

Université Abderrahmane Mira De Bejaia

Faculté Des Sciences Economiques, des Sciences de Gestion et des Sciences Commerciales.

Département des Sciences Economiques

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Economiques

Option : Economie Monétaire et Bancaire

Thème

La digitalisation des Services financiers :
Cas de la BNA agence « 356 »

Réalisé et Présenté par :

M^{elle} MERABET Saida

M^{elle} ZIDAN Lydia

Sous la direction de

Pr. NEMIRI YAICI

Promotion : 2020

Remerciements

Nous tenons à remercier

- ✓ *Avant tout, le bon dieu de nous avoir donné la volonté, le courage et la santé afin de réaliser ce modeste travail.*
- ✓ *Notre promotrice PR. NEMIRI YAICI-Farida pour avoir accepté de nous encadrer et pour ses orientations et ses conseils.*
- ✓ *Notre gratitude à l'ensemble du personnel de la Banque Nationale d'Algérie de la Wilaya de Bejaia agence « 356 », pour leur encadrement et le temps qu'ils nous ont consacré.*
- ✓ *Nos chers parents qui nous avons soutenues et encouragées*
- ✓ *Enfin, nous remercions toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à réaliser ce travail.*

Dédicaces

Je dédie ce mémoire à mes très chers parents pour leur grand amour, tendresse et encouragement pour réussir, que dieu les gardent pour moi ;

A mon chère frère Abdelatif ;

A mes chères sœurs Yasmína & Sarah ;

A mon petit ange Katia

A ma grande famille sans exception;

A tous mes chers (es).

Saída

Je dédie ce travail à mes parents ;

Mes frères Salim et Nabil ;

Mes sœurs Meriem, Souad et Monia ;

Sans oublié ma princesse Liliche ;

A toutes ma famille et Mes ami (es).

Lydia

Abréviations

- **AP** : Agence Principale
- **BADR** : Banque Agriculture de Développement Rural
- **BNA** : Banque Nationale d'Algérie
- **CA** : Conseil d'Administration
- **CIAS** : Connecte, Intelligent, Agile, Social
- **CIB** : Carte Interbancaire
- **CSSF** : Commission de Surveillance du Secteur Financier
- **DAB** : Guichet Automatique de Billet
- **D.I.P.M** : Division des Instruments de Paiement et de la Monétique
- **DRE** : Direction du Réseaux d'Exploitation
- **EDI** : Echange de Données Informatisées
- **GAB** : Guichet Automatique de Banque
- **GED** : Gestion Electronique des Documents
- **IA** : Intelligence Artificielle
- **IHIP** : Intangibilité, Hétérogénéité, Inséparabilité, Périssabilité
- **PME** : Porte-Monnaie Electronique
- **RIB** : Relevé d'Identité Bancaire
- **RMI** : Réseau Monétique Interbancaire
- **SATIM** : Société d'Automatisation et de Transaction Interbancaire et de Monétique.
- **TPE** : Terminal de Paiement Electronique
- **TPS** : Télévision Par Satellite

Liste des figures

- **Figure N° 1** : Représentation des périodes de l'information de la société
- **Figure N° 2** : Le Big Data (méga données).
- **Figure N° 3** : Le fonctionnement de la Blockchain.
- **Figure N° 4** : Les CryptoMonnaies
- **Figure N° 5** : Les quatre caractéristiques des services
- **Figure N° 6** : Le relevé d'identité bancaire
- **Figure N° 7** : Circuit simplifié du chèque
- **Figure N° 8** : Les étapes de la dématérialisation des documents
- **Figure N° 9** : Exemple de banques en ligne
- **Figure N° 10** : Exemple d'un GAB
- **Figure N° 11** : Exemple d'un TPE
- **Figure N° 12** : Organigramme de la BNA
- **Figure N° 13** : Organigramme agence principal et première catégorie
- **Figure N° 14** : Au recto de la carte bancaire
- **Figure N° 15** : Au verso de la carte bancaire
- **Figure N° 16** : Modèle de carte bancaire -BNA-
- **Figure N° 17** : La carte gold
- **Figure N° 18** : Statistique de carte CIB au sein de la BNA
- **Figure N° 19** : Situation des codes e-paiement
- **Figure N° 20** : Nombre d'abonnés par années.

Liste des tableaux

- ❖ **Tableau N° 1** : Différences entre les produits et les services
- ❖ **Tableau N°2** : Cartes CIB Classique/ Gold.
- ❖ **Tableau N° 3** : Situation des cartes CIB au sein de la banque BNA agence 356.
- ❖ **Tableau N° 4** : Codes e-paiement
- ❖ **Tableau N° 5** : Nombre d'abonnés au service e-Banking.

Résumé :

Le secteur bancaire est considéré comme l'un des secteurs les plus transformés numériquement. Pour les banques, la digitalisation est apparue comme une nécessité pour leur survie. Une véritable banque digitale est celle qui améliore l'expérience client, crée de nouveau écosystème, met en place des business modèles modernes dynamiques et non classiques. Pour les usagers, la digitalisation permet d'interagir directement avec leurs banques en vue de bénéficier d'un service public grâce à l'e-administration : c'est la dématérialisation des procédures, le développement d'offres de services en ligne, et de télé- service, le recours aux solutions d'archivage numérique, etc. c'est dans cette perspective que ce travail de recherche s'inscrit. Il fait le point sur l'état de la digitalisation des services financiers en Algérie avec comme étude de l'agence BNA 356.

Mot clés : Digitalisation, Banque Digitale, Business modèles, Dématérialisation, Service en ligne.

Abstract

The banking sector is considered one of the most digitally transformed sectors. For banks, digitalization has emerged as a necessity for their survival. A true digital bank is one that improves the customer experience, creates new ecosystems, implements dynamic modern business models and not classical ones. For users, digitization enables them to interact directly with their banks in order to benefit from a public service thanks to e-administration: it is the dematerialization of procedures, the development of online and teleservice offers, the use of digital archiving solutions, etc. It is in this perspective that this research work is being carried out. It takes stock of the state of digitization of financial services in Algeria with a study by the agency BNA 356.

Keywords: Digitization, Digital banking, Business models, Dematerialization, Online service.

ملخص

العالم المصرفي هو القطاع الذي احتل المرتبة الرابعة بين القطاعات الأكثر تحولا رقميا. في الواقع ، برزت الرقمنة كضرورة لبقاء البنوك ، بالإضافة إلى ذلك ، فإن البنك الرقمي الحقيقي هو الذي يحسن تجربة العملاء ، ويخلق نظامًا بيئيًا جديدًا ، ويضع نماذج أعمال حديثة وديناميكية وغير تقليدية. وبالتالي ، يتفاعل المستخدم مباشرة مع الهيئة الإدارية للاستفادة من خدمة عامة بفضل الإدارة الإلكترونية: إنها إزالة الطابع المادي للإجراءات ، وتطوير عروض الخدمات عبر الإنترنت ، والخدمات عن بعد ، واستخدام حلول الأرشيف الرقمية ... إلخ الهدف الأساسي لبحثنا هو في سياق رقمنة الخدمات المالية

الكلمات الرئيسية: الرقمنة ، الخدمات المصرفية الرقمية ، نماذج الأعمال ، إزالة الطابع المادي ، الخدمة عبر الإنترنت

SOMMAIRE

Remerciements.

Dédicaces.

Abréviation.

Introduction Générale.....01

Chapitre 1 : Les Banque Face A Leurs Transformation Digitale

Introduction.....05.

Section 01 : Bref rappel sur la banque traditionnelle05

Section 02 : La banque classique face au défi technologique.....09

Section 03 : Impact de la digitalisation sur la banque et ses clients.....15.

Conclusion.....23

Chapitre 2 : La digitalisation révolutionne la production des services bancaires

Introduction.....27

Section 01 : Généralités sur les services bancaires.....27

Section 02 : De la dématérialisation au digital.....35

Section 03 : La banque en ligne.....40

Conclusion.....46

Chapitre 3 : Etude des services digitaux de la Banque Nationale d'Algérie

Introduction.....51

Section 01 : Présentation de la BNA.....51

Section 02 : Les services digitaux de la BNA.....57

Section 03 : Analyse des données de stage.....68

Conclusion.....73

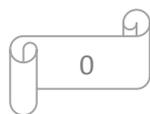
Conclusion Générale.....74

Annexe.

Bibliographie.

Table de matière.

Introduction Générale



« La révolution digitale va représenter une rupture de paradigme majeure pour l'ensemble de l'humanité. La distribution très massive du savoir et des techniques de santé, l'émergence de la robotique, le changement de dimension des Etats, sont quelques-unes des notions fondamentales qui seront appelées à changer le cours de l'humanité. »

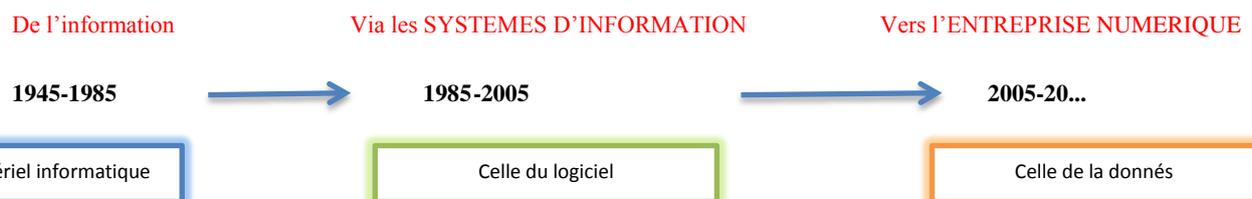
Gilles Babinet

Transformation des métiers, digitalisation des pratiques, numérisation des processus, digitalisation de la relation client, ce sont là autant de challenge qui impact profondément les économies modernes. Pour la première fois depuis la révolution industrielle, la diffusion de la technologie et de ces usages impacte au moins autant la personne dans sa sphère privée que le travailleur dans sa sphère professionnelle. **Nicolas colin** (2015) souligne que la crise de 2008 a joué un facteur d'accélération dans la transformation digitale outre les basculements numériques. En effet, la crise rend les marchés plus vulnérables aux nouveaux entrants numériques et disruptifs. Ces derniers proposent souvent mieux et pour moins chers avec des coûts de structure légers, d'où la nécessité pour les entreprise traditionnelles de devenir plus numériques.

Gilles Babinet entrepreneur et digital champion français d'une vraie révolution numérique et il estime dans son livre « l'ère numérique, un nouvel âge de l'humanité » qu'il s'agit d'une nouvelle étape de l'humanité après les révolutions agricole, industrielle et des services. Il distingue trois périodes significatives pour ce qui est de l'information de nos sociétés. Selon l'auteur, cinq mutations fondamentales vont bouleverser nos vies au cours de cette nouvelle révolution :

- Celle de la connaissance et les gains d'opportunité qui augmente le champ des possibles.
- Celle de l'éducation avec par exemple le phénomène des MOOC et de l'enseignement à distance.
- Celle de la santé, avec la force de nouveaux outils notamment pour l'aide au diagnostic.

Figure N° 1 : Représentation des périodes de l'information de la société



La digitalisation est marquée par une exceptionnelle vitesse de diffusion. Le caractère exponentiel de l'accélération du rythme des innovations distingue fondamentalement le numérique des révolutions technologiques précédentes. En effet, la société, aujourd'hui, est chaque jour de plus en plus digitale. Le débat entre les termes *numérique* et *digital* est loin d'être clos. L'académie française et les Québécois ont opté pour le terme numérique (dérivé du latin *numerus*, nombre), mais dans le même temps, le terme anglais digital (qui provient du latin *digitus*, doigt – digit désignant un chiffre) est utilisé dans le monde anglophone.²

Dans les usages, les deux termes sont utilisés, et chacun à ses partisans, *digital* étant davantage employé dans le monde du marketing et lorsque l'accent est porté sur les usages, alors que *numérique* revêt une connotation plus technique, même si son acception évolue lorsque on évoque les usages associés au numérique. En somme, le digital, pour le définir simplement a conduit les banques à enrichir leurs propositions de valeurs. A cet effet, les banques doivent se transformer afin de satisfaire les souhaits des clients.

La digitalisation est un synonyme de numérisation ou plus communément, tout ce qui se fait avec un support digital. Mais, ce concept va beaucoup plus loin que le simple fait de transformer des supports physiques en numériques pour être consultés sur un ordinateur, une tablette ou un Smartphone.

La transformation digitale également appelée transformation numérique se rapporte au processus qui permet aux entreprises d'adopter toutes les technologies digitales associées à leurs activités. Selon (Ettien, Peron, 2018), elle est considérée comme « l'adoption des compétences technologiques facilement accessibles qui transforme la réactivité de l'organisation face aux changements du marché ». Cette dernière est un concept très vaste.

Problématique

Le domaine bancaire est le secteur par excellence où la digitalisation devrait prendre son essor. Les banques conscientes de l'importance de cette transformation digitale, comme un accélérateur de la croissance et de la productivité, devront adapter profondément leur business model aux changements portés par l'internationalisation des marchés, l'avènement des canaux de distribution digitale et le changement du comportement des consommateurs afin de survivre et de rester compétitives. A l'ère du digital, les banques doivent lutter pour préserver leur valeur et leur pertinence dans un secteur qui évolue à vitesse croissante. En effet, beaucoup d'évolutions technologiques du digital ont ouvert le champ à de nouveaux acteurs, qui, parfois, ne sont mêmes pas issus du secteur bancaire.

Dans cette perspective, ce travail de recherche s'articule sur la problématique dont la question principale est la suivantes : *Quelle sont les stratégies de l'amélioration des services bancaires suivies au sein de la banque nationale?*

De cette problématique découlent les interrogations subsidiaires, à savoir :

- **En quoi les outils numériques peuvent-ils y contribuer ?**
- **Comment le développement du numérique a entrainé des changements importants dans le métier bancaire ?**
- **Enfin, quel est impact de la digitalisation sur le secteur bancaire et la nature de la concurrence ?**

Méthodologie de la recherche

Pour parvenir à cet objectif nous avons adopté une méthodologie qui compose deux (2) volets :

- L'étude théorique, entamé sur la base d'une revue bibliographique utilisant des ouvrages, des articles, mémoires et thèses, et sites internet.
- L'étude empirique qui consiste à faire un stage pratique qui nous permet d'étudier les services digitaux de la Banque Nationale d'Algérie « BNA »

Plan de travail

Afin de répondre aux questions posées et en fonction des données disponibles, nous avons partagé notre travail en trois (3) chapitres. Le premier présente la banque face à leur transformation digitale. Il présente en premier lieu les métiers de la banque et leur évolution (section 1), ensuite la banque classique face au défi technologique (section 2), enfin, l'impact de la digitalisation sur les banques et ses client (section 3). Le second chapitre s'intéresse à la révolution digitale dans la banque. On y trouve une synthèse descriptive des services bancaires (section 1), une approche de la dématérialisation (section2) et une présentation de la banque en ligne (section 3). Le troisième chapitre étudie la transformation des services financiers de banque publique (agence BNA 356).

**CHAPITRE 1 : LES BANQUES
FACE A LEUR
TRANSFORMATION
DIGITALE**

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

Introduction.

Depuis quelques années maintenant, le secteur bancaire en particulier, et le secteur financier en général, subit une vague de transformation portée par la diffusion d'Internet, des technologies innovantes (Smartphones, tablettes) et les nouveaux comportements des consommateurs. En dix ans, l'usage quasi universel d'Internet a conduit à la digitalisation de l'économie, phénomène qui constitue une véritable révolution pour les entreprises. Les activités financières, jusqu'alors réservées aux banques, sont en train de passer le cap de la digitalisation, et le marché est en train de se désintermédié à très grande vitesse.

Dans ce contexte en pleine mutation, les banques vont devoir se réinventer. Le digital a facilité l'apparition de nouveaux acteurs qui sont venus concurrencer les établissements financiers traditionnels. Cette concurrence s'est accélérée avec l'émergence des Fin Tech. Ces start-up spécialisées dans les technologies financières se concentrent généralement sur des offres de produits et services bancaires à faible réglementation et à fortes marges.

Section 1 : Bref rappel sur la banque traditionnelle

Une banque est une institution financière qui collecte des ressources monétaires et des ressources d'épargne et qui participe au financement de l'économie par le crédit et l'acquisition de titres ». ¹ D'un point de vue juridique, les banques sont des personnes morales qui effectuent à titre de progression habituelle et principalement les opérations décrites aux articles 110 à 113 de la loi N° 90-10 du Avril 1990 relative à la monnaie et le crédit.

1.1 Le rôle de la banque dans l'économie

a. Les banque reçoivent et gèrent les ressources des agents économiques

Les banques jouent le rôle d'intermédiaire financier entre les offreurs et les demandeurs de capitaux et ceci à partir de deux processus distingué ² :

- En intercalant son bilan entre offreurs et demandeurs de capitaux, c'est l'intermédiation bancaire.
- En mettant en relation directe offreurs et demandeurs de capitaux,

C'est le phénomène de désintermédiation.

¹ Dictionnaire d'Economie et de Sciences Sociales, 7^e édition Nathan 2006, PARIS, p.40

² Garsnault.P & Priami.S (1997) «La Banque Fonctionnement et Stratégie » édition Economica, PARIS, page 28

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

b. Les banques refinancent l'économie

L'économie d'une nation rencontre éternellement le problème lié aux refinancements de l'activité de l'activité des divers agents économiques qui évoluent dans leur quotidien professionnel et domestique. Ce refinancement demande ; d'une manière incontournable des fonds plus au moins conséquents comme pour les sociétés qui auront besoin de financer de grands projets d'envergure ou encore les familles qui consomment à crédit. Néanmoins, il existe aussi une frange de la population qui arrive à épargner³. Cette dernière placée en banque servant à financer les autres agents dans le besoin.

c. La création de la monnaie scripturale :

La banque est le seul établissement qui a le pouvoir de création de la monnaie dans un pays ; et aussi la création des dettes et les gérer. Cette politique monétaire a un impact très essentiel dans l'économie nationale. Egaleme nt, il y'a injection de la liquidité dans le circuit économique produite par cette création monétaire qui contribuera par la suite à gonfler l'effet multiplicateur du crédit.

d. L'intervention des banques pour combler les déficits budgétaires :

Les banques jouent un rôle majeur pour combler les déficits budgétaire de l'Etat en leur accordant des prêts ; ce que l'on nomme plus couramment de la dette publique. Ce dernier permet à l'Etat de faire face à ses obligations et assurer son bon fonctionnement.

1.2 Les activités principales des banques

a. La collecte des dépôts

Les dépôts de la banque sont des fonds reçus du public sous forme de dépôts avec le droit de les disposer pour son propre compte. Il existe des dépôts à vue où on trouve les comptes chèque, les comptes courant et les comptes sur livrets d'épargne. Les dépôts à terme sont constitués des comptes à terme et bons de caisse. Ces dépôts présentent l'essentiel des ressources bancaires.

b. La distribution des crédits :

Les fonds existants dans les banques qui sont reçus par les différents agents économiques sous forme de dépôts ne doivent pas rester immobilisés dans les caisses ; la loi permet aux banques de les utiliser sous forme de crédits distribués aux demandeurs de liquidité.

c. La gestion des moyens de paiements

La gestion des moyens de paiement est parmi les activités principales des banques. Elle permet à ses clients d'utiliser les ressources qui parviennent sur leurs comptes par chèque en effectuer des opérations de retrait d'espèces, par carte bancaire ou par un virement.

³ www.Zebank.Fr/banque/le-rôle-des-banques-dans-économie/

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

Concernant les moyens de paiements, on trouve le chèque, les cartes bancaires, les autorisations de prélèvement, titre interbancaire de paiements et le virement bancaire.

1.3 Classification des banques

1.3.1 Selon leurs types d'activité :

1.3.1.1 Banque de dépôts : les banques de dépôts sont celles dont l'activité principale consiste à effectuer des opérations de crédits et à recevoir du public des dépôts à vue et à terme⁴.

1.3.1.2 Banque d'investissement : Appelée aussi banque à moyen et long terme, leurs activités consistent à accorder des crédits dont la durée est supérieure à deux ans.

