous allons mettre l'accent sur les facteurs qui entravent encore leur adoption. Pour ce faire nous avons procédé par une étude de terrain au moyen d'un questionnaire que nous avons distribué sur un échantillon de banques de la wilaya de Bejaia.

#### **SECTION 1. PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE DU TRAVAIL**

L'étude portant sur l'analyse des facteurs qui entravent l'utilisation à grande échelle des TIC dans le secteur des banques publiques en Algérie est réalisée au cours du premier trimestre de l'année 2023. L'approche méthodologique adoptée est la méthode d'enquête par questionnaire (auto-administrée). Elle vise à étudier, analyser et discuter les facteurs contraignants l'utilisation des TIC dans les banques publiques.

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

### 1. La population et l'échantillon de l'enquête

Comme nous l'avons bien souligné auparavant, notre enquête est essentiellement d'ordre qualitatif et d'appréciation. L'objectif initial est alors de savoir à quel degré les banques algériennes intègrent les TIC dans l'exercice de leur fonction d'intermédiation. Pour cela, nous avons opté pour l'étude des banques publiques. Le choix est justifié par le fait que ces dernières, qui en terme de réseaux occupent plus de 60 % du réseau national, mais accusent un retard important en matière de l'incorporation des TIC comparativement à leurs homologues privées.

Pour la définition de l'échantillon sur lequel nous devons travailler, nous avons d'abord recensé et énuméré le nombre et la localisation géographique de l'ensemble des banques publiques intervenants dans la wilaya de Bejaia. Nous avons ensuite décidé de travaillé sur un échantillon de 24 agences choisies aléatoirement sur le réseau d'exploitation des banques publiques de la wilaya de Bejaia. Nous signalons à ce point, que le critère de la localisation n'a pas été respecté, même si les agences enquêtées représentent pratiquement l'essentiel du territoire sur lequel elles sont localisées.

**Tableau 10. Présentation de la population de l'enquête**

	Population		Population ciblée		Population enquêtée	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
BNA	6	15.4	4	16.7	3	20
BADR	10	25.6	6	25	4	26.6
CNEP-Banque	9	23.1	6	25	3	20
CPA	7	17.9	4	16.7	3	20
BDL	5	12.9	3	12.5	2	13.4
BEA	2	05.1	1	4.1	0	0
Total	39	100	24	100	15	100

**Source :** Notre enquête sur l'impact des NTIC sur le secteur bancaire 2023

A la fin de l'enquête, nous avons pu récupérer que 18 questionnaires sur lesquels nous avons éliminé trois qui ne sont pas remplis correctement. Ceci dit, sur une population cible de 24 agences, nous avons travaillé sur 15 agences. Soit un taux de non réponse de l'ordre de 37,5% (soit un nombre de 9 agences bancaires de notre échantillon de départ). Ce dernier est réparti entre 16,6% (3 agences bancaires) sous forme de réponses non exploitables



## **Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain**

---

(questionnaires annulés) et 83,3% (6 agences bancaires) sous forme de questionnaires non récupérés.

### **2. Elaboration et administration du questionnaire**

La méthodologie de travail que nous avons adopté dans le cadre de la réalisation de notre travail de terrain est celle de l'enquête par questionnaire. Ce dernier est composé d'un ensemble de questions, fermées et à choix multiples, que nous avons adressé aux responsables des banques publiques de la wilaya de Bejaia afin de nous fournir leur appréciation concernant notre objectif de départ à savoir celui de l'intégration des TIC dans l'exercice de leur fonction d'intermédiation bancaire. L'opération s'est déroulée courant des mois d'avril et mai de l'année 2023.

Le recours à cette méthode d'approche est justifié par le fait qu'elle présente un double avantage : celui de recueillir le maximum d'informations utiles auprès des sujets et celui d'accéder à un nombre important d'agences bancaires. Notre approche consiste alors à comprendre l'importance et la logique de l'intégration des TIC dans les banques algériennes. Pour ce faire nous avons posé 20 questions de différente nature. Pour les besoins de structuration et d'organisation, nous avons alors travaillé sur 6 volets essentiels :

- i. Données générales sur les agences bancaires enquêtées.
- ii. De l'utilisation des TIC dans la banque
- iii. De l'impact des TIC utilisées sur la banque
- iv. De l'adoption des TIC par les banques enquêtées
- v. De la perception des raisons de l'adoption des TIC
- vi. Des changements constatés après l'introduction de TIC

## **SECTION 2. PRÉSENTATION ET ANALYSE DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE**

Après avoir expliqué le cadre méthodologique global de notre travail de terrain qui nous a permis d'accéder aux agences enquêtées, nous avons obtenu des réponses à nos questionnaires de la part de ces agences. Ces réponses constituent le corpus sur lequel nous allons travailler

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

afin de mettre en relief le niveau de l'utilisation des Tic dans les banques publiques que nous avons enquêtées. Cette section fera l'objet d'analyse et d'interprétation des différentes réponses recueillies auprès de ces agences.

### 1. Données générales sur les agences bancaires enquêtées.

L'exploitation des résultats de l'enquête à travers les premières questions posées, permet d'acquérir des données relatives aux sujets de notre enquête, en l'occurrence les agences bancaires. De ce qui précède, il importe de rappeler que notre enquête à porter uniquement sur les agences des banques publiques. Ainsi, et sur les 30 agences sélectionnées, nous avons travaillé uniquement sur 15 agences qui nous ont répondu correctement et favorablement.

Ainsi, et relativement à la répartition des banques de notre échantillon selon la date de création des agences, nous avons essayé de comprendre et de savoir si l'âge de la banque exerce un effet sur le degré de la satisfaction de la clientèle.

**Tableau n°12** : La date de création des banques

Année de création	Fréquence	Pourcentage%
Avant 1990	<b>10</b>	<b>66.6</b>
1991-2000	<b>1</b>	<b>6.7</b>
2001-2010	<b>1</b>	<b>6.7</b>
2011-2019	<b>1</b>	<b>6.7</b>
Valeur manquante	<b>2</b>	<b>13.3</b>
<b>total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

**Source** : Notre enquête sur l'impact des NTIC sur le secteur bancaire 2023

Les dates de fondation des agences examinées varient d'une année à l'autre. En effet, selon nos investigations, 66.6% des agences étudiées ont été créées avant 1990. De même, la même proportion de 6.7 % a été établie entre les années 1991 et 2019. Globalement, les résultats de l'enquête mettent en exergue qu'une grande partie des banques soumises à notre enquête sont antérieures aux années 90.

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

### 2. De l'utilisation des TIC dans la banque

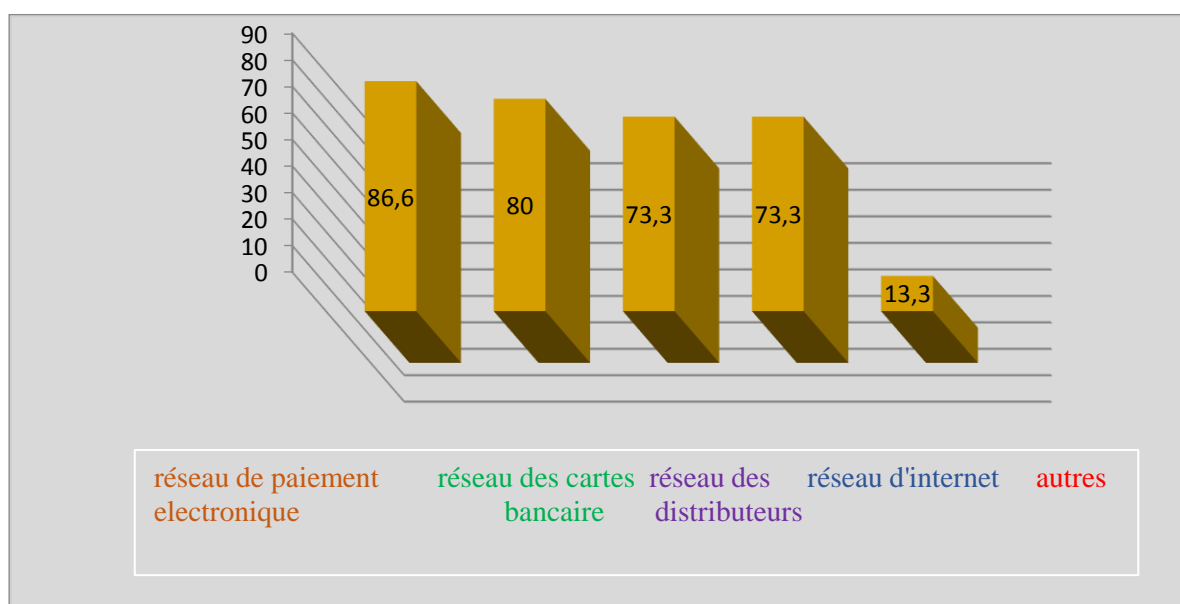
La deuxième question fondamentale à laquelle nous nous sommes intéressés est celle de savoir si les agences enquêtées disposent d'un ou de plusieurs canaux de contact et de distribution des produits bancaires. Les données de l'enquête, comme le montre le tableau 12, révèlent l'existence d'une multitude de canaux de distribution.

