

Université ABDERRAHMANE MIRA -Bejaia  
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de  
Gestion

Département des Sciences de Gestion



جامعة بجاية  
Tasdawit n Bgayet  
Université de Béjaïa

## *Mémoire de fin de cycle*

*En vue de l'obtention du diplôme de Master en sciences de gestion*

*Option: finance d'entreprise*

## **Thème**

*La digitalisation dans la banque algérienne,  
Cas des banques de la wilaya de Bejaia*

Présenté par :

*Melle : LAMRIBEN Samra*

*Melle : LAOUCHET Lilia*

Encadré par :

*Mème : AMIA Nassira*

*Promotion 2019-2020*

## *Remerciements*

*Nos remerciements les plus chaleureux, s'adressent à notre chère promotrice AMIA Nacira d'avoir accepté de nous encadrer.*

*C'est un grand honneur pour nous d'être sous votre chaperonnage, toute notre gratitude, Madame, pour votre rigueur scientifique et vos conseils toujours judicieux ainsi que pour votre immense gentillesse, merci de nous avoir mis dans un environnement adéquat pour l'aboutissement de ce modeste travail dans de bonnes conditions*

*Nous tenons également à remercier les membres du jury pour la lecture et l'évaluation de notre travail.*

*Un grand merci pour tous les enseignants qui nous ont accompagnés tout au long de notre cursus.*

*LAMRIBEN Samra et Laouchet Lilia*

## *Dédicace*

*C'est avec joie et plaisir que je dédie ce travail :*

### *À MES CHERS PARENTS AUX PRUNELLES DE MES YEUX*

*Maman, Papa je ne saurais vous remercier pour tout le soutien et l'amour que vous me portez depuis mes premiers pas dans la vie jusqu'au jour d'aujourd'hui pour vos sacrifices et pour la confiance que vous me portez. J'espère être à la hauteur de vos attentes. Que ce modeste travail soit l'exaucement de vos vœux tant formulés, le fruit de vos innombrables sacrifices, bien que je ne vous en acquitterai jamais assez.*

*Puisse Dieu, le Très Haut, vous accorder santé, bonheur et longue vie et faire en sorte que jamais je ne vous déçoive.*

### *À MES ANGES GARDIENS,*

*Mes supers frères Sofian, Nafaa et Ghilas, je vous aime très fort. À mes sœurs adorées Missouh, Kenza et Ronaida les chandelles qui illuminent ma vie, j'espère être pour vous un bon exemple de sœur. À ma belle sœur Lamou à qui je souhaite la bienvenue au sein de notre famille.*

*En témoignage de mon affection fraternelle, de ma profonde tendresse et reconnaissance, je vous souhaite une vie pleine de bonheur et de succès.*

### *À MES TRÈS CHERS COUSINS ET COUSINES*

*Soraya, Sabiha, Kahina, Linda, Faiza et leurs époux et Meryam, à Massi, Redouane, Juba et Missa Aucune dédicace ne saurait exprimer tout l'amour que j'ai pour vous, Votre joie et votre gaieté me comblent de bonheur.*

### *À MES GRANDS-MÈRES LOUIZA ET HALIMA*

*Qui m'ont accompagné par leurs prières, leurs douceurs, puisse Dieu leur prêter longue vie et beaucoup de santé et de bonheur.*

### *À la MÉMOIRE DE MES GRAND-PÈRES et Nana Farida*

*J'aurais tant aimé que vous soyez présents. Que Dieu ait vos âmes dans sa sainte miséricorde.*

### *À MES AMIS*

*Lilia, Widad, Danou, Hamza, Nabile, Lynda, Siham, Zikouche et Liliane. En souvenir de notre amitié et des moments agréables que nous avons passés ensemble.*

*À toute la promotion finance d'entreprise 2020*

**SAMRA**

## *Dédicaces*

*Je dédie ce travail :*

*A mes chers parents NADIA et TAHAR, pour tous leurs sacrifices, leurs amours,  
leurs tendresses, leurs soutiens et leurs prières tout au long de mes études,*

*A mes chères sœurs LAMIA et WISSEM pour leurs encouragements permanents, et  
leurs soutiens moraux,*

*A mon cher frère RACHID pour son appui et son encouragement,*

*A ma binôme adorée SAMRA pour son courage,*

*Et surtout à mon cher fiancé FARES qui m'a soutenu tout le long de cette période.*

*Que dieu vous protège et vous bénisse.*

*LILIA*

*Liste*

*Des Abréviations*

**Liste des abréviations**

<b>Abréviations</b>	Signification de l'abréviation
<b>AGB</b>	Arab Banking Corporation-Algeria
<b>AG</b>	Assemblée générale
<b>ASA</b>	Association des scientifique Algérien
<b>ATM</b>	Automate Teller Machine
<b>BADR</b>	Banque Algérienne de Développement Rurale
<b>BA</b>	Banque d'Algérie
<b>BM</b>	Banque Mondiale
<b>BDL</b>	Banque de Développement Local
<b>BEA</b>	Banque Extérieur d'Algérie
<b>BNA</b>	Banque Nationale d'Algérie
<b>BNP</b>	Banque national de Paris.
<b>CAD</b>	Caisse Algérienne de Développement
<b>CNEP</b>	Caisse nationale d'épargne et de prévoyance
<b>CIB</b>	Carte Inter Bancaire
<b>CMC</b>	Conseil de la monnaie et du crédit
<b>CRM</b>	Customer Relation Manager
<b>CPA</b>	Crédit Populaire Algérien
<b>DAB</b>	Distributeur Automatique de Billets
<b>EPE</b>	Entreprise Publique Economique
<b>FMI</b>	Fond Monétaire International.
<b>GAB</b>	Guichet Automatique de Banque

---

<b>GAFAM</b>	Google Apple Face book Amazon Microsoft
<b>GRC</b>	Gestion de la Relation Client
<b>ISP</b>	Information Service Provider
<b>LMC</b>	Loi sur la Monnaie et le Crédit
<b>LF</b>	Loi de Finance
<b>NTIC</b>	Nouvelles technologies de l'information et de communication
<b>NT</b>	Nouvelles Technologie
<b>OMC</b>	Ordonnance sur la monnaie et le crédit
<b>PC</b>	Personal Computer
<b>SAV</b>	Service avant et après vente
<b>SVI</b>	service Vocal Interactif
<b>TIC</b>	Nouvelles technologies de communication
<b>TPE</b>	Terminaux de Paiement Electronique
<b>TV</b>	Télévision
<b>UIT</b>	Union internationale et de Télécommunication
<b>UNIX</b>	Universal Network Information Exchange

# *Sommaire*

**SOMMAIRE**

<b>Introduction Général.....</b>	<b>01</b>
<b>Chapitre introductif : le nouvel environnement de la banque.....</b>	<b>04</b>
<b>SectionI : La transformation de l'entreprise bancaire .....</b>	<b>04</b>
<b>Section II : Les conséquences sur l'entreprise bancaire .....</b>	<b>08</b>
<b>Premier chapitre : La banque et le système bancaire algérien.....</b>	<b>10</b>
<b>Section I : Généralités sur la banque.....</b>	<b>10</b>
<b>SectionII : Présentation du système bancaire algérien.....</b>	<b>16</b>
<b>Section III : Le système bancaire Algérien de nos jours .....</b>	<b>26</b>
<b>Deuxième chapitre : Les dispositifs de digitalisation bancaires.....</b>	<b>30</b>
<b>Section I : Cadre conceptuel sur la digitalisation bancaire .....</b>	<b>30</b>
<b>Section II : Les outils de digitalisations et l'amélioration des services bancaire.....</b>	<b>35</b>
<b>Section III : La gestion de la relation client à l'ère de la digitalisation .....</b>	<b>43</b>
<b>Troisième chapitre La digitalisation dans la banque algérienne ,cas des banques de la</b>	
<b>Wilaya de Bejaia.....</b>	<b>58</b>
<b>Section I : Introduction au territoire et au réseau bancaire de la wilaya de Bejaia.....</b>	<b>58</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>66</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>67</b>

***Introduction***

***Générale***

## **Introduction générale**

Depuis les années 80, le domaine de la banque a connu de profonds bouleversements, sans doute plus remarquable que ceux de tout autre secteur. Avec l'émergence d'internet et la vitesse de diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), la vague de digitalisation a connu une accélération fulgurante impactant tout les domaines : santé, environnement, industrie, économie...etc. Toutefois, le secteur financier semble être le plus affecté par ces changements.

En effet, suite au phénomène de la révolution technologique, la banque est entrée dans une nouvelle ère, un nouvel âge : l'ère du digital. Aujourd'hui, la banque apparaît sous une nouvelle forme, sous de nouvelles dimensions, celle qu'on désigne par la banque digitale, virtuelle, la banque électronique ou encore la banque à distance.

La banque en ligne a déjà prouvé son essor. Cette nouvelle banque propose une multitude de produits et services exclusivement en ligne à des coûts bas. Grâce à Internet, les contraintes temps et espace sont anéanties avec un simple clic. Avec cette technologie, le client peut réaliser de différentes opérations et transactions n'importe où et n'importe quand avec toute facilité et aisance.

L'ensemble de ces éléments ont conduit à l'intensification de la concurrence entre les banques elles mêmes et les nouvelles institutions financières, et la diversification de l'offre. La standardisation des produits et services bancaires, la diversité des placements, la multiplication des produits et l'évolution alternative des marchés financiers détournent les clients d'où une baisse prononcée de la fidélité.

A cet effet, la banque va faire face à une clientèle exigeante se caractérisant par un comportement de plus en plus éveillé, entendant par là que même les clients les plus modestes, désormais mieux informés, demandent plus d'efforts de la part de leur banque. Donc la banque est appelée à s'adapter aux changements des styles de vie des clients de façon à maximiser leur satisfaction pour assurer sa pérennité.

Ainsi, la banque est appelée à revoir l'ensemble de ses politiques et de mettre au point de nouveaux outils lui permettant de mieux satisfaire sa clientèle et commencer dès lors à introduire les différentes NTIC. Le développement de ces dernières permet à la banque de proposer des produits et des services adaptés aux besoins des différentes catégories de consommateurs.

En Algérie et pendant une longue période, les banques sont restées à l'écart de toute dynamique stratégique visant à s'imposer sur le marché indépendamment des projets de l'Etat. Cette absence de comportement stratégique trouve son origine dans la nature du système

bancaire algérien, qui a pour longtemps été un marché anticoncurrentiel, fortement réglementé et relevant de l'essentiel de la puissance publique.

Aujourd'hui, à l'instar des pays voisins, les banques algériennes sont également touchées par les différents changements qu'on a cités précédemment. Avec l'arrivée des banques étrangères et la mise en place des plans de développement des banques (la Loi sur la Monnaie et le Crédit (LMC) de 1990, l'Ordonnance sur la Monnaie et le Crédit (OMC) de 2003), la concurrence est émergée dans le secteur bancaire. L'ensemble des acteurs du marché bancaire ont commencé à agir pour gagner plus de parts de marché.

A cet effet, les banques sont conscientes de l'importance de s'adapter à l'avènement des nouvelles technologies et intégrer les nouveaux canaux de distribution afin de faire face aux évolutions des exigences de sa clientèle et répondre à ses attentes. Comme l'ont souligné ZONNLINGER Monique et LAMARQUE Eric (2004), la croissance accélérée de la demande de services bancaires fera que les banques algériennes devront faire face aux problèmes épineux de la saturation des canaux traditionnels de distribution de services bancaires, c'est ainsi qu'elles doivent donc se préparer aux nouvelles données qui se dessinent de façon à être plus compétitive et ainsi, la définition d'un cadre financier de plus en plus technologique et innovateur leur permettra de répondre aux exigences actuelles et futures du marché.<sup>1</sup>

Sans aucun doute, nos banques doivent introduire ces nouvelles technologies de l'information et de communication, afin d'adapter les nouveaux modèles de la banque moderne et répondre aux exigences du nouvel environnement. L'exploitation de ces dernières, l'adoption des nouveaux modèles et des stratégies du E-Banking sont une véritable nécessité pour la création de la valeur, et générer des profits.

L'Algérie dispose des infrastructures nécessaires, à savoir humaines et technologiques, pour permettre de mettre en place la banque en ligne. Nos établissements financiers sont sensés de garantir un niveau élevé de confiance et de qualité afin d'assurer la fidélisation des clients.

La révolution des NTIC semble représenter un atout majeur dans l'activité bancaire moderne. Dès lors, on déduit que le recours aux NTIC est un passage obligé pour les banques algériennes si elles veulent être plus efficaces et efficientes.

Toujours dans cette perspective, l'intégration des NTIC et la digitalisation des opérations bancaires semblent être indispensables pour la survie de la banque. C'est dans ce cadre que s'inscrit la problématique de notre travail qui est formulée de la manière suivante :

---

<sup>1</sup> ZONNLINGER Monique, LAMARQUE Eric. (2004) : « Marketing et Stratégie de la banque », édition Dunod Paris (2004).

*Comment l'intégration des NTIC dans la stratégie des banques en Algérie, pourrait-elle bouleverser la banque elle-même et le comportement du client bancaire algérien ?*

De cette problématique découle les questions suivantes :

- Qu'est-ce que les technologies de l'information et de la communication (TIC) ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients de la digitalisation pour les banques et son client ?
- La banque en ligne a-t-elle un avenir en Algérie ?
- Quelles sont les stratégies adoptées par les banques publiques et privées face à la digitalisation ?

Après avoir réalisé des recherches préliminaires, les hypothèses que nous pouvons émettre à l'égard de notre problématique sont les suivantes :

- **Hypothèse 01 :** Nous considérons que la perception du risque et le degré de maîtrise des NTIC sont des facteurs d'influence sur les comportements des clients bancaires.
- **Hypothèse 02 :** Les clients de banques privées sont les plus disposés à souscrire au maximum de services bancaires via les canaux technologiques.
- **Hypothèse 03 :** Grâce à l'innovation technologique, l'intégration des NTIC et des stratégies E-Banking dans les banques en Algérie est considérée comme source de création non seulement de valeurs pour les clients mais aussi d'un avantage concurrentiel pour les banques.

Pour bien mener notre recherche, et suivant la méthodologie retenue, nous avons procédé à la division de notre travail en deux parties :

Une partie théorique qui porte sur le cadre conceptuel est répartie en trois chapitres. Un chapitre introductif portera sur le nouvel environnement de la banque. Dans un premier chapitre nous allons présenter l'entreprise bancaire et l'évolution du système bancaire algérien. Le deuxième chapitre, sera consacré aux dispositifs et outils que les banques optent pour se digitaliser.

Quant à la deuxième partie, pour des conditions sanitaires, liées à la propagation du Virus Covid-19 dans le mode entier, nous n'avons pas pu réaliser un stage pratique auprès des banques de la wilaya de Bejaïa comme prévu. Nous nous sommes limités, dans la première section à présenter le territoire et le réseau bancaire de la wilaya de Bejaïa.

# *Chapitre introductif*

## *Le nouvel environnement de la banque*

## **Chapitre introductif : Le nouvel environnement de la banque**

Suite aux transformations numériques, tout les secteurs de l'économie ont du faire face aux nouvelles technologies. Le secteur bancaire ne fait pas exception. Cela dit les banques font face aux challenges de la digitalisation de masse.

Les banques ont ainsi mobilisé de nombreux moyens humains et financiers pour promouvoir au mieux les nouveaux outils digitaux qu'ils ont développés pour leurs clients et qui deviennent peu à peu, le nouvel intermédiaire central de la relation. Pour la banque, la contrepartie positive de ce phénomène est que le temps supplémentaire dont dispose le conseiller peut être consacré à des actes commerciaux à forte valeur ajoutée mais aussi à œuvrer pour la qualité de service et la satisfaction du client qui voit son importance augmenter en même temps que le niveau de la concurrence<sup>1</sup>.

L'arrivée de ces technologies dans les banques a crée de nouvelles habitudes et attentes chez le client. Ces dernières sont axées sur le « ici et maintenant », une gratification instantanée et des décisions de plus en impulsives.<sup>2</sup>

Les individus sont de plus en plus conscients du pouvoir que leur procure les NTIC, ce qui les incitent à les adopter afin d'avoir accès direct à un nombre important de service et d'informations proposés par les différents organismes existants (entreprises, banques, administrations et autres).

Des milliards d'utilisateurs rejoignent l'espace numériques ce qui implique une évolution accélérée de tout l'environnement et écosystème financier qui se caractérise par : la complexité, le dynamisme et l'incertitude.

Le présent chapitre sera consacré à décrire le nouvel environnement de l'entreprise bancaire engendré principalement par les NTIC. La première section va mettre en lumière les critères majeurs qu'incarne la transformation de l'environnement bancaire. Quant à la deuxième, elle discute l'impact et les effets de ces profonds changements sur les banques et son activité, tout en insistant sur la relation banque client.

### **Section I: La transformation de l'environnement bancaire**

Le changement de l'environnement financier engendré par la globalisation financière, les NTIC et les modifications comportementales des consommateurs, qui sont devenus de plus en plus exigeants, ont contribué à une prise de conscience des institutions bancaires quant à la redéfinition de la place du client dans leurs stratégies, et à l'évolution des besoins de ceux-ci. Et cela par l'adoption des NTIC qui permettent aux clients d'accéder à distance aux différents services proposés par la banque.

---

<sup>1</sup> Degryse, 2016 ; Babinet, 2016 ; Dalla Pozza et Texier, 2017 ; Drach et Feiertag, 2018

<sup>2</sup> Jo Caudron et Dado Van Peteghem , Digital Transformation, « A Model to Master Digital Disruption », édition anglaise.

Dans cette section nous allons présenter le nouvel environnement bancaire, l'ensemble des mutations qui l'ont affecté et leurs conséquences sur l'activité de la banque.

## I.1. Les principales causes de transformation de l'environnement de la banque

Dans ce point nous allons essayer de citer les principaux phénomènes qui sont à l'origine des profondes mutations dans l'environnement que la banque a subi.

### I.1.1. L'avènement des nouvelles technologiques

Les progrès rapide dans le domaine de la technologie, incitent les institutions financière à la mise en réseau des outils numériques et la mise en place à des nouveaux canaux de communication grâce à internet (Big data, Cloud, Object connectés, application mobile ...etc.). Ce qui a permis une meilleure connaissance des méthodes de productions et de meilleures techniques de management et la réalisation des transactions et des coordinations des politiques économiques avec des meilleurs coûts et au temps réel.

### I.1.2. Le phénomène de 3D (Désintermédiation, Déréglementation et Décloisonnement)

Dans les années quatre vingt, l'intégration des marché financier a été rendu possible grâce à la globalisation des marchés financiers par le biais des trois D<sup>3</sup>, théorie inventé par Henri Bourguinat.

Selon M. AGLIETTA (2000), la globalisation financière renvoie aux «*transformations qui ont affecté les principes de fonctionnement de la finance* »<sup>4</sup>. La globalisation financière donc implique la mise en place d'un marché unifié de la monnaie au niveau national et international.

Le processus de globalisation financière est fondé sur la règle des trois D, à s'avoir :

Désintermédiation, déréglementation, décloisonnement.

- **La Désintermédiation :** La désintermédiation financière traduit le recul de la firme bancaire du financement des besoins de l'économie au profit du marché.
- **La Déréglementation :** C'est la suppression des règlements et des contrôles sur les prix des services bancaire afin de permettre une circulation plus fluide des flux financier.
- **Le Décloisonnement :** Peut être définit comme la suppression des divisions de banque de dépôt et banque de retrait, au niveau international cela se traduit par la

---

<sup>3</sup> Henri. BOURGUINAT, « Finance internationale », édition PUF, Paris, 1997 ; Cité dans LALALI. Rachid, « Globalisation financière, transformation de l'activité des banques et instabilité financière. Quel lien de causalité », Proposition au colloque international sur : crise financière internationale, ralentissement économique mondial et effets sur les économies euromaghrébines, Bejaia, 12- 13 Octobre 2009.