1.3.1.3 Banque d'affaires : leurs activités principale est ;

- L'octroi de crédit,
- La prise et la gestion de participation dans des affaires existantes ou en formation
- Les opérations de financements effectués par une banque d'affaires immobilisent des capitaux pour une longue période
- Les dépôts stables de la banque d'affaires sont utilisables pour une durée égale ou moins de deux ans.

1.3.2 Selon le critère juridique

1.3.2.1 La banque publique : C'est une société ou établissement bancaire dont les propriétaires sont l'Etat et les acteurs publics.

1.3.2.2 La banque privée : C'est un établissement bancaire où les propriétaires sont des acteurs privés, des entreprises privées ou des particuliers.

1.3.2.3 La banque mixte : Ce dernier est une société bancaire où les propriétaires sont un mixte entre les acteurs public et privé.

1.4 Les clients de la banque

a. Les particuliers : un particulier est une personne physique qui exprime des besoins bancaires en dehors de toute activité professionnelle.

⁴ www.m-elhadi.over.com/article-definition-et-roles-des-banques-99103791.html

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

A titre personnel et privé, il peut être identifié par des informations qui distinguent des processus physiques l'état civil (nom, prénom, date et lieu de naissance, nationalité, adresse...), le patrimoine, actif et passif, et la capacité civile : majeur, mineur, incapable.⁵

Les besoins des particuliers sont nombreux, sont classés d'après la durée et les besoin :

- Dépenses exceptionnelles
- Achat d'équipement
- Investissement immobiliers

b. Les entreprises : l'entreprise est un agent économique, son rôle essentiel est la production des biens et services et les mettre à la disposition des clientèles. A ce moment-là, il s'oriente vers la banque pour déposer des fonds ou avoir des crédits.

c. L'Etat : comme tous les clients des banques, l'Etat dépose des fonds au sein des banques et reçoit des crédits, ou que l'appelle la dette publique pour qu'elles peuvent régler ses engagements.

Section 2 : Les banques classiques face au défi technologique

2.1 Concepts de la digitalisation

2.1.1 Définition de la transformation digitale

La transformation numérique, également dénommée digitalisation, est un concept encore protéiforme dont les acceptions diffèrent entre universitaires et praticiens. Parmi les premiers certains la caractérisent comme « les changements induits par les technologies numériques dans tous les aspects de la vie humaine » (stolterman& fors, 2004). Les seconds estiment de façon plus provocante que « la transformation digitale, c'est l'exploitation radicale des possibilités d'internet ». Cette définition est proche de celle qui présente la transformation digitale comme « *the use of technology to radically improve performance or reach of enterprises* » (Westerman et al, 2011).

La digitalisation n'est pas un phénomène nouveau : l'expression digitale transformation est apparue pour la première fois en 2000. Selon (Ettien, Peron, 2018), la transformation digitale c'est aussi identifier, mobiliser et organiser les ressources pour partir d'un point à un autre. Bos (2018), qui définit le digital comme « l'adoption des compétences technologique facilement accessibles qui transforme la réactivité de l'organisation face aux changements du marché ».

⁵ Descamp.C, Soichot.J (1979) «Economie et Gestion de La Banque » édition Banque, page66

2.1.2 Les trois composantes de la transformation numérique

Il faut dire que le numérique a permis d'adopter une posture axée sur le client. En effet, la dématérialisation des documents, l'émergence des nouveaux outils ont bouleversé les organisations existantes mais aussi le dimensionnement à la baisse des collaborateurs aux services de la satisfaction client. La transformation numérique est décrite comme une combinaison de l'automatisation, de la dématérialisation et de la réorganisation des schémas d'intermédiation. Chacune de ces trois familles d'effets interagit avec les deux autres et se renforce dans cette interaction.

L'automatisation des processus constitue en effet une opportunité forte de croissance pour la banque. Elle lui permet de simplifier et de résumer les démarches bancaires. Cette dernière permet également de libérer du temps de travail pour les banquiers, notamment les équipes de back office qui peut être réalloué à des tâches à plus forte valeur ajoutée. Cette évolution technologique permet aussi aux organisations de faire preuve de plus d'agilité. Les banques disposent ainsi de moyens leur permettant de mieux prévenir, évaluer et maîtriser les risques.

La dématérialisation des documents s'inscrit dans le processus d'information de la société qui a débuté dans les années 1950, correspond donc à la phase de remplacement du document physique en document numérique.

La dématérialisation produit d'autres effets tels que l'apparition de nouveaux canaux de communication et de distribution qui remplace les réseaux physique d'agence, de guichets et de magasins, en même temps qu'une baisse des coûts marginaux de production et qu'une baisse des coûts de transaction.

Par ailleurs, la dématérialisation permet un suivi et une traçabilité nouvelle des processus, contribuant d'autant plus à leur sécurisation. Le coffre-fort électronique est un exemple des gains potentiels que la technologie et le numérique en général présente pour les banques : gain de temps, stockage et partage des documents sécurisés, gains des coûts.

La désintermédiation : appelée aussi ré-intermédiation, concerne les effets de réorganisation des chaînes de valeur avec l'irruption de nouveaux acteurs qui se placent entre les entreprises traditionnelles et leurs clients, et imposent de réinventer les modèles d'affaires et d'intermédiation, notamment à partir du nouveau rôle joué par les personnes et des nouveaux actifs issus des données (Lemoine, 2014).

2.1.3 L'objectif de la digitalisation dans les banques

L'objectif de la transformation digital est :

- De faire mieux que ses concurrents,
- Mieux satisfaire ses clients,
- In fine ne pas se faire ubériser et assurer la pérennité de l'entreprise même si elle est appelée à changer de domaines d'activités stratégiques.

2.2 Les avancées technologiques dans le secteur bancaire

Avec l'arrivée du digital, on assiste à une réelle avancée technologiques dans le secteur bancaire.

Big data, Block Chain, et intelligence artificielle

2.2.1 Big Data

L'avènement du numérique est dans notre quotidien a complètement chamboulé les habitudes du consommateur. Le concept du Big Data a commencé à être popularisé vers la fin des années 2000. Big Data ou méga données en français, correspond à l'énorme volume de données que les entreprises possèdent ou acquièrent dans le cadre de leurs activités.

Les banques disposent d'une quantité de données astronomiques sur leurs clients : des données collectées parfois depuis des décennies. Les banques savent ce que leurs clients dépensent et quelles sont leurs habitudes en matières de consommation. Elles voient les changements de mode de vie, les divorces, les décès, les naissances. Bien évidemment, les banques sont obligées de respecter les réglementations en matière de protection des données. Car le régulateur est très regardant sur ces aspects, c'est donc un défi majeur qui représente de nombreux opportunités, mais également de nombreux risques

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

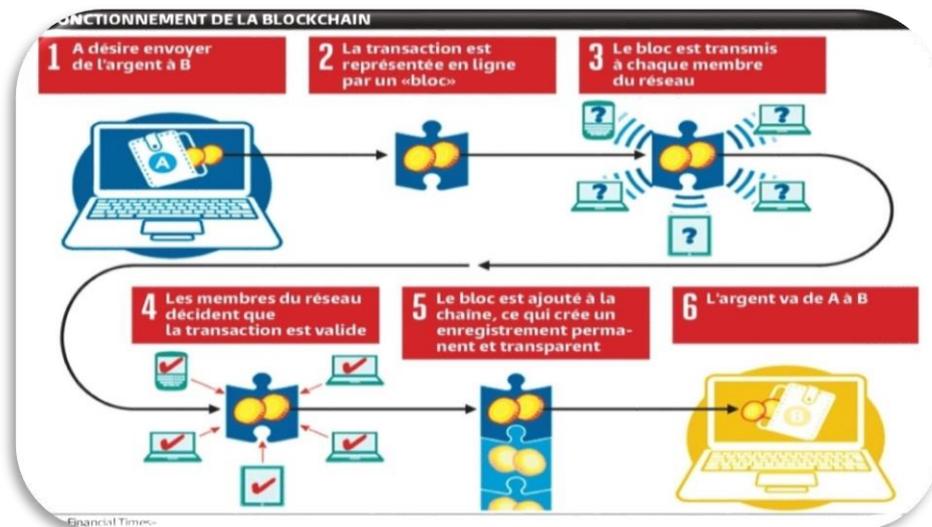
Grealish (2018) indique que la blockchain est une technologie qui apportera une transformation au niveau du marché. Selon De Filippi, Wright, (2018), la blockchain se définit par la possibilité de créer des programmes informatiques autonomes, « contrats intelligents », outre le fait qu'elle permet d'accélérer les paiements, de créer des instruments financiers, d'organiser l'échange de données et d'information et de faciliter les interactions entre les humains et les machines, elle permet aussi de nouvelles structures organisationnelles qui favorisent une prise de décision plus démocratique et participative.

En 2016, la blockchain- la technologie distribuée qui sous-tend la monnaie digitale le « Bitcoin » a suscité un énorme intérêt de la part des institutions bancaires, notamment Anglo-saxon. A la fin de 2016, une grande banque européenne (PNB Paribas) a effectué des paiements instantanés entre deux clients « *corporates* » situés dans deux pays différents grâce à la technologie blockchain.

Des applications blockchain est intégrer par un grand nombre de banque à leurs activités informatique existantes.

Ainsi les virements effectués notamment vers un compte à l'étranger sont validés par une personne physique.

Figure (3) : Le fonctionnement de La Blockchain



Source : <https://gouvernance.news/2018/06/20/la-blockchain-enfin-expliquee/>

2.3 Un nouveau modèle bancaire à l'ère du digital

Avec l'arrivée du digital, un nouveau modèle bancaire est né. Ce modèle est encore en pleine mutation, et beaucoup d'évolution devraient intervenir dans le futur. Plusieurs projets sont ainsi en cours de développement, qui regrouperont les quatre axes du modèle **C.I.A.S** : Connecté, Intelligente, Agile et Social, dans lequel l'agence traditionnelle et le conseiller tiennent une place différente dans la relation avec le client.

2.3.1 : Connecté : l'apport du digital permet d'offrir une expérience multicanale, ou plutôt omnicanale. Il est aussi possible de se connecter aujourd'hui à sa banque à tout moment, et sur n'importe quel appareil connecté, à partir d'une simple application⁶. En donnant une liberté d'accès aux utilisateurs pour certaines opérations en ligne, les banques ont supprimés du temps qui couts pour libérer du temps qui rapporte.

2.3.2 : Intelligente : la menace de l'utilisateur hyper connecté, et hyper informé, devient une opportunité pour les banques, qui détiennent beaucoup d'informations sur leurs clients. Cette masse considérable d'information, appelés Big Data.

2.3.3 : Agile : la « digitalisation » des processus entraîne de gains de productivité et une baisse des couts significatives, notamment par la mise en place de nouveau moyens de paiement 100% digitaux, ou encore la dématérialisation de certains documents. Il fallait autrefois parapher et signer un dossier de plusieurs dizaines de page lors d'un crédit, aujourd'hui un seul clic suffi.

2.3.4 : Sociale : les banques ont investi rapidement les réseaux sociaux. L'enjeu est simple : améliorer leur image pour (re)conquérir les clients collaborateurs de demain.

⁶ Fabrice Lamirault et Collectif « L'évolution du modèle bancaire a l'ère du digital » 1^{er} édition Mars 20117, p 14

Section 3 : L'impact de la digitalisation sur la banque et ses clients

3.1 : L'amélioration du parcours client

Le système bancaire s'adapte aujourd'hui à l'évolution du comportement des consommateurs, le client est avant tout un « consommateur », au sens de Kotler (2012). (Prendergast & Marr, 1994), indiquent que l'industrie bancaire, non seulement est l'une des premières à adopter l'approche relationnelle, mais aussi une des plus touchées par l'arrivée des nouvelles technologies. Les banques voient les comportements des attentes de leurs clients, changeaient en fait assez fortement grâce à l'usage accru du numérique. Le client est aussi de plus en plus friand d'application chargée depuis son téléphone portable, de service bancaire accessible depuis sa connexion internet. Historiquement, des comportements clients se traduisent de moins en moins de visite en agence et plus en plus d'utilisation de canaux automatiques ou de canaux à distance. Le consommateur de temps modernes ou ce qu'on appelle **le consommateur digital** s'agit d'un nouveau consommateur qui exige et qui veut tout rapidement et facilement, surtout qu'il soit écouté, et son avis soit pris en considération, en fait il veut être un Co-créateur. (BEZIAD & ASSAYAG, 2014), présentent les différents changements et évolution des comportements des clients face à la digitalisation bancaire :

❖ **Le client attend d'abord de la part de sa banque une forte interactivité et une continuité de service :**

En effet, à l'heure où tout est disponible sur la toile 7j/7, et 24h/24, il devient de plus en plus inconcevable pour un client de devoir se plier aux horaires d'une agence, souvent peu conciliable avec son activité professionnelle. Ce besoin d'interactivité est à l'origine, des années 90, de la mise en place de déploiement des calls center ou services clients. Aujourd'hui, il s'illustre par la consultation en ligne des sites institutionnels de banque, renforcé d'abord par l'équipe de ménage ensuite par le développement des Smartphones et application mobile afférentes.

❖ **D'autre part, les clients sont de plus en plus en quête de service simplifier**

Pratiquement, d'après les deux auteurs cités avant, le résultat d'une étude américaine réalisée en 2010 auprès de 6000 consommateurs en Europe, Amérique du Nord, Asie et Moyen-Orient qui analysent la valeur émotionnelle et économique de la nation simplifiée, et qui présente comme conclusion une partie plus ou moins représentative des consommateurs (de 7% à 23% selon les régions) est prête à payer plus cher (en moyenne 6%) des produits offrant une plus grande simplicité.

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

La recherche de simplicité est une tendance de fond à l'origine, pour partie, du développement des applications mobile, que le client a, par définition toujours sur lui. Elle est aussi à l'origine de nouvelles gammes de produits et services dits « easy ». Ces derniers se caractérisent notamment par la distribution multicanale, ainsi qu'une communication désintermédiaire.

❖ **Le client souhaite avoir des services adaptés sans souffrir de délai ou de procédures complexes :**

Pour ce faire, il est prêt à outrepasser les intermédiaires traditionnels / institutionnels et à négocier par lui-même les clauses de son contrat ou la solution d'un problème rencontré, c'est ce qu'on nomme « désintermédiation ». Le phénomène de « Self- service » contribue également à la désintermédiation, dont le client est chaque jour plus agile avec les nouvelles technologies, plus informé et toujours plus impatient, préfère autogérer les opérations simple (ou dites à « faible valeurs ajouté ») disponible depuis son domicile via son ordinateur, son mobile ou les automates bancaires. Le retrait d'espèce, la consultation de solde, la remise de chèque et les virements bancaires figurent parmi les opérations courantes les plus concernés par cette désintermédiation du client bancaire.

❖ **Le client est en quête de conseil personnalisé et à forte valeur ajouté**

Les enquêtes de satisfaction mettent en exergue l'absence de différenciation perçus par les clients entre les différents établissements bancaires de la place, qui ont encore trop souvent une approche produit peu différenciée fondée sur des critères de segmentation classique. De plus, des comportements clients ont fortement évolué, et tendent de plus en plus vers la Co-construction d'offre adaptées à leurs besoins. Cette attente d'écoute et analyse des besoins individuel des clients, correspondant au concept de marketing « one to one ».

3.2 : L'essor de la FinTech :

La conjugaison des nouvelles tendances de consommation a favorisé l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché bancaire. Le centre national de recherche numérique à Dublin a défini la FinTech comme une innovation dans les services financiers ou, plus précisément, les entreprises qui utilisent la technologie pour perturber (*to disrupt*) les systèmes financiers en place. Elle représente les Start-ups innovantes qui utilisent les nouvelles technologies de l'information, du numérique et de IA pour transformer les services financiers et bancaire de présent.

Ces nouveaux acteurs profitent de leur souplesse et de leur agilité pour proposer de nouveaux biens et services, répondant d'abord aux attentes des clients. Leur but n'est pas de produire mais plutôt de proposer un mode de consommation personnalisé en appuyant sur l'expérience client et leurs savoir-faire.

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

L'émergence des FinTech n'implique pas forcément le déclin des acteurs traditionnels. Au contraire, ce changement présente une opportunité pour les acteurs qui sauront entreprendre les bonnes actions. Et, dans cette quête d'amélioration de l'expérience client, les banques et les FinTechs paraissent être des partenaires naturels plus que des concurrents⁷. Cette complémentarité de ces deux types d'acteurs servira la modernisation de l'industrie bancaire.

3.3 L'émergence de nouveaux moyens de paiement dans la sphère bancaire

Récemment, de nouveaux moyens de paiement se développent : paiement en ligne, paiement sans contrat ou encore paiement grâce à la cryptomonnaie. On peut ainsi payer avec son Smartphone, sa montre ou même grâce à une bague. Avec le développement du commerce sur internet, les clients ont changé leur mode de consommation. A ce stade, les organismes financiers ont développé de nouvelles offres de paiement en ligne qui permettent de faciliter et fluidifier l'acte d'achat sans toutefois manquer la sécurité.

3.3.1 : L'essor des Crypto monnaies

L'évolution technologique a conduit à la création et à l'émergence de nouvelle forme de monnaie : la monnaie virtuelle ou digitale, baptisée aussi cryptomonnaie ou monnaie marchandise synthétique (Selgin, 2013).⁸

3.3.1.1 : Définition et Origine

Le concept de la cryptomonnaie est assez complexe à comprendre. « *Personne ne comprend vraiment comment elles fonctionnent* » décrit par le prix Nobel d'économie Paul Krugman sur le ton de l'humour. Tentons néanmoins d'en donner des notions. Une crypto monnaie (nommée crypto-devise ou cryptographique) est une monnaie virtuelle qui n'existe que sur un réseau informatique de pair à pair c'est-à-dire sur un système décentralisé ce qui implique ne sont pas émises par un gouvernement ou une instance monétaire classique comme une banque centrale ou autres institutions financières.

Ces monnaies virtuelles sont donc des monnaies numériques et électroniques dans le sens où ces dernières sont caractérisées par une absence de support physique : ni pièces ni billets et les paiements par chèque ou carte bancaire ne sont pas possible non plus. Les cryptomonnaies sont de l'argent privé et font partie de monnaie alternative car elles n'ont pas de cours légal dans aucun pays⁹, leurs valeurs n'est pas indexée sur le cours de l'or ni sur celle des devises classique, mais elles restent quand même un moyens d'échange de biens et les services. Et pourtant, sécurité et transparence sont leurs principaux atouts.

⁷ YVES EONNET & HERVE MANCERON (2018) «FinTech les banques contre attaquent » édition Dunod, Paris p.02

⁸ JEAN-MARCFIGUET (2015) : « Le Bitcoin, une monnaie ? » Université de Bordeaux, France.

⁹ ALAOUJ, SAGHRANE (2018) : «la révolution digital de la cryptomonnaie » Octobre 15th 2018 in IMIST

Figure 4 : Les CryptoMonnaies



Source : <https://www.cpacanada.ca/fr/zone-membres/profession-nouvelles/2018>.

Cette monnaie virtuelle est émise via une technologie blockchain. Elle est gérée par un code sécurisé par la cryptographie qui la rend intangible. Les arnaques et les fraudes en tout genre qui sont liées aux cryptomonnaies ne concernent pas les cryptomonnaies en question, mais les portefeuilles via lesquelles elles sont détenues. La première véritable cryptomonnaie est le **Bitcoin** qui considère comme plus représentative de ces nouvelles monnaies numériques basées sur la cryptographie. Le protocole Bitcoin (avec le majuscule, pour le distingue du jeton numérique et monétaire : « *Bitcoin* »).

Le système Bitcoin comprenant à la fois un moyen d'échange et un système de paiement est apparu le 3 Janvier 2009 par un ou plusieurs programmes informatiques utilisant le pseudonyme « **Satoshi Nakamoto** »¹⁰.

Le Bitcoin est décrit par les uns comme une monnaie virtuelle, mais considéré par d'autres comme un véritable or numérique, Il est considéré comme une devise électronique ayant pour but de créer une monnaie universelle numérique et convertible e or. Le Bitcoin s'échange de pair à pair (particulier ou entreprise) sur internet contre d'autres devises monétaires (dollar, euro, yen...), en dehors des systèmes bancaires traditionnels. Cette monnaie digitale est dépourvue de cadre juridique à la différence des autres devises monétaires. Le Bitcoin n'a pas de cour légale. Sa valeur n'est pas régulée par une banque centrale.