**Tableau n°12** : l'utilisation des réseaux dans les agences.

Réseaux	Fréquence		Pourcentage %	
	Avec réseau	Sans réseau	Avec réseau	Avec réseau
Réseau des distributeurs et guichets automatique	11	04	73%	27%
Réseau de paiements électroniques	13	02	87%	13%
Réseau des cartes bancaire	12	03	80	20
Réseau d'internet	11	04	73%	27%
Autres (Swift, Outlook-professionnel)	02	13	13%	87%

**Source** : Notre enquête sur l'impact des NTIC sur le secteur bancaire 2023

**Figure n°5**: les réseaux utilisés dans les agences bancaires :



**Source** : Notre enquête sur l'impact des NTIC sur le secteur bancaire mai. Juin 2023

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

En effet, selon, les données présentées dans le tableau et le schéma, il est possible de relever que 86.6% des agences enquêtées ont recours au réseau de paiement électronique, ce qui représente un taux considérablement élevé. Par ailleurs, la majorité des banques interrogées possèdent un réseau dédié aux cartes bancaires (80%), ainsi qu'un réseau de distributeurs et guichets automatiques (73.3%) et internet (73.3%). En revanche, les autres réseaux mis à disposition par ces mêmes banques - tels que le réseau Swift ou encore Outlook-professionnel ne bénéficient pas d'une utilisation aussi importante avec un taux respectif de seulement 13.3%.

Concernant l'adoption des Tic dans les agences enquêtées, notre souci est de savoir si ces dernières intègrent les nouveaux réseaux de distribution dans leur activité quotidienne. Mais aussi de savoir quel a été leur démarche en matière de cette approche.

Le tableau 13 ci-dessous montre clairement les différentes technologies utilisées dans les banques enquêtées.

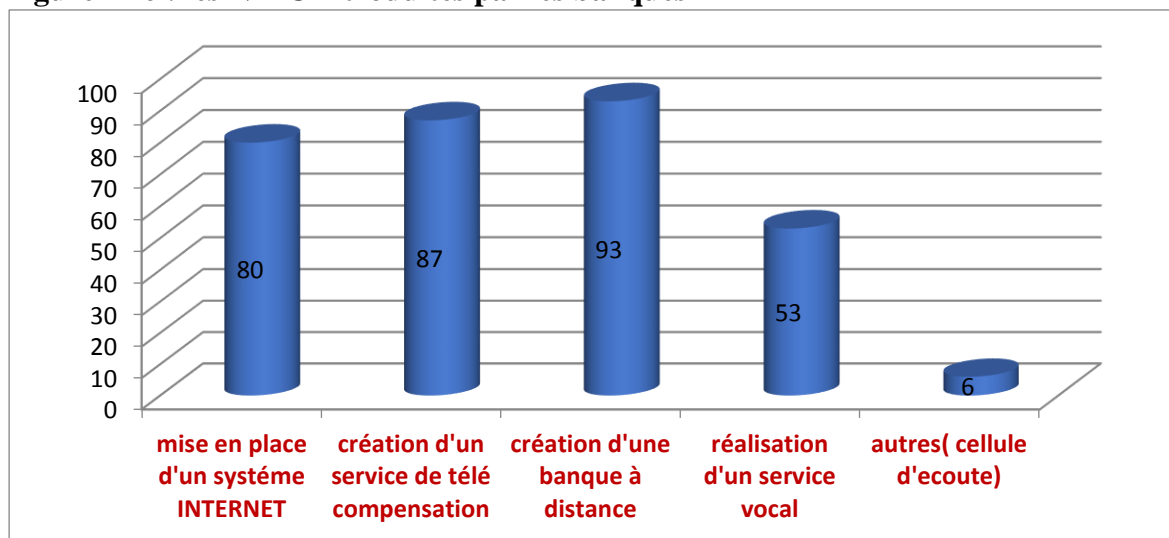
**Tableau n°13** : les nouvelles technologies introduites

<b>Les NTIC introduites</b>	<b>Pourcentage %</b>	
	<b>Oui</b>	<b>Non</b>
Mise en place d'un système INTERNET.	<b>80%</b>	<b>20%</b>
Création d'un service de télé compensation	<b>87%</b>	<b>13%</b>
Création d'une banque à distance	<b>93%</b>	<b>7%</b>
Réalisation d'un service vocal	<b>53%</b>	<b>47%</b>
Autres	<b>6%</b>	<b>94%</b>

**Source** : Notre enquête sur l'impact des NTIC sur le secteur bancaire mai. Juin 2023

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

Figure n°6 : les NTIC introduites par les banques



**Source :** Notre enquête sur l'impact des NTIC sur le secteur bancaire mai. Juin 2023.

Selon le tableau et la figure ci-dessus, il est notable que la majorité des agences interrogées ont adopté de nouvelles technologies d'information et de communication dans l'exercice de leur fonction d'intermédiation. En effet, la mise en place d'une banque à distance a été introduite par 93% des agences enquêtées, suivie par la création d'un service de télé compensation avec un taux d'adoption de 87%. La mise en œuvre d'un service internet a également été entreprise par 80% des établissements bancaires étudiés. Toutefois, seules huit agences (soit 53%) ont mis en place un service vocal. En ce qui concerne les autres technologies émergentes, une seule entité financière a intégré une cellule d'écoute avec un taux marginal de seulement 6%.

Pour savoir si la technologie utilisée est la propriété de la banque elle-même ou non, nous avons interrogé nos sujets l'effort et l'investissement qu'elle engage dans l'introduction des Tic dans l'exercice de leur fonction d'intermédiation. Les données de l'enquête montrent une tendance globale vers l'appropriation de la technologie.

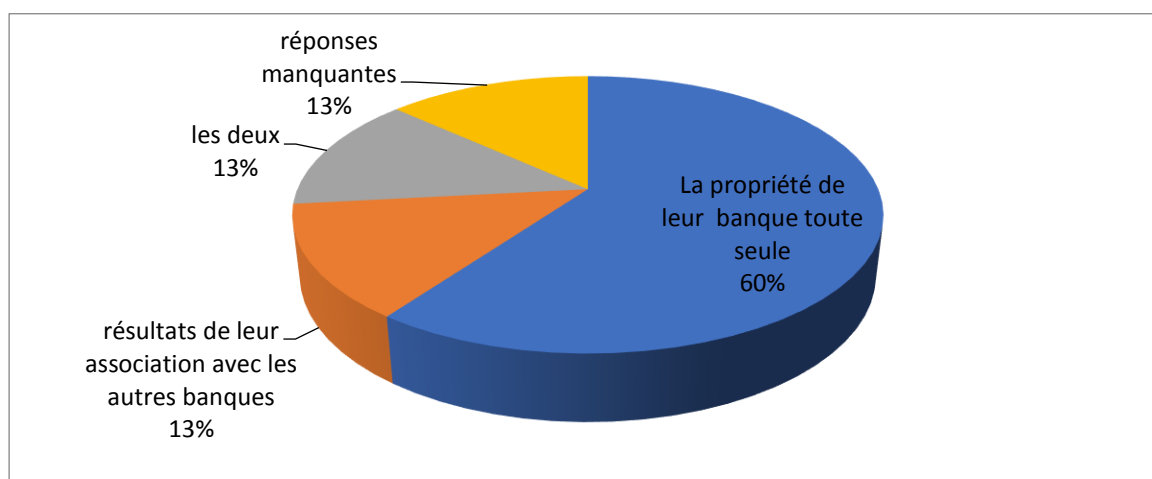
## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

Tableau n°14 : Présentation des nouvelles technologies

	Nombre de banque	Pourcentage%
<b>La propriété de votre banque toute seule</b>	9	60%
<b>Résultats de votre association avec les autres banques</b>	2	13.3%
<b>Les deux</b>	2	13.4%
<b>Réponses manquantes</b>	2	13.3%

Source : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

Figure n°7 : Présentation des nouvelles technologies



Source : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

L'analyse du tableau et de la figure ci-dessus révèle que 60% des agences interrogées considèrent que les nouvelles technologies sont exclusivement propriété de leur banque. En revanche, 13% des établissements déclarent qu'il s'agit du fruit d'une collaboration avec d'autres institutions financières et deux agences estiment que ces avancées technologiques résultent de propositions antérieures. Il convient toutefois de noter qu'un pourcentage non négligeable (soit 13%) n'a pas fourni de réponse à cette question.