<sup>4</sup> Michel. AGLIETTA, »La globalisation financière », CEPII, l'économie mondiale 2000, Edition la Découverte, Collection Repères, Paris, 2000. Pp 52-62.

suppression des mesures qui empêcheraient la libre circulation des capitaux et la mondialisation des banques.

## **I.2. Les conséquences sur l'entreprise bancaire**

Le monde bancaire actuel a subi de profondes mutations, qui l'ont modifié fortement. Le nouvel environnement bancaire d'aujourd'hui est caractérisé par :

### **I.2.1. L'apparition de nouveaux acteurs de la finance**

La concurrence entre les différentes institutions financières est considérée comme la principale conséquence de la déréglementation et la libéralisation financière. L'intensification de la concurrence avec le développement du rôle des marchés, notamment avec la diversification des modalités de financement sur ces marchés, ont induit à des changements profonds dans les conditions d'exercice de métier de banquier.

Selon (J. Canals, 1993) « *L'évolution du pouvoir de négociation entre la banque, ses fournisseurs et clients ont changé le panorama concurrentiel. Pendant longtemps les banques ont joui d'un pouvoir sur leurs fournisseurs de capitaux. La déréglementation, les innovations financières et l'arrivée de nouveaux concurrents ont engendré un transfert de fonds vers d'autres institutions plus attractives atténuant sur le pouvoir de négociation de la banque* »

Cela signifie que conjointement à la concurrence qui s'exerçait entre les différentes banques sur le marché des produits bancaires, une montée en vigueur de nouveaux acteurs de la finance non bancaires a fortement accentué le phénomène concurrence sur le marché de la finance. Appelés souvent les investisseurs institutionnels, ces nouveaux concurrents ont investi dans le marché des nouveaux produits bancaires et financiers, pour devenir au cours de ces dernières décennies de véritables acteurs de la finance.

Voici en gros les principaux concurrents qui menacent l'existence des banques :

#### **□ Les Fin Tech**

Financial technologie, abrégé «Fin Tech », désigne des START up qui déploient leur secteur d'activité de la technologie pour améliorer leur activité financière.

Depuis quelques années, les Fin Tech deviennent incontournables puisque elles facilitent le rapport de l'argent, coupent les intermédiaires et offrent des services apportés de main, personnalisés et rapides par rapport aux acteurs traditionnels. Parmi les grands noms de la Fin Tech, deux entreprises particulières ont réinventé la roue : le service de paiement en ligne « Pay Pal » et la société de finance participative « Lending Club ».

Les Fin Tech, sont disruptives et bousculent l'univers bien établi de la finance classique, grâce aux pouvoirs qu'elles détiennent dans le développement du numérique et l'accès aux données des clients.<sup>5</sup>

#### □ Les GAFAM

Les GAFAM (Google Amazon Facebook Apple) sont récemment devenu GAFAM, Microsoft complète l'acronyme. Ces géants du web détiennent des milliards de données d'utilisateur avaient déjà exprimé l'intention de se lancer dans les services bancaires. Ils ont développé des portefeuilles (Google Wallet, Apple Pay, Alipay, etc.). Apple Pay a ainsi été lancé le 9 septembre 2014 avec la sortie de l'iPhone6. Amazon Coin a été introduit en 2013. Messenger de Facebook permet avec paiements d'envoyer de l'argent à ses amis<sup>6</sup>.

En avril 2017, Amazon introduisait en France son application Amazon Pay, qui permet aux détenteurs de compte Amazon d'utiliser les données bancaires associées à leur compte pour régler leurs achats sur des sites marchands tiers.

Les GAFAM exploitent d'importantes données (achats, divertissements, voyages, produits et services de santé, d'habitation, argent) ce qui font leur force, les banques, elles, sont devenues beaucoup trop fragiles et vulnérables.

Dans de telles conditions, la banque doit s'adapter en permanence à l'évolution des exigences de sa clientèle et ceci pour maintenir et renforcer sa position par rapport aux concurrents.

### I.2.2. L'accélération des innovations financières

L'innovation financière correspond à l'apparition de nouveaux produits. L'une des interprétations les plus pertinentes du processus d'innovation financière revient à W. Silber (1983).t. Pour W. Silber, l'innovation financière se manifeste soit par l'apparition d'institutions financières nouvelles, soit par l'invention de nouveaux instruments financiers ou de nouveaux marchés financiers.

Pour DE BOISSIEU (1983), « *les innovations financières désignent l'introduction de nouvelles technologies financières que l'apparition de nouveaux produits financiers* »<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Aldwin Blanc, « Les Fin Tech sont elles une opportunité ou une menace pour les banques traditionnels ? », PDF, haute école de gestion, Genève, 18 août 2017.

<sup>6</sup> David Fayon, Mesure de la maturité numérique des acteurs du secteur bancaire dans une perspective de transformation digitale, Thèse de doctorat de l'Université Paris-Saclay, le 27 novembre 201.

<sup>7</sup> DE BOISSIEU. Laurent, « Les innovations financières aux Etats unis », Revue de l'OFCE, 1983. Vo3, N°1, Pp101-119, Cité dans LALALI. Rachid, « Globalisation financière, transformation de l'activité des banques et instabilité financière. Quel lien de causalité », Proposition au colloque international sur : crise financière internationale, ralentissement économique mondial et effets sur les économies euromaghrébines, Bejaia, 12- 13 Octobre 2009.

La plupart des innovations financières ne constituent pas d'authentiques créations, mais consistent plutôt à combiner d'une nouvelle manière des techniques de financements déjà existantes.

L'amplification des innovations financières au cours de ces dernières années, a fait que le client se trouve face à une multitude de choix (par rapport à la quantité, la qualité et le prix), ainsi sa fidélisation est devenue l'objectif ultime de toute institution financière.

## **Section II: Les conséquences sur l'entreprise bancaire**

La déréglementation du secteur bancaire s'est accompagnée par la multiplication des interlocuteurs possibles pour les clients. En outre, de nouveaux acteurs cherchent à conquérir une partie de la clientèle de la banque. Par conséquent, la standardisation des produits bancaires et la relative uniformité des prix conduisent à une baisse considérée de la fidélité, accompagnée par des pertes massives des parts de marché et par une réduction de la rentabilité.

Suite à toutes ces données les banques sont appelées à réorganiser leur réseau en diversifiant leurs activités et en intégrant les différentes TIC. Car séduire la clientèle implique davantage de produits, plus de services et surtout plus de conseils.

### **II.1. Le changement des métiers de la banque**

L'ensemble des mutations financières influencent sur la nature des activités traditionnels, ainsi les banques sont contraintes de chercher et former un personnel qualifié maîtrisant les outils digitaux, trois nouveaux métiers de banque apparaissent :

#### **II.1.1.Mutation du métier de gestionnaire de back office**

La fonction de cet agent qui est de régler les opérations financières doit suivre l'évolution de son métier qui passe par la dématérialisation des outils de paiements, exemple dématérialisation du chèque papier en chèque image.

#### **II.1.2.Mutation du métier de directeur d'agence**

Cet agent est chargé de développer son activité et de gérer ses collaborateurs selon les moyens mis à sa disposition, en effet ce dernier doit avoir la capacité de maîtriser l'outil numérique qui lui permettra de promouvoir une autonomie très importante et d'évaluer les performances de ses associé ou collègues.

#### **II.1.3Mutation du métier du conseiller clientèle**

Ou aussi appelé chargé de clientèle, sa fonction principale est de répondre aux attentes des clients en lui offrant aides et conseils sur les différents produits , l'apparition des technologies s'accompagne par la baisse de fréquentation des clients de leur agences et une

augmentation de l'utilisation des canaux à distance dans le traitement des opérations bancaires .

La déréglementation associée aux innovations financières, à l'évolution technologique ainsi qu'à l'ouverture des frontières ont généré pour le secteur bancaire une transformation radicale de son environnement.

L'ensemble de ces changements a fait perdre à la banque une partie importante de ses activités. Ainsi, dans un tel environnement en perpétuelle transformation et qui est caractérisé par la montée en puissance des acteurs non-bancaires, les banques sont contraintes de fidéliser le client en gardant un lien direct avec lui. Ceci ne peut être réalisé que par l'intégration des différentes technologies qui permettent de servir le client facilement et à tout moment. A cet effet, pour qu'une banque puisse subsister sur son marché, elle est contrainte de disposer de toutes les nouvelles technologies qui peuvent la rendre plus performante par rapport aux concurrents. De ce fait, la digitalisation des banques semble un moyen indispensable pour réaliser cet objectif. Rajoutant à cela une stratégie efficace et qui prêche en temps réel les différentes mutations de l'environnement (socio-économique, technologique, financier, écologique...etc.).

Dans le chapitre suivant intitulé « la banque et le système bancaire algérien », nous allons présenter de façon détaillée les différents types de banque et l'évolution du système bancaire algérien.

# *Chapitre I*

## *La banque et le système bancaire algérien*

## Chapitre I : La banque et le système bancaire algérien

Depuis toujours, l'être humain n'a pas arrêté d'accroître les efforts pour innover dans l'objectif de faciliter ses échanges commerciaux, en améliorant ainsi ses conditions de vie. Après avoir abandonné le troc et avec l'adoption de la monnaie marchandise, c'est la monnaie métallique qui l'emporte pendant une longue durée, afin de réaliser des transactions économiques de toute nature. Le portage de ces pièces de monnaie révélait le problème de sécurité et de moyens logistique, dès lors il y eut création d'institution financière qui protégeaient des dépôts contre la remise d'un titre de créance valable au paiement, donnant ainsi naissance au billet de banque, ensuite au crédit que nous connaissons aujourd'hui. Plusieurs créations ont suivi par la suite, pour parvenir à un système complexe en constante évolution qui est le système bancaire.

Tout au long de ce chapitre, nous allons, essayer de retracer l'aventure parcourue par ces institutions primitives afin de donner le résultat de la banque moderne en Algérie, de l'indépendance à nos jours. La première section sera dédiée à des généralités sur l'entreprise bancaire. Dans la deuxième section nous allons présenter le système bancaire algérien et ses différentes phases d'évolution.

### Section I : Généralités sur la banque

La banque est une entreprise économique qui met en œuvre les différents moyens humains matériels et financiers dont l'objectif est de réaliser des bénéfices à travers des opérations qu'elles effectuent avec les différents agents économiques qui la sollicitent.

Dans ce qui suit, nous allons mettre en lumière l'origine et l'historique de la banque, ses fonctions ainsi que ses différentes catégories.

#### I.1. Origine et historique de la banque

La notion de banque est très antique, elle date du quatrième siècle avant J-C. Elle s'est vu évoluer à travers le temps. Voici les phases par lesquelles les banques sont passées de l'antiquité jusqu'à la fin du 20<sup>ème</sup> siècle.

##### I.1.1. La banque à l'antiquité

Les premières traces de l'activité bancaire remontent à 3000 ans avant J-C en Mésopotamie<sup>1</sup>. Dans certaines villes c'était le Temple qui jouait le rôle de banque. Quant aux prêtres et prêtresses, ils occupaient celui de banquiers. Ces Temples acceptaient des dépôts et des prêts de l'argent de toutes les citées grecques qui frappaient indépendamment leur propre

---

<sup>1</sup> La Mésopotamie est une région historique du Moyen Orient située entre le Tigre et l'Euphrate, c'est en Mésopotamie qu'apparaît la première civilisation de l'histoire de l'humanité, pendant plus de deux mille ans elle engendra les états les plus puissants du monde.

monnaie. Ainsi, les changeurs de monnaie étaient indispensables au bon développement du commerce. Sans eux les grecs n'auraient jamais pu développer le commerce entre les citées. Les "banquiers" étaient installés sur la grande place de la cité. C'est ensuite à Rome que les activités bancaires se sont vraiment développées et que les bases juridiques des opérations financières ont été fondées<sup>2</sup>.

### **I.1.2. La banque au moyen âge**

Le mot « banque » dérive de l'italien « banca » qui désigne un banc en bois sur lequel les changeurs du moyen âge exerçaient leur activité. Au 11<sup>ème</sup> siècle, les Lombards<sup>3</sup> introduisent de nouvelle technique financière et marquent l'histoire de la banque. Au moyen-âge, chaque grand seigneur ou chaque grande ville avait le droit de frapper sa propre monnaie. Des monnaies différentes étaient donc en circulation dans un même pays. Le rôle du changeur était de changer (moyennant paiement) la monnaie de celui qui arrivait de l'extérieur de la ville contre de la monnaie utilisé dans la ville.

### **I.1.3. La banque de la renaissance au 19ème siècle**

Les fondements de la banque moderne se mettent en place. Les premières banques publiques et les premières bourses apparaissent pendant la renaissance, tandis que les banques privées connaissent une expansion en Europe. A partir du 17ème siècle la naissance du papier-monnaie révolutionne le monde de la banque et de la finance. Les banques centrales comme la Banque d'Angleterre font leur apparition pour financer les Etats et pour contrôler l'émission d'argent. Peu à peu leur rôle a été précisé et elles sont devenues en quelque sorte la banque des banques dans chaque pays.

### **I.1.4. L'expansion bancaire du 20ème siècle**

La crise 1929 n'était pas favorable à l'expansion du secteur bancaire d'où la preuve que la généralisation des banques centrales « prêteurs du dernier ressort » ne garantissant pas la stabilité financière si les règles bancaires n'assurent pas un minimum d'interdiction en matière de spéculation financière. Après la seconde guerre mondiale, l'innovation porte sur le développement du compte chèque qui expose en France à partir du moment où la loi impose le versement des salaires dans des comptes bancaires et de la carte de crédit, commencée aux Etats unis dans les années 50 et qui, par suite, s'est développée massivement en France à partir des années 1970. Avec l'arrivée des changes flottants<sup>4</sup> et le Big Bang<sup>5</sup> de la finance des années 1980, un grand mouvement de la dérèglementation du secteur bancaire voit le jour.

---

<sup>2</sup> <https://www.wbenjamin.org/origine-et-histoire-de-la-banque-jusqua-notre-epoque/>

<sup>3</sup> Les Lombards font référence aux prêteurs sur gage du Moyen âge, un type de banque qui apparaît en Lombardie, région prospère du nord de l'Italie

<sup>4</sup> Un régime de change flottant est le régime du système international dans lequel la valeur des monnaies au sens de leur taux d'échange entre elle varie sur un marché spécialisé.

## I.2. Définition de la banque

Aujourd'hui les activités de la banque se sont beaucoup élargies, amplifiées, diversifiées et différentes des fonctions ou services qu'elles remplissaient dans le passé. En effet, ces mutations subies par la banque rendent sa définition et son système plus complexe.

### I.2.1. La signification étymologique

D'un point de vue étymologique « banque » est d'origine de l'italien « banca » qui signifie table du comptoir ou le lieu où se font les trafics, le commerce de l'argent.

### I.2.2. Selon les dictionnaires économiques

*« Les banques sont des intermédiaires financiers dotés du pouvoir de création monétaire, c'est-à-dire de la possibilité de créditer le compte de l'un de leur client sans que cette opération soit compensée par le débit du compte d'un autre agent ou un dépôt au préalable »<sup>6</sup>*

### I.2.3. Définition juridiques « selon la réglementation algérienne »

Les articles et les textes de la réglementation bancaire algérienne notamment la Loi sur la Monnaie et le Crédit 10-90(LMC) et de l'Ordonnance sur la Monnaie et le Crédit de 2003(OMC) seront des références pour définir et clarifier qu'est ce que la banque.

Le législateur algérien définit la banque par rapport aux fonctions qu'elle remplit. A savoir :

Dans ce sens et selon l'article 66 de l'ordonnance n°03-11 du 26 août 2003 relative LMC : « les opérations de banque comprennent la réception de fonds publics, les opérations de crédit ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiements et la gestion de ceux-ci ».

Selon l'article 72 (ordonnance N°10-01) les banques et les établissements financiers peuvent effectuer toutes les opérations connexes si après :

- Opération de change ;
- Opération sur or, métaux précieux et pièces ;

---

<sup>5</sup> Le Big bang désigne l'ensemble des mesures de libéralisation des marchés financiers britanniques prise en 1986, en particulier le 27 octobre 1986.

<sup>6</sup> BIETON ET BOLLO, « dictionnaire des sciences économiques », 2<sup>ème</sup> Edition, ARMAND COLIN, PARIS, 1995, p24

- Placement souscriptions achat gestions garde et vente de valeur mobilières et tout produit financiers
- Conseil gestion et ingénierie financières d'une manière générale, tout services destinés à faciliter la création et le développement d'entreprise ou d'équipements en respectant les dispositions légales en la matière.

On déduit de l'ensemble des définitions précédentes que la banque est un intermédiaire financier qui fait le commerce de l'argent. Cela à travers la collecte des fonds auprès des agents économiques à capacité de financement et les mettre à la disposition des agents économiques à besoin de financement et qui prodige des conseils aux clients. Autrement dit, la banque collecte l'épargne des clients, accorde des prêts, gère les différents moyens de paiement, et propose une multitude des services financiers.

### **I.3. Les fonctions de la banque**

La banque remplit plusieurs fonctions indispensables au bon fonctionnement de l'économie. Dans ce qui suit nous allons aborder ces différentes fonctions.

#### **I.3.1. La banque en tant qu'intermédiaire financier**

L'intermédiation bancaire est l'une des fonctions de base qu'assure la banque. Cette fonction permet le rapprochement entre agent à capacités de financement et ceux à besoin de financement, autrement dis relier les épargnants et les investisseurs afin réaliser un équilibre financier.

L'intermédiation financière consiste en l'interposition entre les agents économiques à capacité de financement qui sont principalement les particuliers, et les agents économiques à besoin de financement qui sont généralement l'État et les entreprises. Inversement sur le marché financier, l'agent déficitaire obtient directement des capitaux de la part du prêteur en contrepartie des titres ou d'autres instruments de la finance.

#### **I.3.2. La banque en tant qu'offreur de service**

La globalisation financière qui s'est accompagnée par une intégration totale des marchés financiers a eu des effets considérables sur la structure et la nature de l'activité bancaire. Ainsi, dans un environnement concurrentiel les banques sont contraintes de développer de nouvelles gammes de services liés au développement du marché financier pour garder sa continuité et qui, par conséquent, lui permettra la fidélisation de sa clientèle. Parmi ces services nous citons les services offerts par l'E- banking :

- Les applications mobiles anti découverts vous permettent de gérer votre compte bancaire depuis votre mobile.

- Les offres des crédits expresses déjà apparus chez Orange Bank et la Banque Postale.
- Les virements instantanés.
- Paiement en ligne sans carte bancaire.

### **I.3.3. La banque en tant qu'actionnaire**

Les entreprises ont besoin d'un actionnaire stable, et les banques pourraient jouer avec excellence ce rôle. C'est-à-dire la banque peut être actionnaire dans une entreprise en achetant une part de ses actions<sup>7</sup>. Les banques en tant qu'actionnaire possèdent plusieurs droits qui sont rattachés aux actions qu'elle détient parmi eux nous énumérons les suivants :

- Le droit aux participations et au vote dans l'assemblée générale (AG) ;
- Le droit de perception des dividendes : chaque actionnaire a le droit de percevoir une part du bénéfice que l'AG a décidé de distribuer sous forme de dividendes ;
- Le droit à l'information ; l'actionnaire a le droit d'être informé sur la situation financière de la société et il peut également accéder aux documents de gestion de l'entreprise.

L'ensemble de ces droits ont un intérêt pour les deux parties, pour le développement de l'entreprise et la bonne rentabilité des actions. Les banques actionnaires sont au service des entreprises qui ont besoin de capitaux pour des longues durées et les banques peuvent leur assurer en contrepartie des informations suffisantes qu'elles possèdent (la banque actionnaire a le droit à l'information). Ainsi, les banques s'intègrent d'une façon durable dans ces entreprises, ce qui leur permet de diminuer les coûts de contrôle et d'avoir les informations nécessaires qui n'existent pas sur le marché.