¹⁰ Est le pseudonyme de la personne ou du groupe de personne qui, de 2009 à 2010, ont conçu et créé Bitcoin, et le logiciel Bitcoin-Qt

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

Si les cryptomonnaies échappent au système bancaire, il n'en reste pas moins qu'elles sont surveillées par les autorités monétaires¹¹ sur deux axes :

- ✓ Le contrôle de la légalité des biens ou des services achetés grâce aux cryptomonnaies et ainsi éviter les achats illégaux (drogue, armes...).
- ✓ La surveillance de la conversion en devise légale pour détecter le blanchiment d'argent d'origine criminelle.

C'est la première fois que les utilisateurs d'une monnaie ont le moyen de détenir et de transférer de l'argent sans qu'un tiers de confiance, en général une banque car ce dernier est remplacé par un réseau. Le Bitcoin permet donc de s'affranchir des règles bancaires en vigueur, de diminuer le temps et les coûts de transaction, ainsi que de passer les frontières sans nécessiter une quelconque permission à l'inverse du transport marchandises, de personnes, d'argent réel. Ces transactions se font de manière crypté, à travers un système de signature numérique contrôlé par des utilisateurs appelés mineurs Bitcoin.

En effet, plusieurs arguments militent en faveur de l'adoption par les entreprises de la cryptomonnaie pour faciliter les paiements, pour fluidifier les échanges, mais aussi pour réduire l'emprise des banques traditionnelles sur leurs échanges. D'ailleurs, les banques sont en train de basculer une partie de leurs services vers les CryptoMonnaies afin de ne pas être un retard dans la révolution qui s'annoncent.

3.3.2 : Paypal

Au chapitre¹² des innovations strictement virtuelles (*pure Player*), les sites d'enchères eBay est une des plus grandes réussites, puisqu'il a réussi à créer un marché aux puces virtuel pour combler la dispersion géographique des intervenants et la fragmentation de l'offre. Parmi les acteurs importants du secteur, Paypal, filiale d'eBay, bénéficie du statut établissement de crédit depuis 2007. Sa banque européenne réside à Luxembourg. Paypal est le premier intermédiaire de paiement sur internet, c'est un moyen de paiement ultra sécurisé.

Le Paypal est un service en ligne sécurisé qui permet à des particuliers et ou des entreprises d'envoyer et de recevoir de la monnaie électronique¹³. Ainsi il est considéré comme un leader des paiements par internet depuis dix ans, permet au commerçant :

¹¹ Note de veille : les cryptomonnaies : Nouvelles Eldorado pour la levée de fonds ? octobre 2017

¹² Mostafa HASHEM Sherif « Paiements électroniques sécurisés » presses polytechniques et universitaires ROMANDES, édition Amazon franc, page 7

¹³ www.Paypal.com/Fr/webapps/mpp/ua/servicedescription-full

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

- D'accepter les moyens de paiement les plus courants de web,
- D'ajouter le compte Paypal aux moyens de paiement qu'il propose déjà,
- D'accepter les paiements à distance par téléphone, fax et courrier,
- De proposer des paiements plus souples.

Ce système de paiement est soumis à la surveillance prudentielle de l'autorité de réglementation financière de Luxembourg, de la Commission de Surveillance du Secteur Financier ou de CSSF. Paypal est tout à fait gratuit, il prend uniquement des commissions pour les opérations de virement vers votre compte bancaire.

Les avantages¹⁴ marqués par cet eBay sont nombreux :

- Sécurisé : les achats sont effectués sans communiquer les coordonnées bancaires à une tierce personne.
- Rapide : Les paiements sont quasi-instantanés et bien plus rapides que l'envoi de chèque ou d'espèces.
- Avantageux : L'envoi d'argent est gratuit
- Simple : la transaction s'effectue par une simple adresse courriel.
- Universelle : Paypal permet les paiements en seize devises et plus de 92 millions de comptes sont ouverts dans 55 pays et régions du monde.
- Innovant : Développement de nouveaux services et outils est illimité pour émerger vos activité en ligne.

Malgré toutes ces précautions, paypal est une cible fréquente des escroqueries et comporte donc certains risques. Le plus important de ce dernier provient de la réutilisation de mot de passe ou d'information de connexion de paypal et d'autre sites Web. Si un autre site a déjà été piraté et que vous réutilisez ces informations, les pirates informatiques ont facilement accès à votre compte¹⁵.

3.4 : L'évolution des métiers bancaires

Dans un contexte en constant changement, la banque de détail s'adapte et se transforme. Son business modèle, ses processus et son organisation évoluent, et par conséquent, les métiers bancaires se voient impactés.

¹⁴ www.assohum.org/nous-contacter/devenez-membre/expliquer-paypal/

¹⁵ www.pandasecurity.com/france/mediacenter/secure/paypal-sans-risque/amp/

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

Les évolutions technologiques récentes sont assez bouleversantes pour conduire au changement parfois très rapide du modèle économique dans de nombreux métiers bancaires, mais leur mise en œuvre est longue et complexe¹⁶ et les résultats ne sont pas toujours conformes aux attentes, malgré de grands progrès dans la conduite et la maîtrise des projets.

Au-delà des évolutions chiffrées, les métiers en agences se transforment. Les effectifs des chargés d'accueil baissent et leur mission change, l'accueil partagé se développe, les conseillers de clientèle doivent montrer en compétence et en expertise, voire, se spécialiser, le rôle et la place des margent évolues. On s'intéressera à l'évolution des trois métiers les plus susceptibles de connaître une mutation dans la banque :

3.4.1 : Evolution du métier de Gestionnaire de Back Office

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

Tout d'abord l'évolution de ce métier passe par la dématérialisation des instruments de paiement qui supprime les manipulations physiques. La tendance dans ce métier a conduit à une véritable dématérialisation du chèque papier qui sera progressivement remplacé par une « image-chèque » obtenue par la lecture d'un code barre ce qui fera une économie considérable de papier. Cette tendance se matérialise aussi par le développement des « bureaux sans papier » passe aujourd'hui par la mise en image électronique des documents à la base des opérations bancaires, chaque document état scanné, puis traité de façon informatique. Le Gestionnaire de Back-Office peut être appelé à développer ses interactions avec le client et voir ainsi ses activités de transférer vers plus de Middle Office et il pourra disposer de plus de temps car moins sollicité. En effet, l'efficacité de ce métier dépendrait maintenant sur les capacités relationnelles du gestionnaire Back-Office avec les clients. A ce stade, ce métiers devra donc développer de nouvelle aptitudes en ce qui concerne notamment l'aisance relationnelle et la résistance de stress.

3.4.2. Evolution du métier de chargé de clientèle particulière

Le chargé de clientèle particulière est le principal interlocuteur du client avec sa banque. A l'écoute de ses besoins, il le conseille sur les produits et les services afin de répondre au mieux à ses attentes.

¹⁶ Olivier PASTRE (2005) : « La nouvelle économie bancaire » édition Economica, Paris, p. 89

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

L'arrivée du numérique continue de bouleverser le métier de conseiller clientèle, cela est remarqué à travers la baisse de visite en agences et le développement massive de l'utilisation de canaux à distance dans le traitement des opérations bancaires.

Le rôle et le métier du chargé de clientèle est amené à évoluer : vers plus de relation client et plus de conseil. Dans un nouveau contexte technologique accru, les banques doivent être à la hauteur, et l'accent doit être mis sur la personnalisation et la pertinence du service apporté au client. En revanche, le métier de conseiller client doit désormais être réalisé avec les outils de la nouvelle génération rendu possible grâce à l'internet.

D'autre part, il faudra penser à une spécialisation beaucoup plus spécifique du métier de chargé clientèle dont ce dernier doit être polyvalent, ou spécialisé dans un canal de distribution voire dans un métier particulier. Quoiqu'il soit, le chargé de clientèle particulier de demain se doit d'avoir accès à minima à autant d'information que ses clients et ce dans laps de temps optimal.

Le changement des usages de ses clients implique enfin une forme de flexibilité et d'adaptabilité de la part du chargé de clientèle particulier, pour cela les agences sont appelées à revoir leur horaire d'ouverture, l'amplitude d'horaire se voit donc élargie.

3.4.3 : Evolution du métier de directeur d'agence

Le directeur d'agence est un élément crucial dans le succès de la distribution bancaire d'agence qu'il a sous sa direction. Il peut endosser plusieurs rôles celui de financier, de commercial, de gestionnaire. Il est aussi est en charge du développement de l'activité de son agence dans le secteur géographique dans lequel il se trouve. Le métier du directeur d'agence est l'un des métiers bancaires les plus impactés par le développement du numérique dans les banques.

Le rôle du directeur d'agence est amené à évoluer. Et, son métier peut bénéficier d'un pouvoir et d'une autonomie beaucoup plus importante. La digitalisation devrait permettre de faciliter l'exercice du métier et en particulier les opérations de contrôle à travers l'automatisation des opérations de ces derniers.

Conclusion

Le domaine de la finance, et plus particulièrement, le monde bancaire d'aujourd'hui, est en train de subir des modifications grâce à des nouvelles technologies de l'information et de la communication et surtout grâce à l'arrivée du digital.

Chapitre 1 : les banques face à leurs transformations digitales

Ainsi, les banques ont de très nombreux défis technologiques à relever pour maintenir une compétitivité forte par rapport à leurs concurrents nationaux et internationaux, bancaires et non bancaires. L'introduire des technologies du numérique en interne de la banque (changement des processus) et en externe (vers ses clients) est une nécessité absolue : c'est ce que nous appelons communément la stratégie de la digitalisation.

**CHAPITRE 2 : LA DIGITALISATION
REVOLUTIONNE LA PRODUCTION
DES SERVICES BANCAIRE**

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Introduction

A l'ère du digital, le milieu bancaire et l'un des secteurs qui a connu une véritable révolution. Le déploiement de services reposant sur des technologies numériques entraîne des restructurations profondes dans le secteur financier. Tous les services fournis traditionnellement par les intermédiaires financiers évoluent, qu'il s'agisse du paiement, du prêt, des conseils financiers ou de l'enregistrement des transactions. Les banques proposent de plus en plus de produits et services exclusivement en ligne, grâce à internet, aux téléphones équipés d'applications dédiées aux différents services financiers et à l'apparition d'une clientèle plus ouverte et plus adaptée à ces nouvelles technologies.

Section 1 : Généralités sur les services

Les activités de services se sont largement développées durant la période récente, et leurs particularités exigent une adaptation des outils du marketing qui ont été initialement conçus pour les produits de grande consommation.

1-1 Définitions d'un service

Les services comprennent de nombreux secteurs: banque, assurance, transport, hôtel, location de voitures ainsi que de nombreuses professions libérales telles que médecins avocat, experts comptables, etc. La plupart des services offerts comprennent à la fois des produits et des services¹⁷. Etymologiquement le mot « service » vient de latin « servus », qui signifie esclave. A noter également que les premières définitions de la notion de service datent du 18^{ème} siècle où ce dernier est décrit comme « toute activité autre que la production agricole ». En revanche, les spécialistes en la matière expliquent le service comme suite :

Un service peut être défini comme « une prestation soumise à l'échange, mais qui ne donne pas lieu à un transfert de propriété »¹⁸. On peut donc dire que le service est une transaction réalisée par un entrepreneur ou une entreprise dans laquelle l'échange est autre que le transfert de propriété d'un bien tangible.

¹⁷ HABI.K et LAKBAL.S. La Réalité d'application du Marketing bancaire. Cas : BNA de Tizi-Ouzou. mémoire de Master en sciences commerciales. 2015, p. 15

¹⁸ Philippe RAIMBOURG « MARKETING » 2^{ème} édition, édition Bréal, 2006 , p. 150.

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Selon **KOLTER** et **DUBOIS** : « le service est une activité ou une opération soumis à l'échange essentiellement intangible et qui ne donne pas lieu à aucun transfert de propriété. Un service peut être associé ou non à un produit physique ».

Au sens de **TEBOUL James** : un service représente « Toute chose vendue dans le commerce et que l'on ne peut faire tomber sur son pied »¹⁹. Un service est un acte, une performance, un effort : définit par **Rathemell (1966)**.

Frédéric Dupont (2000) a expliqué le service comme une prestation à caractère immatériel conçue, mise au point et proposée par une entreprise à des clients²⁰. Jaques **LENDERVIE**, Julien **LEVY** et Denis **LINDON (2006)** ont constaté un continuum entre bien et service en ce sens que les offres de produit sont grosso modo des associations de biens et services²¹ :

- Primo, les biens sont de plus en plus fréquemment accompagnés de services associés tels que les services après-vente.
- Deuxio, de nombreux services ne peuvent être rendus sans un support physique tels que la location de voiture par exemple.

1-2 Les caractéristiques des services

Les services peuvent être définis par quatre caractéristiques (spécificités) principales qui les différencient des produits : l'immatérialité, la simultanéité, l'hétérogénéité, et l'importance du personnel en contact, distingués par **Dumoulin** et **Flipo (1991)**.

Kolter et **Dubois**²² (1997) retiennent quant eux l'intangibilité, l'hétérogénéité, l'inséparabilité et la périssabilité plus connues sous le nom de caractéristique IHIP :

¹⁹ Kara Mostefa Fatima Zohra, Réalité et perspectives du Marketing dans les entreprises Des services d'assurance en Algérie, Cas de la CAAT, Thèse de magister en marketing et gestion des Entreprises, univ Abdelhamid Ibn Badis de Mostaganem, 2014, page

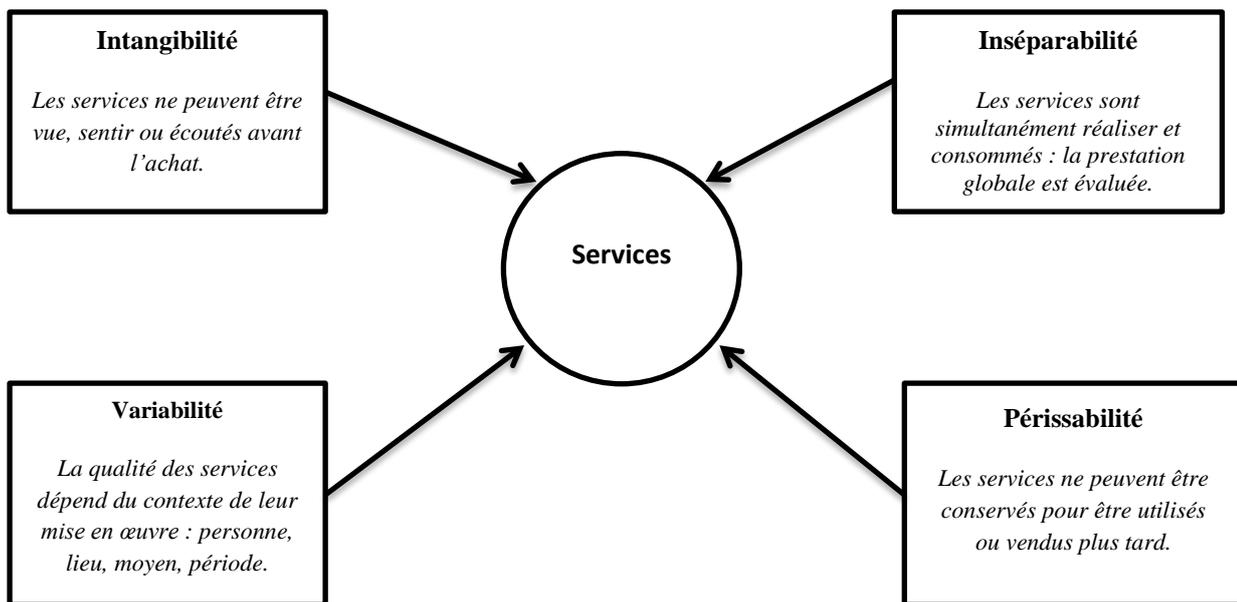
²⁰ www.cours-gratuit.com--id-8035.pdf Consulté le 09/07/2020.

²¹ <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/538595e3f2262.pdf> Consulté le 09/07/2020.

²² Wael Touzi, Thecle Alix, Bruno Vallespir : Contribution au développement d'un modèle conceptuel du service et de la production de services. 9th International Conference on Modeling, Optimization & SIMULATION, juin 2012, Bordeaux, France.

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Figure 5 : Les quatre caractéristiques des services²³



1-2-1. L'intangibilité

Les services sont des produits intangibles ou immatériels que le consommateur peut ni voir ni touché, ni goûter non plus ou essayer avant de les acheter. Cette caractéristique rend l'appréciation des services plus difficiles pour le client, étant donné que, celui-ci n'a que la parole du vendeur comme garantie. La notion d'intangibilité recouvre en réalité deux (2) dimensions :

- ✓ Une dimension physique : l'impossibilité de voir ou de toucher le service.
- ✓ Une dimension mentale : la difficulté de se faire une idée sur le service et de l'image.
- ✓ Le caractère intangible du service ouvre une grande porte à la concurrence, étant donné que, le service peut difficilement être breveté.

1-2-2. L'hétérogénéité (variabilité)

Un service est éminemment variable selon les circonstances qui président sa réalisation contrairement aux biens dont la qualité peut être contrôlée en fin de chaîne de production. On note le rôle fondamental du client, l'importance de la relation entre le prestataire et le client et le fait que ce dernier est associé directement à la conception et à la réalisation du service. Selon **Eiglier et Langeard (1975)**, « un même service à un résultat différent selon la personne qui le fournit, le client qui le reçoit et le moment où cet échange est fait »

²³ <http://adudilieu.free.fr/Annexe%204.pdf> . Consulté le 10/07/2020.

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Cependant, cette variabilité dans la prestation de service peut être contrôlée de différentes manières²⁴ :

- ❖ Investir dans un personnel qualifié et lui faire suivre régulièrement des formations afin que tous aient le même niveau de compétence.
- ❖ Etablir des procédures de prestations de service à respecter.
- ❖ Evaluer régulièrement la satisfaction des clients à travers les enquêtes de satisfaction généralisées, la collecte des réclamations, les boîtes à idées, etc.

1-2-3. L'inséparabilité

La production et la consommation d'un service interviennent de façon simultanée. On ne peut, comme dans le cas des produits tangibles, concevoir, fabriquer, stocker puis commercialiser les produits intangibles en autant d'actions séparées. De plus, la production du service nécessite la présence du personnel ainsi que du client. Alors que pour un produit, la phase de production est suivie de la phase de vente, pour un service ces deux étapes se chevauchent²⁵.

1-2-4 La périssabilité

En effet, le stockage d'un service n'existe pas, puisque il se consomme au même temps qu'il se produit (Omran, 2006) et cela grâce à une simultanéité qui réside entre la production du service et sa consommation. (Ex : un véhicule qui n'est pas mis en location représente une perte).²⁶ En conclusion, ces spécificités des services indiquent l'importance de l'interface des deux personnes (Acheteur/Vendeur) lors de la prestation d'un service. Aussi, nous constatons que les services sont des actions qui répondent aux quatre critères précédents.

Les services et les biens tangibles sont néanmoins tous les deux des produits des entreprises publiques ou privées et peuvent être achetés et utilisés. Dans ce stade, Gronroos constate les différences essentielles entre les produits et les services, telles que reprises dans le tableau suivant :

²⁴ <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/538595e3f2262.pdf>

²⁵ <http://opcvm.info/marketing-des-services/> Consulté le 09/07/2020

²⁶ <http://marketingservices.centerblog.net/2-le-marketing-des-services> Consulté le 10/07/2020

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Tableau 1 : Différences entre produits et services.

| Produits | Services |
|--|---|
| - Tangible | - Intangible |
| - Homogène (identique entre eux) | - Hétérogène (jamais identique) |
| - Séparable (les phases de production, de distribution et de consommation sont séparables) | - Inséparable (les phases de production, de distribution et de consommation sont inséparables) |
| - Consiste en un objet | - Consiste en une activité, un processus |
| - La valeur essentielle est produite lors de sa fabrication. | - La valeur essentielle est produite de l'interaction entre le prestataire et le bénéficiaire de service. |
| - Le client ne participe normalement pas au processus de production. | - Le client participe généralement au processus de production. |
| - Stockable. | - Non stockable. |
| - Transfert de propriété. | - Pas de transfert de propriété. |

1.3. Les services bancaires de base

1.3.1. Le compte bancaire

L'ouverture d'un compte est la porte d'entrée de la connaissance client pour assurer une relation commerciale forte, fidélisée et adaptée au cycle de vie de produits et services du client²⁷. Dans le langage courant, un compte bancaire ou compte à vue est ouvert dans une banque pour déposer des fonds sécurisés afin d'effectuer des opérations financière²⁸.