### 3. De l'impact des TIC utilisées sur la banque

Après avoir interrogé nos sujets sur le degré et l'importance accordée à l'adoption des TIC dans leur activité d'intermédiation, nous nous sommes intéressés par suite à l'impact que peut exercer cette utilisation sur le bon fonctionnement de la banque. Pour ce faire, l'appréciation du banquier à porter, d'une part, sur l'impact que peut exercer l'utilisation des

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

TIC sur le fonctionnement et l'organisation interne de la banque (mode de travail) et, d'autre part, sur l'effet qui peut être exercé sur le client en matière notamment de satisfaction.

**Tableau n°15** : le bien fait des TIC sur le mode interne de travail.

TIC sur le mode interne de travail	Fréquence	%
Suppression des taches en double	07	47%
Faire réduire la présence physique	04	27%
Amélioration de l'efficacité	14	93%
Rapidité et fiabilité des opérations	15	100%

**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

L'analyse du tableau ci-dessous fait apparaître que les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont eu un impact significatif sur le mode opératoire des agences interrogées.

En effet, la rapidité ainsi que la fiabilité des opérations avec un taux de 100% constituent le principal avantage tiré des TIC. L'amélioration de l'efficacité suit immédiatement avec un pourcentage élevé atteignant jusqu'à 93%. La suppression des tâches en double arrive ensuite avec une proportion relative à hauteur de 47%. Finalement, on note une réduction notable dans la présence physique grâce aux TIC qui a été estimée à environ 27%.

S'agissant du point relatif à la question de l'impact de l'utilisation des TIC sur le niveau de satisfaction de la clientèle, force est de constater, aussi bien sur le plan théorique et pratique, que l'utilisation des TIC dans les contacts banque-clients ne cessent de renforcer le degré de satisfaction de ces derniers. Cela permet en principe au client de gagner énormément en matière de temps et coûts. Le tableau 16 ci-dessous nous résume la situation par rapport aux banques enquêtées.

**Tableau n°16** : Utilisation des TIC et satisfaction clientèle

TIC et satisfaction clientèle	Fréquence	%
Supprimer les contraintes de temps	13	87%
Supprimer le déplacement	11	73%

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

Amélioration de la qualité des services	<b>15</b>	<b>100%</b>
Satisfactions des clients	<b>13</b>	<b>87%</b>
Autres	/	/

**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

D'après le tableau précédent, les agences voient que l'effet de l'adoption de TIC sur la clientèle est pour : l'amélioration des services 100%, Ensuite la satisfaction des clients et la suppression des contraintes de temps 87% pour chacune, ainsi que pour la suppression de déplacements soit 68%.

### 4. De l'adoption des TIC par les banques enquêtées

**Tableau n°17** : L'importance de l'adoption des NTIC.

L'importance de l'adoption des NTIC	Fréquence	Pourcentage%
<b>Pas du tout important</b>	00	00
<b>Peu important</b>	00	00
<b>Important</b>	06	40
<b>Très important</b>	09	60

**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

Nous constatons à travers ce tableau, que l'adoption des TIC dans l'activité de l'agence est très importante pour la majorité des agences enquêtées (60%). Ensuite, (40%) déclarent que cette adoption est importante. En effet, l'ensemble

**Tableau n°18** : la proportion des banques disposant d'un site web

Les banques disposant d'un site web	Fréquence	Pourcentage %
Oui	<b>15</b>	<b>100%</b>
Non	<b>00</b>	<b>00%</b>
Totale	<b>15</b>	<b>100%</b>

**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

D'après notre enquête, il ressort que la totalité des établissements bancaires disposent d'un site web. Le nombre de clients utilisant ce site ne cesse pas d'augmenter. Son utilisation permet à ces clients de satisfaire une multitude de services.

**Tableau n°20** : Les raisons de l'adoption des TIC dans les agences enquêtées :



## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

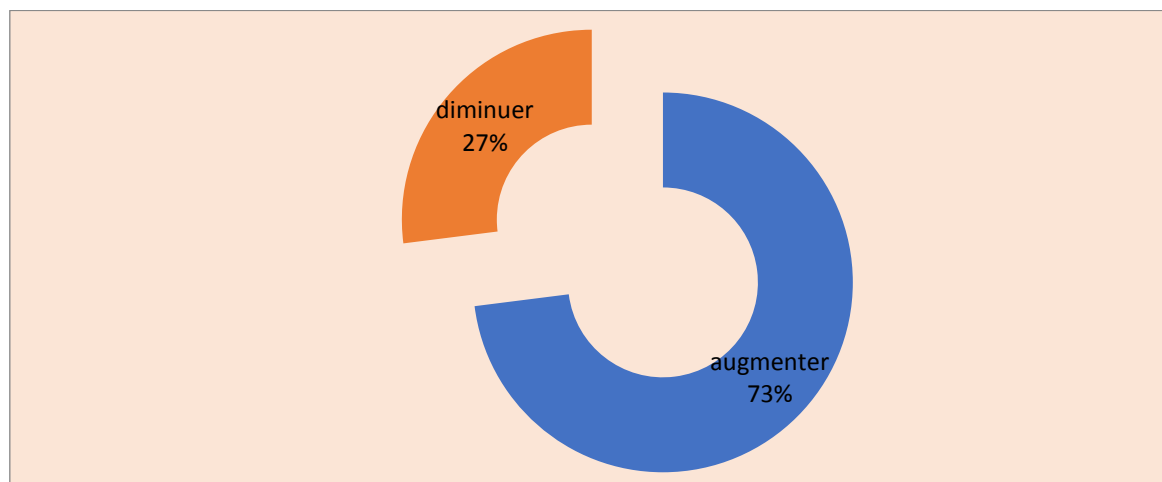
Les raisons d'adoption des NTIC	Fréquence	Pourcentage %
Etendre le champ d'action	04	27%
Amélioration des services bancaires	14	93%
Attirer de nouveaux clients	13	87%

**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

La constatation qui ressort de notre enquête, est que les agences interrogées ont tendance à considérer les NTIC comme un moyen pour faire améliorer les services de la banque 93% et d'attirer des nouveaux clients (87%) et élargir le champ d'action (27%).

Relativement au volet satisfaction clientèle suite à l'adoption des TIC ; les résultats de l'enquête la majorité des agences bancaires voient que les clients deviennent plus fidèles, d'autres agences affirment qu'après cette adoption il y avait une amélioration et renforcement de la rentabilité le reste des agences bancaires témoignent que cela a amélioré la rapidité de traitement des opérations et la fidélisation des clients. En fin, pour l'amélioration de la productivité aucun de ces banques n'a mentionné un développement.

**Figure n°9 : De l'augmentation/diminution du budget informatique**



**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

Le graphe et le tableau ci-dessus fait apparaître que ces dernières années le budget de l'informatique a été augmenté pour la majorité des agences soit 73%, en revanche pour le reste des agences il est diminué soit 27%.

**Tableau n°22 : l'adoption des agences**

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

Les TIC au sein de l'agence	Fréquence	Pourcentage%
Charge	00	00%
Solution des problèmes	03	20%
Source stratégique	08	53%
Les deux	04	27%

Source : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

Selon le graphe et le tableau précédents Les avis se diffèrent d'une agence à une autre. On remarque qu'aucune des agences bancaires ne considère l'adoption des NTIC comme une charge par contre 53% des agences considèrent cette dernière comme une source stratégique pour eux, car elles leur permettent de réaliser leurs opérations d'une façon efficace et rapide. Elles permettent aussi la réduction des coûts et des déplacements, etc. Par ailleurs d'autres 27% voient que l'adoption des NTIC est une solution des problèmes et une source stratégique à la fois. En revanche, le reste des agences 20% quant à eux les NTIC sont une solution des problèmes.