### **I.4. La typologie des banques**

Compte tenu de leur activité, les banques prennent plusieurs formes qui donnent lieu à l'apparition de plusieurs types de banques.

#### **I.4.1. La banque de dépôt (de crédit)**

Avant de présenter la banque de crédit, il s'avère indispensable de définir d'abord ce qu'est le crédit.

Selon l'article 112 de la Loi 90-10 du 14 Avril 1990 relatif à la monnaie et au crédit, le crédit est défini comme : « ...tout acte à titre onéreux par lequel une personne met ou promet

---

<sup>7</sup> T. RAHLI « management bancaire dans l'optique marketing face aux mutations de l'environnement Économique, cas de la CNEP banque ».

de mettre des fonds à la disposition d'une autre personne ou prend, dans l'intérêt de celle-ci, un engagement par signature tel qu'un aval, un cautionnement ou une garantie »<sup>8</sup>.

Comme son nom l'indique c'est une banque qui collecte des fonds aux prés des ménages et de particuliers pour les distribuer sous forme de crédit. L'activité principale de la banque de dépôts consiste à collecter des fonds à vue et à terme qu'elle va fructifier dans des opérations de crédit à court terme pour la plus grande partie. Ce type de banque est le plus familier chez le grand public, elles proposent à ses clients les services suivant :

- La mise à sa disposition d'un compte bancaire avec tous les services qui vont avec, par exemple la mise en place des différents moyen de paiements (chèque ; carte bancaire ...), conseil, ...etc.
- L'accord des crédits;
- Le dépôt d'argents.

#### **I.4.2. Les banque d'investissement**

L'activité principale des banques de crédit à moyen et long terme ou des banques d'investissement est basée sur les marchés financiers sur l'achat et vente des actions des obligations et des produits dérivés sur le marché financier. Leurs opérations sont destinées à renouveler ou constituer les capitaux fixes des entreprises, pour faire, les banques font recours aux fonds des épargnants. Ainsi, elles jouent le rôle de conseiller pour les investisseurs et les mettent en relations avec les entreprises pour financer leur projet ou bien se charge de gérer sous mondas leur fonds.

#### **I.4.3. Les banques d'affaires**

Ce sont sociétés de conseils stratégiques et financiers qui réduisent leurs activités au financement et la gestion des autres établissements en leurs octroyant des crédits ou encore, de participer dans leurs capital, elles interviennent donc sur les marchés des capitaux. Ces banques travaillent exclusivement avec des activités de grandes sociétés et avec leurs ressources propres (elles ne reçoivent pas de dépôts).

#### **I.4.4. Les banques universelles**

La compétition entre les différents établissements financiers ainsi que la recherche de la rentabilité a conduit les banques à diversifier leurs activités, et à se structurer autour d'un modèle dit *banque universelle*.

Ces dernières sont des établissements financiers généralistes qui exercent toutes les opérations du domaine bancaire. En effet, elle rassemble deux activités d'une nature

---

<sup>8</sup> La LMC.

différentes : l'activité de banque commerciale (dépôt, épargne, placement et crédit) et celle des banques d'affaires et d'investissement et tout ce qui est lié aux activités de marché.

A la fois banque d'affaires et banque de dépôt, ces banques sont associées à des institutions financières spécialisées dans des domaines variés qui présentent chacun leur propre potentiel de rentabilité et des sources de profit. Cette évolution se trouve renforcée par une vague de réunions du secteur bancaire très importante conduisant à la constitution des pôles bancaires qui ont une dimension mondiale.

#### **I.4.5. La banque numérique (la banque de 3<sup>ème</sup> millénaire)**

Les nouvelles technologies, telles que le développement d'Internet, la banalisation des téléphones mobiles, la multiplication des offres de bouquets numériques...etc., ont permis d'améliorer les prestations bancaires comme : une disponibilité 24h/24 des interlocuteurs, des réponses en temps réel, mais aussi le gain de temps et la célérité.

L'adoption ces nouvelles technologies ont permis un développement d'une autre forme de banque dite « banque en linge » ou « banque à distance » :

- **La banque à distance (banque en ligne)**

Cette catégorie de banques attire aujourd'hui autant l'intérêt des acteurs bancaires et financiers que les clients qu'ils soient des individus ou des entreprises. La souplesse d'accès, accélérée par la disponibilité d'une connexion Internet de plus en plus performante et la montée d'une clientèle mieux instruite et plus technophile sont incontestablement des facteurs de développement intéressants. La pression de cette clientèle vers une meilleure qualité des services bancaires fait émerger de nouveaux besoin d'interactions distantes<sup>9</sup>.

La banque à distance peut être définie comme toute activité bancaire destinée à un client ou à un prospect, se déroulant à partir d'un point de service électronique (téléphone, micro-ordinateur, téléviseur, Distributeur Automatique, des Billets (DAB), Guichet Automatique de Banque GAB), et utilisant un système de télécommunication tel que réseau téléphonique, télévision par satellite TPS, le Minitel ou internet.

## **Section II: Présentation du système bancaire algérien**

L'ensemble des banque (secondaire, commerciales) constituant une même zone monétaire forme un system bancaire dirigé par une banque généralement nommée Banque Centrale. Cette dernière à pour rôle de contrôler l'ensemble des banques, d'assurer l'émission des billets et de définir la politique monétaire. Le secteur bancaire est, donc, le secteur

---

<sup>9</sup> Atelier Professionnel : « La Banque à Distance : Enjeux et perspectives pour la compétitivité et la qualité des services bancaires », Conférence internationale ECIG, 19-20 octobre 2007 à Sousse (Tunisie).

économique qui regroupe les établissements de crédits, dont les banques occupent une grande place.

En Algérie le système bancaire était constituait à la veille de l'indépendance (juillet 1962) par des succursales et agences de banques principalement françaises. Ces dernières ne pouvant plus exercer leur activités en tant que banque étrangères elles cèdent leur patrimoine immobilier aux banque algériennes.

A travers cette section nous allons présenter le système bancaire algérien, son évolution ainsi que les réformes apportées par le gouvernement algérien afin améliorer son efficacité.

## **II. 1. Généralités sur le système bancaire**

Avant de présenter le système bancaire algérien il s'avère indispensable de définir c'est quoi un système bancaire en général.

### **II. 1.1. Définition du système bancaire**

Le secteur bancaire est le secteur économique qui regroupe les activités de conception, de production et de commercialisation des services offerts par elle-même.

Selon Fouda (2005), le système bancaire peut être défini comme « ...un ensemble hiérarchisé d'organismes assurant de façon indépendantes la fonction d'intermédiation financière et qui se caractérise par le pouvoir de création monétaire »<sup>10</sup>.

Ou encore comme « *l'ensemble des règles bancaires liées entre elles et formants un secteur bancaire organisé dans son fonctionnement et ses activités* ».

## **II.2. L'évolution du système bancaire algérien**

Dès l'indépendance, la banque centrale d'Algérie s'est vue accordé la fonction de fournisseurs de fonds aux opérateurs économiques. La banque centrale d'Algérie s'est vite retrouvée hors de son activité principale, effet d'une étatisation du système bancaire et le transfert du pouvoir monétaire et financier de la banque centrale au service des les pouvoirs publics.

A partir de 1962 et afin d'affirmer sa volonté d'indépendance et de souveraineté nationale. L'Algérie opte pour plusieurs réformes et procédés dont l'objectif est d'améliorer

---

<sup>10</sup> Jean-Pierre Fouda Owoundi, « Evolution du système financier et pratiques informelles d'épargne et de prêt en Afrique centrale », 2005.

les situations de l'économie nationale. Le secteur bancaire algérien a connu de profonds changements. Ces derniers avaient comme objectif la mise en place d'un système de financement pour différents secteurs de l'économie et permettraient ainsi leurs développements dans les meilleures conditions.

De l'indépendance à nos jours (c'est-à-dire jusqu'à l'année 2019), le système bancaire algérien a connu d'importantes mutations. Résumées à grands traits, ses mutations correspondent aux périodes suivantes :

### **II.2.1 Le Système bancaire algérien de l'indépendance à 1985**

Les autorités nationales ont procédé dès l'indépendance à des mesures relatives pour la constitution d'une économie propre à l'Algérie.

Les périodes qui ont caractérisés le système bancaire Algérien pendant cette période sont :

#### **II.2.1.1. La période de souveraineté nationale (1962-1966)**

Après l'indépendance, la banque centrale d'Algérie a vu le jour par la loi 13 décembre. A travers cette banque l'Etat peut contrôler la politique monétaire, et financière et regagner la souveraineté monétaire. Elle a commencé à fonctionner le 02 février 1963. Cette démarche est suivie par les étapes suivantes :

- Adhésion au Fond Monétaire International (FMI) et à la Banque Mondiale (BM) par la loi 31 août 1963 ;
- La mise en place d'un contrôle des changes avec les pays de la zone France à partir du 13 octobre 1963 pour éviter les fuites de capitaux ;
- La création du Dinar algérien par la loi du 10 avril 1964.

Après la création de la banque centrale deux autres institutions ont vu le jour à savoir :

- La Caisse Algérienne de Développement (**CAD**) le 07 Mai 1963 ; en tant qu'institution de financement de l'effort de développement. Elle servira jusqu'à 1970 d'instruments d'exécution du budget de l'Etat et accessoirement de quelques projets d'investissements ;
- La Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (**CNEP**) le 10 Août 1964 comme système de collecte de l'épargne populaire aux fins de financement du logement.

La non maîtrise des politiques laissées par le système bancaire français a conduit à une intervention multidimensionnelle de l'Etat afin de mieux gérer le système bancaire algérien.

### II.2.1.2 La période de nationalisation des banques étrangères (1966-1970)

Cette période appelée période de récupération de la souveraineté monétaire et nationalisation des banques étrangères ou encore période d'algérianisation. Elle a été marquée par la création de nouvelles banques commerciales et par la nationalisation des banques étrangères par le biais du rachat de leurs actifs. Cette période s'est caractérisée par la création de quelques banques en leur fixant chacune des rôles bien déterminés :

- **La Banque Nationale d'Algérie (BNA)** : elle a été créée le 13 juin 1966 devait financer le secteur agricole et les grandes entreprises.
- **La Banque Extérieure d'Algérie (BEA)** : elle a été créée le 01-10-1967 elle devait financer les opérateurs avec les étrangers.
- **Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA)** : il a été créé le 29 décembre 1966 son rôle était de financer les PME.

Jusqu'à là, l'objectif des pouvoirs algériens était de parvenir à court terme, à l'algérianisation des structures de financement de l'économie nationale. Cet objectif caractérise les véritables préoccupations des autorités politiques algériennes de l'époque tant il est vrai que le développement ordonné de l'économie nationale ne pouvait se concevoir sans la mise en place d'un système bancaire véritable algérien.

Également, il est important de souligner que durant cette période (1962-1970), l'urgence pour les pouvoirs publics algériens n'était pas de mettre en place le meilleur système bancaire mais juste des structures financières nationales qui prennent en charge le financement de stratégie de développement économique, compte tenu de l'état détérioré de l'économie nationale<sup>11</sup>.

### II.2.1.3. La période de planification économique et financière (1970-1985)

Malgré les progrès apportés durant la période antérieure et la mise en place du système bancaire national, la charge de financement de l'économie supportée par la banque demeure faible faisant du trésor public la source essentielle de financement du pays.

La mise en œuvre du premier plan quadriennal (1970-1973) consacre le choix définitif de la planification centralisée impérative comme système d'organisation, de gestion et de développement de l'économie nationale. Pendant cette période l'Etat algérien s'est progressivement intéressé à l'organisation du circuit de financement de l'économie nationale et aux rôles assignés aux différents intermédiaires financiers (banques publiques, Trésor

---

<sup>11</sup> ARROUDJ Halim, (2010) « Réforme et modernisation du système bancaire algérien durant la période 1990-2010 ». Thèse de doctorat ; université d'Oran 2. P 258-259.

Public et particulièrement la BCA)<sup>12</sup>. Cela a été illustré par la loi de finances pour l'année 1970. Cette dernière complétée par la loi de 1971 et 1972 va, donc, redéfinir et réglementer les interventions des institutions financières dans l'économie.

Afin de répondre aux besoins de l'activité économique, la spécialisation s'avérer la meilleur solution pour faire face à l'augmentation de la demande. C'est dans ce but que la CPA et la BNA ont été restructuré les années 80 donnant ainsi naissance à deux organismes qui reprennent une partie de leurs taches.

- **La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR)** : Créée le 13 Mars 1982 par la restructuration de la BNA, elle avait pour missions la mise en place de nouveaux mécanismes pour le financement des activités agricoles et agro-industrielles.
- **La Banque de Développement Local (BDL)** : Créée le 30 Avril 1982 par la restructuration du CPA, la BDL avait pour mission le financement des investissements locaux et d'une partie des entreprises et établissements à caractère économique sous tutelle des wilayas et communes.

Cette période a donc connu le passage d'un système bancaire constitué de trois banques à un système constitué de sept banques :

- **La BEA** était chargée du financement du secteur de l'énergie et du transport maritime ;
- **La BNA** était chargée de l'industrie lourde et des services ;
- **Le CPA** avait en charge les secteurs de l'industrie légère et le bâtiment ;
- **La BADR** avait pour mission le financement du secteur agricole ;
- **La BDL** était en charge des petites et moyennes entreprises et les entreprises locales ;
- **La CNEP** se chargeait du financement du logement ;
- **La BAD** était chargée du financement des investissements planifiés à long terme.

### II.2.2. La période des réformes (1986-1988)

La crise financière de 1986 a montré la réalité du dysfonctionnement de l'économie Algérienne, bien entendu le secteur bancaire inclus s'est avéré inefficace. Le système ne répondait plus aux exigences de la sphère réelles des reformes sont alors adoptées pour une nouvelle architecture financière. Cela s'est matérialisé par la promulgation de plusieurs lois parmi elles :

---

<sup>12</sup> ARROUDJ Halim, Op Cit. P 269.

### II.2.2.1. La loi n° 86-12 du 19 Aout 1986 relative au régime des banques

L'objectif de cette loi est de définir un nouveau cadre législatif des conditions bancaire. Elle vise l'amélioration du système de financement et ce en assignant aux banque primaires le rôle d'intermédiation financiers. A cet effet, les banques ont pour fonction :

- La collecte des dépôts ;
- L'accord des crédits ;
- D'effectuer des opérations de change et de commerce extérieur ;
- D'assurer les moyens de paiement ;
- La gestion des valeurs mobilières et des titres financiers.

D'après l'article 14 de la loi 86-12, les établissements de crédit sont deux types :

- **Les établissements de crédit à vocation générale**

Ils ont la capacité d'exercer la vocation universelle de la banque.

- **Les établissements de crédit spécialisés**

Leur activité est subordonnée à leur statut. Concernant la banque centrale, cette loi l'a chargé des missions suivantes :

- L'émission monétaire ;
- Le contrôle de la masse monétaire ;
- Le contrôle de l'octroi de crédit ;
- La gestion des réserves de change ;
- La gestion des concours au trésor.

Toutefois, la banque centrale n'est toujours pas autonome, puisqu'elle est dans l'obligation de continuer à financer la planification.

### II.2.2.2. La loi 88-01 du janvier 1988 relative à l'économie

Avec la réforme 1988, les banques était considérées aussi comme des entreprises, entrent dans le cadre de « l'autonomie des entreprises publique ». Cette loi stipule que les banques et institutions financières sont des entreprises publique économique (EPE) à caractère commercial, appelée à avoir une plus grande autonomie de gestion et une autonomie financière, c'est à dire le droit de propriété est séparé du droit de gestion.

Par conséquent, cette loi donne à la banque centrale une liberté de contrôle dans les instruments des politiques monétaires et aussi à déterminer les conditions de fonctionnement des banques.

On déduit qu'en ce qui concerne le rôle des banques dans le financement de l'économie, il est à relever que la loi bancaire N°86-12 parait déterminée à vouloir rompre avec la situation précédente de la banque caissier. Dorénavant, les banques primaires ont la

possibilité de refuser un crédit qu'elle juge très risqué. Les banques doivent assurer le suivi de l'utilisation des crédits accordés par leurs soins et prendre toutes les mesures utiles pour limiter le risque de non remboursement.

### II.2.3. La période de 1990 à nos jours

Le processus de transition d'un système économique planifiée à une économie de marché exigé à l'autorité publique algérien, dès le début des années 90, une politique de réformes structurelles qui a rendu possible le rétablissement des équilibres macroéconomique.

Parmi ces réformes, la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit (LMC) du 14 Avril 1990, qui a donné une nouvelle image au système bancaire algérien. Avec la promulgation de cette loi, un nouveau système bancaire algérien émerge.

Pour rappel, la période avant 1990, la banque centrale avait pour rôle de financer sans limites institutionnelles les besoins du trésor et les besoins de l'économie directement<sup>1</sup>, les banques ne supportaient en fait aucun risque. Toutefois, après 1990, les banques sont devenues des entreprises commerciales et la banque centrale, précisément par la loi 90-10, a retrouvé son rôle originel de banque central et les banques ont commencé à supporter et gérer des risques qui sont la base de leur activité.

Parmi les dispositions et objectif de cette loi, on peut lister <sup>13</sup> :

- La Banque d'Algérie n'est pas soumise à l'enregistrement au registre du commerce.
- Le rétablissement de la valeur du dinar algérien.
- Encourager les investissements étrangers important.
- Elle n'est pas soumise aux prescriptions légales ou réglementaires concernant la comptabilité publique de l'Etat ni au contrôle de la Cour des comptes ; elle suit les règles ordinaires de la comptabilité commerciale.
- Elle n'est pas soumise aux dispositions de la loi n° 88.01 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques. Autrement dit, la Banque d'Algérie est totalement indépendante de l'Etat.

Egalement, la loi 90-10 autorise l'installation de banques étrangères ainsi que les prises de participations étrangères dans le capital des banques et des établissements financiers algérien. Dès le début des années 90, l'Algérie rompt le monopole de l'Etat sur les services bancaires. Ces derniers sont les premiers services à être libéralisés. C'est ainsi que plusieurs établissements bancaires et financiers à capitaux privés nationaux et étrangers voient le jour. El Khalifa bank créée en avril 1998 et la succursale Société Générale Algérie en 1999 sont parmi les premières banques privées opérant sur le marché bancaire algérien. Dorénavant, l'activité bancaire est officiellement ouverte aux investisseurs nationaux et étrangers dans le

---

<sup>13</sup> Article 13 de la loi n°86-12 du 19 Août 1986 relative au régime des banques et au crédit.

cadre du respect des conditions d'exercice liées à la profession bancaire dictées par l'autorité algérienne.

En somme, la loi bancaire 90-10 du 14 avril <sup>14</sup>est la réforme la plus importante. En effet, elle a pu apporter des modifications au système bancaire algérien et cela en introduisant des nouvelles mesures de fonctionnement et de gestion suivant les principes de l'économie de marché. Cette dernière confère exclusivement à la banque centrale le rôle d'unique autorité monétaire. Grâce à cette loi, elle a pu reprendre son statut d'institut d'émission par excellence.

### **II.2.3.1. Les aménagements apportés en 2001 à la LMC**

L'année 2001 caractérisé par un événement important, qui est celui de l'amendement de la loi 90-10 par l'ordonnance bancaire N° 01-01 du 27 février 2001. Après que la loi 90-10 avait mis fin à la dépendance du pouvoir monétaire du pouvoir politique en consacrant à la Banque centrale sa pleine autonomie. L'ordonnance N°01-01 vient remettre en cause le pouvoir monétaire en redonnant à l'exécutif les pleins pouvoirs de gestion par la manipulation monétaire. En effet, les deux ordonnances N° 01-01 et 03-11 réinstaurent la primauté du gouvernement dans la conception et la conduite de la politique monétaire.