En effet, la banque et le client signent une convention de compte qui définit les modalités de fonctionnement. En revanche, le client doit recevoir les indications des tarifs des services en lien avec le compte.

²⁷ https://www.editions-ellipses.fr/index.php?controller=attachment&id_attachment=30914 consulté le 22/08/2020 à 11H02MIN

²⁸ <https://banque-info.com/compte-bancaire/> consulté le 22/08/2020 à 10h56min

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

1.3.2. Les Relevés d'Identité Bancaire (RIB)

Le RIB est le document indispensable qui accompagne un compte bancaire, il contient l'identité du titulaire d'un compte chèque et ses coordonnées bancaires. Le RIB est notamment utile pour recevoir des virements, ou régler des factures par avis de prélèvement, titre interbancaire de paiement, etc.

Figure 6: Le Relevé Identité Bancaire

The diagram shows a sample RIB form with the following fields and values:

| R.I.B | CODE BANQUE | CODE GUICHET | N° DE COMPTE | CLÉ RIB |
|-------|-------------|--------------|--------------|---------|
| | 14707 | 0807 | 012345678901 | 39 |

Below the table, the I.B.A.N. is FR76 1470 7000 1234 4567 8901 139 and the B.I.C / SWIFT is BPLMFR2M.

Labels and their corresponding fields:

- Permet de différencier les établissements bancaires entre eux: Points to the CODE BANQUE field.
- Code qui rattache chaque client à une agence: Points to the CODE GUICHET field.
- Permet de vérifier la validité du N° de compte: Points to the CLÉ RIB field.
- Numéro de compte bancaire international: Points to the I.B.A.N. field.
- Code universel d'identification des banques: Points to the B.I.C / SWIFT field.

Source : <https://www.lafinancepourtous.com/pratique/banque/le-compte-bancaire/ouvrir-et-fermer-un-compte/le-rib/> consulté le 22/08/2020 à 11h36min.

1.3.3. La gamme de moyens de paiement scripturaux

Actuellement, les banques fournissent une gamme de moyens adaptés à l'automatisation du traitement des transactions et à la dématérialisation progressive des supports monétaires. Généralement, on recense les moyens suivants :

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Le chèque : Luc Bernet-Rolland²⁹ a défini le chèque comme « un écrit par lequel une personne dénommée le tireur donne l'ordre à une autre personne dénommée le tiré de payer une certaine somme au titulaire ou à un tiers, appelé le bénéficiaire à concurrence des fonds déposés chez le tiré ».

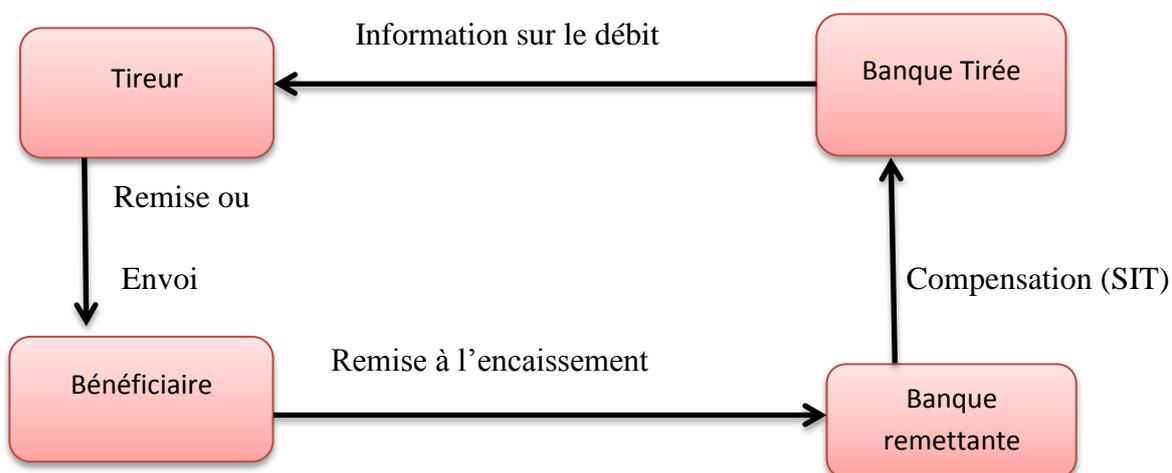
En Algérie, le chèque est défini selon l'article n° 474 du code du commerce algérien comme « un chèque ne peut être tiré que sur une banque, une entreprise, ou un établissement financier, le service des chèques postaux, le service des dépôts et consignation, le trésor public ou recette des finances, les établissements de crédits municipaux ainsi que les caisses de crédits agricoles³⁰ ».

Le chèque fait intervenir trois personnes :

- **Le Tireur :** C'est la personne qui établit et signe le chèque : il doit être capable.
- **Le Tiré :** c'est lui qui détient les fonds et paye ; ce peut être une banque, une société de bourse, etc.
- **Le Bénéficiaire :** c'est lui qui reçoit le paiement, le chèque peut être stipulé payable à une personne dénommée, ou au porteur (si le chèque non barré), il peut également être émis en blanc ; dans ce cas il vaut comme chèque au porteur.

Le chèque peut être émis au profit du tireur lui-même.

Figure (7) : Circuit simplifié du Chèque



Source : Régis Bouyala (2005) : Le mode de paiement, Edition revue de Banque, p.23.

²⁹ BERNET-ROLLANDE Luc, « Principe de technique bancaire », Ed, Dunod, Paris, 2008, p63.

³⁰ Article n°474 Du code du commerce Algérien.

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Le Virement : Le virement est une opération qui permet le transfert de fonds d'un compte d'un donneur d'ordre à un autre compte. Selon Dominique Rambure : « L'ordre de virement émis par le débiteur est adressé à sa banque afin d'effectuer un transfert sur une autre banque ou sur un autre compte de la même banque³¹ ». Le virement présente de nombreux avantages : il est facilement automatisable. Son utilisation est d'une grande simplicité, moins chère et le risque d'impayé est inexistant ; son contenu informationnel est étendu.

Les avis de prélèvement : L'avis de prélèvement est un moyen automatisé. Il permet à divers organismes de recouvrer automatiquement des créances présentant un certain caractère de régularité auprès de nombreux débiteurs. Les prélèvements sont utilisés très fréquemment pour le règlement des quittances d'électricité ou de téléphone, pour celui des échéances d'un crédit, et de façon générale, pour les dettes répétitives³².

L'effet de commerce : L'effet de commerce est un titre négociable qui représente une créance de somme d'argent stipulée à court terme³³. Les effets de commerce recouvrent des institutions différentes qui font d'eux, soit des instruments de paiement, soit des instruments de crédit, les plus importants sont la lettre de change, le billet à ordre et le warrant.

a) La lettre de change (traite)

La lettre de change aussi dénommé « traite » constitue l'effet de commerce le plus fréquemment utilisé. La lettre de change, effet de commerce remis par le tireur au bénéficiaire, confère à celui-ci (ou à celui qui est à son ordre) le droit de se faire payer une somme d'argent d'un montant déterminé à une échéance déterminée par le tiré³⁴.

La lettre de change est généralement établie par le tireur lui-même ; il transmet éventuellement ce document à son client débiteur (le tiré) s'il souhaite que cet effet de commerce soit accepté ou avalisé, ou bien il le remet directement à sa banque pour encaissement ou escompte. La banque peut se charger elle-même de faire accepter ce document au tiré³⁵.

³¹ DOMINIQUE Rambure « Les systèmes de paiement », Ed, Economica, 2005, Page 56.

³² HAMDI Leila e IMOUSOURA Djamilia (2017) « La modernisation des moyens de paiement Cas CNEP-Banque » Mémoire de Master en science économique, Univ MOULOUDE MAMMERI DE TIZI-OUZOU, page 23

³³ Michel Jeantin & Paul Le Cannu « Droit Commercial, instruments de paiement et de crédit Entreprises en difficulté » EDITIONS DALLOZ 1999, page 138

³⁴ Michel Jeantin & Paul Le Cannu, *Op, cit*, p159

³⁵ Jean-Marc Béguin & Arnaud Bernard « l'essentiel des techniques bancaires », Edition d'organisation Group Eyrolles, paris, 2008, p59.



Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

b) Le billet à ordre

Le billet à ordre est un écrit par lequel une personne (le souscripteur = le débiteur) s'engage à payer une certaine somme à l'ordre d'une autre personne (le bénéficiaire = le créancier) à une certaine échéance. Au sens strict, le billet à ordre se définit comme un effet de commerce par lequel un souscripteur s'engage à payer à un bénéficiaire ou à son ordre une somme déterminée à une certaine échéance. À la différence de la lettre de change, le billet à ordre n'est pas obligatoirement un acte de commerce. Il peut par conséquent, être utilisé entre particuliers, entre non-commerçants (cas relativement peu fréquent) et entre toute personne physique ou morale et un créancier banquier.

Section 2 : De la dématérialisation au digital

Depuis quelque année maintenant, un mot revient de manière toujours plus insistante dans les propos des acteurs économiques quand ceux-ci évoquent l'efficacité opérationnelle : la « dématérialisation ». On pourrait penser que le concept de la dématérialisation est né avec celui de développement durable. Certainement, à présent, le discours est clair, on dématérialise pour la planète, on dématérialise pour tendre vers le « zéro papier », on dématérialise pour moins polluer.

Au fil du temps, la dématérialisation s'est présentée sous de très nombreuses formes :

- ✓ La naissance de l'écriture, premier outil de la dématérialisation
- ✓ Le passage du troc³⁶ à l'échange de monnaie
- ✓ La dématérialisation de l'argent, moyen de paiement devenu virtuel
- ✓ La découverte du télégraphe pour réduire les déplacements
- ✓ L'invention de la photographie : grâce à elle, naît la copie dématérialisée d'un instant de vie que l'on pourra conserver
- ✓ Le Fax à l'origine de la dématérialisation du courrier
- ✓ Le minitel³⁷, premier service de recherche et d'interrogation à la française.
- ✓ Le boulier³⁸ : on imagine la progression pour les commerçants qui ne comptaient que sur leurs doigts.
- ✓ Le passage du boulier à la machine à calculer, puis à l'ordinateur, puis au micro-ordinateur.
- ✓ Et enfin, l'internet symbole universel de dématérialisation.

³⁶ Le troc est peut être la première forme de dématérialisation né de l'intelligence de l'homme et l'on peut penser qu'il à commencer à se développer dès que l'un d'entre eux a compris qu'il pouvait échanger une pointe de silex contre un poisson pêché sans avoir besoin d'aller le pêché lui-même.

³⁷ Terminal relié au réseau téléphonique et dédié à l'échange d'information

³⁸ Appareil fait de triangles de sur lesquelles sont disposées des boules et qui sert à compter.

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

2.1. Concept de dématérialisation

Selon Larousse, dématérialiser signifie « Rendre immatériel quelqu'un ou quelque chose, le dépouiller de sa matière concrète³⁹ ». Dématérialiser consiste à transformer un support papier en support numérique, grâce à un scanner par exemple, ou bien en remplaçant des lettres par des mails. La dématérialisation peut être définie comme tous les processus qui permettent de créer, transformer, et conserver les données en format électronique, c'est-à-dire les processus régissant la vie électronique des documents⁴⁰.

D'une manière générale, la dématérialisation apparaît comme une modalité d'échange ou de conservation de données, sans support physique tel qu'un courrier papier, un bordereau pré imprimé, un chèque de règlement ou encore de dossiers papier.

2.1.1. Types et phases de dématérialisation

La transformation des objets physiques en une version numérique prend de différentes formes. Ainsi, on distingue deux types de dématérialisation :

- **La dématérialisation native** : les fichiers sont créés directement sur des supports numériques. Les documents électronique natifs doivent disposer d'un certificat de scellement pour être considéré comme conforme.
- **La dématérialisation à posteriori** : elle concerne surtout des documents entrants au format papier, et traverse ce processus :
 - **La numérisation** : la numérisation du document qui fait typiquement intervenir un scanner pour en obtenir de version numérique
 - **L'archivage** : après la numérisation, le document doit pouvoir être stocké. Sont définit alors le support, les droits d'accès, les moyens de sauvegarde... etc.
 - **Le versionnage** : la gestion de différentes versions (ou *versioning*) d'un même documents et comment garder la trace des évolutions apportées.

La certification : garantir que le document copié numériquement est conforme à son original papier⁴¹.

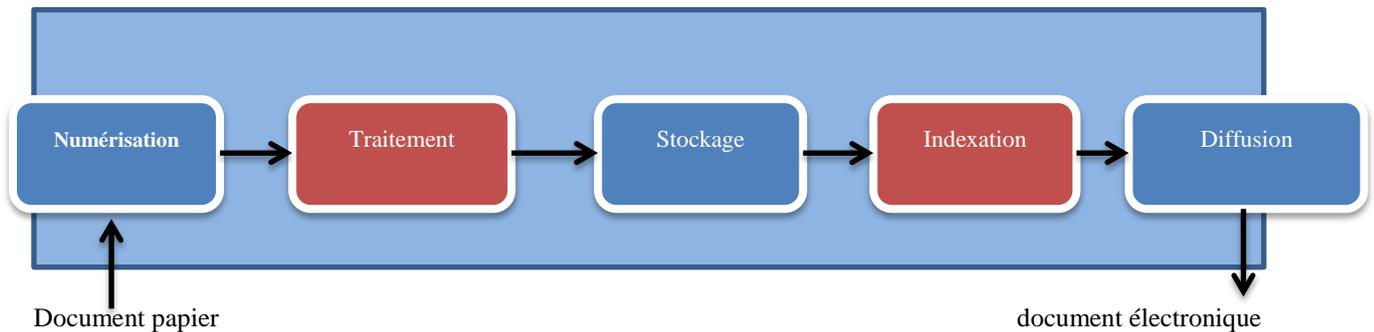
³⁹ <http://partages.insa-rennes.fr/alfresco/d/a/workspace/SpacesStore/6b14016b-4533-4fcc-b562-af37b5ca40c5/Dematérialisation.pdf?a=> Consulté le 14/08/2020 à 13H57min

⁴⁰

⁴¹ <https://www.appvizer.fr/magazine/communication/editique-dematerialisation/dematérialisation> Consulté le 14/08/2020 à 14H31MIN

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Figure 8 : Les étapes de la dématérialisation des documents.



2.1.2 : Les enjeux de la dématérialisation

En entreprise, la dématérialisation consiste en un basculement des documents papier vers un papier ver un format numérique modifiable directement, et peut aller jusqu'à une politique de « zéro papier » lorsque la substitution est totale. Il est nécessaire de mettre en place une solution de Gestion Electronique des Document appelé (GED) une fois les document numérisés afin de pouvoir les stocker et les modifier si besoin. Son but est une efficacité accrue grâce à une gestion électronique des documents, et donc plus légère. Si cette solution présente de nombreux avantages, il existe encore quelques freins à son application massive.

2.1.2.1. Avantage de la dématérialisation

Une économie d'argent : la dématérialisation permet d'abord de réaliser des économies en impression et achat de papier. L'entreprise communique désormais via internet, les frais d'envoi postal donc supprimés⁴².

Une économie de temps : travailler sur des documents numériques permet de communiqué plus rapidement que ce soit en interne ou avec des clients. Le temps de traitement des dossiers est plus court et la qualité de service est ainsi améliorer, de ce fait la société devient plus compétitive.

Une sécurité accrue : la dématérialisation des documents permet de garder la trace de toute transaction, de sécurisé les données et de lutté contre la fraude grâce à la signature électronique.

Démarche écologique : en définitive, le zéro papier, et la diminution de l'emploi de l'encre pour les impressions, constitue un pas de plus vers une économie plus orientée développement durables⁴³.

⁴² MOUHAI BADR & FETHEDDIN HIBA (2018) « la dématérialisation et digitalisation des documents et procédures (cas DGI) » mémoire de licence en économie et gestion, université HASSAN 2 de CASABLANCA.

⁴³ <https://www.appvizer.fr/magazine/communication/editique-dematerialisation/dematerialisation> Consulté le 14/08/2020 à 17H40MIN

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

2.1.2.2. Inconvénients de la dématérialisation

En termes de main d'œuvre : la dématérialisation contribue à l'augmentation du chômage, car elle permet moins de personnel nécessaire.

Investissement financier : passer d'une gestion au format papier à une « GED » comporte des frais⁴⁴ : Technique, de maintenance, d'hébergement et de formation des utilisateurs. Une analyse technique des moyens à mettre en œuvre est nécessaire. Un projet de dématérialisation doit en effet prendre en compte la maîtrise du réseau informatique pour connecter les applications métier utilisées en interne.

En termes de sécurité de données : la dématérialisation présente parfois des inconvénients en termes de sécurité de données. Il est donc important d'utiliser un système d'archivage électronique, qui interdit toute modification ou suppression d'un document numérisés. Par ailleurs, le risque de perte des documents numérisés également présents à cause d'une attaque malveillante par exemple⁴⁵.

Mauvaise maîtrise de l'informatique : pour éviter la mauvaise utilisation de l'informatique et pour que les employés apprennent à le maîtriser, il faut organiser des formations spécifiques.

2.2 : Le passage de la dématérialisation au digital

Avant de dématérialiser leur marketing, leur vente, leur relation client, leur recrutement, leur ingénierie, les entreprises et les établissements de crédits dématérialisent leurs processus, en libérant la circulation de l'information. Le développement de l'internet participe au processus de la dématérialisation dans tous les domaines à savoir le domaine économique ou la dématérialisation est une affirmation de passé a une économie de l'immatériel.

2.2.1. La dématérialisation des moyens de paiements

Les moyens de paiements dématérialisés désignent les différentes solutions nous permettant d'effectuer des transactions sans avoir à recourir à de l'argent liquides. Autrement dit, cette dématérialisation des moyens de paiement à un avantage de limiter aux maximums possibles la manipulation des espèces et surtout de rendre les transactions plus fluides⁴⁶.

⁴⁴ <https://www.appvizer.fr/magazine/communication/editique-dematerialisation/dematerialisation> Consulté le 14/08/2020 à 18H09MIN

⁴⁵ DION Albert Ndiack (2018) « les aspects juridiques de la dématérialisation des documents du commerce maritime » Thèse de Doctorat de droit à l'Université PARIS 1 PANTHEON-SORBONNE. (<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02060713/document>) consulté le 15/08/2020 à 18H24MIN

⁴⁶ Romain Mussault, « Tout savoir sur les moyens de paiement dématérialisés », <https://www.journaldugeek.com/dossier/moyens-de-paiement-dematerialises/> Consulté le 02/09/2020 à 19H30MIN.

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

La dématérialisation des chèques : Les règlements par chèques bancaires, sont encore fréquents et d'autres supports sont apparus comme les chèques vacances, leur utilisation nécessite de nombreuses manipulations.

La dématérialisation des chèques permet d'optimiser leur traitement et leur encaissement tout en accélérant et sécurisant le processus⁴⁷. La dématérialisation des chèques a de nombreux bénéfices :

- Minimiser le temps des saisies des informations.
- Limiter le temps de classement et d'archivage des documents.
- Raccourcir le temps des traitements
- Améliorer la gestion de la trésorerie
- Recentrer les collaborateurs sur des opérations à plus forte valeur ajoutée.

La carte bancaire : La carte bancaire est le plus vieux moyen de paiement dématérialisé ; elle permet à son titulaire de régler ses achats dans les magasins physiques et en ligne et aussi de retirer des espèces auprès des GAB ou DAB.