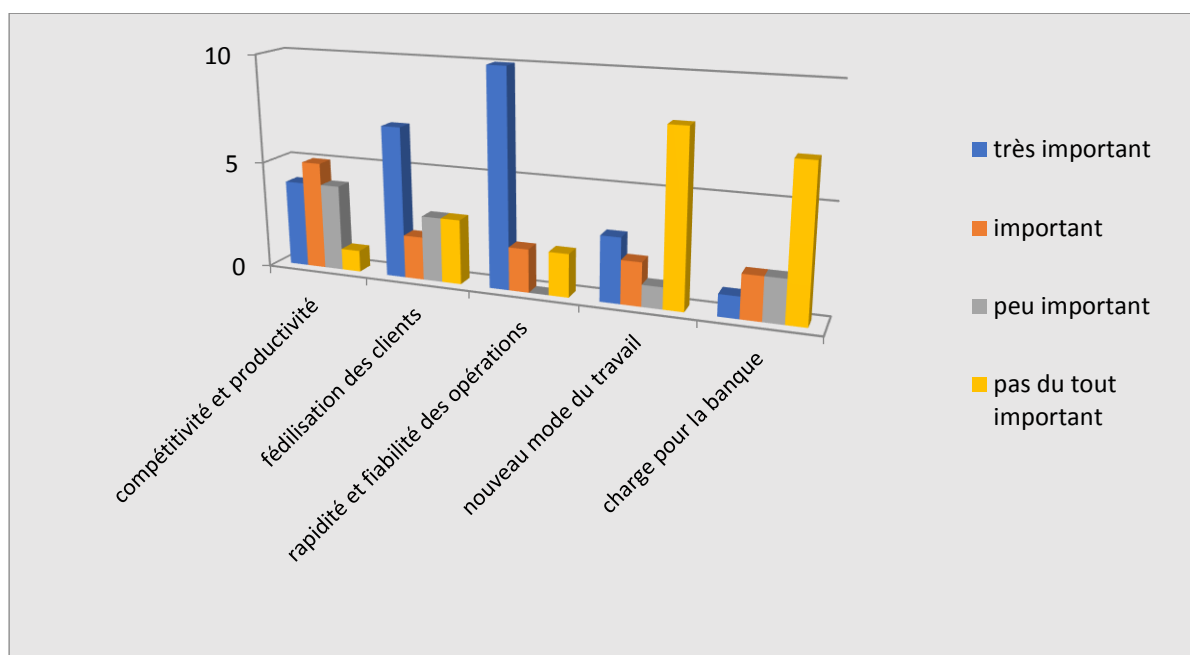
Enfin, et concernant le renforcement de l'utilisation des TIC dans la banques, les banquiers interrogés ne cessent pas de proclamer ce besoin. En effet, et selon les résultats de notre enquête, la majorité des agences interrogées 87% sont pour l'adoption des nouvelles technologies d'information et de communication. Le reste 13% sont contre l'adoption.

### 5. De la perception des raisons de l'adoption des TIC

Au regard de ce que nous avons évoqué précédemment, l'utilisation des TIC dans le monde de la banque permet de satisfaire une multitude de besoins et d'objectifs. Les banquiers, en recourant à leur intégration dans le fonctionnement et l'organisation de mode de travail, vise la réalisation et l'aboutissement d'un ou plusieurs objectifs. Pour cela, et dans le but d'avoir une idée sur les raisons de l'intégration des TIC dans les banques que nous avons enquêtées, nous avons interrogés nos sujets sur certains objectifs. La totalité des banquiers ont opté pour une multitude de raisons.

**Figure n°12** : Les raisons de l'adoption des TIC par les banques

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain



**Source :** Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

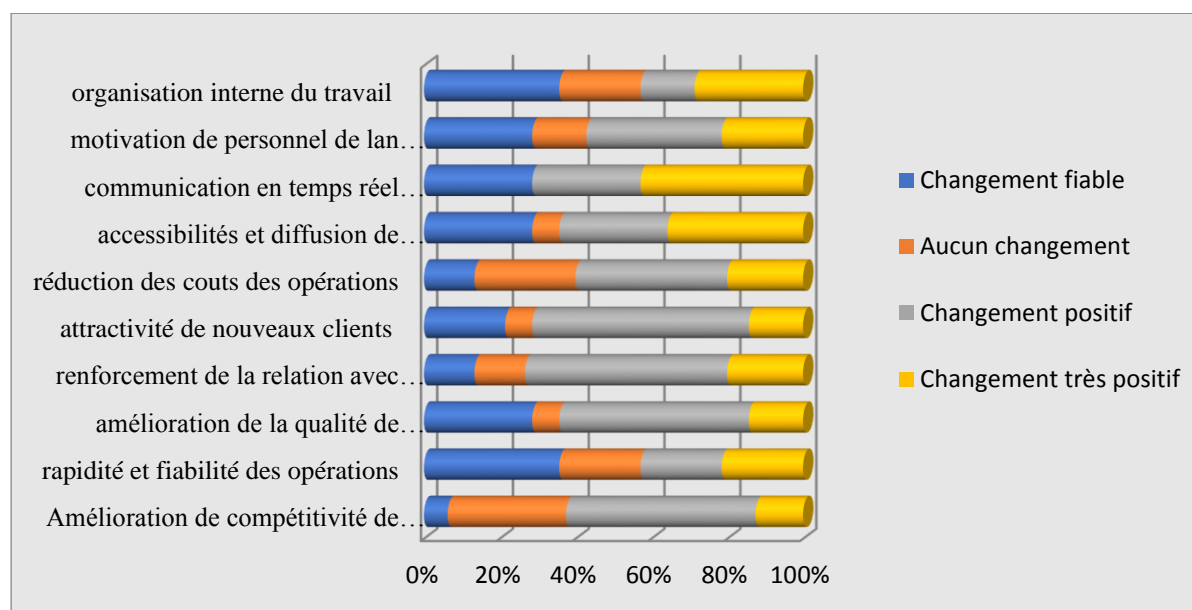
La constatation qui ressort de notre enquête, est que certaines agences interrogées ont tendance à considérer les TIC comme un moyen très important pour la rapidité et la fiabilité des opérations, et fidélisation des clients, la compétitivité et la productivité. Certaines banques considèrent que la compétitivité et la productivité importante et d'autre peu importante. En revanche les nouveaux modes de travail et charge pour la banque n'aient aucune importance.

### 6. Des changements constatés après l'introduction de TIC

Dans ce point, nous nous sommes orientés vers l'analyse des changements constatés après d'adoption des TIC par la banque. L'objectif est alors de savoir si l'intégration des TIC dans le fonctionnement de cette dernière contribue au changement de la perception des clients quant aux services qu'ils reçoivent de leur banque.

**Figure n°13 :** Les changements constatés après l'introduction de TIC

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain



**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

Selon notre enquête avec les agences interrogées, l'introduction de nouvelles technologies d'information et de communication a eu un impact très positif sur la communication en temps réel avec le client (environ 35%). Un changement positif sur l'attractivité de nouveaux clients et l'amélioration de la qualité des services et le renforcement de la relation avec les clients actuels (45%). Un changement fiable sur l'organisation interne du travail ainsi rapidité et fiabilité des opérations (28%). Aucun changement sur l'amélioration de la compétitivité de la productivité de la banque (30%).

Relativement aux réseaux de distribution et de communication qu'utilisent les banques dans leur relation avec les clients, les résultats de l'enquête montrent toute les banques interrogées recourent au multi canal.

**Tableau n °24** : les réseaux les plus développés au sein des agences bancaires :

Les réseaux de communication	Fréquence	Pourcentage %
Réseaux téléphoniques	08	<b>53%</b>
Réseaux Swift	03	<b>20%</b>
Réseaux INTERNET	11	<b>73%</b>
Réseaux de télé compensation	10	<b>67%</b>
Automates bancaire	10	<b>67%</b>

**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

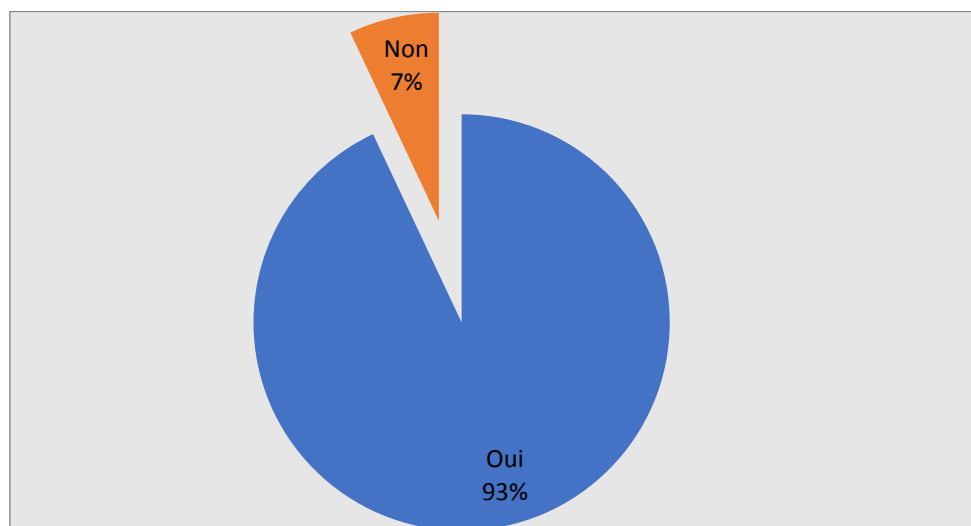
## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

Les données qu'on a montrées dans le graphe et le tableau ci-dessus indiquent que les réseaux le plus développés au sein des l'agences enquêtées est le réseau INTERNET soit 73%, ensuite les réseaux de télé compensation et automates bancaire 67% pour chacune

On constate aussi que les réseaux téléphoniques sont moins développés pour 53% des agences bancaires. En revanche les réseaux Swift sont rarement utilisés par les agences bancaires enquêtées avec un pourcentage de 20%.