Cette ordonnance avait pour objectif principal de diviser le conseil de la monnaie et du crédit en deux organes :

- Le premier organe est constitué du conseil d'administration chargé, de la direction et l'administration de la BA.
- Le deuxième organe est constitué par le Conseil de la Monnaie et le Crédit (CMC), qui joue le rôle d'autorité monétaire

### **II.2.3.2 L'ordonnance 03-11 du 26 Aout 2003**

L'ordonnance 03-11 du 26 Aout 2003 5 relative à la monnaie et au crédit a totalement transformé la loi 90-10 en apportant les modifications suivantes :

- Le gouverneur ainsi que les vices gouverneur de la Banque d'Algérie sont nommées par le Président de la république pour une durée indéterminée<sup>15</sup> ;
- Une séparation entre le conseil d'administration de la Banque d'Algérie et du conseil de la monnaie et du crédit. En effet, le conseil d'administration est composé de du gouverneur, des trois vices gouverneurs et de trois fonctionnaires sachant que le conseil de la monnaie et du crédit est composé des membres du conseil

---

<sup>14</sup> 1 Journal officiel n°16 du 18 Avril 1990. p450-473

<sup>15</sup> Article 13 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

d'administration auxquels s'ajoutent deux personnalités choisies en raison de leur compétence en matière économique et monétaire<sup>16</sup> ;

- Les établissements financiers ne peuvent ni recevoir des fonds du publics ni gérer les moyens de paiement ou les mettre à la disposition de leur clientèle. Le changement majeur comparé à la loi 90-10 consiste en le fait que ces établissements ne peuvent plus gérer les moyens de paiement<sup>17</sup>.
- L'opération de location simple ou locations avec option d'achat n'est plus une activité connexe pour les banques et les établissements financiers mais elle fait partie des activités habituelles et plus précisément les opérations de crédits<sup>18</sup> ;
- Il n'est plus interdit pour les organismes de construction de consentir des prêts sous forme de paiements différés du prix du logement<sup>19</sup> ;
- Nul ne peut être fondateur ou membre du conseil d'administration d'une banque ou d'un établissement de crédit s'il a fait objet d'une condamnation pour une infraction liée au trafic de drogue, au blanchiment d'argent et au terrorisme<sup>20</sup> ;
- Les participations étrangères dans les banques et les établissements de droit algérien peuvent être autorisées contrairement à la loi 90-10 où ce genre d'opérations ne peut se faire qu'à condition que les pays étrangers accordent la réciprocité aux algériens ou aux sociétés algériennes<sup>21</sup> ;
- Les banques doivent disposer d'un capital minimum de 2 ,5 milliards de dinars libéré en totalité et en numéraire<sup>22</sup> ;
- Les établissements financiers doivent disposer d'un capital minimum de 500 millions de dinars libéré en totalité et en numéraire<sup>23</sup> ;
- La justification de l'origine des fonds<sup>24</sup> ;

---

<sup>16</sup> Article 58 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>17</sup> Article 71 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>18</sup> Article 68 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>19</sup> Article 78 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>20</sup> Article 80 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>21</sup> Article 83 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>22</sup> Article 88 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>23</sup> Article 88 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>24</sup> Article 91 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

- Le retrait d'agrément ne peut être prononcé que par le conseil de la monnaie et du crédit en excluant la commission bancaire<sup>25</sup> ;
- L'ordonnance oblige textuellement les banques et les établissements financiers à adhérer à la centrale des risques<sup>26</sup> ;
- La composition de la commission bancaire change avec l'introduction d'un sixième membre choisis en raison de ses compétences en matières bancaire, financière et comptable<sup>27, 28</sup>.

### II.2.3.3. La période après 2003

La présente période (2003-2014) est marquée essentiellement par le retour à la stabilité macro-économique qui s'est caractérisée par la consolidation de la stabilité macro-financière (stabilité de la position financière extérieure, l'amélioration de la situation des finances publiques, amélioration de la liquidité bancaire).

Durant cette période, le gouvernement algérien a engagé parallèlement à cela, plusieurs mesures destinées à améliorer l'organisation et le fonctionnement du système bancaire national :

- L'organisation de la profession bancaire;
- La modernisation du système des paiements;
- Le renforcement du dispositif de contrôle et de supervision ;
- Le développement du marché monétaire ;
- L'introduction des techniques ou d'instruments de la politique monétaire moderne conçue pour conforter la croissance économique en cas de récession économique ou la stabilité en cas d'inflation. Dans ce contexte plusieurs textes législatifs, réglementaires et institutionnels ont été promulgués.

La période (2003-2014) peut être subdivisée en deux étapes :

- L'étape (2003-2008) caractérise à la fois la promulgation de l'ordonnance bancaire 03-11 qui remplace la loi 90-10, l'accumulation des réserves de change par la B.A et la poursuite du projet de la modernisation du système bancaire algérien,

---

<sup>25</sup> Article 95 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>26</sup> Article 98 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>27</sup> Article 106 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

<sup>28</sup> KHERCHI Hanya, « *L'évolution du système bancaire algérien sous les nouvelles règles prudentielles internationales* ». P. 45.

- L'étape (2009-2014) caractérise le renforcement du cadre légal de la stabilité financière mise en œuvre pour se prémunir contre les effets de contagion de la crise financière internationale de 2007-2008.

### **II.3. Le projet de digitalisation des banques publiques**

L'idée de moderniser les banques publiques algériennes est ancienne, comme on vient de le voir dans la section précédente. Toutefois, l'année 2018 devrait connaître des transformations considérables en matière de digitalisation financière à la faveur de la modernisation des systèmes financiers des banques publiques et l'application des mesures introduites par la Loi de finances.

La Loi de Finance 2018 consiste à généraliser le e-paiement et déclineur l'utilisation du cash en Algérie. Il s'agit d'un article de loi exigeant à chaque commerçant algérien de se doter d'un Terminal de Paiement Electronique (TPE) avant la fin de l'année 2019. Ainsi, le client aura le choix entre payer en cash ou utiliser sa carte interbancaire (CIB).

La seconde mesure introduite par la loi de finance 2018 est la généralisation progressive du système de télédéclaration et de télépaiement des impôts et des taxes à l'ensemble des entreprises. Ce système a été lancé en 2017 pour un échantillon de 2.700 grandes entreprises<sup>29</sup>.

Le projet n'a pas été finalisé, on pense que, cela est due à l'instabilité politique qu'a vécu le pays ces deux dernières années, ainsi que aux répercussions de la pandémie du CORONA Virus de 2019.

## **Section III : Le système bancaire Algérien de nos jours**

L'architecture du système bancaire algérien a connu plusieurs modifications de l'indépendance jusqu'à nos jours (2020), voici sa structure actuelle:

### **III.1.1. La Banque d'Algérie**

Appelée aussi la banque des banques, la banque centrale de l'Algérie se retrouve à la capitale Alger. Suite à l'intervention de la loi sur la monnaie et le crédit elle est devenue l'autorité monétaire indépendante vis-à-vis de toute tutelle ayant un pouvoir considérable sur les banques commerciales ou investissements étrangers.

---

<sup>29</sup> Le ministère de la finance.

La banque centrale a pour mission principale de maintenir les conditions les plus favorables pour une économie prospère .elle élabore aussi les conditions générales aux quelles les banques algériennes et étrangères doivent adhérer afin de se continuer et d y opérer .la banque d'Algérie est notamment charger de déterminer les normes que chaque banque doit respecter.

### III.1.2. Les banques publiques

Les banques publiques jouent un rôle très important dans le système financier. Selon Murdock et Stigliz (1993)<sup>30</sup> l'intervention du gouvernement pet être bénéfique et améliore les performances du secteur financier. En Algérie, il existe six banques publiques qui sont les suivantes :

- Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) ;
- La banque nationale d'Algérie (BNA) ;
- La banque extérieure d'Algérie (BEA) ;
- La banque de développement local (BDL) ;
- La banque de développement rural (BADR) ;
- La caisse nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP).

### III.1.3. Les banques privées

La création des banques à capitaux nationaux et étrangers a été rendu possible grâce à la promulgation de la loi 04-101990 modifiée par l'ordonnance 03-11 le 26 aout 2003.

Parmi les banques étrangères qui se sont implantées en Algérie, on retrouve : quatre banques françaises et une américaine. NATIXIS banque est la première qui a obtenu l'agrément auprès de la Banque d'Algérie en 2000, suivie par Société Générale (SGA) et BNP Paribas en 2002. En juin 2007 la banque Calyon obtient l'agrément d'ouvrir une filiale en Algérie. Vers la fin de l'année 2015, les filiales de BNP et société générale cherchent à atteindre 150 agences et 100 pour NATIXIS.

En plus des banques française et de la banque américaine Citibank, d'autres banques étrangères sont majoritairement à capitaux arabes et concentrées sur les activités de Corporate Finance se sont installées également en Algérie, à savoir : ARABE banking, corporation Algérie(ABC), la banque du GOLF(AGB), HOUSING Bank Alegria, TRUST Bank Alegria, ARABE Bank PLC Alegria.

---

<sup>30</sup>Stigliz J.(1993),The role of the state in the Financial market, World Bank Annual Conference on Development Economics, Washington

En somme, au sein d'un univers bancaire en évolution où la réussite repose sur la capacité à sélectionner, maîtriser les marchés, satisfaire les clients, l'intermédiation entre les agents à capacité de financement et les agents à besoin de financement, les banques subissent tous les effets de la complexité d'une telle relation. Avoir de l'argent comme produit, s'adresser à des fournisseurs qui peuvent être aussi des clients, voilà deux caractéristiques qui témoignent de la spécificité de l'activité bancaire. Toutefois, la transformation de l'environnement bancaire est accompagnée par l'évolution de la définition de l'institution bancaire et l'apparition de nouveaux types de banque. De ce fait, l'activité des banques s'est largement diversifiée et étoffée. On distingue désormais différentes et vastes activités bancaires qui commencent par les prestations offertes par le réseau des agences jusqu'au marché des capitaux, l'investissement, la gestion d'actifs et la gestion des titres.

Le système bancaire est indispensable pour le bon fonctionnement l'économie d'un pays. C'est ainsi que les outils et stratégies adoptées doivent être soigneusement étudiés avant d'être mise en œuvre pour assurer le bon fonctionnement du système.

En effet, l'Algérie s'est engagée dans un grand processus de réformes, en essayant à chaque fois d'innover et de modifier ces lois pour aboutir à des résultats efficaces, afin de s'intégrer dans ce nouvel environnement. Ce n'est qu'avec l'élaboration de la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit 14-04-1990 que des résultats ont vu le jour. Cette dernière (la LMC) a beaucoup apporté au système bancaire notamment en termes de l'autonomie de la banque centrale. Les principaux aspects qui ont caractérisé la modernisation du cadre réglementaire et institutionnel relatif à l'activité bancaire peuvent être résumés dans les points suivants :

D'abord, la modernisation du cadre réglementaire et institutionnel qui témoigne de la volonté des pouvoirs publics algériens à réformer, structurer et libérer le secteur bancaire algérien. Ensuite, la modernisation du cadre fonctionnel que ce soit au niveau opérationnel (efficacité des systèmes des paiements, efficacité du système d'information, notamment le système comptable,...) ou que ce soit au niveau managérial (politique de collecte de ressources très actives, souplesse dans les politiques d'octroi des crédits, des taux d'intérêt modérés, gains de productivité,...) conduisant souvent au développement du taux de la bancarisation, au développement de la fonction d'intermédiation, à la diversification des offres.

En générale, la modernisation de l'aspect réglementaire relatif à l'organisation de l'activité bancaire a certainement conduit à l'amélioration du dynamisme au sein du secteur bancaire algérien. Cependant, cela reste insuffisant par rapport au Maroc et à la Tunisie. L'Algérie enregistre les taux les plus faibles en termes de nombre des acteurs bancaires et financiers opérant sur son territoire. Et cela, en termes de diversification de statuts des acteurs, de diversification de produits et services, de niveau de la bancarisation et de densité du réseau bancaire.

Pour beaucoup de spécialistes, ce constat est le résultat d'une réforme inachevée due amplement à un manque de vision de la part des pouvoirs publics algériens. La modernisation du volet réglementaire relatif à la fixation des conditions de banque a certes amélioré le fonctionnement des banques publiques, particulièrement en ce qui concerne l'allocation des ressources monétaires mais cela demeure insuffisant. Beaucoup de grands solvables clients quittent les banques publiques au profit des banques privées vu la qualité de leurs services<sup>31</sup>.

Dans le prochain chapitre intitulé « les dispositifs de digitalisation bancaire », nous allons aborder de façon détaillée les différents dispositifs et outils que les banques traditionnelles déploient pour innover et se transformer.

---

<sup>31</sup> ARROUDJ Halim, (2010) Op Cit. Pp 566-567.

# *Chapitre II*

## *Les dispositifs de digitalisation bancaire*

## **Chapitre II : Les dispositifs de digitalisation bancaire**

Durant les deux dernières décennies, le secteur financier, notamment les banques, ont subi des transformations majeures, quant à leur offre qui est diversifiée et aux moyens et technique utilisés. La révolution s'accompagne de renaissance, en effet, la révolution technologique qui se produit dans le secteur bancaire donne naissance à une nouvelle forme de banque. Les banques dites traditionnelles ou encore connues sous le nom de vieilles banques cèdent leur place pour l'apparition d'une nouvelle banque plus souple, plus proche de son client. Une banque avec des procédures moins complexes mais qui conserve ces points de force à savoir la sécurité, la fiabilité et la confiance<sup>1</sup> Ces banques proposent de plus en plus des services exclusivement en ligne grâce à internet et le développement des applications dédiées pour les différents produits et services bancaires.

Ce chapitre sera dédié à mieux comprendre le processus de digitalisation des banques, tout en évoquant l'importance des canaux de distribution, les apports ainsi que les risques de la digitalisation sur la banque et sa relation avec le client.

### **Section I : Cadre conceptuel sur la digitalisation bancaire**

La banalisation des technologies au sein des entreprises ont pour vocation l'amélioration du secteur de leurs activités, et d'accroître leurs profits. Une entreprise techno phobique qui n'accepte pas l'évolution de la technologie se retrouve vite éliminée par les autres concurrents. Dans cette section, on va aborder, dans un premier temps l'aspect conceptuel de quelques éléments clés de notre étude tels que la digitalisation, E-banking...etc. Dans un deuxième temps, on va définir les techniques de digitalisation réussies.

#### **I.1.Généralités sur les TIC**

Plusieurs acronymes sont utilisés par différents auteurs pour faire références aux technologies de l'information, par exemple (TIC) aux technologies d'information et de communication, (NTIC) aux nouvelles technologies informatique et communication, (NT) aux nouvelles technologies.

---

<sup>1</sup> Yves Eonnet et,Hervé Manceron (2018) ,Fin Tech: the bank strike back ,page 20

### I.1.1. Quelques définitions officielles

Selon le dictionnaire terminologique de l'office québécois de la langue française, les TIC sont définies comme un « *ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évoluées du multimédia et des télécommunications, qui ont permis l'émergence de moyens de communication plus efficaces, en améliorant le traitement, la mise en mémoire, la diffusion et l'échange de l'information* »<sup>2</sup>.

Selon l'approche de Martain et al, (1999)<sup>3</sup> les Tic se définissent comme étant « *toutes formes de technologies utilisées pour créer, enregistrer, manipuler, communiquer, échanger, présenter et utiliser les informations sous ses diverses formes (données, voix, images, présentations multimédias) et toutes les autres formes incluant celles qui ne sont pas encore créées* ».

Selon l'OCDE, les TIC comprennent toutes les activités qui facilitent la transmission, le stockage et permettent de produire, traiter et transformer l'information et la communication, en utilisant un procédé électronique<sup>4</sup>.

Les TIC sont définis comme « *la combinaison des technologies issues de l'informatique avec d'autres technologies apparentées, en particulier les technologies de la communication.* »<sup>5</sup>

Ou encore comme « *tous les moyens techniques utilisés pour traiter l'information et faciliter la communication, c'est-à-dire tous les équipements informatiques et de réseau ainsi que leurs logiciels* ».<sup>6</sup>

### I.1.2. Aperçue sur les TIC

Ces dernières décennies ont été marquées par un développement remarquable dans le domaine des technologies de l'information et de la communication.

Le tableau ci-dessous, nous montre que le changement apporté par ces technologies ont eu un effet cumulatif, c'est-à-dire qu'à chaque fois qu'une nouvelle technologie s'ajoute elle complète et permet d'innover la précédente et non pas la remplacer.

---

<sup>2</sup> L'office québécois de la langue française: <http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/>. Consulté le 11/02/2013

<sup>3</sup> Martin et al, « *Managing information technology: what managers need to know* » Prentice Hall, Upper Saddle, 1999, New Jersey.

<sup>4</sup> Tchameni Ngamo Salomon (2007), « *Stratégies organisationnelles d'intégration des TIC dans l'enseignement secondaire au Cameroun : Étude d'écoles pionnières* » thèse de doctorat, Université de Montréal, 2007, p.308

<sup>5</sup> L'UNESCO (2004, p.13)

<sup>6</sup> Commission Européenne, Glossaire : Technologies de l'information et de la communication [En ligne]. URL : [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Glossary:Information\\_and\\_communication\\_technology\\_\(ICT\)/fr](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:Information_and_communication_technology_(ICT)/fr)

Tableau N° 1: Evolution des technologies de l'information et de communication

	1970	1980	1990	2005
<b>Phase</b>	Automatisation	Intégration et transformation de l'organisation	Communication	Interaction et individualisation
<b>Innovation</b>	Ordinateur ; robot, machine	Ordinateur personnel	Internet (web1, 0)	Web2.0
<b>Caractéristique</b>	Accroissement du capital physique	Généralisation des outils bureautiques digitalisation et transformation des processus d'affaires	Globalisation du réseau informatique Standardisation des interfaces utilisées.	Connectivité des personnes et des objets. Individualisation et portabilité Ubiquité
<b>Impacte économique</b>	Gains de productivité	Gain de productivité Réduction des coûts de transaction internes	Gain de productivité Réduction des coûts de transaction internes et externes. Transformation de la chaîne de valeur.	Gain de productivité Réduction des coûts de transaction internes et externes. Transformation de la chaîne de valeur. Augmentation des bénéfices informationnels
<b>Exemple</b>	Fedex, Wal-Mart	IBM, Intel	Amazon, Dell, E BAY	Google, YAHOO Face book, MySpace

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

### I.1.3 Evolution des TIC et du E- banking en Algérie

C'est en 1991, qu'internet fait son apparition en Algérie par le biais de l'association Algérienne des Utilisateurs d'UNIX<sup>7</sup> et la collaboration de l'Association des Scientifiques Algériens (ASA) à travers une connexion avec l'Italie.

<sup>7</sup> UNIX est une famille de système d'exploitation multitâche et multiutilisateur.

En 1993, le CERIST, une structure universitaire publique devient l'unique fournisseur d'accès aux services Internet ou ISP (internet service provider) et était la seule école formatrice d'ingénieurs en informatique. Puis en 1995, Internet a pris un grand élan et une plus grande démocratisation. En 1999, l'exploitation d'Internet est réellement ouverte aux concurrents privés. En 2016, l'Algérie figure au bas du classement en Afrique du nord dans le rapport d'Union Information de Télécommunication (l'UIT), contrairement à la Tunisie et au Maroc qui sont classées 4<sup>ème</sup> et 2<sup>ème</sup> respectivement. Le rapport de l'UIT constitue un recueil de données et des analyses les plus fiables, il mesure le niveau global développement des TIC dans le monde.

En Algérie le secteur des télécommunications est en train de vivre de profonds changements mais très en retard par rapport à l'évolution de l'Internet dans le monde<sup>8</sup>.

Le développement des banques à distance, correspond à l'évolution des usagers et à des besoins auxquelles les banques traditionnelles ne peuvent pas répondre. Par exemples les horaires d'ouvertures qui sont fixées par les banques traditionnelles génèrent l'insatisfaction des clients. Pour remédier, l'Algérie un pays en voie de développement, tente de faire son rattrapage en intégrant des technologies afin de permettre une plus grande rentabilité pour notre économie.