Le paiement en ligne : Depuis l'essor de e-commerce à travers le monde, le paiement sur internet est devenu très utilisé, comme il peut s'effectuer avec ou sans une carte bancaire.

Le paiement mobile : Le paiement mobile consiste à utiliser un Smartphone ou une tablette pour réaliser des transactions.

Le paiement par contrat : Il s'agit d'un dispositif qui rend possible le règlement de ses achats sans avoir à sortir sa carte et à l'insérer dans un TPE. Ce système fonctionne avec des applications mobiles telles qu'Apple Pay⁴⁸ par exemple⁴⁹.

Les avantages de la dématérialisation des moyens de paiement :

- La disponibilité de ses services à tout moment et à n'importe quel lieu.
- Le gain de temps.
- La limitation de la manipulation donne à la personne une sensation optimale de sécurité.

⁴⁷ <http://www.spigraph.fr/content/download/31094/887374/version/11/file/Fiche-Demat-Cheque.pdf> Consulté le 04/09/2020 à 15h33min.

⁴⁸ Appel Pay : est un service de paiement sans contrat qui permet de régler des achats en caisse sur les TPE ou à travers des applications compatibles.

⁴⁹ <https://www.journaldugeek.com/dossier/moyens-de-paiement-dematerialises/> Consulté le 04/09/2020 à 18H16MIN.

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Section 3 : La banque à Distance

Le digital, le numérique et les nouvelles technologies font désormais partie de notre vie habituelle et cela n'a pas échappé aux banques. Consulter ses comptes, réaliser des opérations bancaires, commander un chéquier, tout cela est désormais possible en ligne. Grâce à la banque à distance, les services généralement en agence sont accessibles en ligne.

On appelle banque à distance l'ensemble de solutions numériques proposées par les banques traditionnelles.

3.1. Définition de la banque à distance

La banque digitale : l'e-banking, m-banking, banque en ligne ou banque à distance ; Plusieurs termes se rapprochent partiellement et des fois désignent la même chose. La banque à distance peut être définie comme⁵⁰ « une banque offrant la possibilité à leurs clients d'effectuer des opérations bancaires à partir d'un lieu électronique tel que : (un Smartphone, un ordinateur, un distributeur automatique de billet (DAB), un téléviseur ou un guichet automatique de banque (GAB).

Autrement dit : la banque à distance est considérée comme « toute activité bancaire destinée à un client ou à un prospect en utilisant exclusivement : un système de télécommunication tel que le réseau téléphonique, la télévision par satellite TPS, le Minitel ou l'internet ». La banque à distance permet à ses clients d'assurer la gestion d'un compte bancaire avec des possibilités de consultation de compte, de virement, d'obtention de crédits ou encore d'investissement dans différents produits financiers.

3.2. Les composantes de la banque à distance :

Aujourd'hui, la banque à distance est largement dominée par deux sous modèles : le sous modèle de banque en ligne (internet) ; et le sous modèle de paiement mobile (mobile banking ou mobile money)⁵¹.

3.2.1. La banque en ligne : internet banking

La banque en ligne est l'une des composantes essentielles du nouveau modèle bancaire. En effet, elle met en concurrence le fonctionnement des opérations des banques traditionnelles qui essaient de s'adapter ou qui ignorent encore son existence sur le marché.

⁵⁰ <https://www.rachatducredit.com/definition-de-banque-a-distance-8686.htm>

Consulter le 17/07/2020 à 16h55min.

⁵¹ Tidiani Sidibe (2017) « La banque pour néophytes, L'abécédaire des opérations bancaires du guichet à la caisse » étude africaines série banque, édition L'HARMATTAN, Paris, page 17/18.

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Les clients préfèrent les canaux directs qui leur facilitent un accès à distance 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 et par conséquent diminuent les fréquentations en agence bancaire. Elle propose un ensemble de services bancaires par internet ou plus généralement par voie électronique qui sont :

- La consultation des comptes
- Des virements
- Des opérations de bourse.

La banque en ligne offre des avantages multiples à la banque et à ses clients :

- Confort (plus pratique pour les clients)
- Ubiquité (accès partout et à tout moment)
- Réduction de coût pour la banque (moins de ressources humaines).

Figure 9 : Exemple de banque en ligne

| Banque en ligne | Société mère | Date de création |
|---|---------------------|------------------|
|  | Société Générale | 2005 |
|  | Groupe ING | 2009 |
|  | Crédit Mutuel Arkéa | 2009 |
|  | BNP Paribas | 2013 |
|  | Crédit Mutuel / CIC | 2006 |
|  | Crédit Agricole | 2009 |
|  | Groupe Orange | 2017 |

Source :Liste des banques en ligne-Bourse des crédits

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

La banque en ligne est fortement concurrentielle. Trois types de banques existent sur le marché, qu'on peut facilement distinguer selon les critères suivants⁵² :

Les pure players : ce sont les véritables banques en ligne. Leur modèle réside uniquement sur internet sans agence physique ni tarifs très concurrentielles.

Les agences virtuelles : ce sont des agences virtuelles des banques traditionnelles, elles ont des tarifs pareils que leur maison mère, mais avec une gestion quasi exclusive de ses comptes en ligne.

Les banc-assureurs : les principaux assureurs ont obtenu les agréments pour aussi proposer des services bancaires et utiliser également leur réseau d'agences pour proposer de la banque au quotidien.

3.2.2. Les paiements mobiles : (M-banking)

Le mobile banking est aujourd'hui un phénomène en forte expansion ; il est devenu le point d'accès à des services et biens, physiques comme virtuels. En revanche, il regroupe l'ensemble des techniques permettant d'effectuer des opérations bancaires et financières à partir d'un téléphone portable, d'un mobile, d'une tablette ou d'un Smartphone⁵³. C'est une mise en relation technique à proximité et sans fil pour faciliter les échanges communicationnels et les transactions financières entre un client et sa banque. Les paiements mobiles sont considérés comme la prochaine grande innovation dans la distribution des services bancaires en faveur des particuliers.

Stricto sensu, le mobile banking désigne les services financiers par téléphone portable offerts par les établissements de crédit. Il s'agit généralement de services de consultation de soldes, de paiement de factures, d'émission de cartes prépayées et de transfert d'argent. Le concept, **lato sensu**, s'étend à l'ensemble des services financiers pouvant être offerts avec ou sans compte bancaire.

3.3 : Les services de la banque à distance

Pour tirer aujourd'hui pleinement parti des évolutions réalisées en matière de technologie de la télécommunication, les premiers services de la banque à distance ne cessent de se développer. Qualifiée aussi de banque en ligne, ces établissements d'un nouveau genre propose donc, à leurs clients, par l'intermédiaire d'une plate-forme internet, spécialement prévue à cet effet, un espace transactionnel sécurisé accessible par site web sans se déplacer.

⁵² <https://banque.meilleurtaux.com/banque-en-ligne/index.html>
Consulter le 25/07/2020 à 19h11min

⁵³ <https://www.rachatducredit.com/definition-mobil-banking-en-france-977.html>
Consulter le 27/07/2020 à 18H36min

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Parmi les services de la banque à distance :

- Les Automates bancaires
- Le mobile banking
- Le Net ou e-banking

3.3.1 : Les Automates bancaire (DAB, GAB, TPE et le PME)

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

Les distributeurs automatiques de billets (DAB) : Le distributeur automatique de billets (DAB) est un appareil installé par des agences bancaires⁵⁴ qui permet aux détenteurs de la carte « CIB » d'effectuer les opérations de retrait d'espèces ainsi que la consultation du solde du compte.

Les guichets automatiques de banque (GAB)

Les guichets automatiques sont des appareils aménagés à l'intérieur de la banque, ils permettent aux détenteurs de la carte bancaire d'effectuer les opérations suivantes⁵⁵ :

- Retrait d'espèce
- Consultation du solde de compte
- Consultation des (10) dernières opérations
- Consultation du relevé d'identité bancaire « RIB »
- Commande de chéquier
- Virement de compte à compte
- Versement d'espèce
- Remise de chèque
- Ainsi que les opérations sur livret épargne électronique.

⁵⁴ SAM Hocine « Essai d'analyse de la bancarisation en Algérie : Cas de la wilaya de Tizi-Ouzou » mémoire de magister en Sciences Economique, Université M. MAMMERI de Tizi Ouzou, p. 75

⁵⁵ Guide interne de la banque BNA « Guide de la monétique » Circulaire n° 2063 DU 15/04/2014

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Figure 10 : Exemple d'un GAB



Les Terminaux de Paiement Electroniques (TPE) : Le terminal de paiement électronique « TPE » est un équipement spécifique qui permet aux détenteurs de la carte « CIB » d'effectuer le paiement de ses achats ou prestation chez un commerçant rapidement et en toute sécurité.

Ces automates dits « libre-service » permettent :

- outre les retraits d'espèces,
- la remise de chèque avec capture d'image
- L'édition d'extraits de comptes
- L'édition de RIB
- L'exécution de virement

Figure 11 : Exemple d'un TPE



Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

Le porte-monnaie électronique (PME) : Le porte-monnaie électronique est un moyen de paiement qui se présente sous la forme d'une carte bancaire. Cette dernière est alimentée en unités correspondant à la somme que le client dépose sur cette carte⁵⁶. Selon LAFITTE.M « *Le Porte-Monnaie Electronique est un système portatif permettant le transport d'unités électronique de paiement, stockées dans une mémoire interne, la mémoire la plus utilisé étant la puce* ». Le porte-monnaie électronique permet d'automatiser divers types d'opération manuelle correspond à deux grandes catégories :

- ✓ L'utilisation d'automates, des besoins en matière de télécommunication, de chaînes de télévision et de distribution de certains services, des besoins de communautés urbaines ;
- ✓ L'opportunité de développer des paiements des petites sommes à distance.

3.3.2. Le Mobil banking (M-banking)

Nous avons déjà présenté le paiement mobil dans les composantes de la banque à distance. Gros modo, le mobil banking est l'utilisation du téléphone portable afin de réaliser des services bancaire qui peuvent être des transactions financière et des échanges d'information entre le client et établissement financière.

Conclusion

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

Le processus de la dématérialisation se poursuit par l'apparition d'une nouvelle monnaie entièrement virtuelle: la monnaie électronique. Encore naissante, cette monnaie doit également transiter par le biais de divers moyens de payement tels le porte- monnaie électronique, le téléphone portable ou internet. De plus, si de nouvelles formes de monnaie apparaissent, cela ne signifie pas la disparition des précédentes (le chèque), car il est toujours indispensable aussi nécessaire au fonctionnement des banques.

La création de banque à distance n'est pas chose facile. Car comme son l'indique, la quasi-totalité de ses opération sont fait à distance.

⁵⁶ <https://actufinance.fr/guide-banque/porte-monnaie-electronique.html> Consulter le 11/08/2020 à 12H00

Chapitre 2 : Les banques classiques révolutionnent la production des services bancaires

**CHAPITRE 3 : ETUDE DES
SERVICES DIGITAUX AU SEIN
DE LA BANQUE NATIONALE
D'ALGERIE**

Introduction

Le secteur bancaire algérien comme tous les autres secteurs a connu des évolutions après l'émergence de la digitalisation dans le monde. Il est de plus en plus évolutif et s'ouvre à la modernisation. La Banque Nationale d'Algérie « BNA agence 356 » a aussi été obligée d'adopter une stratégie qui lui permettra de suivre ce développement et d'être plus compétitive. Ainsi, ce chapitre est consacré à l'étude des services digitaux au sein la BNA (agence 356).

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

Afin de mieux éclairer la présentation de l'organisme d'accueil, nous commençons d'abord par la présentation la BNA, en général, puis l'organisme qui nous a accueillies pendant notre stage pratique : L'agence principale « 356 » de Bejaïa.

1.1 Présentation de la BNA

1.1.1. L'historique de la BNA

La BNA a été créée le 13 juin 1966 sur ordonnance n° 66-178 et fut la première banque commerciale nationale. Elle était destinée au financement de l'agriculture jusqu'à la création d'une banque spécialisée dans ce domaine, en l'occurrence la (BADR) en 1982. Le secteur bancaire s'est élargi par la suite avec la création d'autres banques et de ce fait, le financement de l'agriculture et qui était l'une des activités exercées par la BNA, a été confiée en Mars 1982 à une institution bancaire spécialisée (BADR) et qui a pris le volet du financement et de la promotion du monde rural.

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

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

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

1.1.2 Réseau de la BNA

Au début de 2016, le réseau de la BNA est composé de 211 agences réparties sur le territoire national, 138 distributeurs automatiques de billets (DAB) et 90 guichets automatiques de banque (GAB). Le réseau de la BNA est encadré par 17 directions régionales appelées direction du réseau d'exploitation (D.R.E), chacune a un pouvoir hiérarchique sur un nombre d'agences.

Les agences de la BNA sont catégorisées comme suit :

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

1.1.3. Mission de la BNA

La BNA exerce toutes les activités d'une banque de dépôts, elle assure notamment les services financiers des groupements professionnels des entreprises. Elle traite toutes les opérations de banque, de change et de crédit dans le cadre de la législation et de la réglementation des banques. L'ordonnance n° 66-178 du 13 juin 1966 créant la BNA charge cette dernière des missions suivantes :

- En tant que banque commerciale : elle traite toutes les opérations de banque, recueille des dépôts et consent des crédits à court terme ou crédits d'exploitation, finance les opérations du commerce extérieur ;
- En tant que banque d'investissement : elle collabore avec les autres institutions financières pour les crédits à moyen et long terme ;
- En tant que société nationale : elle sert d'instrument de planification financière, chargée d'exécuter et de mettre en œuvre la politique du gouvernement en matière de crédit.

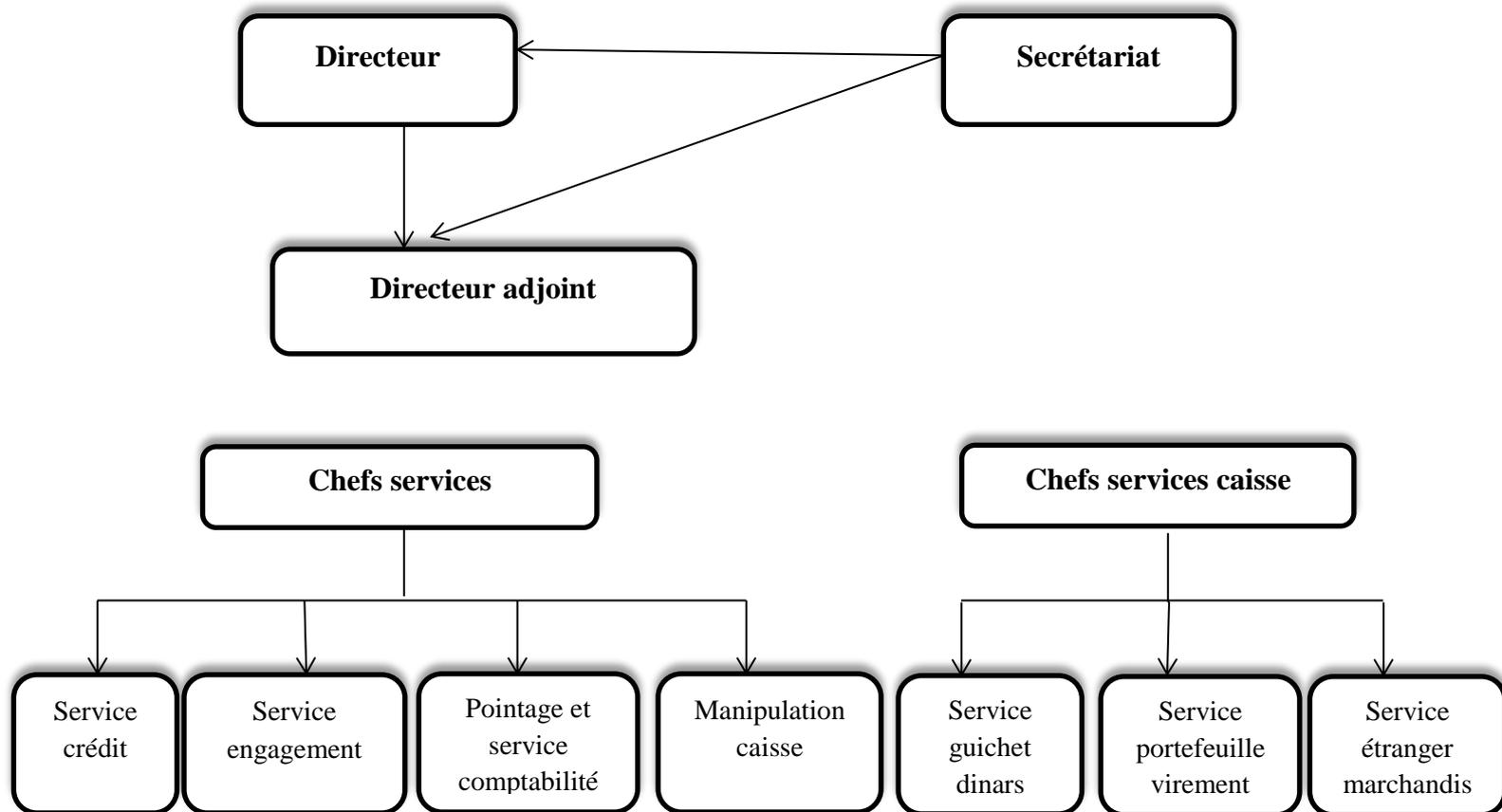
Comme toute autre banque commerciale, La BNA a pour objectif le financement de l'économie. Elle doit maximiser sa rentabilité en collectant des ressources financières auprès des agents économiques pour une redistribution sous forme de crédits au profit du développement de l'économie .C'est le rôle d'intermédiation financier.

1.1.4. Les organisations de la BNA

La BNA est administré par un conseil d'administration composé de sept membres nommés par l'assemblée générale ordinaire et parmi laquelle le président directeur général est choisi, les 22 directions centrales et les cinq divisions soutiennent et supervisent 17 directions régionales d'exploitations qui à leur tour le contrôle l'activité des 168 agences commerciales implantés sur le territoire national. Est à noter que des organes de gestions et l'aide à la décision ont été mis en place pour assurer une meilleur gestion, il s'agit de différents comités sous cités :

- Le comité exécutif et le comité élargie : on pour rôle le traitement des questions portant sur le fonctionnement de la banque.
- Le comité de pilotage : un organe qui supervise la relation de plan stratégique.
- Le comité trésorier : est chargé de l'application de stratégies de banque en matière de liquidité.
- Le comité de crédit : une instance de décision en matière de sanction des dossiers de crédit.

Figure n°12 : Organigramme de la BNA



Source : Document Interne de la Banque

1.1.5. Classification des agences

Les agences de l'établissement bancaire que constitue la BNA sont classées selon le volume d'activité en quatre catégories :

- Les agences « principales »
- Les agences « catégories A »
- Les agences « catégories B »
- Les agences « catégories C »

❖ **Les agences principales** : elles ont pour mission :

- L'animation commerciale ;
- Etude et analyse des risques
- Opération de caisse ;
- Opération de commerce extérieur ;
- Caisse principale.

❖ **Agences de catégorie A et B** : Elles ont la même structure que celle principale mais ne disposent pas de caisse principale.

❖ **Agences de catégorie C** : traite les opérations suivantes :

- Opération de caisse et de commerce extérieur ;
- Opération de crédit et animation commerciale.