A propos de l'internet, qui a pratiquement transformé radicalement le monde de la banque, nous constatons que son intégration en Algérie, même si elle n'est très importante comparativement aux pays voisins, cette cesse pas d'avoir une place importante dans la stratégie des banques publiques algériennes.

**Figure n°15** : Les services bancaires en ligne sur internet :



**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

Ainsi, et comme le montre le graphique ci-dessous, la plupart des agences bancaires interrogées assurent des services en ligne sur INTERNET soit 93% par contre les 7% affaiblement le contraire. Les services qu'elles offrent via ce canal sont nombreux et multiples.

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

**Tableau n°26** : Les services offerts en ligne par les banques :

Les services offerts en ligne par les banques	Fréquence	Pourcentage %
Consultation et gestion des comptes	15	100%
Demande de chèques	11	73%
Opérations courantes	10	67%
Paiements des factures	14	93%
Téléchargement de documents	09	60%
Autres (simulation, les banques de compte, recherche opérations, demande carte CIB ...)	03	20%

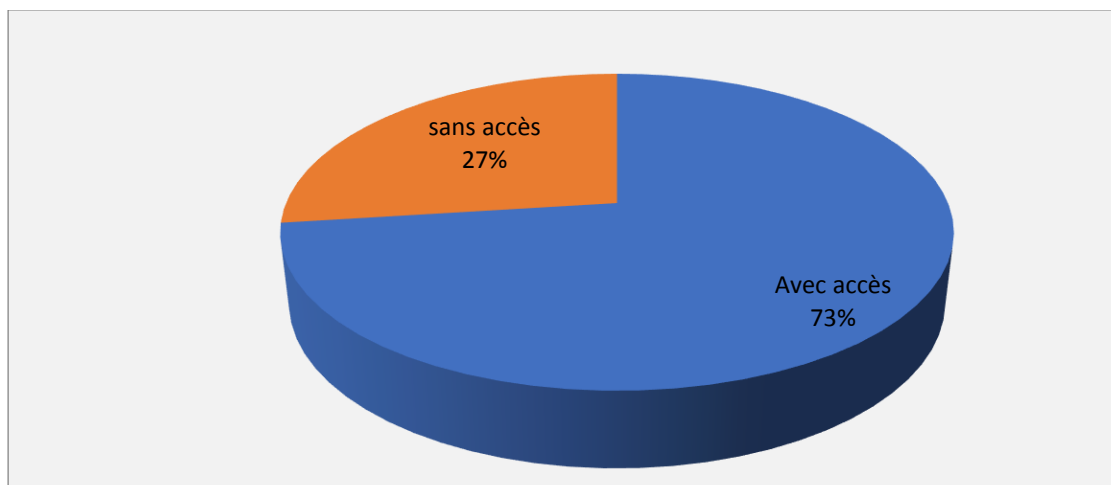
**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

Après avoir analysé les réponses de notre questionnaire nous concluons que les banques offrent à hauteur de 100% des services de consultation et de gestion des comptes ; aussi nous avons déterminé que 93% des services fournis par 14 agences enquêtées sont le paiement des factures. Tandis que 11 autres agences soit 73% mentionne que leurs services représenté dans les demandes de chèques. Ainsi, 67% pour les opérations courantes ensuite 60% pour les téléchargements des documents Enfin, les 20 % ce sont des autres services fournis par 03 banques.

Pour savoir si les agences enquêtées peuvent accéder à l'internet a partir de leur siège, les banquiers interrogées nos répondent affirmativement toute en confirmant que l'accès à l'internet n'est pas libre à l'ensemble du personnel, mais plutôt à certaines personnes uniquement.

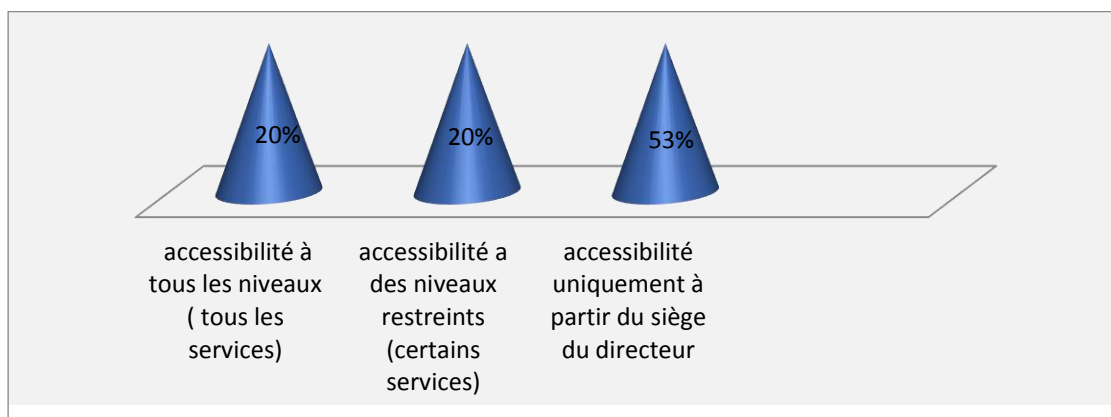
## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

**Figure n°17 :** l'accès direct à l'internet à partir du siège de l'agence



**Source :** Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

**Figure n°18 :** les niveaux d'accessibilité



**Source :** Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

D'après les données précédentes, la majorité des agences enquêtées disposent d'un accès à INTERNET soit 73%, d'autres sans accès soit 27%. Par contre, l'accessibilité est limitée aux responsables de l'agence (directeur, directeur adjoint, chefs de services, etc.). L'accessibilité à des niveaux restreints (certains services) et à tous les niveaux (tous les services) leurs rapport est de 20% pour chacune.

Concernant les motifs de l'utilisation de l'internet à partir de l'agence, plusieurs motifs ont été avancés.

## Chapitre 03 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algérienne. Enquête de terrain

**Tableau n°29** : Les motifs de l'utilisation de l'internet au sein de l'agence

Les motifs d'utilisation d'internet	Fréquence	Pourcentage %
Téléchargement des fichiers	09	60%
Téléchargement de logiciels	00	00%
Recherche d'informations	08	53%
Consultation du courrier électronique	13	87%
Echange des données avec les coopérants	10	67%
Communiquer avec les clients	05	33%

**Source** : Résultat de notre enquête sur l'impact des TIC sur le secteur bancaire 2023.

L'illustration ci-dessus met en évidence que la consultation des courriers électroniques représente le motif principal d'utilisation de l'internet, avec un taux de 87%. L'échange de données avec les partenaires est également considéré comme une motivation importante par 67% des agences interrogées.

Selon notre enquête portant sur neuf agences et représentant 60% du panel étudié, le téléchargement de fichiers s'avère être une utilisation répandue d'internet. La recherche d'informations constitue quant à elle la raison principale chez huit agences (53%). Enfin, cinq autres agences (33%) signalent que leurs motif d'utilisations d'internet est de communiquer avec les clients, mais aucune n'a mentionné avoir recours au téléchargement logiciel dans ses usages professionnels.

### Conclusion

L'objectif de notre enquête était d'évaluer l'influence des technologies de l'information et de la communication (TIC) sur les activités bancaires, en se basant sur les agences bancaires situées dans la wilaya de Bejaia. Les résultats obtenus ont clairement démontré que les TIC jouent un rôle prépondérant dans le développement des métiers bancaires actuels. Bien plus qu'un simple accompagnement du changement, elles constituent désormais le moteur même de cette évolution.



# **Conclusion générale**

# Conclusion Générales

---

## Conclusion générale

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont eu un impact considérable sur le secteur bancaire, transformant profondément son environnement économique. Les évolutions sont constantes et les banques proposent désormais une multitude de services en ligne pour répondre aux attentes des clients. L'investissement dans les TIC n'est plus optionnel mais devient indispensable pour rester compétitif sur le marché.

Dans ce contexte concurrentiel, les institutions financières doivent se démarquer en offrant des prestations distinctives et qualitatives afin d'attirer une clientèle exigeante qui a accès à divers outils comparatifs en ligne leur permettant d'évaluer différentes offres du marché.

L'intégration réussie des TIC au sein des établissements bancaires s'avère être un atout majeur quant à l'amélioration globale de leurs performances opérationnelles. En effet, ces technologies révolutionnaires ont permis une transformation significative tant dans la manière dont est menée l'activité bancaire que dans son environnement global. La digitalisation croissante offre ainsi davantage d'options innovantes telles que le marketing relationnel ou encore la finance numérique qui viennent remplacer progressivement les méthodes traditionnellement utilisées par ces acteurs historiques du monde financier.