En effet, En 2017, lors d'un atelier organisé pour discuter la digitalisation des banques algériennes le ministère des finances, Abderrahmane Raouya, déclare que quatre banques publiques (BDL, BADR, CNEP et BEA) ont presque finalisé la modernisation de leurs systèmes financiers en attendant la concrétisation de la même opération par la BNA et le CPA. La banque étrangère privée BNP Paribas El Djazair, a elle aussi lancé une première en Algérie, en inaugurant la première agence digitale, sans guichets, disponible 24 h/24 et 7j /7.

Le ministre a ensuite abordé les mesures de la loi de finances (LF) 2018 qui portent sur prioriser les réformes de digitalisation bancaires et la généralisation des E-paiements, la loi oblige aussi les commerçants algériens de se procurer d'un terminale de paiement électronique avant 2019 ce qui va permettre la diminution de la circulation de la monnaie et favoriser l'utilisation des cartes interbancaire (CIB).

## **I.2. Cadre conceptuel sur l'E-banque**

C'est à la base des transformations digitales, et évolutions des TIC que se constituent les fondements de la banque à distance, banque digitale ou la banque en ligne, les termes et les définitions varient d'un auteur à un autre.

---

<sup>8</sup> Contribution de l'Algérie à la première réunion du Comité de préparation (PrepCom-1) du Sommet mondial de la Société de l'Information Genève, du 01 au 05 Juillet 2002.

### I.2.1. Quelques définitions officielles sur la transformation digitale

Selon (Ettien, Peron, 2018), « *La transformation implique un cheminement qui sert à identifier, mobiliser et organiser les ressources pour partir d'un point pour aller à un autre* ».

Elle est considérée également, selon (Bos, 2018), comme « *l'adoption des compétences technologiques facilement accessibles qui transforme la réactivité de l'organisation face aux changements du marché* ».

Pour (David F., 2018), « *Les transformations liées au numérique sont en première approche de trois ordres, l'automatisation pour la reproduction mécanique d'une séquence d'actions à l'aide d'un programme, la dématérialisation pour le remplacement de supports matériels par des fichiers informatiques et la désintermédiation pour la suppression des intermédiaires rendue possible avec le numérique* ».

- **La Dématérialisation** : c'est la substitution d'un produit physique déjà existant, par un produit qui n'a aucune existence physique<sup>9</sup>.
- **L'automatisation** : consiste à gagner en efficacité opérationnelle, à aller plus vite et tout faire dans un temps record.

On déduit de ces définitions que la transformation digitale est le résultat des innovations et inventions technologiques.

### I.2.2. Quelques Définition du E-banking

La transformation digitale au sein de la banque est définie « *comme une révolution des pratiques, l'automatisation et la simplification des processus : vers une accélération et optimisation des flux d'échanges internes, et ceux entre la banque et ses clients ou partenaires, la digitalisation constitue un vecteur de création de valeur et d'opportunités commerciales* »<sup>10</sup>

La banque à distance « *est une banque qui offre un ensemble de services bancaires par voie électronique, et donc essentiellement, par internet .une banque à distance permet ainsi , à ses client, d'assurer la gestion d'un compte bancaire avec des possibilités de consultation de compte de virement ,d'obtention de crédit ou encore d'investissement dans différents produits*

---

<sup>9</sup> Gilles de Chezelles, « *La dématérialisation des échanges (Hermès Science Publishing* », Lavoisier, 2007)

<sup>10</sup> Revue internationale de marketing et management stratégique, volume 1, n, janvier- mars 2019page 202.

financiers »<sup>11</sup>.

Copulsky ET Wolf (2007), ont défini l'E-banking comme: « *Les opérations bancaires par Internet est un terme qui implique l'utilisation des ordinateurs, donc une livraison automatique par voie électronique comme "Internet banking", et tient compte également d'autres dispositifs possibles comme le mobile " Mobile-banking ", les téléphones, les télévisions numériques "TV-banking"... etc.* »<sup>12</sup>.

La banque électronique peut également être définie comme variété de plates formes suivantes <sup>13</sup> :

- Service bancaire par internet (ou la banque en ligne).
- Service bancaire par téléphone.
- La banque par ma télévisions.
- Pc banking (hors banque).
- (l'automate Teller machine) canal ATM.

DINIZ (1997), il qualifie l'E-banking de « *service fourni par plusieurs institutions financières permettant de mener des transactions bancaires via Internet, et ce, en utilisant un moyen comme le PC, le téléphone, Minitel, ou autres* »<sup>14</sup>.

Cela dit, les auteurs présentent deux définitions sur l'internet banking qui comportent une légère nuance, entre ceux qui la définissent comme des banques traditionnelles qui offrent des services en lignes, alors que pour certains ce sont des banques exclusivement en ligne et qui n'ont pas d'existence physique.

On constate que grâce aux banques électroniques, on peut consulter les différentes caractéristiques des produits et services mis en ligne, ce qui facilite la comparaison et nous permet de choisir le produit que nous jugeons meilleur, comme elles favorisent la concurrence et permet aux banques de pénétrer dans de nouveaux marchés.

## **Section II : Les outils de digitalisation et l'amélioration des services bancaires**

Améliorer les performances des services bancaires passera nécessairement par

---

<sup>11</sup> Revue banque.fr

<sup>12</sup> Copulsky, J.R. et Wolf, M.J. 1997. « *Relationship Marketing: Positioning for the future* ». Journal of Business Strategy.

<sup>13</sup> Mahdi,S et Mehrdad,A(2010) "E-Banking in Emerging Economy :Empirical Evidence of Iran

<sup>14</sup>DINIZ, E. (1998), « *Web Banking in USA* », Journal of Internet Banking and Commerce, vol.3, n°2

l'utilisation des outils digitaux. Il est important d'utiliser de nouvelles méthodes et de nouvelles techniques pour mieux répondre aux attentes des clients.

## **II.1. Les outils de gestion de l'information**

### **II.1.1. Le Blockchain**

Le Blockchain est une technologie qui est apparue en 2008 avec l'apparition du bitcoin, c'est une technologie qui permet de stocker et transmettre les informations. Une blockchain constitue une base de données qui retrace l'historique de toutes les transactions et échanges effectuées depuis sa création. Elle est sécurisée et distribuée sans intermédiaires.

Le fonctionnement du blockchain nécessite une crypto monnaie (monnaie programmable). Les transactions effectuées entre les utilisateurs du réseau sont regroupées par blocs. Chaque bloc est validé par les nœuds du réseau appelés les « mineurs ». Une fois le bloc validé, la transaction est alors visible pour le récepteur ainsi que l'ensemble du réseau.

Les champs d'exploitation sont vastes, la technologie blockchain, dans les banques rend les informations facilement disponibles et accessibles aux utilisateurs qui sont sur le réseau, et permet le développement des applications dans le domaine monétaire.

On peut classer l'utilisation de la blockchain en trois catégories :

- Les applications pour le transfert d'actifs (utilisation monétaire, titres, votes, actions, obligations...).
- Les applications de la blockchain en tant que registre : elle assure ainsi une meilleure traçabilité des produits et des actifs.
- Les smart contrats sont des programmes autonomes qui exécutent automatiquement les conditions et termes d'un contrat, sans nécessiter d'intervention humaine une fois démarrés.

### **II.1.2. Le Big data**

Le big data signifie méga donnée, grosse donnée ou donnée massive, il désigne un

ensemble très volumineux de données qu'aucun outils classique de gestion de base de données ou de gestion de l'information ne peut travailler.

Les géants du web étaient les premiers à déployer de cette technologie, cette dernière permet d'optimiser les business modèles déjà existant. C'est le cas en matière de gestion des risques et des fraudes, d'optimisation marketing ...

Cette technologie est une véritable révolution dans les offres bancaires, grâce à cet outil les offres deviennent automatisées et personnalisées ce qui permet une nouvelle relation à distance, centrée sur l'automatisation intelligente, cette dernière bouleverse ainsi les standards du marché en bousculant les modèles de la finances traditionnels grâce à l'exploitation et au traitement d'une grande quantité variée des données clients en temps réels.

Le Big data possède les caractéristique 3V suivante :

- **Le volume de donnée** : La taille de donnée générée tout les jours, est de plus en plus importante (plus de 2 milliards de personne connectée fin 2011,200 millions de capteurs intelligents en 2014, 12 million de tweets par jour)<sup>15</sup>
- **La vitesse ou vélocité** : cette notion de vélocité implique la rapidité du traitement afin de satisfaire l'utilisateur et aussi la rapidité de la production des données.
- **La variété** : plusieurs données proviennent d'une multitude de sources de banques, de réseaux sociaux, du smart phone et des objets connectés....etc.

### II.1.3 Le Cloud computing

En français, le cloud computing veut dire l'informatique en nuage, il correspond à l'accès des services informatique via internet à partir d'un fournisseur, son objectif est de lier les outils informatiques et de les faire connectés à distance.

Le Cloud d'entreprise est un cas spéciale d'utilisation du Cloud computing, il permet aux entreprises de bénéficier d'avantages compétitifs de stockages et de réduire leur coût en améliorant la collaboration « client et banque ». En Europe, les banques placent de grands

---

<sup>15</sup> Source capgemini ,2012

espoirs dans le Cloud afin de moderniser leurs infrastructures.<sup>16</sup>

Malgré les avantages innombrables que peuvent offrir ces outils technologiques ,soit les outils Big data , BlockChain et le Cloud qui permettent le traitement et le stockage de données massives avec une grande rapidité ,l'aversion et la peur des mutations digitales demeurent présente à cause des contraintes de sécurité et la confidentialité des données financières .

## **II.2. Les outils de distribution multicanale**

Pour être plus proche des particuliers et pour permettre aux clients de bénéficier des services bancaires n'importe où et n'importe quand, les banques multiplient les points de contact avec leur clientèle à travers une stratégie multicanle.

### **II.2.1. Les canaux virtuels**

Les canaux de contacts utilisés reposent sur une communication unidirectionnelle (qui mobilise les grands médias) ou une communication interactive (qui repose sur des canaux classiques du marketing direct : Internet, service consommateur, mailing...)<sup>17</sup>

#### **❖ Les ATM**

Un automate bancaire est un appareil électronique situé à l'intérieur ou à l'extérieur d'une banque ou dans les lieux publics. Il permet de réaliser des opérations bancaires de base telles que les dépôts et les retraits d'espèces, les transferts de fonds, l'impression des relevés de compte ou encore d'imprimer des factures, on distingue :

- Les distributeurs automatiques de billets(DAB)
- Les guichets automatiques bancaires (GAB)

Pour l'utilisation de ce dernier, une carte de guichet automatique et un code PIN personnel sont nécessaires.

#### **❖ Les tablettes et le smart phone**

---

<sup>16</sup> <https://www.les-echos.fr/finance-marche/banque-assurance/pourquoi-le-Cloud-est-un-casse-tete-pour-les-banque-1122164>

<sup>17</sup> Helfer Jean-Pierre, Michel Géraldine, la stratégie de contact multicanal : opportunité, risque et facteurs de Succès, IAE de Paris, Sorbonne Graduate Business Shcool, page 4.

Le canal téléphonique était, est et demeurera encore un moyen de contact privilégié entre les banques et leurs clients. C'est d'ailleurs pour cela que les banques ont fortement investi dans ces plateformes téléphoniques, leur but est de développer et d'assurer une relation client par téléphone fiable et de qualité. En s'appuyant sur les services vocaux interactifs (centre d'appel), ces établissements économiques gèrent plus facilement leurs appels avec leur clientèle.

Service interactif vocale (SVI) : Un serveur vocal interactif peut être physique, prenant alors la forme d'un serveur installé sur le site d'une entreprise. Les banques mettent en place SVI dans le but d'automatiser la gestion d'une partie ou l'intégralité des appels qu'elles reçoivent. Un serveur vocal interactif, interagit avec les appelants pour obtenir des informations sur les personnes ou le motif de leur appel.

« Les professionnels de la relation par téléphone le savent : l'interaction du téléphone n'est pas univoque, elle nous place dans des états intérieurs et des habitudes différentes selon que l'on émet ou on reçoit un appel ».<sup>18</sup>

Cependant, au cours de ces dernières années, les smart phones et la tablette numériques se sont répandus dans le monde entier à une vitesse impressionnante, accompagnée par une explosion des applications mobiles.

#### ❖ Le pc banking

La prise de conscience de l'importance de la banalisation des outils Informatique a conduit à une utilisation accrue des ordinateurs personnels à travers le monde entier. Le terme « PC-banking » est utilisé pour des activités bancaires traitées à partir du PC d'un client. Vers le milieu des années 80, les banques ont commencé à offrir ce genre de service, les clients pouvaient utiliser leurs ordinateurs personnels pour accéder à leurs comptes en s'abonnant à l'internet de leurs banques à l'aide d'un mot de passe<sup>19</sup>.

#### ❖ L'internet banking

Internet constitue un élément essentiel dans l'apparition ou l'émergence des banques à distance. En effet c'est grâce à internet que les banques ont réussi à élaborer un réseau de banque sans guichet ou banque directe, cette dernière offre une gamme de produits et services 7/7 avec des tarifs compétitifs. Ce type de banque offre la possibilité à ses clients de régler ou de

---

<sup>18</sup> FOURNEL Eric. (2003) : Orga Consultant. Distribution bancaire : Comment positionner le téléphone ? Banque Magazine n°647 /M

<sup>19</sup> Tahir Masood ,khan zafar and bashir khan and. (2008), "customer acceptance of online developing Economies", journal of internet banking and commerce, April vol 13 no. 1

s'informer à distance via internet sur les questions d'ordre financier. Aujourd'hui L'accès à internet et l'utilisation du web facilite le quotidien des ménages soit pour des transactions bancaire à distance soit pour des services de vente ou s'informer sur les réseaux sociaux... etc.

Les services par internet sont accessible par :

- Le micro ordinateur en ligne, Le téléphone mobile (technologie WAP, dont les utilisations sont limitées),
- Les bornes multimédia, et éventuellement les « PC de poche » (, Compaq, Palm, HP), qui offrent davantage plus de fonctionnalités que les téléphones mobiles.

### ❖ **L'Email canal**

Le courrier électronique est devenu indispensable, car il permet d'augmenter la rentabilité et améliorer les performances. Les logiciels élaborés sont puissants ils aident à la personnalisation de la relation banque client et le suivi des emails. Le courrier électronique est à la fois l'outil économique et l'application la plus productive avec la technologie internet. En réalité, une étude anglaise à démontré que les clients sont plus réceptifs et favorisent l'interaction par les emails que par les spots TV.

Pour les professionnels l'email leur procure plus d'avantages :

- Interaction personnalisée avec le client.
- Cibler les messages en fonctions des publics précis.
- Gérer les contacts.

### ❖ **Carte bancaire**

Une carte à puce contient généralement un microprocesseur à 8 bits intégré (une sorte de puce informatique) permettant la lecture, la protection et la modification des informations, une mémoire morte et une mémoire vive pour stocker les données et une interface entre la carte et un appareil capable de lire des données personnelles de l'utilisateur .

Le microprocesseur de la carte à puce représente une sécurité. Les cartes bancaires sont mise à la disposition auprès des clients par leur banque, cette carte est capable de régler de nombreux types de transactions .Par exemple : une personne pourrait faire des achats que ce soit directement en magasin ou en ligne et de retirer de l'argent aux guichets et aux distributeurs.

### ❖ L'E-chèque

L'E-chèque est la version électronique ou la représentation électronique du chèque papier. Ce dernier contient les mêmes informations et cadre juridique d'un chèque traditionnel. Il peut désormais être utilisé à la place du chèque papier pour effectuer toutes les transactions à distance grâce aux signatures électroniques<sup>20</sup>.

## II.2.2 Les inconvénients et les avantages des canaux virtuels

Ce tableau ci-dessous résume les apports et les limites des canaux virtuels dans les banques à distance :

**Tableau N°2 : Les avantages et les inconvénients des canaux virtuels**

Canaux virtuel	Avantages	Inconvénient
(DAB, Internet, canal téléphonique)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ L'accessibilité</li> <li>▪ Le gain du temps</li> <li>▪ La facilité d'utilisation</li> <li>▪ La capacité informationnelle</li> <li>▪ L'utilité</li> <li>▪ La commodité</li> <li>▪ L'autonomie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Soucis lié à la sécurité</li> <li>▪ Le manque d'information</li> <li>▪ Manque de personnalisation</li> </ul>

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

## II.3. Amélioration du service bancaire

L'intégration des différentes technologies (Big data, BlockChain, canaux virtuels Cloud...) cités auparavant ont impacté positivement sur les offres bancaires, lui permettant ainsi la réalisation des effets levier :

### II.3.1. diversifier les modèles de revenu banque

Le Big data est un allié de choix en ce qui concerne le renouvellement du secteur bancaire. Les banques peuvent se réinventer ainsi que de maximiser leur profit par<sup>21</sup> :

<sup>20</sup> Signature électronique : est un mécanisme permettant de garantir l'intégrité d'un document électronique et d'en authentifier l'auteur par analogie avec la signature manuscrite d'un document papier.

<sup>21</sup> Source : tribune.fr, « comment le Big data peut aider les banques à reconquérir leur client »

### ✓ Proposer des offres commerciales dynamiques

L'analyse des données permet de cerner au mieux le client, d'établir un profil détaillé sur celui-ci en se basant sur ses comportements. De ce fait, à partir de cette approche les banques peuvent maintenant proposer des offres personnalisées à ses clients, en leur proposant des services sur mesure ou encore à la base de l'analyse de la fréquence de consultation des pages dédiées aux produits bancaires pour leur soumettre des offres spontanées et au bon moment.

### ✓ Commercialisation des données comportementales

L'un des leviers de croissance qu'offre la data stratégie aux secteurs de la banque est la vente de données provenant des interactions avec le client, l'exploitation de ces données peut être une véritable mine d'or.

### ✓ Optimiser les ventes à travers Cross selling et up selling

La mise en place d'une stratégie prédictive va permettre l'affinage de la connaissance du cycle de consommation client, en offrant une vue globale sur le comportement de ce dernier. Grâce à ses connaissances intensifiées les banques pourront répondre non seulement à leurs attentes actuelles, mais aussi anticiper leurs besoins futurs.

Ces analyses offrent la possibilité du développement des portefeuilles clients grâce à la méthode cross selling<sup>22</sup> et up selling<sup>23</sup>.

## II.3.2. Enrichir la gestion des risques

Les banques sont conscientes de l'ampleur que pourrait engendrer la perte des données du client, elle a donc investi dans les outils de gestion de risque afin de réaliser une sécurité accrue pour ses clients.

### ✓ Lutter contre les fraudes

La banque assure à ses clients une sécurité contre les attaques ou les fraudes sur les données ou transactions. Toutes les informations sont cryptées grâce à la technologie de

---

<sup>22</sup> Technique de vente associée qui consiste à proposer un produit qui peut être perçu pour le client comme étant complémentaire lors d'un achat

<sup>23</sup> Méthode par laquelle on propose aux clients un produit ou service légèrement plus chère que celui qui l'intéresse initialement

cryptage SSL (Secure Sockets Layers), que l'on pourrait traduire par (couche de sockets sécurisée) est un procédé de sécurisation des transactions effectuées via Internet.

Le standard SSL a été mis au point par Netscape, en collaboration avec Mastercard, Bank of Americana. Il repose sur un procédé de cryptographie par clef publique afin de garantir la sécurité de la transmission de données sur internet. Son principe consiste à établir un canal de communication sécurisé (chiffré) entre deux machines (un client et un serveur) après une étape d'authentification.<sup>24</sup>

### ✓ Optimiser les conditions d'octroi

Le secteur bancaire peut désormais offrir une vision globale sur le marché et le comportement client grâce à la modernisation des grandes quantités de données.

Ainsi l'intelligence artificielle, facilite le calcul des profils de risques, dont celui qui provient de l'octroi du client. Pour minimiser les risques de l'incapacité des usagers à faire face à leur engagement, les banques peuvent mettre en place un système de personnalisation du taux en fonction du profil de risque de chaque consommateur.