1.2. Présentation de l'agence d'accueil (BNA 356 Bejaïa)

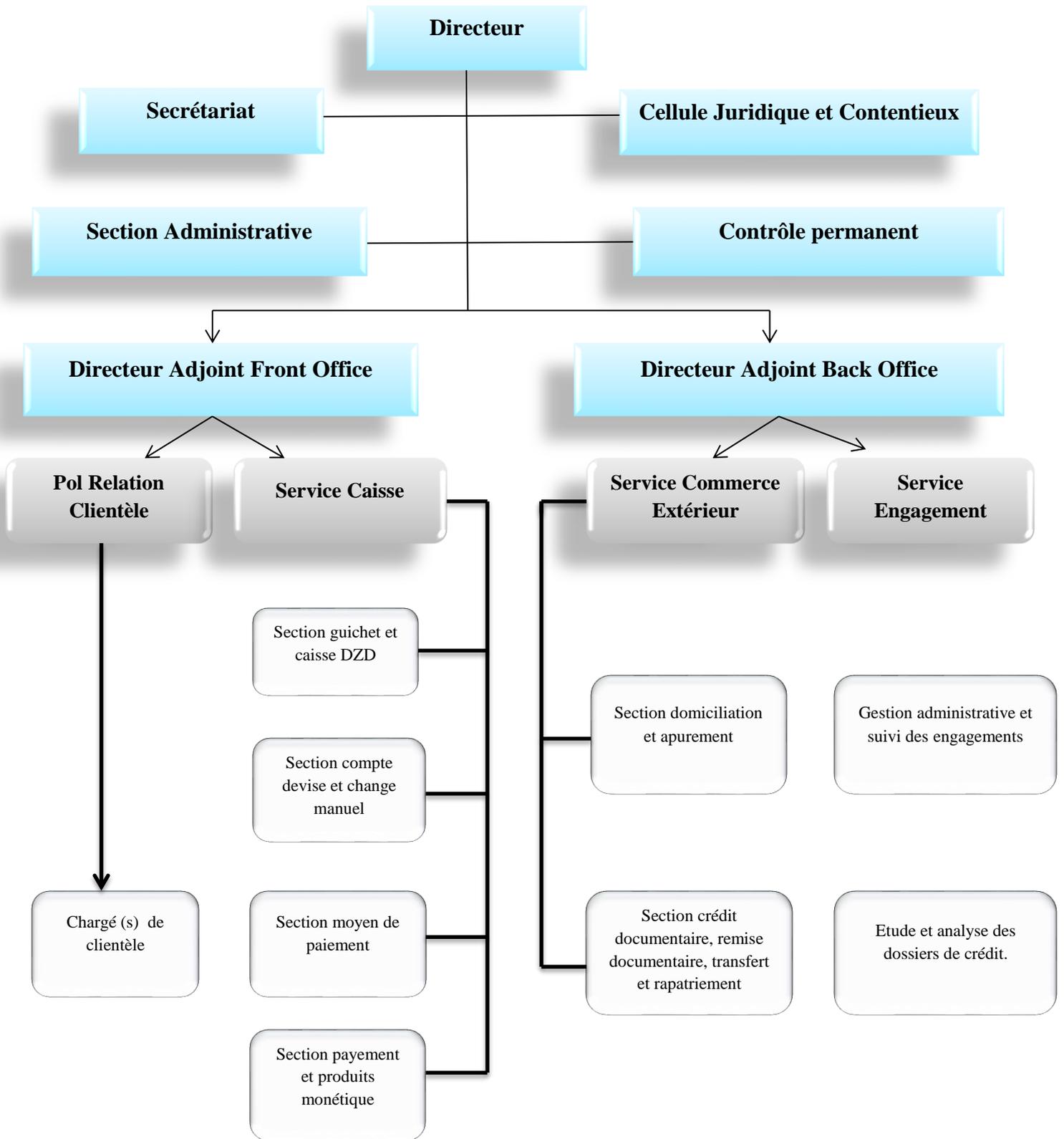
L'agence d'accueil BNA 356 de Bejaia e été créé en 1991. C'est l'agence principale. Elle est dirigée par un directeur et deux directeurs adjoints nommés par le président Directeur Général. Elle fait partie intégrante du réseau d'exploitation de la banque dont elle assure la représentation au niveau local. Elle est rattachée hiérarchiquement à une Direction de Réseau d'Exploitation (DRE) et entretient des relations avec l'ensemble des structures de la banque. Selon les attributions qui lui sont conférées, l'AP est structurée en cinq compartiments à savoir :

- Compartiment commercial et juridique
- Compartiment caisse et portefeuille
- Compartiment étranger
- Compartiment crédits et engagements
- Compartiment contrôle comptable, informatique et gestion administrative.

L'agence est essentiellement un organe d'action commerciale qui se doit d'avoir l'initiative de la recherche des ressources. Elle œuvre en vue d'une bancarisation optimale de la population en drainant le maximum de ressources vers ses caisses tout en assurant le financement de l'économie. L'agence principale 356 a été créée en 1991, son siège se trouve à la cité TOBBALE. Plusieurs autres agences sont attachées à la (DRE) de Bejaia et sous sa responsabilité :

Agence El-kseur 585 ; Agence Iheddaden 387 ; Agence Aokas 589 ; Agence Bejaia 588 ; Agence Tazmalt.

Figure n° 13 : Organigramme Agence principale et Première Catégorie



Source : Document interne de la BNA

Section 2 : Les services digitaux de la banque BNA

2.1 : La présentation des services digitaux.

2.1.1 : La carte de retrait/de paiement interbancaire

2.1.1.1. Définition : La carte « CIB » est une carte interbancaire. Elle est reconnaissable par le logo « CIB » de l'interbancaire qui est imprimé sur la carte, on y retrouve le logo de la banque émettrice de la carte. Elle est présentée sous la forme d'une carte plastique de taille 4,5 x 8,5 cm. Aussi équipée d'une bande magnétique et/ou d'une puce électronique. La « CIB » a été lancée en 2006 par l'opérateur technique de la monétique, la Société d'Automatisation et de Transaction Interbancaire et de Monétique (SATIM). Elle permet au client d'effectuer sur tout le territoire national, le paiement des achats de biens et services auprès des commerçants et d'opérer des retraits d'espèce sur l'ensemble des distributeurs automatiques de billets de banque installés sur le territoire national. La carte « CIB » est validée pour une durée de trois (03) ans.

2.1.1.2. Les éléments descriptifs du support de la CIB

Les cartes bancaires sont caractérisées par :

- Une piste magnétique utilisable pour les paiements ainsi que pour les retraits à l'échelle nationale comme à l'échelle internationale ;
- Un microprocesseur ou puce électronique pour les opérations de paiement.

Au recto d'une carte bancaire, nous retrouvons :

- Le logo de la banque émettrice
- Les contacts de la piste magnétique et/ou de la puce électronique
- L'embossage en relief du plastique :
 - Du numéro de la carte;
 - De la date limite de validité ;
 - Du nom du porteur ;
 - Le logo du réseau auquel la banque émettrice est affiliée ;
 - Un hologramme de sécurité ;
 - Le logo du réseau international dans le cas où la carte peut être utilisée à l'étranger.

Quant au verso, il comporte :

- piste magnétique ;
- série de chiffres représentant un élément supplémentaire de sécurisation du paiement à distance ;
- une zone destinée à recevoir un spécimen de signature du porteur de la carte ;
- l'adresse de l'établissement émetteur.

Figure n° 14: Au Recto de la carte bancaire

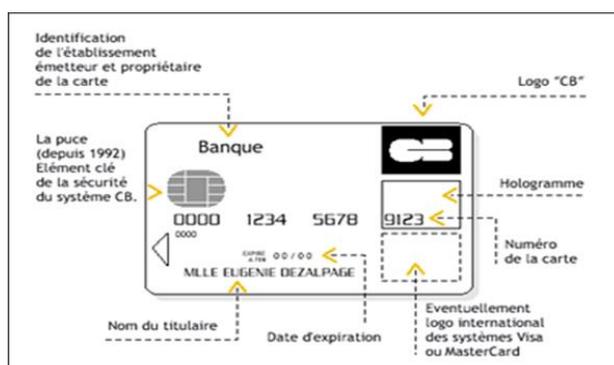
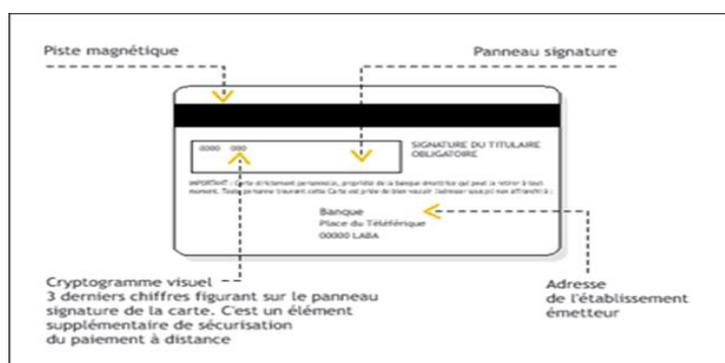


Figure n°15 : Au Verso de la carte



Source : www.euoline-detection.com

2.1.1.3. Les type de la carte « CIB »

Deux types de cartes sont proposés à la clientèle à savoir :

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

Figure n°16 : Modèle de carte bancaire -BNA-



Source : bna.dz

La carte Gold :La carte Gold offre aussi des services de retrait et de paiement interbancaire, elle obéit aux mêmes principes d’attribution arrêtés par chaque banque selon sa convenance. Cette carte propose des fonctionnalités supplémentaires ainsi que des plafonds de retrait et de paiement plus élevés.

Figure n° 17 : La carte Gold



Source : bna.dz

2.1.1.4 .Avantages de la carte CIB

- ✓ Facilité d'utilisation
- ✓ Disponibilité de l'agence 24h/24 et 7j/7, sur le réseau GAB de la BNA et DAB connecté au « R.M.I »
- ✓ Sécurité renforcée (carte à puce munie de code confidentiel)
- ✓ Gain de temps : la carte CIB évite des files d'attente dans les agences
- ✓ Confort : elle permet de régler les achats sur les terminaux de paiement Electronique (TPE) installés au niveau des commerçants acceptants⁵⁷.

2.1.2 .La banque à distance : BNA.net

Dans le cadre de la digitalisation, de l'enrichissement de l'offre des services et de la diversification de ses canaux de distribution, il est décidé la mise en place de nouveaux services bancaires à distance multi canal permettant d'élargir à la clientèle les services bancaires offerts à travers le canal web, les services Mobile Banking et SMS Banking. Le service bancaire à distance " **BNA.net**" est réparti en packs comme suit :

⁵⁷ www.bna.dz

2.1.2.1. Pack « Net »

C'est un service à distance qui est mis à la disposition des clients pour effectuer des opérations suivantes :

- Consultation des soldes et de l'historique des soldes de comptes.
- Consultation des mouvements de comptes
- Consultation des cartes et des opérations monétiques.
- Recherche d'opérations sur le compte.
- Téléchargement et édition des relevés de comptes et du RIB
- Service de messagerie.
- Service notification par SMS (selon la demande du client).

2.1.2.2. Pack « Net + »

Le Pack « Net + » comporte les services du Pack « Net » auxquels s'ajoutent les services suivants :

- Virement ponctuel en intra de compte à compte du même client.
- Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agence BNA et chez les confrères.
- Virement de salaires pour les entreprises, hors client « EDI ».
- Prélèvement multiple sur les clients redevables (débiteurs) domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères.
- Commande de chéquier et/ou de carte bancaire
- Opposition sur carte.

Les virements et les prélèvements ordonnés vers les clients domiciliés chez les autres banques doivent être nettement inférieures à un million (1 000 000 DA).

E-Paiement : L'e-paiement baptisé le paiement électronique ou le paiement en ligne est un moyen de paiement permettant d'effectuer des transactions commerciales pour l'échange de biens ou services sur internet⁵⁸. Ce service est mis en place par la BNA le **04/10/2016**, à ses clients détenteurs de la carte CIB et acceptable sur les sites internet des commerçants adhérents à ce service.

Afin de contribuer activement au développement du paiement électronique en Algérie, la BNA a introduit deux web marchands à savoir : « Algérie télécom » et « Mobilis », et est en phase d'introduction d'autres grands facturiers, ce qui permettra à sa clientèle détentrice de cartes CIB d'effectuer des opérations de paiement sur les sites Web des facturiers (Web marchands) adhérant à ce service, en toute sécurité et simplicité, **24h/24 et 7j/7**.

⁵⁸ <https://fr.slideshare.net/Maeyy/e-paiement-2> consulté le 23/08/2020 à 17h56min

Avantages de l'e-paiement

- **La Sécurité** : les paiements sont sécurisés grâce au code confidentiel et personnel, et garantie des droits de « web acheteurs ».
- **La Commodité** : Il permet d'effectuer des achats n'importe où et à n'importe quel moment.
- **La Facilité** : Possibilité d'effectuer des paiements à distance en toute simplicité sans se déplacer.
- **L'Accessibilité** : régler simplement et rapidement des achats sur des sites marchands **24H/7J**

2.1.3. La Bancassurance

La Bancassurance est l'activité à travers laquelle la BNA par le biais de son réseau d'exploitation commercialise des produits d'assurance, moyennant une rémunération. Lorsque les clients contractent une assurance auprès de leur Banque, cette dernière lui couvre contre le risque objet du contrat. Selon le type d'assurance qu'ils souhaitent souscrire, la banque leur demandera de lui communiquer certaines informations. Il est donc nécessaire de remettre des informations exactes pour une prise en charge complète et efficace en cas de sinistre. Le dossier à fournir diffère selon le type d'assurance souhaitée. Leur chargé de clientèle est à leur disposition pour les renseigner. À la fin de la souscription, la BNA leur remet un contrat d'assurance signé par eux-mêmes et la Banque. La Banque Nationale d'Algérie diversifie son offre de produits d'assurance qu'elle met à la disposition de sa clientèle :

- ✓ Assurances de personne ;
- ✓ Assurances des biens.

2.2. La mise en place de nouveaux services digitaux au sein de la BNA

2.2.1 : La Carte Epargne Interbancaire

Définition : Dans le cadre de la modernisation des produits, la Banque Nationale d'Algérie lance en date du **02/02/2020** un nouveau produit « la carte épargne interbancaire », qui permettra à ses clients épargnants de disposer de leur argent sur tous les Guichets automatiques de la BNA ainsi que sur l'ensemble de distributeurs automatiques de billets de la BNA et ceux des autres.

Les types de la carte épargne interbancaire

Quatre types de carte épargne interbancaire « CIB » adossées aux comptes d'épargne sont mises à la disposition de la clientèle à savoir :

- Carte Epargne avec intérêt ;
- Carte Epargne sans intérêt ;
- Carte Epargne Junior « Moustakbaly » avec intérêt ;
- Carte Epargne Junior « Moustakbaly » sans intérêt.

Les dispositions comptables et tarifications sont les mêmes que celles applicables aux opérations liées à la carte interbancaire « CIB » et au compte épargne.

Condition d'octroi de la carte épargne interbancaire «CIB »

- ✓ La carte épargne interbancaire « CIB » est attribuée à la demande de toute personne physique titulaire d'un compte épargne.
- ✓ La dite carte peut être attribuée au client déjà bénéficiaire de livret épargne électronique. Les opérations effectuées par le biais de cette carte sont transcrites sur le livret électronique à la présentation du client au guichet de l'agence.
- ✓ L'octroi de la carte épargne interbancaire « CIB » donne lieu à la signature d'un contrat porteur en double exemplaire selon le modèle joint en annexe de la présente.

Modalité de fonctionnement : La carte épargne interbancaire « CIB » donne la possibilité à son titulaire d'effectuer des opérations bancaires sur les automates **24h/24h et 7j/7j**. Elle permet à son titulaire d'effectuer les opérations suivantes :

- Sur les Distributeurs Automatiques de Billets connectés au Réseau Monétique Interbancaire « RMI » :
 - Consultation de solde ;
 - Retrait d'espèces.

- Sur les Guichets Automatique de la BNA :
 - Consultation de solde ;
 - Consultation des dix dernières opérations ;
 - Consultation du RIB ;
 - Retrait d'espèces ;
 - Versement d'espèces
 - Remise de chèques.

Le compte épargne du client est débité et/ou crédité dans les délais contractuellement convenus avec la banque. La carte épargne interbancaire « CIB » permet d'identifier clairement le nom du titulaire de la carte (embossé sur le recto de la carte).

Durée de validité de la carte épargne : La carte épargne est valide pour une durée de trois (3) années dont la date d'échéance est inscrite sur la carte. A la date d'échéance de la carte, celle-ci fait l'objet d'un renouvellement automatique sauf résiliation du contrat et/ou clôture de compte par l'une des deux parties.

Traitement des oppositions sur la carte épargne : Dans le cas de perte ou de vol de la carte épargne, le client introduit auprès de son agence de domiciliation une demande d'opposition avec une déclaration de perte.

2.2.2. La Carte Affaires

Définition : Dans l'objectif de répondre aux attentes de certains segments de clientèle notamment les entreprises, pour alléger la gestion de leurs dépenses, la BNA décide la mise en place de la carte « Affaires » le **23/02/2020**. L'émission de ce nouveau type de carte interbancaire permet de diversifier et de moderniser les produits et les services monétiques de la banque. La carte « affaires » est une carte interbancaire de retrait et de paiement destinée aux professionnels et aux entreprises pour couvrir les différentes dépenses relatives aux impôts, factures, frais, et autre.

Les types de la carte Affaires

Deux types de cartes « affaires » sont proposés à la clientèle, à savoir :

- La carte « affaires » Classique.
- La carte « affaires » Gold.

Cette carte est utilisable au niveau des Distributeurs Automatiques de Billets de banque (DAB), des Guichet Automatique de banque (GAB) et des Terminaux de Paiement Électroniques (TPE) à proximité et à distance.

Condition et critère d'octroi de la carte « Affaires »

La carte « affaires » est attribuée gratuitement aux clients titulaires de comptes et/ou à leurs mandataires dûment habilités sélectionnés parmi :

- Les Ministères.
- Les Administrations Publiques.
- Les Entreprises Publique.
- Les Sociétés Commerciales.
- Les différentes activités professionnelles.
- Les affaires personnelles (commerçants personne physique).

Cette carte permet d'identifier clairement le nom de l'entreprise distinctement du nom du titulaire de la carte (transcrite sur le recto de la carte).

Les bénéficiaires de la carte « affaires » doivent répondre aux critères :

- De moralité.
- De solvabilité.
- De disponibilité d'un solde permanent en compte ou une autorisation sur le compte.
- D'absence d'incidents sur le compte.

Modalités et fonctionnement : La carte « Affaires » permet à son détenteur d'effectuer les opérations suivantes :

- Le paiement de produits et services au niveau des accepteurs dotés de TPE connectés au réseau monétique interbancaire.
- Le paiement via internet sur les sites « web-marchands » affiliés au RMI.
- Le retrait d'espèces, sur les GAB et sur les DAB connectés au réseau monétique interbancaire.

Duré de validité de la carte « Affaires » : La carte « Affaires » est valide pour une période de trois (3) ans, l'échéance est inscrite sur la carte elle-même. A la date d'échéance de la carte, celle-ci fait l'objet d'un renouvellement systématique, sauf si le contrat est résilié.

2.2.3. SMS-Card

Définition : Dans le cadre de la diversification des canaux d'interaction clients, et afin de minimiser les risques «porteur» liés à l'utilisation frauduleuse de la carte interbancaire et de renforcer le contrôle interne, la BNA a lancé un nouveau service « SMS-Card » le **16/02/2020**. Il s'agit d'un service de notification par message courts « SMS » informatifs, envoyés sur les téléphones portables des clients porteurs des cartes CIB.

Caractéristiques de SMS-Card

Le service «SMS-Card » couvre l'envoi des informations concernant :

- ✓ Les modifications de statuts des cartes :
 - Carte personnalisée (date de livraison).
 - Carte activée (date d'activation).
 - Carte mise en exception (date d'arrêt).
 - Carte mise en opposition (motif : volée ou perdue et date d'opposition).
 - Carte résiliée (date de résiliation).
 - Carte renouvelée et envoyée à la banque (date d'envoi)
 - Carte remplacée et envoyée à la banque (date d'envoi)
 - Et la date de la fin de validité de la carte.

Un SMS est envoyé au porteur de la carte systématiquement après chaque modification du statut de sa carte.

- ✓ L'activité transactionnelle
 - Transaction de retrait sur DAB/GAB avec les données de l'opération (date, heure, montant)
 - Transaction de paiement avec les données de l'opération (date, heure, montant)

- ✓ Les messages publicitaires et de sensibilisation :
 - Annoncer de nouveaux produits et services offerts par la banque.
 - Rappeler les consignes de sécurité relatives à l'utilisation de la carte.
 - Réaliser des sondages (SMS interactifs).

Le SMS est envoyé en temps quasi-réel au client titulaire de la carte CIB.