Par conséquent, il est essentiel pour toutes entreprises souhaitant conserver sa place sur ce marché dynamique qu'elle adapte ses stratégies commerciales aux nouvelles exigences imposées par cette évolution technologique constante tout en mettant continuellement à jour ses pratiques internes afin d'être toujours plus performants face aux défis posés par cet univers complexe où chaque avancée technologique est un enjeu majeur.

Au sein de notre programme de recherche, nous avons initié une étude visant à examiner la position des Technologies de l'Information et de la Communication au sein du secteur bancaire ainsi que leur influence sur les performances commerciales.

Il ressort que l'Algérie, au même titre que les autres pays en développement, s'engagent progressivement dans la voie de l'intégration des technologies de l'information et de la communication. Toutefois, force est de constater qu'une carence subsiste quant à leur utilisation effective sur le terrain.

Les résultats de notre enquête confirment l'importance cruciale des technologies de l'information et de la communication dans notre ère actuelle. En effet, ces dernières ont considérablement transformé les services financiers offerts par les banques en ouvrant de

## Conclusion Générales

---

nouveaux horizons. Ainsi, une banque proactive doit désormais intégrer des services bancaires en ligne tout en supportant des frais transactionnels.

Grâce à ces innovations technologiques, le système bancaire algérien a su prendre son envol dans le domaine électronique via divers canaux destinés à faciliter l'accès aux prestations diverses pour sa clientèle : distributeurs automatiques de billets, guichets automatiques bancaires, et cartes bancaires.

Dans le cadre spécifique du présent travail scientifique portant sur les TIC, leur impact sur utilisation au niveau des agences situées dans la Wilaya de Bejaia, nous avons mené une étude méthodologique rigoureuse basée sur un questionnaire administré auprès d'un échantillon représentatif au secteur professionnel. Les résultats obtenus sont synthétisés ci-dessous :

- L'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication au sein des agences étudiées a permis d'améliorer considérablement la qualité de leurs services (100%). En effet, cette adoption a notamment permis de supprimer les contraintes temporelles ainsi que les déplacements physiques, ce qui se traduit par une satisfaction accrue chez les clients. Donc on confirme la première hypothèse.
- Selon notre enquête, nous confirmons que la majorité des banques adopte les nouvelles technologies d'informations et de communication comme un facteur d'efficacité dans le secteur bancaire grâce à l'amélioration et le renforcement de la rentabilité, aussi la rapidité des traitements des opérations, de plus la majorité déclarent une augmentation du budget de l'informatique.
- Selon nos résultats, confirmons que la 3<sup>ème</sup> hypothèse est validée à partir des services offerts par notre échantillon enquêté post intégration des TIC (Consultation et gestion des comptes, paiement des facteurs et demande de chèques). Aussi elles ont contribué d'une manière directe sur les services opérationnels bancaires.

Nous avons identifié un ensemble de contraintes auxquelles les banques sont confrontées dans leur adoption et intégration des technologies de l'information et de communication (TIC). Ces contraintes combinées à l'évolution historique des banques, montrent que ces technologies

## Conclusion Générales

---

ont principalement affecté l'activité d'exploitation plutôt que le développement ou l'amélioration des services offerts. Cette observation est corroborée par une absence notable d'évolution significative dans les services proposés par ces institutions financières au cours de ces dernières années.

Il est indéniable qu'à notre époque marquée par les NTIC, le système d'information bancaire constitue un prérequis indispensable pour mettre en place une gestion performante dans ce domaine. Les institutions financières doivent donc s'y adapter rapidement sous peine de se faire distancer sur le marché.

Elles doivent ainsi produire et diffuser efficacement leur information en utilisant des canaux modernes tout en embauchant du personnel qualifié compétant pour maîtriser pleinement ces TIC à tous les niveaux de service.

# **Bibliographie**

## **Bibliographie**

### **Article :**

- ✚ Benat Bilbao-Osorio, (2021) « Senior économiste, Global Compétitivités and Benchmarking Network, World Economic Forum, et co-auteur du rapport.
- ✚ Benoit. A, (2010) « innovation et TIC ». Centre de la productivité et la prospérité. HEC.
- ✚ BERNARD, M, (2003) « directeur. Général adjoint de crédit agricole S.A ». P21
- ✚ Mekideche I, (2022), « technologie d'information et de communication ». Cours destiné aux 2èmes année Licence spécialité science de l'information et de la communication.
- ✚ F. Mangenot, (2000) « L'intégration des tics dans un perspective système ».
- ✚ Jean-Michel SAHUT, (1998) « L'impact des NTIC sur le secteur bancaire », publié dans le cahier du numérique, n°3, Hermès Sciences.
- ✚ SPERANDIO, J, -C. (2000). Les NTIC, « Impacts ergonomiques chez l'utilisateur », Implications pour l'ergonomie, Actes du XXXV congrès de la SLEF-Séances plénières. Toulouse.
- ✚ Unité international télécommunication, (2006-2012).

### **Livres et ouvrages :**

- ✚ Alain Fernandel, (2001) « Le bon usage des technologies expliqué au manager » Edition d'Organisation.
- ✚ Artus, Patrick (2002) « La nouvelle économie ». Deuxième édition – Paris : la découverte. Page 9 et 10.
- ✚ Artus, Patrick (2002) « La nouvelle économie ». Nouv.éd Paris ; la découverte, page 11.
- ✚ C. Lovelock et D. Lapert, (1996) « marketing des services : stratégies, outils, management », Edition Publiunion, page 32.
- ✚ CAPIEZ Alain, (2001) « Nouvelles technologies et performance : le cas de la banque à distance », 22eme Congrès de l'AFAC.
- ✚ Cédric DENOEL, (2007-2008) « L'E-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète - t-il? » En vue de l'obtention du Master en Sciences de Gestion, Université du Québec à Montréal.
- ✚ Christopher H. Lovelock Denis LAPER (1996) « marketing des services ». Page 422

- ✚ Christopher H. Lovelock (1996) « L'informatisation et l'innovation technologique » page15.
- ✚ Christopher H Lovelock Denis LAPERT (1996) « marketing des services page». Page 293.
- ✚ Frederic Mishkin (2013) « Monnaie, banque et marchés financiers ». 10<sup>e</sup> édition. La monnaie électronique page 76.
- ✚ Frederick Mishkin (2013) « Monnaie banque et marchés financier ». 10<sup>e</sup> page423.
- ✚ Frederick Mishkin (2013) « Monnaie banque et marchés financier ». 10<sup>e</sup> page421.
- ✚ Jean-Pierre Danthine (1998). « Les banques à l'ère de mondialisation » Danthine Ed. ECONOMICA, page 68

### Site :

- ✚ Alphonse Christian IVINZA LEPAPA, (2018). Disponible sur le site [https://complements.lavoisier.net/9791022777667\\_monetique-et-transactions-electroniques\\_Chapitre1.pdf](https://complements.lavoisier.net/9791022777667_monetique-et-transactions-electroniques_Chapitre1.pdf). Consulté le 20/06/2023
- ✚ Autorité de Régulation de la Poste et des Communication Electroniques(ARPCE), (2000). Site <https://www.arpce.dz/fr/file/y3z0c0>. Consulté le 15/05/2023
- ✚ Banque et nouvelle technologie. Disponible sur le site <http://www.alain-moroni.fr/telechargement/btsmuc/Ressources/16-banque%20et%20nouvelles%20technologies%20CA.pdf>. Consulté le 21/05/2023
- ✚ Boucherara. A, (2020). Disponible sur le site [https://docplayer.fr/43281884-cours-sur-les-systemes-d'information-bancaires-presente-par-ali-bouchrara.html](https://docplayer.fr/43281884-cours-sur-les-systemes-d-information-bancaires-presente-par-ali-bouchrara.html). Consulté le 27/05/2023
- ✚ Bouhissi.H (2019). Disponible sur le site [Www.cu-relizane.dz](http://www.cu-relizane.dz) > images > Cours-TD >BOUHISSI > Cours Les TIC. Con EL. Consulté le 10/05/2023
- ✚ Commerce et Marketing, (2014). Disponible sur le site <https://wikimemoires.net/commerce-et-marketing/>. Consulté le 20/06/2023
- ✚ DAB et GAB, (2020). Disponible sur le site <https://www.webonews.fr/astuces-conseils/quelle-est-la-difference-entre-un-dab-et-un-gab.html>. Consulté le 04/06/2023
- ✚ Florent Lorthiois, (2010). Disponible sur le site <http://www.alain-moroni.fr/telechargement/btsmuc/Ressources/16-banque%20et%20nouvelles%20technologies%20CA.pdf>. Consulté le 02/06/2023