### Section III : La gestion de la relation client à l'ère de la digitalisation

Vers les années 1980, les études américaines ont porté sur l'importance de la gestion de la relation client (GRC), ou en anglais Customer Relationship Management (CRM), les études ont montré que fidéliser un client est cinq fois moins chère que d'en recruter d'autres.

Grâce à ce système l'entreprise peut tirer profit de toutes les interactions avec le client pour l'identifier au mieux et le connaître.

Les banques sont appelées à utiliser ces méthodes de gestion de la relation client afin de connaître les besoins de sa clientèle et répondre aux attentes de celle-ci, car ils représentent la source de revenu principale. Cette nouvelle démarche, permettra aux entreprises de gérer de plus près la relation client, ce qui va optimiser leurs performances commerciales.

Afin de mettre en évidence l'importance de la gestion de la relation client, on va développer le long de cette section pour mieux comprendre ce système.

---

<sup>24</sup> SSL (Secure Sockets Layers) <http://www.commentcamarche.net/contents/215-ssl-secure-sockets-layers#définition>

### III.1. Définition et utilité du CRM

Le CRM réfère à l'ensemble des outils, techniques et stratégies qui permettent aux entreprises de manager, gérer et d'enrichir leur relation clients par la segmentation et l'analyse de leur besoin.

#### III.1.1 Quelques définitions officielles

« Le CRM désigne l'ensemble de la démarche qui, à partir d'un entrepôt de données et d'applications logicielles spécifiques, permet de pratiquer du marketing ouvert (multipliant les points de contact) et relationnel avec ses clients dans le but d'augmenter la rentabilité de l'entreprise »<sup>25</sup>

Avec Internet, on parle d'e-CRM « constitué d'un ensemble des dispositifs mis en place sur Internet pour la gestion des relations avec les clients d'une entreprise »<sup>26</sup>.

Les objectifs de la gestion de la relation client sont de répondre à trois préoccupations, à savoir : fidéliser des clients, communiquer d'une même voix et écouter d'une même oreille, enfin automatiser et optimiser la productivité de l'entreprise (réduction des coûts)<sup>27</sup>.

#### III.1.2. L'utilité du CRM

La CRM accélère les performances commerciales en augmentant les marges, le nombre de commande et le nombre de clients. Il permet le pilotage des actions et des opportunités qui se présentent. La politique du CRM offre la possibilité aux entreprises de cerner les clients, et anticiper les besoins future de sa clientèle, de repérer les clients porteurs de valeur ajoutée et les fidéliser.

### III.2. Les fonctions et les types de CRM

On va commencer par la présentation des fonctions du CRM

#### III.2.1. Les fonctions

La gestion de la relation client est une discipline en plein expansion dans les banques. Le CRM leur permet donc de remplir la fonction suivante :

- **Connaissance du client**

Le développement d'une relation durable avec sa clientèle, nécessite une connaissance individualisée avec chacun de ses clients. L'historique de ses achats, ses moyens de

<sup>25</sup> C. DEUMERE «marketing. Aide-moi ». Op.cit, P 391.

<sup>26</sup> B. PERCONTE, « 50 fiches pour comprendre le marketing », Edition BREAL, Paris 2003, P10.

<sup>27</sup> 2 J. LENDREVIE et LINDON, « Mercator : théorie et pratique du marketing », op.cit, P 937

communication préférés, ses modes de paiement préférés, ses préférences et intérêts en termes de services, toutes ses données sont indispensables pour la création d'une relation personnalisée.

Le système d'information de l'entreprise ne doit contenir que les données contribuant à l'objectif du CRM et éliminer toute autre information inutile pouvant ralentir et alourdir le traitement de ces dernières.

- **Stratégie relationnelle**

Les entreprises qui se concentrent sur la réussite des transactions commerciales à court terme manifeste un intérêt limité pour la stratégie relationnelle.

Par contre, les entreprises qui développent une stratégie relationnelle avec leur clientèle sont celles qui s'intéressent au développement de la relation à long terme, alors ces dernières déploient plus d'efforts pour rentrer en communication avec sa clientèle, parmi les différentes catégories de clientèle, la banque privilégie et cible celle qui sont les plus intéressantes et les plus profitables.

- **Valeur individualisée**

La divulgation d'un véritable dialogue, permet aux banques de développer et de créer des services et des positions personnalisés. La banque peut en effet élaborer des services qui répondent parfaitement aux attentes des clients.

Cela pourra se faire, par exemple, à partir de « modules de service » pouvant être liés les uns aux autres pour former le service global conforme aux attentes du client.

### III.2.2. Les catégories de CRM

On peut distinguer trois catégories de CRM ;

- **CRM analytique**

Cette phase concerne l'analyse des données collectées tout au long de la gestion de la relation client. Elle permet d'exploiter les informations sur le client afin de le comprendre et d'anticiper son comportement à l'avenir. Appelé aussi Business Intelligence, contribue à la prise de décisions (segmentation de clientèle, structuration et évolution des gammes de produit ...).

- **CRM opérationnelle**

Cette stratégie se focalise sur les segments de la clientèle spécifique. L'objectif d'une stratégie opérationnelle est d'augmenter les bénéfices et d'accroître la satisfaction de la clientèle grâce à la mise en place des NTIC. En effet l'utilisation de ces différents outils optimise la rentabilité.

Le CRM opérationnelle et le CRM analytique sont complémentaires, le CRM analytique distribue les informations vers le CRM opérationnelle pour une connaissance plus affinée et plus efficace.

#### □ CRM collaboratif

Le CRM collaboratif permet aux équipes de l'entreprise de coopérer dans de meilleures conditions grâce à la mise en place de techniques qui leur facilitent la communication et assure une meilleure interaction entre la banque et ses clients.

### III.3. Le CRM technologique

#### III.3.1. La mise en place d'un projet logiciel

La mise en place d'un projet CRM passe par trois étapes : à savoir : l'automatisation ou informatisation du SFA, l'informatisation du service marketing et l'automatisation du service client.

- **Automatisation de la Force de Vente (SFA : Sales Force Automation)**

C'est l'ensemble des outils dont disposent les commerciaux qui permettent de structurer les données sur les clients. Ce procédé permet d'intégrer les informations commerciales dans le système d'informations de l'entreprise. La réussite d'un projet d'automatisation de la force de vente repose sur la performance marketing et surtout sur la compétence humaine.

- **Informatisation du service marketing**

Le développement d'outils d'analyse permet à ce service marketing de mieux cerner son marché et d'établir des listes pour la force de vente. C'est une étape relativement peu complexe mais il faut revoir toute l'organisation de l'entreprise et particulièrement les bases de données. Cette automatisation aide les responsables marketing à mieux connaître les différents segments de clientèle et à mesurer les résultats.

- **Automatisation du service client**

Elle concerne les deux services: Service avant vente et service après vente (SAV). L'automatisation a lieu à travers différents outils : Call Center, les sites internet. C'est dans cette étape que va se révéler la satisfaction client. Par ailleurs, il y a cinq grandes étapes par lesquelles passe la construction d'une base de données clients : l'identification, la segmentation, l'adaptation, l'échange et l'évaluation.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> LENDREVIE et AL, « Mercator. Théorie et pratique du Marketing », Op.cit.

### III.3.2. Les outils CRM

Parmi les outils technologiques du CRM, nous pouvons citer :

- **Le datawarehouse**

*« Cet outil permet de stocker une importante masse de données, qui n'auront jamais pu être faites, sans les nouvelles technologies. C'est une structure informatique dans laquelle est centralisé un volume important de données consolidées à partir des différentes sources de renseignements d'une entreprise (notamment les bases de données internes). L'organisation des données est conçue pour que les personnes intéressées aient accès rapidement et sous forme synthétique à l'information stratégique dont elles ont besoin pour la prise de décision »<sup>29</sup>*

- **Les datamarts**

*« La valeur ajoutée d'un entrepôt de données tient à la qualité des données qu'il contient. Il convient donc de ne l'alimenter qu'avec des données suffisamment fiables et cohérentes »<sup>30</sup>.*

- **Le datamining (extraction ou forage de données)**

c'est un processus d'analyse statistique et mathématique des données permettant d'accroître sensiblement le nombre d'informations qu'une entreprise possède sur ses clients, leurs tendances à mieux comprendre les comportements et donc d'aider à la prise de décision.

- **Le scoring**

Le scoring permet de noter et de classer la sensibilité des clients par rapport à une proposition commerciale donnée<sup>31</sup>. Il consiste à la suite d'un travail de fouilles de données, à établir un score par client qui permet de lui attribuer une probabilité de comportement : réponse à une action commerciale, risque de défection, etc.<sup>32</sup>

### III.4. Les avantages et limites du CRM

Le CRM impacte positivement mais aussi négativement sur les entreprises bancaires.

#### III.4.1. Les avantages

---

<sup>29</sup> www.journaldunet.com

<sup>30</sup> Jean Marc LEHU. Encyclopédie du Marketing. www.e-marketing.fr.

<sup>31</sup> IDEM

<sup>32</sup> 27C. DEUMERE, « Marketing. Aide-moi », Op.cit. P349.

La gestion de la relation client apporte de précieux bénéfices pour l'entreprise bancaire, elle permet :

- L'Augmentation de la rentabilité, économiser le temps et l'argent grâce à l'automatisation des traitements des informations.
- La fidélisation du client est un avantage car les coûts sont moindres que d'en recruter de nouveaux.
- La satisfaction des clients grâce à l'offre personnalisée et individualisée.
- Un bon système peut accéder facilement à l'historique et aux informations les plus pertinentes.

### **III.4.2. Les inconvénients**

Le CRM offre de nombreux avantages mais il n'est pas parfait. Selon des articles et des études voici quelques limites que présente le CRM :

- Des données peuvent être perdues si la base de données n'est pas maintenue correctement.
- La mise en place d'une solution CRM peut être séduisante, car elle permet de rationaliser les données, mais l'adaptation du personnel pour son utilisation peut prendre du temps.
- Le manque de maîtrise des outils CRM peut avoir des effets nuisant à la relation banque client (départ du client, dû à un harcèlement commerciale).

### **III.5. Les atouts et les enjeux de la digitalisation dans la banque**

La digitalisation des banques à apporter beaucoup d'avantages et d'opportunités au secteur bancaire et aux clients or cette dernière n'est pas sans risques, cette section tente de citer les avantages et risques les plus connus.

#### **III.5.1. Les avantage de point vue de la banque**

Les bénéfices qu'offre les services de banque en ligne sont nombreux, en effet cette interface simple est efficace procure une puissance incontestable permettant de donner une meilleur image de marque et une meilleure réactivité de marché. L'objectif principale de toute entreprise est de maximiser ses profits, la banque ne fait pas exception, l'intégration des technologies contribuent à la création de produits à forte valeur ajoutée.

### ❖ Le gain de temps

Il est connu qu'avec internet, le client peut désormais effectuer sa propre opération bancaire de n'importe où et n'importe quand .ce qui permet un gain de temps considérable pour les employés de la banque. Cette automatisation a pour résultat l'accélération du temps du traitement des opérations et efficacité.

### ❖ Des frais bancaires réduits ou presque inexistant

L'un des avantages les plus connu d'une banque en ligne est que les frais bancaire sont inférieurs à ceux des banques traditionnelles. La distribution des services bancaire par internet offre à la fois un nouveau canal de distribution et une diminution des coûts de service bancaire.

De plus, le développement rapide des technologies dans le secteur bancaire a permis aux banque une diminution très marquée des coûts d'acquisitions, de traitement, et de transmission de l'information, et de réduction des contrainte administratives, entraînant ainsi la baisse des dépenses et des charges supportées par la banque.

### ❖ Une extension géographique

La banque digitalisée dans sa propre nature, est basée sur l'intégration des technologies. Ces banques sont conçues de façon à s'étendre géographiquement. Grâce à internet il y'a une meilleure couverture nationale. En effet, les agents économiques peuvent intervenir sur le marché financier, à travers, des sites Web, effectuer des transactions financières sur internet, consulter les soldes et gérer leurs compte.

L'objectif de cette extension est que les différents services financiers soient à la portée de la clientèle .Une telle expansion de marché peut s'étendre en dehors des frontière nationales et touché l'internationale.

### ❖ Des services uniques

En matière d'innovation, les banques en ligne, développent chacune sa liste de service. De nos jours, et grâce au développement des TIC, on assiste à une large différenciation et variation des produits ce qui apporte aux banques de nouveaux avantages comparatifs.

En effet, grâce à l'implantation du réseau internet au sein du secteur bancaire, les produits et services financiers qu'offrent les banques aux clients sont de plus en plus riches et ils se caractérisent par la nouveauté, la diversité, la différenciation, la personnalisation et la qualité. Le réseau internet permet à la banque de cerner les exigences client d'une manière à être prête à répondre à tout leur besoins facilement.<sup>22</sup>

#### ❖ **Gestion de la relation client**

Autre gros avantage de la banque en ligne, est la gestion et le contrôle de la relation client à distance. En effet les TIC ont largement avantagé la relation de la banque avec le client.

Avec la transformation digitale, l'open Bank est une opportunité qui permet à mieux connaître son client. Ce qui favorise la personnalisation de la relation, et l'optimisation de l'expérience client par la possibilité de mieux répondre à ses attentes et à ses besoins spécifiques.

### **III.5.2. Les avantages du point de vue du client**

Il n'y a pas que la banque qui a bénéficié des bienfaits de la digitalisation même le client en tire profit.

#### ❖ **Gain de temps**

L'un des avantages les plus importants du point de vue du client, est l'économie du temps grâce l'automatisation du traitement des services bancaires.

- Une disponibilité 24h sur 24, disparition des conditions liées aux heures et aux jours d'ouverture des agences bancaire. Le client peut réaliser ses opérations à n'importe quel moment.
- L'internet réduit l'importance du facteur géographique. Le client a donc la possibilité de réaliser ses opérations bancaires rapidement et aisément sans devoir se déplacer.

#### ❖ **Facilité d'utilisation**

La banque en ligne donne la possibilité au client d'effectuer ses propres opérations

bancaires par le moyen qui leur convient. Les clients peuvent désormais garder toujours un contrôle sur leur compte qu'avec quelques clics faciles et rapides à réaliser sur leur mobile ou tablette...etc.

#### ❖ Taux d'intérêt élevé

Lorsqu'une banque est entièrement en ligne avec ses services, alors la réduction de l'infrastructure et les frais généraux entraînent une augmentation des taux d'intérêt des comptes d'épargne et une baisse des taux de prêt et d'hypothèque au profit du client.

L'évolution des technologies, au sein du secteur bancaire, et la diversité des applications au fil du temps proposent un panel d'informations et de fonctions permettant une gestion complète au profit du client.

### III.5.3. Les limites de la digitalisation bancaire

Avec l'augmentation de l'utilisation des services bancaires en ligne, la menace du secteur bancaire augmente à un rythme effrayant.

Ce business est exposé à une forte agression, menaçant ainsi la protection et la sécurité des données du client<sup>33</sup>.

#### ○ Danger de confidentialité

La banque est l'un des domaines les plus risqués et les moins fiables, lorsque la protection des données du client est concernée. En effet il existe plusieurs techniques et mode de violation de la protection des données personnelles.

Les banques subissent des attaques, des logiciels malveillants internes peuvent menacer la sécurité des données de la banque. Par exemple communiquer des informations personnelles des clients à des tiers inconnus sans leur approbation, collecte des informations plus que nécessaires ou enregistrement incorrecte des données du client, perdre ces données pour des raisons de sécurité inappropriées.

---

<sup>33</sup> Gupta, Eecha, digitalisation of Banks, PDF, SYMBIOSIS centre for management studies NOIDA, 2016, page34

- **Risque opérationnel**

Ce type de risque est largement le plus associé aux banques numériques et le plus reconnue. Plusieurs des dangers peuvent résulter des faiblesses de mise en œuvre et la conception des systèmes des banques entraînant ainsi des traitements inexacts et non précis des transactions, compromettant dans l'intégrité de l'information, dans la protection et la confidentialité des informations et conduisant à l'interruption des systèmes et les échanges de la banque.

L'insuffisance technologique, la négligence des clients et les actions frauduleuses des employés deviennent une source potentielle de danger opérationnel qui provoque des pertes aux banques.

- **Risque de réputation**

Ce danger consiste à avoir des attitudes négatifs de la plupart des clients vis-à-vis de leurs banques ce qui entraîne une perte critique de financement ou des clients. De tels dangers surviennent d'activités qui entraînent une réelle perte de confiance générale des clients.

Les principales raisons de ce danger, peuvent être le système ou un élément qui ne tente pas de répondre aux attentes des clients, d'énormes lacunes du système, la violation de sécurité, informations insuffisantes sur les produits financiers ce qui conduit les clients concernés à arrêter d'utiliser certains articles et services financier ou carrément quitter leur banque.

- **Risque juridique**

Le danger juridique provient de la violation ou le non respect des lois, des réglementations ou des pratiques prescrites, ou lorsque les droits et les engagements légaux des différentes transactions ne sont pas bien établis. D'autres raisons de ces dangers juridiques sont l'incertitude ou le doute sur la légitimité de certains accords conclus à travers les médias électroniques ou les divulgations des données concernant la sécurité du client. Un client, qui n'est pas suffisamment informé de ses droits et engagements, ne peut prendre les mesures de précautions nécessaires dans l'utilisation des articles ou services bancaires sur internet, cela peut provoquer des échanges non désirés et des poursuites non souhaitées contre la banque ou d'autres approbations réglementaires.

- **Les fraudes électroniques**

Aujourd'hui la question de la protection du consommateur contre les fraudes est prépondérante, d'autant plus que l'on sait que le génie et l'imagination des fraudeurs est

sans limite. Au moment où les banques cherchent à développer leurs stratégies de digitalisation, la sécurité semblerait être une priorité importante pour gagner l'appui et la confiance de leurs usagers.

On distingue quatre types de fraudes<sup>34</sup> : les fraudes électroniques (hameçonnage, spyware, etc.) ; l'usurpation d'identité (fraude au président) et la fraude portant sur les chèques, ainsi que la plus connue et répandue, est les fraudes des cartes bancaires. Le chiffre global des cas de fraudes en France est important (376,6 millions d'euros en 2003)<sup>35</sup>.

La plupart des applications bancaires et financières sont les plus sujettes aux cyberattaques. La raison est évidente, avec l'argent étant l'objectif incontestable. Les fraudeurs sont connus pour être innovants dans leurs efforts pour siphonner des fonds, soit sous forme de gros montants par balle, et si ce n'est pas directement de l'argent, il y a toujours la menace de compromettre les données.

#### ○ **Le blanchiment d'argent**

La dématérialisation constitue un inconvénient puisque elle diminue les rapports humains entre le client et son conseiller et incite à la robotisation des relations ce qui favorise toutes sortes de délinquances comme par exemple le blanchiment d'argent. En effet le numérique complique le travail des banquiers qui doivent connaître en profondeur leurs clients à travers des contrôles plus stricts sur la capacité financière du client.

Ainsi les Etats qui ont décidé de lutter contre le blanchissement ont instauré le principe de KNC know your customer (connaissez votre client), en effet les banques sont tenues d'obtenir des informations pertinentes sur leur client pour se prémunir contre toute sorte de techniques de fraudes qui assurent une discrétion lorsque les blanchisseurs opèrent.

Le transfert électronique reste le moyen le plus choisi car, par cette technique, les malfaiteurs peuvent sortir rapidement les capitaux du pays d'origine de la contrebande puis ensuite rapatrier cet argent par virement dans leur pays d'origine, après la transformation rendant son utilisation légale. Ainsi en 1989, la création du Groupe d'Action Financière sur le blanchiment de capitaux (GAFI), composé d'une trentaine de pays membre environ, permet aux pays de coordonner leurs forces dans la lutte face à cette cause<sup>36</sup>. Afin de continuer à combattre ce fléau, le GAFI préconise « aux institutions financières d'accorder une attention particulière aux menaces de blanchiment des capitaux inhérentes aux technologies nouvelles ou en développement qui risquent de favoriser l'anonymat ».