Condition d'accès au service « SMS-Card » : Le service « SMS-Card » est proposé à tous les clients de la banque, titulaire de cartes CIB, pour accéder à ce service, le client doit signer une demande d'adhésion. Ce service est mis à la disposition du client moyennant le paiement d'un abonnement mensuel de 60 DA/HT, prélevé sur le compte du porteur de la carte.

Modalités et fonctionnement : Le préposé au poste au niveau agence, met à jour la fiche client par le numéro de téléphone portable communiqué par le client. Après traitement de la fin de journée, un fichier comportant la liste des clients concernés est généré quotidiennement et transmis par (D.I.P.M) à la SATIM, pour traitement.

2.2.4. La Finance Islamique.

La finance islamique est avant tout une finance éthique, qui privilégie un système de valeurs bâti sur la nécessité d'éviter ce qui est interdit, sur un équilibre entre l'intérêt personnel et l'intérêt public, mais aussi sur les valeurs de l'équité, la transparence, la sincérité. Ces valeurs sont d'une importance capitale et doivent se refléter obligatoirement dans les actes et les transactions.

La Banque Nationale d'Algérie obtient l'autorisation de commercialiser les produits de la Finance Islamique le jeudi 30 Juillet 2020. La BNA offre une large gamme de produits d'épargne et de financement, conformes aux préceptes de la charia islamique, certifiés par le comité charia de la banque et par l'autorité nationale charaïque de la fatwa pour l'industrie de la finance islamique.

2.2.4.1. Les principaux fondateurs de la finance islamique

Les deux principes fondateurs du système bancaire islamique sont le partage des gains et des pertes et, surtout, l'interdiction de toucher et de verser des intérêts. La collecte d'intérêts ou Riba n'est pas permis par le droit musulman.

Exemple de méthode de partage des gains et des pertes : pour certains types de prêts, l'emprunteur doit seulement rembourser la somme due au prêteur, mais l'emprunteur peut choisir de régler une petite somme d'argent ayant valeur d'indemnité. Un prêt halal n'est d'ailleurs pas véritablement un prêt dans le sens où c'est la banque qui acquiert le bien que convoité. Elle le revend ensuite avec une marge commerciale.

2.2.4.2. Les secteurs prohibés par la finance islamique

La finance islamique interdit l'investissement dans des projet ou activités condamné par la région :

- Investissement de vin et les spiritueux
- Investir les jeux d'argent
- Aussi investir dans l'élevage de porc.

Section 03 : Analyse des données de stage

3.1. La tarification des services digitaux au sein de la BNA

a : La carte bancaire

Tableau n°2 : Cartes CIB Classique/ Gold.

| Types de Carte | Salaire minimum | Plafond |
|----------------|------------------|--|
| CIB Classique | -120 000 DA/mois | <ul style="list-style-type: none">• 80% du salaire sur les DAB par mois• A hauteur du solde sur les GAB |
| CIB Gold | +120 000 DA/mois | <ul style="list-style-type: none">• 80% du salaire sur les DAB par mois• A hauteur du solde sur les GAB |

Source : bna.dz

Dans les conditions de la BNA, On trouve

- Présentation monétique elle englobe les cartes de retrait simple (création/renouvellement carte inter banque est gratuit), les commissions de Réédition du code confidentiel Classique/Gold est de 150/200 DA, d'Opposition de carte Classique/Gold est de 75/150 DA, d'Exception Classique/Gold est de 40/100DA.
- Opérations monétiques dont 20 DA HT est la commission de retrait par CIB en intra banque, par contre en inter banque est de 35 DA HT, la consultation de solde sur DAB a une commission de 10 DA.

b : La banque à distance BNA.NET/SMS-Card/SMS-Banking :

- Frais d'abonnement PACK NET.....100 DA/MOIS
- Frais d'abonnement PACK NET+.....200 DA/MOIS
- Virement de compte à compte même agence.....10 DA/Opération
- Virement de compte à compte en inter agence....10 DA/Opération
- Commande chéquier/carte bancaire.....Gratuit
- Opposition sur carte bancaire.....100 DA/Opération
- Frais d'abonnement au service SMS-Card.....60 DA
- Frais d'abonnement au service SMS-Banking.....18 DA

3.2 : Analyse des statistiques des services bancaire de la BNA

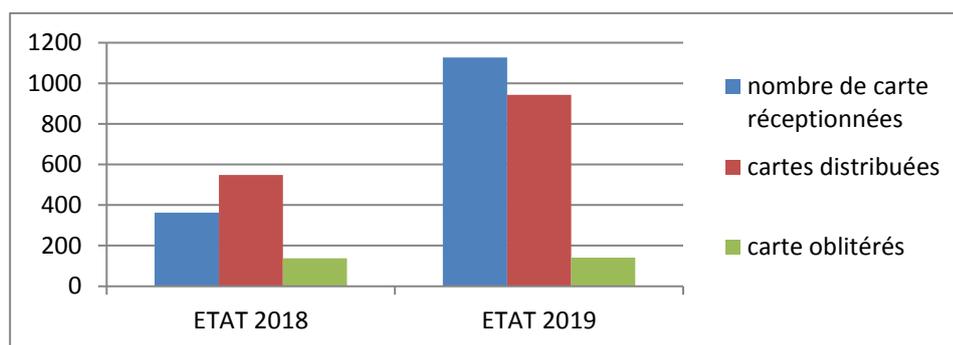
3.2.1. La situation des Cartes CIB

Le tableau ci-dessus désigne les cartes réceptionnées, cartes distribuées et cartes oblitérées (2018-2019).

Tableau (3) : Situation des cartes CIB au sein de la banque BNA agence 356.

| Années | Nombre de cartes réceptionnées | Cartes distribuées | Cartes oblitérées |
|--------|--------------------------------|--------------------|-------------------|
| 2018 | 363 | 548 | 138 |
| 2019 | 1127 | 943 | 141 |

Figure n° 18 : Statistique de carte CIB au sein de la BNA



Source : Etabli par nos soins

D'après la figure ci-dessous, on constate que le nombre de cartes réceptionnées est en forte augmentation, elles sont passées de 363 en 2018 à 1127 en 2019. En revanche, on trouve 548 cartes distribuées en 2018, qui ont été augmentées en 2019 pour atteindre 943 cartes. Concernant les cartes oblitérées, ce sont des cartes annulées qui s'élèvent à 138 en 2018 contre 141 en 2019.

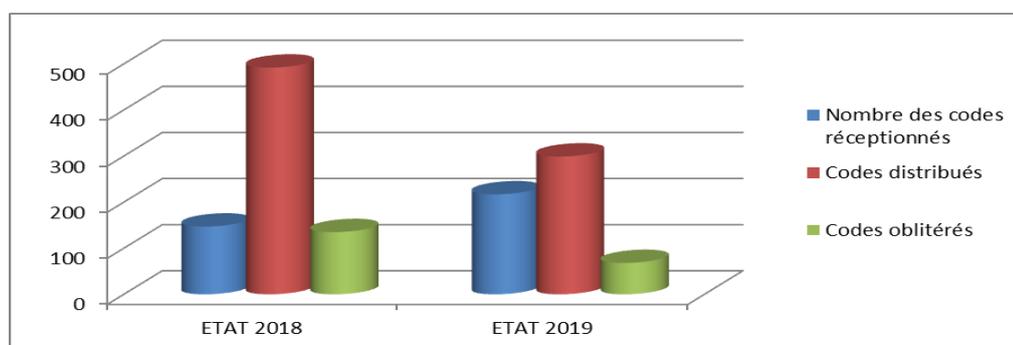
3.2.2. La situation des codes e-paiement

Le tableau suivant présente les statistiques de services e-paiement caractérisés par le nombre de codes réceptionnés, les codes distribués ainsi que les codes oblitérés.

Tableau 4 : Codes e-paiement

| Année | Nombre des codes réceptionnés | Codes distribués | Codes oblitérés |
|-------|-------------------------------|------------------|-----------------|
| 2018 | 147 | 492 | 135 |
| 2019 | 217 | 299 | 68 |

Figure n°19 : Situation des codes e-paiement



Source : établi par nos soins

D'après les données du tableau ci-dessus, nous constatons que les codes e-paiement demeurent faibles, quel que soit dans le nombre des codes distribués (de 492 en 2018 au 299 en 2019), également dans les codes oblitérés baissé de 135 jusqu'à 68). Contrairement aux codes réceptionnés qui ont marqué une augmentation de 70 codes.

3.2.3. Statistique d'E-banking

Afin de pouvoir bénéficier du service Bn@tic, les prérequis suivants doivent être réunis :

- Disposer d'un téléphone de type Smartphone équipé du système IOS (iPhone) ou (Android) ;
- Disposer d'une connexion internet;
- Télécharger et installer l'application sur son mobile ;
- Avoir un abonnement au service E-Banking de la banque dans le cadre d'accès à l'espace authentifié.

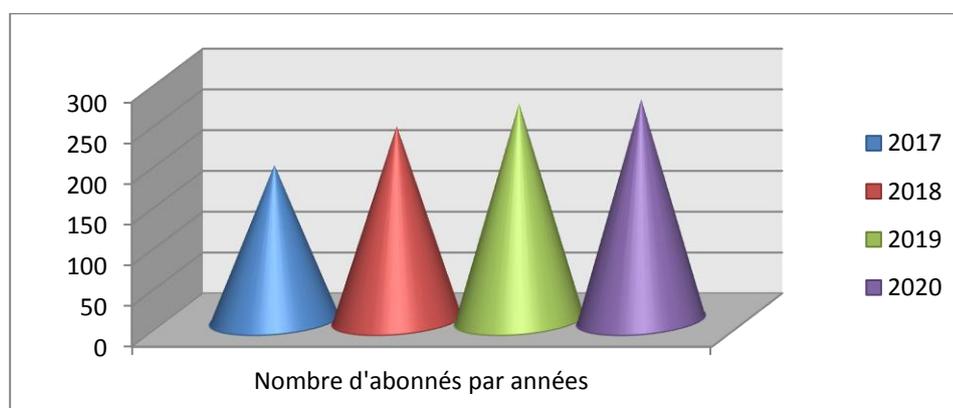
Certainement, pour que la BNA puisse faire ses statistiques, elle doit calculer les nombres d'abonnement au e-banking résumé dans le tableau ci-dessous :

Tableau 5 : Nombre d'abonnés au service e-banking.

| Années | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------------------------|------|------|------|------|
| Nombre d'abonnés par années | 190 | 238 | 266 | 271 |

Source : établi par nos même

Figure n° 20 : Nombre d'abonnés par années.



Source : établi par nos soins.

Le nombre d'abonnés est passé de 190 en 2017 à 238 en 2018, soit une augmentation de 48 abonnés. Une augmentation de 28 abonnés en 2019 pour atteindre 266. A présent, l'année 2020 a connu une amélioration de 05 abonnés dans les premiers mois pour atteindre un nombre de 271.

Conclusion

Au terme de ce chapitre, nous avons constaté, qu'en dépit du retard que connaît le pays dans l'introduction des technologies numérique, le secteur bancaire, à l'instar de la BNA, a pris conscience de la nécessité de la digitalisation des services bancaires.

Au niveau de l'agence BNA 356, certains services bancaires et financiers sont bien lancés. Leur adoption par la clientèle et leur généralisation dépend à la fois de l'effort et de l'investissement à poursuivre par la banque, mais, du changement des comportements des clients de la banque.

CONCLUSION GENERALE

L'objectif principal de cette étude, c'est d'expliquer le concept de la digitalisation des services financiers. En outre, notre recherche s'appuie sur un stage de courte durée réalisé à la banque BNA (agence 356) de la wilaya de Bejaia comme échantillon d'étude.

La digitalisation est un sujet d'actualité par lequel les banques essaient de développer les formes de services bancaires et leur relations avec la clientèle, ce qui provoque une concurrence entre les banques, du fait que chacune cherche à adopter les services les plus sophistiqués, et satisfaire au mieux leur clientèles. Le secteur bancaire est touché comme tous les autres secteurs par le développement technologique ; l'émergence de la banque digitale a changé les fonctions bancaires ainsi que la relation des banques avec ses clients.

Face à une clientèle plus exigeante et plus en plus équipée et familiarisée avec l'utilisation des nouvelles technologies pour ses besoins personnels et professionnels, le secteur bancaire fait face à la naissance des nouveaux services bancaires proposés.

La transformation digitale autrement dit la transformation numérique est le processus qui permet aux banques ou aux entreprises d'intégrer toutes les technologies et services digitales ans leurs activités. Le digital prend aujourd'hui une place très importante dans notre vie quotidienne grâce à ses simplicités. La dématérialisation des moyens des paiements connait de profondes évolutions en raison de l'innovation technologique majeure que sont les paiements sur internet, les paiements avec carte.

La banque en ligne est accessible grâce à des moyens tels que le téléphone, le micro-ordinateur dont les opérations de cette banque se fait à distance sans déplacement.

Enfin, on peut dire que le digital dans la banque sert comme outil de stratégie afin de rapprocher les banques de leurs clients. Ce Constat est généralisé à l'échelle des pays développés. Il émerge en Algérie. Le cas d'étude de l'agence 356 de la BNA, a révélé que des efforts ont été consentis afin d'introduire quelques services bancaires digitaux. Cette digitalisation n'est qu'à ses débuts, mais, les dirigeants ont pris conscience de la nécessité de ne pas manquer cette révolution digitale.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages

1. Jean-Marc Béguin & Arnaud Bernard « l'essentiel des techniques bancaires », Edition d'organisation Group Eyrolles, paris, 2008.
2. Michel Jeantin & Paul Le Cannu « Droit Commercial, instruments de paiement et de crédit Entreprises en difficulté » Edition DALLOZ, 1999.
3. Dictionnaire d'Economie et de Sciences Sociales, 7e édition Nathan 2006, PARIS.
4. Tidiani Sidibe « La banque pour néophytes, L'abécédaire des opérations bancaires du guichet à la caisse » étude africaines série banque, édition L'HARMATTAN, PARIS, 2017.
5. YVES EONNET & HERVE MANCERON «Fintech les banques contre –attaquent » édition Dunob, PARIS, 2018.
6. Mostafa HASHEM Sherif « Paiements électroniques sécurisés » presses polytechniques et universitaires ROMANDES, édition Amazon franc.
7. Olivier PASTRE « la nouvelles économique bancaire » édition Economica, PARIS, 2005.
8. Philippe RAIMBOURG « MARKETING » 2ème édition actualisé, édition Bréal, 2006.
9. BERNET-ROLLANDE Luc, « Principe de technique bancaire », Ed, Dunod, Paris, 2008.
10. DOMINIQUE Rambure « Les systèmes de paiement », Edition, Economica, 2005.
11. BEZIADE.C et ASSAYAG.S (2014) « l'impact du numérique sur le métier de la banque », Etude thématique, Cabinet WEAVE.
12. Descamp.C, Soicht.J « Economie et gestion de la banque » Edition Banque, 1997.
13. Fabrice Lamirault et Collectif « L'évolution du modèle bancaire a l'ère du digital » 1er édition, Mars 2017.
14. JEAN-Hervé LORENZI et JOËLLE DURIEUX, « Banque et Fintech : enjeux d'innovation dans la banque de détail » Edition Palais Brongniart, PARIS 2016.
15. Bertrand Braunschweig « Intelligence Artificielle, les défis actuels et l'action d'Inria » 1^{er} édition centre de Saclay-île de France.

Mémoires et Thèses

1. ABDEL DJEBAR Souheyla « l'impact du marketing des services au sein de l'entreprise de la télécommunication, cas d'Algérie Télécom Mobile « Mobilise » Mémoire de magister en management, univ d'Oran 2014
2. ZIANI Karim, Si KHELIFA Djaffar « l'impact de la qualité des services sur la satisfaction des clients, cas agences CPA de Tizi-Ouzou » Mémoire de fin d'étude en science commerciales, univ Mouloud MAMMERY, Tizi-Ouzou, 2017.
3. Annie Laurence MAPONDJOU « les facteurs d'optimisation de la productivité de la force de vente dans une entreprise prestataire de services : le cas de la SAAR » Mémoire en économie et gestion, univ Catholique d'Afrique Central, 2006.
4. BOUREGBA Khedidja « la qualité des services bancaires, le cas de la banque d'Agricultures de développement rural (BADR), l'agence locale d'exploitation de Sidi Bel Abbés » Mémoire de magister, univ d'Oran 2, 2016
5. ARAB.N, KAIDI.C « Etat des lieux d'ebanking au niveau des banques de la wilaya de Bejaia » Mémoire de fin d'étude en science économique, univ de Bejaia, 2017
6. Erwan Jonchères « Encadrement juridique des monnaie numérique : Bitcoin et autres crypto » Mémoire de droit à univ de Montréal, 2015.
7. HABI.K et LAKBAL.S. La Réalité d'application du Marketing bancaire. Cas : BNA de Tizi-Ouzou. mémoire de Master en science commerciale. Univ Mouloud MAMMERY, 2015.
8. DION Albert Ndiack (2018) « les aspects juridiques de la dématérialisation des documents du commerce maritime » Thèse de Doctorat de droit à l'Université PARIS 1 PANTHEON-SORBONNE.
9. Kara Mostefa Fatima Zohra, Réalité et perspectives du Marketing dans les entreprises Des services d'assurance en Algérie, Cas de la CAAT, Thèse de magister en marketing et gestion des Entreprise, univ Abdelhamid Ibn Badis de Mostaganem.
10. ABDELLI Belkacem. Et ABDENNOUR Rezak (2018), « Le système interbancaire de télécompensation en Algérie. Cas de : CPA de Tizi-Ouzou « 194 ». » Mémoire de master en science économique a univ de Mouloud MAMMERY de Tizi-Ouzou.
11. LADLI Abderrezak (2018), « Les moyens de paiement électronique: « La carte CIB au niveau de CNEP Banque agence de Tizi-Ouzou » mémoire de master en science de gestion à Univ Mouloud MAMMERY de Tizi-Ouzou.

12. HAMEL Hocine & BARKA Mohammed 2013 « Conception et réalisation d'une solution multi-communication pour la gestion de CCP » mémoire de master en réseaux et système de télécommunication à l'université Abou Bekr Belkaid, Tlemcen.
13. MOUHAID BADR & FETHEDDIN HIBA (2018) « la dématérialisation et digitalisation des documents et procédures (cas DGI) » mémoire de licence en économie et gestion, université HASSAN 2 de CASABLANCA.
14. HAMDY Leila e IMOUSSOURA Djamilia (2017) « La modernisation des moyens de paiement Cas CNEP-Banque » Mémoire de Master en science économique, Univ Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou.