- ✚ G. Domond, (2018). Disponible sur le site <https://lenouvelliste.com/article/181658/quels-sont-les-principaux-domaines-dutilisation-dinternet> consulté le 12/05/2023
- ✚ <http://fr.slideshare.net/simomajait/la-satisfaction-des-clients-bbc-Marrakech>. (2006)  
Consulté le 01/06/2023  
[https://www.itu.int/newsarchive/press\\_releases/2003/30-fr.ht](https://www.itu.int/newsarchive/press_releases/2003/30-fr.ht). Consulté le 12/05/2023.
- ✚ Jacques Saint-Amant, (2002). Disponible sur le site <https://wwwdebitoor.fr/termes-comptables/carte-de-debit>. Consulté le 03/06/2023
- ✚ K. Farez, (2019). Disponible sur le site [https://www.automationanywhere.com/fr/rpa/banking\\_automation](https://www.automationanywhere.com/fr/rpa/banking_automation). consulté le 01/06/2023.
- ✚ Khenniche .Y, (2020). Disponible sur le site [https://www.researchgate.net/publication/339933426\\_Article\\_TIC\\_Algerie](https://www.researchgate.net/publication/339933426_Article_TIC_Algerie) consulté le 12/05/2023
- ✚ Kotler, Dubois, Keller et Manceau (2014). Disponible sur le site <https://wikimemoires.net/2014/02/satisfaction-client-3carac-mesure-qualite/>. Consulté le 8/06/2023
- ✚ Le système d'information, (2014). Disponible sur le site <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01221539>
- ✚ Les clés de la banque, (2013) Disponible sur le site <https://www.lesclesdelabanque.com/particulier/la-monnaie-electronique-quest-ce-que-cest/#:~:text=Le%20Code%20mon%C3%A9taire%20et%20financier,num%C3%A9rique%20de%20l'argent%20liquide> consulté le 22/05/2023
- ✚ Ngono(2010). Disponible sur le site <https://wikimemoires.net/2011/02/types-tic-historique-tic-caracteristiques-des-tic> consulté le 10/05/2023.
- ✚ P. KOTLER et DUBIOS. Disponible sur le site <https://wikimemoires.net/2014/02/satisfaction-client-3carac-mesure-qualite/>. Consulté le 01/06/2023.
- ✚ Rédaction AE, (2022). Disponible sur le site <https://www.algerie-eco.com/2022/04/22/internet-et-telephonie-en-algerie-les-chiffres-de-larpce-pour-2021/>. Consulté le 24/05/2023



- ✚ Réseau NRI (2020). Disponible sur le site <http://geekyalgeria.com/qualité-reseaux-telecoms-algerie-classement-monde/> consulté le 18/05/2023.
- ✚ Yves Evrard,( 1993 Disponible sur le site <https://www.institut-numerique.org/chapitre1-la-satisfaction-client-et-sa-mesure-5165451a4e26a>. Consulté le 20/06/2023

### **Mémoires**

- ✚ Iguedad, S, S (2013) : « Etat des lieux de l'enjeu des TIC dans le secteur bancaire (Cas des banques de la wilaya deTizi-Ouzou) », Master en Science de Gestion, Université Abderrahmane Mira de Bejaia, p.4
- ✚ BELABDI Mohamed, (2010) « Détermination du profit des utilisateurs d'internet-banking au Québec », Mémoire présenté comme exigence pour l'obtention d'une Maitrise en Administration « MBA recherche », page 15.

# Liste des tableaux

## Liste des tableaux

<b>Tableau N°1</b> : les différentes définitions et inscriptions des TIC selon différentes parties : Etats-Unis, Union européenne et France.....	16
<b>Tableau N°2</b> : Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente.....	16
<b>Tableau N°3</b> : pénétration de ces produits parmi les ménages aux Etats-Unis (%).....	31
<b>Tableau N°4</b> : pourcentages de la population utilisait Internet ou les téléphones portables...	31
<b>Tableau N°5</b> : investissement des entreprises en nouvelles technologies aux Etats-Unis (% du PIB) .....	32
<b>Tableau N°6</b> : une phase dominée par des types particuliers d'innovations technologiques.	33
<b>Tableau N°7</b> : Données globales sur le secteur des TIC en Algérie.....	36
<b>Tableau N°8</b> : les données statistiques de Mobile 2021.....	37
<b>Tableau N°9</b> : les données parc global des abonnés aux réseaux mobiles.....	37
<b>Tableau N°10</b> : les données de répartition de technologie (GSM, 3G&4G) .....	38
<b>Tableau N°11</b> : Le siècle de vie d'un système d'informations .....	43
<b>Tableau N°12</b> : la présentation des services bancaire à distance.....	50

# Liste de figures

## **Liste des figures**

<b>Figure N°1</b> : les développements des TIC dans monde.....	32
<b>Figure N°2</b> : Facteurs ayant une influence sur l'accès aux TIC .....	36
<b>Figure N°3</b> : La notion de système d'informations.....	44
<b>Figure N°4</b> : les caractéristiques de la satisfaction.....	60
<b>Figure N°5</b> : Le modèle de satisfaction.....	62
<b>Figure N°6</b> : Le paradigme de la confirmation des attentes est schématisé.....	62

# **Annexes**

## Un questionnaire Destiné aux responsables d'agences bancaires

✓ Date de création

✓ Nom de l'agence

✓ La banque est :

a-privé  b- public

• Qualité du répondant :

• Directeur de l'agence : .....

• Directeur adjoint de l'agence : .....

• Autre, veuillez préciser la qualité : .....

**1- Nom de la personne qui a rempli le questionnaire : .....**

### **2- Disposez-vous dans votre banque ?**

a- Dun réseau des distributeurs et guichets automatiques

b- Dun réseau de paiements électroniques

c- Dun réseau des cartes bancaires

d- Dun réseau d'internet

e- Autres si autres lesquels .....

### **3-Est ce que votre banque à introduit NTTC ?**

a-oui

b- non

Si oui lesquels :

a- Mise en place d'un système INTERNET

b- Création d'un service de télé compensation

c- Création d'une banque à distance

d- Réalisation d'un service vocal

a- Autres à préciser .....

### **4- Ces nouvelles technologies sont ?**

a- Sont la propriété de votre banque toute seule

b- Résultat de votre association avec les autres banques

**5- Quel est le bien fait des NTIC sur votre mode interne de travail ?**

- a- Suppression des taches en double
- b- Faire réduire la présence physique
- c- Amélioration de l'efficacité
- d- Rapidité et fiabilité des opérations

**6- Quel est l'effet de l'adoption des NTIC sur la clientèle de votre Banque ?**

- a- Supprimer les contraintes de temps
- b- Supprimé le déplacement
- c- Amélioration de la qualité des services
- d- Satisfactions des clients
- e- Autres à préciser. ....

**7- Quel est l'importance de l'adoption des NTIC dans votre travail ?**

- a- Pas du tout
- b- Normal
- c- Important
- d- Très important.

**8- Est-ce que votre banque contient un site Web**

- a-Oui
- b-Non

Si oui, je peux savoir le nombre de client qui accèdent à votre site par jour.....

**9- Quel sont les raisons ou les motivations de l'adoption des NTIC sur votre banque ?**

- a- Etendre le champ d'action
- b- Faire améliorer les services de banque aux clients
- c- Attirer de nouveaux clients
- d- Autres à préciser .....



**10- Quelles sont les satisfactions tirées de l'adoption des NTIC, les classer par ordre d'importance.**

- a- Fidélisation des clients
- b- Amélioration de la qualité des prestations
- c- Améliorer et renforcer la rentabilité
- d- Rapidité de traitement des opérations
- e- Amélioration de la productivité

**11- le budget de l'informatique a été augmenté ou diminué ces dernières années ?**

- a-Oui
- b-Non

**12- A votre avis l'adoption des NTIC est vue comme :**

- a- Une charge
- b- Solution des Problèmes
- c- Une source stratégique

**13- Selon votre avis, souhaitant toujours adopter les NTIC (Nouveau) pour votre banque.**

- a- Oui
- b-Non

**14- Sur la base des facteurs ci-après, veuillez indiquer par ordre d'importance de 1 à 5, les raisons pour lesquelles sont adoptées les Technologie d'Information et de Communication(TIC) au sien de votre banque ?**

*Indique votre réponse sur l'échelle allant de 1 (très important) à 4(pas de tout important)*

- 1. Très important
- 2. Important
- 3. peu important
- 4. Pas du tout important

	1	2	3	4	5
Compétitivité et productivité					
Féodalisation des clients					

Rapidité et fiabilité des opérations					
Nouveau mode de travail					
Charge pour la banque					
Autres,					

**15- Par rapport aux objectifs de l'adoption des TIC, veuillez indiquer les niveaux de changements constatés sur les variables ci-après et ce, après l'introduction de ces TIC au sein de votre banque :**

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

	1	2	3	4
Amélioration de la compétitivité et de la productivité de la banque				
Rapidité et fiabilité des opérations				
Améliorations de la qualité des services				
Renforcements de la relation avec les clients actuels				
Attractivités des nouveaux clients				
Réduction des coûts des opérations				
Accessibilités et diffusion de l'information				
Communication en temps réel avec le client				
Motivation du personnel de la banque				
Organisation interne du travail				

**16 - Sur la base des réseaux ci-après, veuillez indiquer les plus développés au sien de votre banque :**

*(Veuillez indiquer les trois principales seulement)*

- Réseaux téléphonique
- Réseaux SWIFT
- Réseaux INTERNET
- Réseaux de télé compensation
- Automates bancaire
- Autres, précisez.....