---

<sup>34</sup> BOTTE François, BAFFET-BESNIER Audrey, le digital, booster de croissance et de création de valeur pour la banque de détail, ESIAM international business school ; 2015.

<sup>35</sup> Selon l'Observatoire de la sécurité des cartes de paiement.

<sup>36</sup> BOTTE François, BAFFET-BESNIER Audrey, le digital, booster de croissance et de création de valeur pour la banque de détail, ESIAM international business school 2015.

Au terme de ce chapitre et après avoir présenté les différents dispositifs et outils que les banques ont mis en place pour digitaliser leurs structures, on déduit que le client est un paramètre décisif dans les banques. Ces dernières évoluent proportionnellement aux évolutions et aux comportements de sa clientèle, dans le cas où la banque ne s'adopte pas aux différents changements affectant son environnement elle sera délaissée et remplacée.

Le facteur clé pour la réussite des banques est d'augmenter sa rentabilité par la satisfaction du client, pour ce faire la banque doit optimiser son expérience en offrant des services et produit de qualité et à moindre coût, développer des méthodes de fidélisations, valoriser et personnaliser la relation client.

Maintenant plus que jamais, les banques se doivent d'innover et investir dans le digital pour s'adapter aux nouvelles exigences des clients et proposer des offre attirantes et bénéfiques.

## *Chapitre III*

# *La digitalisation dans la banque algérienne, cas des banques de la wilaya de Bejaia*

## **Chapitre III : La digitalisation dans la banque algérienne, Cas des banques de la wilaya de Bejaia**

La révolution des nouvelles technologies et de l'internet a profondément bouleversé le secteur bancaire algérien et à donner naissance à une nouvelle forme de banque plus souple et plus proche au client.

La digitalisation bancaire se développe progressivement ainsi les banques sont de plus en plus équipées de matériels automatiques tel que les cartes à puces, les DAB, les GAB et les TPE ...etc.de plus en plus les banques sont spécialisées dans la fourniture des différents produits et services en ligne.

Dans ce dernier chapitre, on va présenter, d'abord, le secteur bancaire de la wilaya de Bejaia étant objet de notre étude. Ensuite, on va présenter un état des lieux sur les différents produits et services digitaux offerts par les banques publiques et les banques privées exerçant cette même wilaya. Et enfin, on va mener une comparaison entre ces dernières sur la base des résultats d'un questionnaire qui sera adressé à l'ensemble de ces banques.

### **Section I : Introduction au territoire et au réseau bancaire de la wilaya de Bejaia**

#### **I.1. Présentation de la ville de Bejaia**

La ville de Bejaia ou Bgayet en kabyle est l'une des villes de l'Algérie, elle était autrefois la capitale de l'état d'Al-Hammadin, sa superficie est de 3 261 kilomètres carrés<sup>1</sup>, et elle a été nommée par un certain nombre de noms, notamment : Perle d'Algérie, Salda et Bougie. En raison de sa situation géographique, Bejaia est considérée l'une des régions économiques polaires les plus importantes d'Algérie, notamment en raison de la concentration de nombreuses industries et de l'existence de l'un des principaux ports pétroliers et commerciaux de la Méditerranée. Bejaia possède également un aéroport international. Elle représente également le siège de sociétés agroalimentaires telles que l'Ifri et de groupes industriels tels que Cevital.

##### **I.1.1. Situation géographique**

Bejaia se situe au nord-est de l'Algérie dans la région de la Kabylie, elle est limitée au nord par la mer méditerranée, au sud par les wilayas de Bouira et de Bordj Bou-Arredj, à l'ouest par la wilaya de Tizi-Ouzou et à l'est par les wilayas de Sétif et Jijel.

##### **I.1.2. Structure administrative et économiques**

La wilaya de Bejaia<sup>1</sup> est constituée de 52 communes et de 19 Dairas, elle compte une population habitants de 941 110 (fin 2012)<sup>2</sup>. En tant que port commercial, pétrolier et de pêche, Bejaia a un énorme potentiel économique. Il existe d'autres infrastructures de base

---

<sup>1</sup> Voir <https://www.interieur.gov.dz>

<sup>2</sup> <http://decoupageadministratifalgerie.blogspot.com/2014/10/monographie-de-la-wilaya-de-bejaia.html>

permettant d'accéder facilement à toutes les zones, en particulier l'aéroport Abane.R, le réseau ferroviaire, divers réseaux de communication (téléphone, Internet), etc.

La ville de Bejaia bénéficie également de la production agricole dans la région de Kabylie à travers le rôle du marché local.

### **I.1.3. Tourisme et Artisanat**

Bejaïa est située au cœur de la région méditerranéenne et a mille ans, la longue et riche histoire attire de nombreux touristes. De plus, Bejaïa brille par son environnement naturel diversifié on citera Gouraya, le sommet des singes, les grottes magiques d'Aokas, les forêts d'Akfadou et d'Adekar, etc.

Côté artisanat, la ville bénéficie principalement de la production locale de vannerie, et de poterie. La ville de Bejaïa tente également d'utiliser sa magnifique côte méditerranéenne et son patrimoine historique pour développer le tourisme, Cependant, la plupart des touristes sont des Algériens ou des immigrants de la région.

## **I.2. Le contexte actuel du réseau bancaire de la wilaya de Bejaia**

Le réseau bancaire de la wilaya de Bejaïa est géré par quinze (15) banques commerciales qui se partagent le marché, six banques publiques (BNA, BEA, BDL, BADR, CPA, et CNEP) et neuf banques privées (la SOCIETE GENERALE, la NATIXIS, BNP PARIBAS, TRUST BANK, AL BARAKA BANK, HOUSING BANK, FRANSA BANK, BANK, ABC et AGB).

### **I.2.1. Les banques publiques**

Le secteur bancaire public comprend six (06) banques implantées sur le territoire de la wilaya de Bejaia, on cite :

- **BNA** : la Banque nationale d'Algérie, est la première banque commerciale nationale, elle a été créée le 13 juin 1966. Elle a achevé toutes les activités d'une banque universelle, elle était également chargée du financement agricole. Le capital de la BNA est de 150 milliards de dinars algériens (juin 2018)<sup>3</sup>.le réseau de la BNA compte actuellement 214 agence réparties sur le territoire national dont 6 agences a Bejaia.
- **BEA** : La Banque extérieure d'Algérie a été créée le 1 er octobre 1967. Son objectif principal est de promouvoir et de développer les relations économiques et financières entre l'Algérie et le reste du monde. Le capital social actuel de la BEA est de 230 Milliards DA<sup>4</sup>, son réseau d'agence compte 86 agences dont 2 agences à Bejaia.
- **CPA** : le crédit populaire d'Algérie a été créé en 1966, Sa mission particulière est de promouvoir le développement des secteurs de la santé et du médicament ainsi que plusieurs activités tel que l'hôtellerie, le tourisme, l'artisanat, la distribution, la commercialisation et le développement de plusieurs PME et PMI. Son capital est de

<sup>3</sup> <https://www.bna.dz/fr/a-propos-de-la-bna/presentation-de-la-bna.html>

<sup>4</sup><https://www.bea.dz/>

48 milliards<sup>5</sup>, Le réseau du CPA est composé de 150 agences<sup>6</sup> dont 6 agences sont implantées à Bejaia.

- **BADR** : La Banque de développement agricole et rural a été créée le 16 mars 1982. La banque a repris la fonction de la BNA de financer le secteur agricole tout en assurant sa fonction de collecte des ressources. Son objectif est de développer les activités de l'industrie agricole. Le capital de la BADR est de 54 milliards de DA<sup>7</sup>, Son réseau compte 321 agences réparties sur le territoire national dont 10 agences à Bejaia.
- **CNEP/BANQUE** : La Caisse National d'Épargne et de prévoyance créée le 10 octobre 1964. Elle n'a commencé ses activités qu'en 1966 et a obtenu trois missions principales, à savoir : La collecte de l'épargne, Le financement du logement, La promotion immobilière. Son capital social est de 46 milliards DA<sup>8</sup>. Elle couvre la totalité du territoire algérien, avec un réseau de 226 agences, dont 9 agences à Bejaia.
- **BDL** : La banque de développement local a été créée le 1985 à partir de la restructuration du CPA. Elle a spécialement pour mission de contribuer conformément à la politique de gouvernement, au développement économique et social des collectivités locales. Son capital social est de 36 milliards<sup>9</sup>, son réseau est composé de 155 agences au niveau national dont 5 sises a Bejaia.

### **I.2.2. Les banques privées**

Les seules banques privées existantes en Algérie sont des banques a capitaux privés<sup>10</sup>, on cite celles installées sur le territoire de Bejaia:

- **Société générale** : société Générale Algérie, détenue à 100% par le Groupe Société Générale (France) au capital social de 10 milliards DA<sup>11</sup>, est l'une des premières banques privées implantées en Algérie depuis 2000 avec le statut de banque universelle. Son réseau compte actuellement 91 agences réparties dans 31 wilayas, dont 6 agences à Bejaia. Elle propose des services bancaires diversifiés et innovants à plus de 450 000 clients particuliers, professionnels et commerciaux.
- **NATIXIS Algérie** : Natixis Algérie est une banque française agréée pour opérer en tant que banque universelle en 2000 au capital social de 10 milliards DA<sup>12</sup>. Natixis Algérie offre une gamme étendue de produits et services financiers aux grandes entreprises, PME-PMI, professionnels et particuliers Algériens. Le réseau Natixis Algérie couvre

<sup>5</sup> <http://bourse-dz.com/finance-augmentation-du-capital-social-des-banques/>

<sup>6</sup> <http://www.aps.dz/economie/96834-mohamed-dahmani-nomme-president-du-conseil-d-administration-du-cpa>

<sup>7</sup> <https://www.algerie-eco.com/2018/03/29/badr-banque-plus-de-30-nouvelles-agences-sont-en-cours-de-finalisation/>

<sup>8</sup> <http://bourse-dz.com/finance-augmentation-du-capital-social-des-banques/>

<sup>9</sup> <https://algeria20.com/2019/10/10/banque-de-developpement-local-bdl/#:~:text=La%20BANQUE%20de%20DEVELOPPEMENT%20LOCAL,36%20800%20000%20000%20DA>

<sup>10</sup> [https://www.researchgate.net/publication/276268740\\_guide\\_des\\_banques\\_en\\_algerie\\_Guide\\_banks\\_in\\_Algeri](https://www.researchgate.net/publication/276268740_guide_des_banques_en_algerie_Guide_banks_in_Algeri)

<sup>11</sup> <https://particuliers.societegenerale.dz/fr/mentions-legales/>

<sup>12</sup> <https://www.natixis.dz/>

les principales villes du pays avec 28 agences, dont une (1) agence est installée à Bejaia.

- **BNP PARIBAS** : BNP Paribas El Djazaïr est une Société Par Actions (SPA) dotée d'un capital de 20 milliards DA<sup>13</sup> filiale à 100% du Groupe BNP Paribas un leader européen des services financiers, exerce une activité de banque universelle, Elle couvre progressivement le territoire national, avec une implantation dans 19 wilayas à travers son réseau de 71 agences, dont 3 agences a Bejaïa
- **TRUST BANK ALGERIA** : C'est une banque agréementée par la loi algérienne et installée en Algérie en 2000 et a démarré son activité en avril 2003. Les actionnaires de cette banque sont principalement composés de sociétés à capitaux privés. Son capital est de 13 milliards DA(2018)<sup>14</sup>. Le réseau de la TBA compte environ 30 agences opérationnelles, couvrant les principales villes du pays dont une (1) agence est installée sur Bejaïa.
- **AL Baraka Bank of Algeria** : Elle a été créé le 20 mai 1991, c'est la première banque à capital mixte (public et privé) en Algérie spécialisée dans le prêt islamique (Banking islamique). Ses actionnaires sont BADR et le groupe d'Allah al baraka (Arabie saoudite), son capital est de 15 milliards DA en 2017<sup>15</sup>. elle possède environ 30 agences sur le territoire national dont une (01) a Bejaïa.
- **La Housing Bank Algérie** : HOUSING BANK ALGERIE, Filiale algérienne de la banque jordanienne, elle assure une gamme variée de produits destinés tant aux particuliers qu'aux entreprises. Elle s'appuie sur un capital social de 15 milliards DA<sup>16</sup>, elle possède 07 agences repartis sur quelques ville du pays notamment une (1) a Bejaia.
- **FRANSABANK El Djazaïr** : société par actions à capitaux mixtes majoritairement libanais, et dont l'Algérie détient 7% de son capital qui est de 20 milliards DA (2019)<sup>17</sup>, créée et agréementée en 2006, elle offre tous les produits et services d'une banque commerciale à vocation universelle a sa clientèle composée essentiellement de PME ainsi que de grands groupes nationaux et internationaux, son réseau couvre environ onze (11) ville avec une quatorzaine (14) d'agences notamment une (01) a Bejaia.
- **ABC** : Arab Banking Corporation-Algeria est la filiale d'Arab Banking Corporation Bahrein, parmi les premières banques internationales à s'implanter en Algérie, agréementée en 1998. Elle possède un capital de 3 milliards DA<sup>18</sup>. ABC accompagne les opérations financières et fournit des services de qualité à sa clientèle. Il a

<sup>13</sup> <https://www.bnpparibas.dz/mentions-legales/>

<sup>14</sup> [https://www.trustbank.dz/images/pdf/TBA-RapportAnn2018\\_FR.pdf](https://www.trustbank.dz/images/pdf/TBA-RapportAnn2018_FR.pdf), page 26

<sup>15</sup> <https://www.albaraka-bank.com/%d8%b9%d9%86-%d8%a7%d9%84%d8%a8%d9%86%d9%83/>

<sup>16</sup> <https://www.housingbankdz.com/index.php/fr/presentation/nous-connaître>

<sup>17</sup> <https://www.fransabank.dz/images/rapport-fransabank-2018-web.pdf>, page 11

<sup>18</sup> <https://www.bank-abc.com/world/Algeria/Fr/AboutABCNew/Financial/Pages/Investements.aspx>

l'intention de continuer à développer de nouveaux produits. Le réseau d'ABC-Algeria compte 25 agences dont une (1) à Bejaia.

- **AGB** : Gulf Bank Algérie est une banque de droit algérien, détenu par le groupe Kuwait Project Company, agréé en 2004, elle propose des produits bancaires classiques et des produits islamiques à ses clients, son capital est de dix milliards DA<sup>19</sup>, elle dispose d'un réseau de 61 agences dans toute l'Algérie dont deux (2) agences est installée à Bejaia.

### **I.3. Répartition du réseau bancaire de Bejaia**

Le déploiement du réseau bancaire montre à quel point la banque est proche des clients en fonction du nombre d'agences installées dans la région, ainsi que les caractéristiques de l'environnement concurrentiel. La proximité est un facteur de qualité et la concurrence incite les banques à mener une gestion de la qualité et à développer la relation client. Le tableau ci-dessous présente la répartition du réseau bancaire de Bejaia par banque et agence.

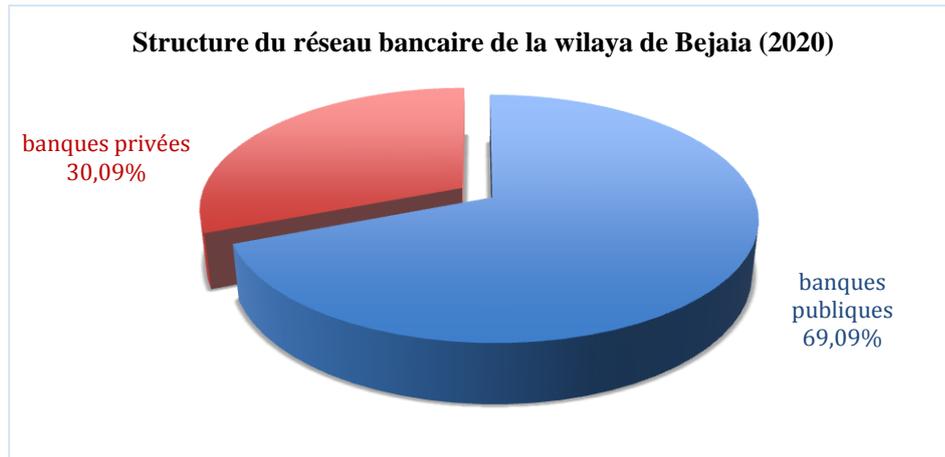
**Tableau N°03** : Répartition du réseau bancaire de Bejaia par banque et par agence (2020)

<b>Nom de la banque</b>	<b>Nombre d'agence</b>	<b>Le pourcentage (%)</b>
<b>banques publiques</b>		
BADR	10	18.18%
CNEP	9	16.36%
CPA	6	10.91%
BNA	6	10.91%
BDL	5	9.09%
BEA	2	3.63%
<b>Total banques publiques</b>	<b>38</b>	<b>69.09%</b>
<b>Banques privées</b>		
SGA	6	10.91%
BNP PARIBAS	3	5.45%
AGB BANK	2	3.64%
ABC BANK	1	1.82%
AL BARAKA	1	1.82%
FRANSA BANK	1	1.82%
HOUSING BANK	1	1.82%
NATIXIS	1	1.82%
TRUST Bank	1	1.82%
<b>Total banques privés</b>	<b>17</b>	<b>30.90%</b>
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Source : réalisé par nos soins

**Figure N°01** : Structure du réseau bancaire de la wilaya de Bejaia (2020)

<sup>19</sup> <https://www.ag-bank.com/index.php?act=view&id=155>



**Source :** réalisation personnelle à partir des données du tableau précédent

Le réseau bancaire de la wilaya de Bejaïa comprend 55 agences dont le réseau public domine le marché avec 38 agences représentant 69.09 % du total des agences, tandis que le réseau de banques privées est limité, avec seulement 17 agences, représentant 30.90% du total des agences du marché.

Le réseau de la BADR est le plus étendu, avec un nombre d'agences égal à 10, soit 18.18% du total des agences existantes dans la région de Bejaia. Son réseau d'exploitation est assuré par une direction régionale située au niveau du chef-lieu de la wilaya. La CNEP est représentée par 9 agences soit 16.36%, du total des agences existantes dans la wilaya de Bejaia. La BNA et la CPA possèdent 6 agences implantées sur le territoire de la wilaya de Bejaïa, représentant 10.91% du total des agences existantes. On termine par la BDL qui est représentée par 5 agences soit 9.09% et la BEA qui est composée de 2 agences soit 3.63% du total des agences.

Quant aux banques privées le réseau de la Société générale est le plus large par rapport aux autres banques privées avec 6 agences soit 10.91%, puis la BNP Paribas avec 3 agences soit 5.45%, ensuite l'AGB qui possède 2 agences soit 3.64% du total des agences, et la fin le reste des banques (ABC, AL BARAKA, FRANSA BANK, HOUSING BANK, NATIXIS, TRUST Bank) qui sont composées d'une (1) seule agence soit 1.82% du total du réseau bancaire privé de la wilaya de Bejaïa.

*Conclusion*

*Générale*

## **Conclusion générale**

Vers la fin des années 90 et avec la venue de l'Internet, le quotidien des individus et des entreprises a été caractérisé par de grands changements liés à l'apport sans cesse croissant de ce géant réseau de communication qu'est le Web. Avec cet outil, une révolution technologique s'en est suivie. Elle a permis de transformer radicalement les techniques et les modèles de travail dans tous les domaines, en particulier dans le domaine bancaire, qui est l'un des secteurs les plus réactifs en matière de progrès technologique et d'innovation et le plus utilisé pour les technologies modernes.

Aujourd'hui, la digitalisation est la révolution du siècle. Il est question de changements digitaux et dans tous les secteurs. Donc, forcément, les banques, en tant que secteur financier au cœur de l'économie, doit se digitaliser, se renouveler et se réinventer, afin de faire partie de cet écosystème.