Sites Internet :

- ✚ www.m-elhodi.over-blog.com/article-definition-et-roles-des-banques-99103791.html
- ✚ www.Zebank.Fr/banque/le-rôle-des-banques-dans -économie/
- ✚ www.Paypal.com/Fr/webapps/mpp/ua/servicedescription-full
- ✚ www.assohum.org/nous-contacter/devenez-membre/expliquer-paypal/
- ✚ www.pandasecurity.com/france/mediacenter/securite/paypal-sans-risque/amp/
- ✚ www.cours-gratuit.com--id-8035.pdf Consulté le 09/07/2020
- ✚ <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/538595e3f2262.pdf> Consulté le 09/07/2020.
- ✚ <http://adudilieu.free.fr/Annexe%204.pdf> (Kolter.Ph, 1999) Consulté le 10/07/2020
- ✚ <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/538595e3f2262.pdf>
- ✚ <http://opcvn.info/marketing-des-services/> Consulté le 09/07/2020
- ✚ <http://marketingservices.centerblog.net/2-le-marketing-des-services> Consulté le 10/07/2020
- ✚ <https://www.lafinancepourtous.com/pratique/banque/le-compte-bancaire/ouvrir-et-fermer-un-compte/le-rib/> / consulté le 22/08/2020 à 11h36min.
- ✚ https://www.editionsellipses.fr/index.php?controller=attachment&id_attachment=30914 consulté le 22/08/2020 à 11H02MIN
- ✚ <https://banque-info.com/compte-bancaire/> consulté le 22/08/2020 à 10h56min
- ✚ <http://partages.insa-rennes.fr/alfresco/d/a/workspace/SpacesStore/6b14016b-4533-4fcc-b562-af37b5ca40c5/Dematerialisation.pdf?a=> Consulté le 14/08/2020 à 13H57min

- ✚ <https://www.appvizer.fr/magazine/communication/editiquedematerialisation/dematerialisation>
Consulté le 14/08/2020 à 14H31MIN
- ✚ <https://www.appvizer.fr/magazine/communication/editiquedematerialisation/dematerialisation>
Consulté le 14/08/2020 à 17H40MIN
- ✚ <https://www.appvizer.fr/magazine/communication/editiquedematerialisation/dematerialisation>
Consulté le 14/08/2020 à 18H09MIN
- ✚ <http://www.spigraph.fr/content/download/31094/887374/version/11/file/Fiche-Demat-Cheque.pdf> Consulté le 04/09/2020 à 15h33min.
- ✚ <http://www.spigraph.com/fr/Scanners/Cataloguescanner/Documents/Cheques/Canon/CR-120-CR-120-UV-CR-150-CR-150N> Consulté le 04/09/2020 à 16H25MIN
- ✚ <https://www.journaldugeek.com/dossier/moyens-de-paiement-dematerialises/> Consulté le 04/09/2020 à 18H16MIN.
- ✚ <https://www.rachatducredit.com/definition-de-banque-a-distance-8686.html>
Consulter le 17/07/2020 à 16h55min.
- ✚ <https://banque.meilleurtaux.com/banque-en-ligne/index.html> Consulter le 25/07/2020 à 19h11min
- ✚ <https://www.rachatducredit.com/definition-mobil-banking-en-france-977.html> Consulter le 27/07/2020 à 18H36min
- ✚ <https://actufinance.fr/guide-banque/porte-monnaie-electronique.html> Consulter le 11/08/2020 à 12H00
- ✚ <http://tpedematerialisationdelamonnaie.e-monsite.com/pages/conclusion/> Consulté le 08/09/2020 à 13H22MIN
- ✚ www.bna.dz
- ✚ <https://fr.slideshare.net/Maeyy/e-paiement-2> consulté le 23/08/2020 à 17h56min
- ✚ <https://www.unow.fr/blog/le-coin-des-experts/avancees-technologiques-secteur-bancaire>
consulté le 09/05/2020.

Articles/Documents/Rapports/Guides

- 1.** Chehbi Gamoura Chehbi « Intelligence Artificielle et Technologies 4.0 pour une consommation plus écologique vers une consommation verte et intelligente » univ de Strasbourg, 2019.
- 2.** Rapport annuel 2013, observation des métiers de la banque « l’impact du numérique sur les métiers de la banque ».
- 3.** Rapport Février 2018, « Bitcoin, totem et tabou : que présage l’essor des Cryptomonnaie ? »
- 4.** Note de veille : les Cryptomonnaie : Nouvelles ELDORADO pour la levée de fonds ? octobre 2017.
- 5.** ALAOUI, SAGHARANE « la révolution digital de la Cryptomonnaie » octobre 15th 2018 in IMIST.
- 6.** JEAN-MARCFIGUET « Le Bitcoin, une monnaie ? » Université de Bordeaux, Septembre 2015
- 7.** Article n°474 Du code du commerce Algérien
- 8.** Guide interne de la banque BNA « Guide de la monétique » Circulaire n° 2063 DU 15/04/2014

ANNEXES

ANNEX (1) : DEMANDE D'ABONNEMENT AU SERVICE E-BANKING

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Annexe 1

DEMANDE D'ABONNEMENT BNA.net

« Client Particulier »

MODALITES D'ABONNEMENT

Nom et prénom :

Date et lieu de naissance :

Adresse :

Numéros de comptes à abonner 1.....

2.....

Numéro de téléphone :

Numéro de téléphone portable :

Adresse mail :

Pièce d'identité N° : Délivré le.../.../..... Par.....

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

| PACKS | SERVICES | Sélection du Pack * |
|----------------------|---|---------------------|
| NET | Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing) Service SMS | |
| NET+ = PACK NET +... | Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères Commande de chéquier et de carte Opposition sur carte | |

..... le

Pour la Banque

Signature du titulaire du compte

* Le compte épargne ne peut prendre que le pack NET sous conditions d'ouverture d'un compte chèque.

FA

ANNEX (2) : CONDITION APPLICABLES AUX SERVICES « BNA.NET »

Annexe2

CONDITIONS APPLICABLES AUX SERVICES « BNA.net »

(Client particulier)

1. Frais d'abonnement des services « BNA.net »

| PACKS | SERVICES | Facturation ¹ |
|-----------------------------------|---|--------------------------|
| PACK NET | <ul style="list-style-type: none">✓ Consultation des soldes et de l'historique des comptes✓ Consultation des derniers mouvements✓ Recherche d'opération sur le compte✓ Téléchargement des relevés de compte✓ Edition des relevés de compte✓ Edition des Relevés d'Identité Bancaire✓ Service de messagerie (Mailing)✓ Service notification par SMS | 100 DA HT |
| PACK NET+ = PACK NET + | <ul style="list-style-type: none">✓ Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client✓ Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères✓ Commande de chèquiers✓ Commande de carte bancaire✓ Opposition sur carte | 200 DA HT |

Les commissions sur transactions sont diffusées par les conditions de banque et sont prélevées en automatique après chaque opération.

2. Tarification des services bancaires à distance « BNA.net »

| Service | Détail des services | Tarification (Unitaire/DA/HT) |
|-----------------------------|------------------------|----------------------------------|
| Virement de compte à compte | Virement même agence | 10 |
| | Virement inter-agences | 10 |
| | Virement interbanques | 30 |
| Commande | Commande de chéquier | 0 |
| | Commande de carte | 0 |
| Opposition | Opposition sur carte | 100 |
| Notification par SMS | Facturé par SMS envoyé | 18 |

¹ L'abonnement est facturé par compte et par mois. L'abonnement pour le 2^{ème} compte est facturé à 50% de moins du tarif ordinaire.

ANNEXE (3) : LA « CARTE AFFAIRES INTERBANCAIRE »

Entreprises & Professionnels

Simplifiez votre quotidien

Optez pour notre carte Affaires BNA



- Une utilisation simple.
- Une offre flexible et personnalisée.
- Effectuez vos opérations monétiques de retrait et de paiement sur :
Internet, TPE, nos GAB et tous les DAB des autres Banques.
- Une validité de 03 ans renouvelables



GRATUITÉ.

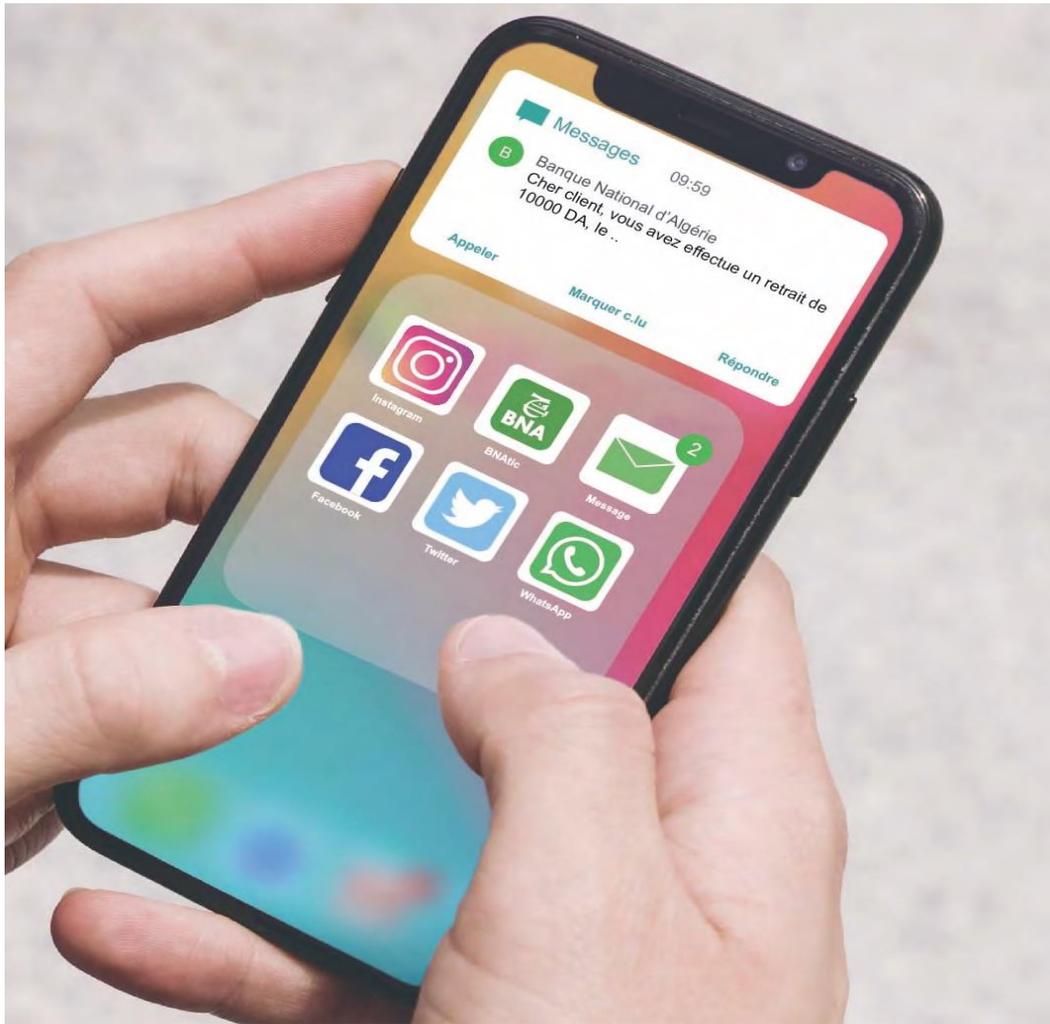


SÉCURITÉ.



DISPONIBILITE

ANNEX (4) : « LE SMS-CARD »



SMS Card

Soyez informés en temps réel
sur vos opérations par carte CIB !

-  Notification lors du remboursement et validé en appeler de votre carte CIB
-  Annonce de nouveaux produits et services
-  SMS lors des débits sur BANQUE
-  SMS lors des paiements sur internet ou TPE

ANNEX (5) : LA « CARTE EPARGNE INTERBANCAIRE »

CARTES EPARGNE

Epargnez et disposez de votre argent partout et à tout moment



**Offerte
Gratuitement**
(uniquement chez la BNA)



**Gain de temps
sans déplacement
en agence**



**Disponibilité
et commodité**
(100.000 DA/Jour)



**Retraits auprès de
Tous les automates
du RMI* national**

* RMI= Réseau Monétique Inter-bancaire

ANNEX (6) : LIVRET D'ÉPARGNE



البنك الوطني الجزائري
Banque Nationale d'Algérie

Livret d'épargne



- Sécurité de votre épargne.
- Disponibilité immédiate de votre argent partout et à tout moment.
- Gratuités sur divers services.
- Conditions préférentielles en cas de demande de crédits aux particuliers.

www.bna.dz 426 426 021

La force de l'expérience,
L'esprit du changement.



ANNEX (7) : LA FINANCE ISLAMIQUE



وفقاً لتعاليم الشريعة الإسلامية

لأن قيمكم تلزمننا،
البنك الوطني الجزائري يطلق
الصيرفة الإسلامية

021 426 426
www.bna.dz

La force de l'expérience,
L'esprit du changement.

TABLE DES MATIERE

Table de matière

Remerciement

Dédicace

Abréviation

Liste des figures

Liste des tableaux

Résumé

Sommaire

Introduction générale.....01

Chapitre 1 : Les banques face à leurs transformations digitales.....05

Section 1 : Bref rappel sur la banque traditionnelle.....05

| | |
|---|----|
| 1.1. Le rôle de la banque dans l'économie..... | 06 |
| a. Les banques reçoivent et gèrent les ressources des agents économiques..... | 06 |
| b. Les banques refinancent l'économie..... | 06 |
| c. La création de la monnaie scripturale..... | 06 |
| d. L'intervention des banques pour combler les déficits budgétaires..... | 06 |
| 1.2. Les activités principales des banques..... | 07 |
| a. La collecte des dépôts..... | 07 |
| b. La distribution des crédits..... | 07 |
| c. La gestion des moyens de paiements..... | 07 |
| 1.3. Classification des banques..... | 07 |
| 1.3.1. Selon leurs types d'activité..... | 07 |
| 1.3.1.1. Banque de dépôt..... | 07 |
| 1.3.1.2. Banque d'investissement..... | 07 |
| 1.3.1.3. Banque d'affaires..... | 08 |
| 1.3.2. Selon le critère..... | 08 |
| 1.3.2.1. La banque publique..... | 08 |
| 1.3.2.2. La banque privée..... | 08 |
| 1.3.2.3. La banque mixte..... | 08 |
| 1.4. Les clients de la banque..... | 08 |
| a. Les particuliers..... | 08 |
| b. Les entreprises..... | 08 |
| c. L'Etat..... | 09 |

Section 2 : les banques classiques face au défi technologique.....09

2.1. Concepts de la digitalisation.....09

2.1.1. Définition de la transformation digitale.....09

| | |
|--|-----------|
| 2.1.2. Les trois composantes de la transformation numérique..... | 09 |
| 2.1.3. L'objectif de la digitalisation dans les banques..... | 11 |
| 2.2. Les avancées technologiques dans le secteur bancaire..... | 11 |
| 2.2.1. Big Data..... | 11 |
| 2.2.2. L'intelligence Artificielle | 12 |
| 2.2.3. La technologie Blockchain..... | 12 |
| 2.3. Un nouveau modèle bancaire a l'ère de digital..... | 14 |
| 2.3.1. Connecté..... | 14 |
| 2.3.2. Intelligente..... | 14 |
| 2.3.3. Agile..... | 14 |
| 2.3.4. Sociale..... | 14 |
| Section 3 : L'impact de la digitalisation sur la banque et ses clients..... | 15 |
| 3.1. L'amélioration du parcours clients..... | 15 |
| 3.2. L'essor des FinTech..... | 16 |
| 3.3. L'émergence de nouveaux moyens de paiement dans la sphère bancaire..... | 17 |
| 3.3.1. L'essor des Crypto monnaies..... | 17 |
| 3.3.1.1. Définition et Origine..... | 18 |
| 3.3.2. Paypal..... | 20 |
| 3.4. L'évolution des métiers bancaires..... | 21 |
| 3.4.1. Evolution du métier de Gestionnaire de Back Office..... | 22 |
| 3.4.2. Evolution du métier de chargé de clientèle particulière..... | 22 |
| 3.4.3. Evolution du métier de directeur d'agence..... | 23 |
| Conclusion..... | 23 |

Chapitre 2 : La digitalisation révolutionne la production des services bancaire

| | |
|--|-----------|
| Section 1 : Généralité sur les services..... | 27 |
| 1.1. Définitions d'un service..... | 27 |
| 1.2. Les caractéristiques des services..... | 28 |
| 1.2.1. L'intangibilité..... | 29 |
| 1.2.2. L'hétérogénéité (variabilité)..... | 29 |
| 1.2.3. L'inséparabilité..... | 30 |
| 1.2.4. La périssabilité..... | 30 |
| 1.3. Les services bancaires de bases..... | 31 |
| 1.3.1. Le compte bancaire..... | 31 |
| 1.3.2. Le relevé d'identité bancaire..... | 31 |
| 1.3.3. La gamme de moyens de paiement scripturaux..... | 32 |
| a. Le chèque..... | 32 |
| b. Le virement..... | 33 |
| c. Les avis de prélèvement | 33 |

| | |
|--|-----------|
| d. Les effets de commerce..... | 34 |
| Section 2 : De la dématérialisation au digital..... | 35 |
| 2.1. Concept de dématérialisation..... | 35 |
| 2.1.1. Types et phases de dématérialisation..... | 36 |
| 2.1.2. Les enjeux de la dématérialisation..... | 37 |
| 2.1.2.1. Avantage de la dématérialisation..... | 37 |
| 2.1.2.2. Inconvénient de la dématérialisation..... | 37 |
| 2.2. Le passage de la dématérialisation au digital..... | 38 |
| 2.2.1. La dématérialisation des moyens de paiements..... | 38 |
| a. La dématérialisation des chèques..... | 39 |
| b. La carte bancaire..... | 39 |
| c. Le paiement en ligne..... | 39 |
| d. Le paiement mobil..... | 40 |
| e. Le paiement par contrat..... | 40 |
| Section 3 : La banque à distance..... | 40 |
| 3.1. Définition de la banque à distance..... | 40 |
| 3.2. Les composantes de la banque à distance..... | 41 |
| 3.2.1. La banque en ligne : internet banking..... | 41 |
| 3.2.2. Les paiements mobiles..... | 43 |
| 3.3. Les services de la banque à distance..... | 43 |
| 3.3.1. Les automates bancaires..... | 43 |
| 3.3.2. Le mobil banking..... | 46 |
| Conclusion..... | 46 |

Chapitre 3 : Etude des services digitaux au sein de la Banque National d'Algérie

| | |
|--|-----------|
| Section 1 : Présentation de la Banque National d'Algérie « BNA »..... | 51 |
| 1.1. Présentation de la BNA..... | 51 |
| 1.1.1. L'historique de la BNA..... | 51 |
| 1.1.2. Réseau de la BNA..... | 52 |
| 1.1.3. Mission de la BNA..... | 52 |
| 1.1.4. Les organisations de la BNA..... | 53 |
| 1.1.5. Classification des agences de la BNA..... | 54 |
| 1.2. Présentation de l'agence d'accueil (BNA 356 Bejaïa)..... | 54 |
| Section 2 : Les services digitaux de la BNA..... | 57 |
| 2.1. La présentation des services digitaux..... | 57 |
| 2.1.1. La carte de retrait/de paiement interbancaire..... | 57 |
| 2.1.1.1. Définition..... | 57 |
| 2.1.1.2. Les éléments descriptifs du support de la « CIB »..... | 57 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.1.3. Les type de la carte « CIB »..... | 59 |
| 2.1.1.4. Avantages de la carte « CIB »..... | 60 |
| 2.1.2. La banque à distance..... | 60 |
| 2.1.2.1. Pack « Net »..... | 61 |
| 2.1.2.2. Pack « Net+ »..... | 61 |
| 2.1.3. La Bancassurance..... | 62 |
| 2.2. La mise en place de nouveaux services digitaux au sein de la BNA..... | 63 |
| 2.2.1. La carte Epargne Interbancaire..... | 63 |
| A. Définition..... | 63 |
| B. Les types de la carte épargne interbancaire..... | 63 |
| C. Condition d’octroi de la carte épargne interbancaire « CIB »..... | 63 |
| D. Modalité de fonctionnement..... | 63 |
| 2.2.2. La carte Affaires..... | 64 |
| A. Définition..... | 64 |
| B. Les types de la carte Affaires interbancaire..... | 64 |
| C. Condition d’octroi de la carte Affaires interbancaire « CIB »..... | 65 |
| D. Modalité de fonctionnement..... | 65 |
| 2.2.3. SMS-Card..... | 66 |
| A. Définition..... | 66 |
| B. Caractéristiques de SMS-Card..... | 66 |
| C. Condition d’accès au service « SMS-Card »..... | 67 |
| D. Modalité et fonctionnement..... | 67 |
| 2.2.4. La finance Islamique..... | 67 |
| 2.2.4.1. Les principaux fondateurs de la finance islamique..... | 67 |
| 2.2.4.2. Les secteurs prohibés par la finance islamique..... | 68 |
| Section 3 : Analyse des données de stage..... | 68 |
| 3.1. La tarification des services digitaux au sein de la BNA..... | 68 |
| a. La carte bancaire..... | 68 |
| b. La banque à distance BNA.NET/SMS-Card/SMS-Banking..... | 69 |
| 3.2. Analyse des statistiques des services bancaire de la BNA..... | 69 |
| 3.2.1. La situation des cartes « CIB »..... | 69 |
| 3.2.2. La situation des codes e-paiement..... | 70 |
| 3.2.3. La situation d’E-banking..... | 71 |
| Conclusion..... | 73 |
| Conclusion Générale..... | 75 |
| Bibliographie. | |
| Annexes. | |