**17- Votre banque assure-t-elle des services en ligne sur internet ?**

Oui  Non

**18- Sur la liste ci-après, veuillez indiquer les services offerts en linge par votre banque sur Internet ?**

- Consultation et Gestion des comptes
- Demande de chéquiers
- Opération courantes
- Paiement des facteurs
- Téléchargement de documents
- Autres, .....

**19-Disposez-vous d'un accès à internet à partir de votre agence ?**

Oui  Non

Si oui, veuillez préciser les niveaux d'accessibilité :

- Accessible à tous les niveaux (tous les services)
- Accessible à des niveaux restreints (certains services)
- Accessible uniquement à partir du siège du directeur
- Autres.....

**20- sur la liste ci-après veuillez indiquer les motifs de l'utilisation de l'internet au sein de votre agence**

*(Veillez indiquer les trois principaux seulement)*

- Téléchargement de fichiers
- Téléchargement de logiciels
- Recherches d'informations
- Consultation du courrier électronique
- Echange des données avec les coopérants
- Communiquer avec les clients
- Autres, .....

# **Table des matières**

## Table des matières

<b>Dédicaces.....</b>	<b>02</b>
<b>Remerciement.....</b>	<b>03</b>
<b>Liste des abréviations.....</b>	<b>04</b>
<b>Sommaire.....</b>	<b>07</b>
<b>Introduction générale.....</b>	<b>08</b>
<b>Chapitre1 : Les Nouvelles Technologies de L’information et de la Communication dans le Secteur Bancaire.....</b>	<b>13</b>
Introduction.....	13
<b>Section 1 : Émergence de la société d’information.....</b>	<b>14</b>
1.1 Définition des technologies de l’information et de communication.....	14
1.2 Les caractéristiques des technologies de l’information et communication.....	17
1.3 Les avantages des nouvelles technologies de L’information et communication ....	18
1.4 Historique des nouvelles technologies d’information et communication.....	20
<b>Section 02 : L’utilisation des technologies de l’information et de la communication.....</b>	<b>22</b>
2.1 Les supports de communication inhérente aux nouvelles technologies Internet.....	22
2.1.1 Internet.....	22
2.1.3 Intranet .....	23
2.1.2 L’extranet.....	24
2.2 L’impact des technologies de l’information et de la communication sur le Marketing et l’entreprise.....	25
2.2.1 La Segmentation de la clientèle .....	26
2.2.2 La communication.....	27
2.2.3 L’image de marque.....	27
2.2.4 Les accords de partenariats : cobranding et cross-selling.....	28
2.3 L’impact des technologies de l’information et de la communication sur l’économie .....	29

2.4 Développement des technologies de l'information et de la communication dans le monde .....	30
2.5 Les indicateurs liés aux technologies de l'information et de la communication...	35
2.5.1 L'indice de développement des TIC (IDI) .....	35
2.5.2 Le panier des prix des TIC (IPB) .....	35
2.5.3 L'indice d'accès numérique (DAI).....	36
<b>Section 3 : Les technologies de l'information et de communication en Algérie...</b>	<b>37</b>
3.1 Statistiques du secteur des télécommunications .....	37
3.2.1 Mobile.....	37
3.2.2 Internet.....	37
3.2 Evolution du parc global des abonnées de la téléphonie mobile.....	38
3.2.1 Parc global des abonnés aux réseaux mobiles.....	38
3.2.2 Répartition par type de technologie (GSM, 3G&4G) .....	38
<b>Conclusion.....</b>	<b>38</b>
<b>Chapitre 2 : Généralité d'impact des nouvelles technologies d'information et de communication sur la banque .....</b>	<b>40</b>
Introduction.....	40
<b>Section 1 : L'intégration des nouvelles technologies d'information et de communication dans l'activité bancaire .....</b>	<b>41</b>
1.1 L'information et l'automatisation du secteur bancaire.....	42
1.1.1 Définitions du système d'information.....	42
1.1.2 Qu'est-ce que l'automatisation dans le secteur bancaire ?.....	45
1.2 La prolifération des outils informatique.....	48
1.3 L'adaptation des nouvelles technologies par la banque.....	48
1.3.1 La banque à distance.....	49
1.3.2 La monnaie électronique .....	51

<b>Section 2 : L'impact des nouvelles technologies sur la banque .....</b>	<b>54</b>
1.1 Les raisons d'introductions des NTIC.....	55
1.1.1 La recherche de meilleure méthode de gestion .....	55
1.1.2 La maîtrise des coûts et la réalisation des économies d'échelle.....	56
1.1.3 Faire face à la concurrence .....	56
1.1.4 L'amélioration des relations avec la clientèle .....	56
1.2 L'impact des nouvelles technologies d'information et de communication sur l'activité des banques .....	57
<b>Section 03 : La satisfaction et la fidélisation des clients .....</b>	<b>58</b>
3.1 <b>Définition</b> et caractéristiques de la satisfaction .....	59
3.1.1 <b>Définition</b> de la satisfaction .....	59
3.1.2 <b>Les</b> caractéristiques de la satisfaction.....	60
3.2 La satisfaction des clients.....	61
3.3 La mesure de la satisfaction client.....	64
3.4 La fidélisation des clients.....	66
<b>Conclusion.....</b>	<b>68</b>
<b>Chapitre 3 : De l'intégration des TIC dans les banques publiques algériennes .....</b>	<b>69</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>69</b>
Section 1 : Présentation de la méthodologie de travail .....	70
1.1. La population et l'échantillon de l'enquête.....	70
1.2 : Elaboration et administration de questionnaire.....	71
Section 2 : présentation et analyse du résultat de l'enquête.....	72
2 .1 : données générales sur les agences bancaires enquêtées .....	72
2.2 : De l'utilisation des TIC dans la banque .....	73
2.3 : De l'impact des TIC utilisées sur la banques .....	76



2.4 : De l'adoption des TIC par les banques enquêtées .....	77
2.5 : De la perception des raisons de l'adoption des TIC.....	79
2.6 : Des changements constatés après l'introduction des TIC.....	80
<b>Conclusion .....</b>	<b>86</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>88</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>89</b>
<b>Liste des tableaux.....</b>	<b>95</b>
<b>Liste des figures.....</b>	<b>97</b>
<b>Annexes .....</b>	<b>98</b>
<b>Table des matières .....</b>	<b>107</b>
<b>Résumé.....</b>	<b>111</b>

## Résumé

Les technologies de l'information et de la communication ont envahi tous les secteurs économiques, y compris celui des banques. Ce dernier n'est pas en reste et se classe déjà parmi les premiers à adopter le commerce électronique.

Cette révolution technologique a ouvert de nouveaux canaux pour la distribution bancaire, notamment avec l'avènement des services bancaires à distance qui offrent une meilleure performance et stratégie au sein des institutions financières. Ainsi, le secteur bancaire intègre progressivement les modes de paiement électroniques grâce à l'informatisation des moyens de paiement.

## Summary

Information and communication technologies have invaded all economic sectors, including banking. The latter is not to be outdone and is already among the first to adopt e-commerce.

This technological revolution has opened up new channels for banking distribution, especially with the advent of remote banking services that offer better performance and strategy within financial institutions. Thus, the banking sector is gradually integrating electronic payment methods thanks to the computerization of payment methods.

## Arab

+ لقد غزت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جميع القطاعات الاقتصادية ، بما في ذلك البنوك. هذا الأخير لا يمكن تجاوزه وهو بالفعل من بين أول من اعتمد التجارة الإلكترونية. لقد فتحت هذه الثورة التكنولوجية قنوات جديدة للتوزيع المصرفي ، خاصة مع ظهور الخدمات المصرفية عن بُعد التي تقدم أداءً واستراتيجية أفضل داخل المؤسسات المالية. وهكذا يدمج القطاع المصرفي تدريجياً طرق الدفع الإلكتروني بفضل حوسبة طرق الدفع.