L'adoption des banques de ces différentes mutations technologiques, a conduit à l'apparition de la banque à distance, ou encore digitale, en la poussant à la multi canalisation de la distribution de ces produits et services.

Le digital dans les banques est un nouveau processus qui sert comme outil de stratégie afin de se rapprocher des clients à travers les moyens du numérique (par exemple les DAB et GAB) et d'Internet(e-Banking et application mobile). Il permet également aux clients d'avoir accès à leur compte, d'effectuer des transferts et des encaissements d'argent, payer des factures et gérer leurs comptes ... etc, et cela avec un simple clic quel que soit le lieu ou l'heure. Cela représente un avantage essentiel pour les clients de nos jours qui sont ultra-connectés et qui apprécient le libre-service et qui sont en recherche permanente des produits personnalisés et compétitifs et surtout accessible à tout moment. Enfin, la digitalisation sert à modifier et améliorer les conditions de travail en interne.

Les banques qui optent pour la numérisation prennent conscience des risques internes qui peuvent survenir à l'avenir, ce qui est un gros pari pour l'avenir, Les banques ayant une utilisation numérique mature sont plus efficaces que les autres et peuvent augmenter leurs marges bénéficiaires, mais aussi plus exposé aux différents risques découlant de la digitalisation.

L'Algérie possède, aujourd'hui, tous les ingrédients pour porter un projet tel que la digitalisation des banques. L'autorité algérienne à l'instar des autres pays, a opté progressivement, dès le début des années 2013, à la mise en place de l'infrastructure nécessaire à la réalisation de ce service à travers, essentiellement, l'extension des services de la société Algérie télécom par internet via le biais de trois (3) techniques de E-paiement, à savoir : les chèques postaux « CCP », la carte « Edahabia » et la carte interbancaire « CIB ».

Cette volonté de digitaliser le secteur bancaire algérien est renforcée par plusieurs articles et lois, dont celle de 2018. Cette année devrait connaître des évolutions considérables en matière de digitalisation financière à la faveur de la modernisation des systèmes financiers

des banques publiques et l'application des mesures introduites par la Loi de finances de 2018<sup>1</sup>.

Toutefois, le développement de la digitalisation des services bancaires va se confronter au problème de l'absence de la signature électronique qui n'est pas encore reconnue en Algérie. Avec la 3G, la sécurité devient vitale d'où la nécessité de recourir à la signature électronique qui assure l'identification, l'intégrité et la confidentialité des données bancaires.

---

<sup>1</sup> Discours du ministre des Finances Abderrahmane Raouya.

# *Bibliographie*

**Les références bélinographiques**

**Ouvrages**

- AGLIETTA. Michel « La globalisation financière », CEPPII, l'économie mondiale 2000, Edition la Découverte.
- B. PERCONTE, « 50 fiches pour comprendre le marketing », Edition BREAL, Paris 2003, P10.
- BOURGUINAT. Henri, « Finance internationale », édition PUF, Paris, 1997.
- Copulsky, J.R. et Wolf, M.J1997. « *Relationship Marketing: Positioning for the future*».
- DEUMERE. C, « marketing. Aide-moi», 4eme Edition, Ed Dalloz, Paris 2003.
- DINIZ, E. (1998), « *Web Banking in USA* », Journal of Internet Banking and Commerce, vol.3, n°2 Economies”, journal of internet banking and commerce, April volume 13 no. 1Edition, Ed Economica, Paris, 1989.
- DUBOIS. P.L et JOUBERT. A, « Le marketing fondements et pratiques », 3eme Edition, Ed Economica, Paris, 1989.
- Gilles de Chezelles, « *La dématérialisation des échanges (Hermès Science Publishing* », Lavoisier, 2007).
- Henri. BOURGUINAT, « Finance internationale », édition PUF, Paris, 1997.
- J. LENDREVIE et LINDON, « Mercator : théorie et pratique du marketing », op.cit, P 937.
- Jo Caudron et Dado, Van Peteghem , Digital Transformation, « A Model to Master Digital Disruption », édition anglaise.
- LENDREVIE et AL, « Mercator. Théorie et pratique du Marketing », Op.cit.
- Mahdi, S et Mehrdad,A(2010) “E-Banking in Emerging Economy :Empirical Evidence of Iran.
- Martin et al, « Managing information technology: what managers need to know » Prentice Hall, Upper Saddle, 1999, New Jersey.
- Stigliz J.(1993),The role of the state in the Financial market, World Bank Annual Conference on Development Economics, Washington.
- Tahir Masood, Khan Zafar and Bashir khan, “customer acceptance of online developing journal of internet banking and commerce, 2008.
- YVES Eonnet et, Hervé Manceron, Fin Tech: the Back Strike bank (2018), page 20.
- ZONNLINGER Monique, LAMARQUE Eric. (2004) : « Marketing et Stratégie de la banque », édition Dunod Paris (2004).

### **Rapport, revue et publication**

- Atelier Professionnel : « La Banque à Distance : Enjeux et perspectives pour la compétitivité et la qualité des services bancaires », Conférence internationale ECIG, 19-20 octobre 2007 à Sousse (Tunisie).
- Commission Européenne, Glossaire : Technologies de l'information et de la communication [En ligne]. URL: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Glossary:Information\\_and\\_communication\\_technology\\_\(ICT\)/fr](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:Information_and_communication_technology_(ICT)/fr).
- DE BOISSIEU. Laurent, « Les innovations financières aux Etats unis », Revue de l'OFCE, 1983. Vo3, N°1, Pp101-119.
- FOURNEL Eric. (2003) : Orga Consultant. Distribution bancaire : Comment positionner le téléphone ? Banque Magazine n°647 /M.
- Journal officiel n°16 du 18 Avril 1990. p450-473.
- L'office québécois de la langue française: <http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/>.
- L'UNESCO (2004, p.13).
- LALALI. Rachid, « Globalisation financière, transformation de l'activité des banques et instabilité financière. Quel lien de causalité », Proposition au colloque international sur : crise financière internationale, ralentissement économique mondial et effets sur les économies euromaghrébines, Bejaia, 12- 13 Octobre 2009.
- Revue banque.fr
- Revue internationale de « marketing et management stratégique », volume N°(2019)
- Selon l'Observatoire de la sécurité des cartes de paiement.
- Source : tribune.fr, « comment le Big data peut aider les banque à reconquérir leur client ».

### **Dictionnaire et encyclopédie**

- BIETON et C.BOLLO, « Dictionnaire des sciences économiques », 2ème édition, ARMAND COLIN, Paris, 1995.
- Jean Marc LEHU. Encyclopédie du Marketing. [www.e-marketing.fr](http://www.e-marketing.fr).

## **Décret et loi**

- Article 106 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 13 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 58 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 68 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 78 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 80 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 83 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 88 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 95 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 98 de l'ordonnance 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Article 13 de la loi n°86-12 du 19 Août 1986 relative au régime des banques et au crédit.
- Article 13 de la loi n°86-12 du 19 Août 1986 relative au régime des banques et au crédit.
- LMC.

## ***Thèse, mémoire, et travaux universitaires***

- Aldwin Blanc, « Les Fin Tech sont elles une opportunité ou une menace pour les banques traditionnels ? », PDF, haute école de gestion, Genève ,18 aout 2017.
- ARROUDJ Halim, (2010) « *Réforme et modernisation du système bancaire algérien durant la période 1990-2010* ». Thèse de doctorat ; université d'Oron 2. P 258-259.
- BOTTE François, BAFFET-BESNIER Audrey, le digital, booster de croissance et de création de valeur pour la banque de détail, ESIAM international business school ; 2015
- David Fayon, Mesure de la maturité numérique des acteurs du secteur bancaire dans une perspective de transformation digitale, Thèse de doctorat de l'Université Paris-Saclay.
- Gupta, Eecha, digitalisation of Banks, PDF, SYMBIOSIS centre for management studies NOIDA, 2016, p34.
- Helfer Jean-Pierre, Michel Géraldine, la stratégie de contact multicanal : opportunité, risque et facteurs de Succès, IAE de Paris, Sorbonne Graduate Business Shcool, page 4
- Jean-Pierre Fouda Owoundi, « Evolution du système financier et pratiques informelles d'épargne et de prêt en Afrique centrale » ,2005.
- KHERCHI Hanya, « *L'évolution du système bancaire algérien sous les nouvelles règles prudentielles internationales* ». P. 45
- RAHLI. T, « Management bancaire dans l'otique marketing face aux mutations de l'environnement économique, cas de la CNEP banque ».

- Tchameni Ngamo Salomon (2007), "Stratégies organisationnelles d'intégration des TIC dans l'enseignement secondaire au Cameroun : Étude d'écoles pionnières" thèse de doctorat, Université de Montréal, 2007, p.308

### **Webiographie**

[www.journaldunet.com](http://www.journaldunet.com).

<https://www.wbenjamin.org/origine-et-histoire-de-la-banque-jusqua-notre-epoque/>.

[https://www.researchgate.net/publication/276268740\\_guide\\_des\\_banques\\_en\\_algerie\\_Guide\\_banks\\_in\\_Algeria](https://www.researchgate.net/publication/276268740_guide_des_banques_en_algerie_Guide_banks_in_Algeria).

<https://www.les-echos.fr/finance-marche/banque-assurance/pourquoi-le-Cloud-est-un-casse-tete-pour-les-banques-1122164>.

<https://www.bea.dz/>.

<http://www.bourse-dz.com/finance-augmentation-du-capital-social-des-banques/>.

<https://www.natixis.dz/Pau.fr> (canaux de distribution bancaire).

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

<https://www.algerie-eco.com/2018/03/29/badr-banque-plus-de-30-nouvelles-agences-sont-en-cours-de-finalisation/>.

***LISTE DES TABLEAUX ET  
FIGURES***

**Liste des tableaux**

Numéro de tableau	Titre	page
Tableau N°1	Evolution des TIC	32
Tableau N°2	Les avantages et les inconvénients des canaux virtuels	41
Tableau N°3	Répartition du réseau bancaire de Bejaia par banque et par agence 2020	63

**Liste des figures**

<b><i>Figure</i></b>	<b><i>Titre de figure</i></b>	<b><i>page</i></b>
Figure N°1	Structure du réseau bancaire de la wilaya de Bejaia (2020)	64

# *Table des matières*

**Table des matières**

<b>Introduction générale .....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre introductif : Le nouvel environnement de la banque.....</b>	<b>4</b>
<b>Section I: La transformation de l'environnement bancaire .....</b>	<b>4</b>
I.1. Les principales causes de transformation de l'environnement de la banque .....	5
I.1.1. L'avènement des nouvelles technologiques .....	5
I.1.2. Le phénomène de 3D (Désintermédiation, Déréglementation et Décloisonnement) ..	5
I.2. Les conséquences sur l'entreprise bancaire.....	6
I.2.1. L'apparition de nouveaux acteurs de la finance .....	6
I.2.2. L'accélération des innovations financières .....	7
<b>Section II: Les conséquences sur l'entreprise bancaire.....</b>	<b>8</b>
II.1. Le changement des métiers de la banque .....	8
II.1.1.Mutation du métier de gestionnaire de back office .....	8
II.1.2.Mutation du métier de directeur d'agence .....	8
II.1.3Mutation du métier du conseiller clientèle .....	8
<b>Premier chapitre : La banque et le système bancaire algérien.....</b>	<b>10</b>
<b>Section I : Généralités sur la banque. ....</b>	<b>10</b>
I.1.Origine et historique de la banque .....	10
I.1.1. La banque à l'antiquité.....	10
I.1.2. La banque au moyen âge.....	11
I.1.3. La banque de la renaissance au 19ème siècle.....	11
I.1.4. L'expansion bancaire du 20ème siècle .....	11
I.2. Définition de la banque .....	12

I.2.1. La signification étymologique.....	12
I.2.2. Selon les dictionnaires économiques .....	12
I.2.3. Définition juridiques « selon la réglementation algérienne » .....	12
I.3. Les fonctions de la banque .....	13
I.3.1. La banque en tant qu'intermédiaire financier .....	13
I.3.2. La banque en tant qu'offreur de service .....	13
I.3.3. La banque en tant qu'actionnaire .....	14
I.4. La typologie des banques .....	14
I.4.1. Les banque de dépôt (de crédit).....	14
I.4.2. Les banque d'investissement.....	15
I.4.3. Les banques d'affaires .....	15
I.4.4. Les banques universelles .....	15
I.4.5. La banque numérique (la banque de 3 <sup>ème</sup> millénaire).....	16
<b>Section II: Présentation du système bancaire algérien.....</b>	<b>16</b>
II. 1. Généralités sur le système bancaire .....	17
II. 1.1. Définition du système bancaire .....	17
II.2. L'évolution du système bancaire algérien .....	17
II.2.1LeSystèmebancairealgériendel'indépendance à 1985.....	18
II.2.1.1.La période de souveraineté nationale (1962-1966).....	18
II.2.1.2 La période de nationalisation des banques étrangères (1966-1970).....	19
II.2.1.3.La période de planification économique et financière (1970-1985).....	19
II.2.2.La période des réformes (1986-1988).....	20
II.2.2.1.La loi n° 86-12 du 19 Aout 1986 relative au régime des banques .....	21
II.2.2.2.La loi 88-01 du janvier 1988 relative à l'économie .....	21

II.2.3. La période de 1990 à nos jours .....	22
II.2.3.1. Les aménagements apportés en 2001 à la LMC.....	23
II.2.3.2 L'ordonnance 03-11 du 26 Aout 2003 .....	23
II.2.3.3. La période après 2003.....	25
II.3. Le projet de digitalisation des banques publiques .....	26
<b>Section III : Le système bancaire Algérien de nos jours.....</b>	<b>26</b>
III.1.1. La Banque d'Algérie .....	26
III.1.2. Les banques publiques.....	27
III.1.3. Les banques privées .....	27
<b>Deuxième chapitre :Les dispositifs de digitalisation bancaires.....</b>	<b>30</b>
<b>Section I : Cadre conceptuel sur la digitalisation bancaire.....</b>	<b>30</b>
I.1. Généralités sur les TIC .....	30
I.1.1. Quelques définitions officielles .....	30
I.1.2. Aperçue sur les TIC .....	31
I.1.3 Evolution des TIC et du E- banking en Algérie .....	32
I.2. Cadre conceptuel sur l'E-banque .....	33
I.2.1. Quelques définitions officielles sur la transformation digitale.....	34
I.2.2. Quelques Définition du E-banking.....	34
<b>Section II : Les outils de digitalisation et l'amélioration des services bancaires.....</b>	<b>35</b>
II.1. Les outils de gestion de l'information.....	36
II.1.1. Le Blockchain .....	36
II.1.2. Le Big data .....	36

II.1.3 Le Cloud computing .....	37
II.2. Les outils de distribution multicanale.....	38
II.2.1. Les canaux virtuels .....	38
II.2.2 Les inconvénients et les avantages des canaux virtuels.....	41
II.3. Amélioration du service bancaire .....	41
II.3.1. diversifier les modèles de revenu banque.....	41
II.3.2. Enrichir la gestion des risques .....	42
<b>Section III : La gestion de la relation client à l'ère de la digitalisation .....</b>	<b>43</b>
III.1. Définition et utilité du CRM.....	44
III.1.1 Quelques définitions officielles.....	44
III.1.2. L'utilité du CRM.....	44
III.2. Les fonctions et les types de CRM.....	44
III.2.1. Les fonctions.....	44
III.2.2. Les catégories de CRM.....	45
III.3. Le CRM technologique.....	46
III.3.1. La mise en place d'un projet logiciel .....	46
III.3.2. Les outils CRM.....	47
III.4. Les avantages et limites du CRM .....	48
III.4.1. Les avantage .....	48
III.4.2. Les inconvénients.....	48
III.5. Les atouts et les enjeux de la digitalisation dans la banque.....	48
III.5.1. Les avantage de point vue de la banque.....	48
III.5.2. Les avantages du point de vue du client .....	50

**III.5.3.Les limites de la digitalisation bancaire.....51**

**Troisième chapitre: La digitalisation dans la banque Algérienne ,cas des banques de la Wilaya de Bejaia**

**Section I : Introduction au territoire et au réseau bancaire de la wilaya de Bejaia.....58**

I.1 Présentation de la ville de Bejaia.....58

I.1.1Situation géographique .....58

I.1.2Structure administrative.....58

I.1.3 Structures économiques.....59

I.1.4 Tourisme.....59

I.1.5 Artisanat.....59

I.2 Le contexte actuel du réseau bancaire de la wilaya de Bejaia .....59

I.2.1 Répartition du réseau bancaire de Bejaïa ..... 62

**Conclusion générale.....65**

**Les références bibliographiques**

**Listes des tableaux et figures**

**Résumé**

## Résumé

Nous sommes une société consommatrice, où la génération d'aujourd'hui n'a jamais été si digitalisée et si assoiffé par l'innovation et les nouveautés dans tous les domaines, tout comme l'innovation dans le secteur bancaire. Avec la digitalisation et les progrès des technologies et la disponibilité d'internet les banques en ligne se démarquent des banques traditionnelles en efficacité et en rentabilité. A l'ère du client exigeant, l'innovation et l'intégration des nouvelles technologies Big data, Cloud, Blockchain, et l'adoption d'une stratégie multicanale s'avère indispensable pour satisfaire les exigences du client et rendre son expérience plus fluide. Suite à l'arrivée des nouveaux concurrents financiers l'existence des banques traditionnelles est menacée, elle fait face à deux choix disparaître et s'effacer ou s'adapter pour subsister, cette dernière se rend alors à l'évidence que l'intégration de ces technologies n'est pas un choix mais une nécessité est un besoin pour satisfaire et fidéliser sa clientèle, elle fournit des efforts dans le développement des TIC qui booste leur croissances et permettent à leurs clients de bénéficier de plusieurs avantages .

**Mots clés :** Banque en ligne, Client, Digitalisation, Technologie de l'Information et de la Communications.

## Abstract

We are a consumer society, where the generation of today has never been so digitalized and so thirsty for innovation and novelties in all fields, just like innovation in the banking sector. With digitalization and the advancement of technology and the availability of the Internet, online banks are setting themselves apart from traditional banks in terms of efficiency and profitability. In the age of the demanding customer, innovation and integration of new Big data, Cloud, Blockchain technologies, and the adoption of a multi-channel strategy is essential to meet customer requirements and make their experience more fluid. . With the arrival of new financial competitors, the existence of traditional banks is threatened, it faces two choices: disappear and fade or adapt to survive, the latter then realizes that the integration of these technology is not a choice but a necessity it is a need to satisfy and retain its customers, the traditional banks provides efforts in the development of ICT which boosts their growth and allows their customers to benefit from several advantages.

**Keywords:** Online banking, Customer, Digitalization, Information Technology and Communications.

نحن مجتمع استهلاكي، حيث لم يكن جيل اليوم رقمياً ومتعطشاً للابتكار والمستجدات في جميع المجالات، تمامًا مثل الابتكار في القطاع المصرفي. مع الرقمنة والتقدم في التكنولوجيا وتوافر الإنترنت، تميز البنوك عبر الإنترنت نفسها عن البنوك التقليدية من حيث الكفاءة والربحية. في عصر العميل المتطلب، يعد الابتكار والتكامل بين البيانات الكبيرة وتقنيات السحابة و Blockchain واعتماد استراتيجية متعددة القنوات أمرًا ضروريًا لتلبية متطلبات العملاء وجعل تجربتهم أكثر مرونة. مع وصول منافسين ماليين جدد، يصبح وجود البنوك التقليدية مهددًا، ويواجه خيارين: الاختفاء والتلاشي أو التكيف من أجل البقاء، ثم يدرك الأخير أن اندماج هذه البنوك التكنولوجية ليست خيارًا بل ضرورة لإرضاء عملائها والاحتفاظ بهم، فهي توفر جهودًا في تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مما يعزز نموهم ويتيح لعملائهم الاستفادة من العديد من المزايا.

لكلمات الرئيسية: الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، العملاء، الرقمنة، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.