

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion  
Département des Sciences Economiques

## MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de  
**MASTER EN SCIENCES ECONOMIQUES**  
Option : **Economie Monétaire et Bancaire**

### L'INTITULE DU MEMOIRE

**Les Banques Algériennes à l'épreuve des transformations des technologiques  
Quel impact sur la qualité des services ?**

Préparé par :  
Mr MAIGA Sidatty Hamadi  
Melle DJIRE Mariam

Dirigé par :  
Mr LALALI Rachid

Date de soutenance : .....

#### Jury :

Président : .....

Examineur : .....

Rapporteur : .....

**Année universitaire : 2020/2021**





## **Remerciements**

*Nous remercions DIEU le tout puissant l'omnipotent, l'omniscient qui nous a procuré courage et volonté pour mener à bien ce modeste travail.*

*En premier lieu, nous tenons à remercier incommensurablement notre enseignant et encadreur Mr LALALI Rachid qui n'a ménagé aucun effort d'abord, de nous inculqué son savoir faire depuis la licence jusqu'en Master ensuite d'avoir accepté de diriger ce travail de recherche en nous consacrant le maximum de temps et en nous donnant de conseil afin de réaliser ce mémoire.*

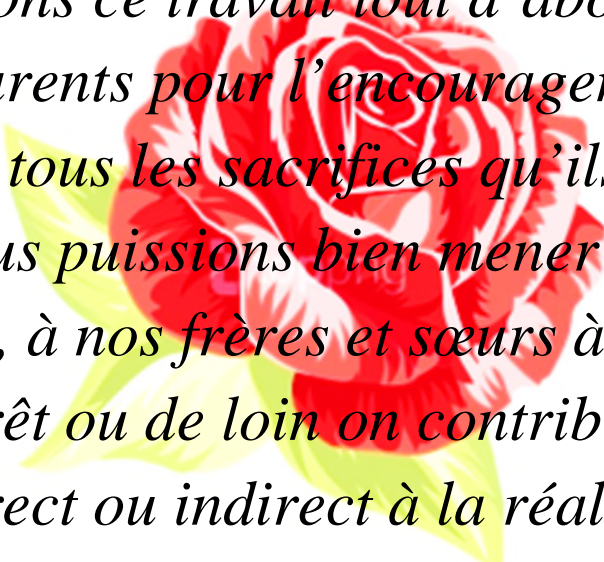
*Nous souhaitons ensuite, exprimer notre gratitude à l'ensemble des membres du jury qui ont fait honneur dévaluer ce travail.*

*Que ces quelques lignes soient l'expression de notre profonde reconnaissance à tous ceux qui nous ont aidés de près ou de loin dans notre travail.*



# *Dédicace*

*Nous dédions ce travail tout d'abord à nos chères parents pour l'encouragement, le soutien et tous les sacrifices qu'ils ont faits pour que nous puissions bien mener nos études supérieures, à nos frères et sœurs à tous ceux qui, de près ou de loin ont contribué d'une manière directe ou indirecte à la réalisation de ce modeste travail.*



## Liste des abbreviations

**ABC:** Arab Banking Corporation

**ATM:** Automated Teller Machine

**AGB:** Algeria Golf Bank

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

**BDL :** Banque de Développement Local

**BEA :** Banque Extérieur d'Algérie

**BCIA :** Banque pour le commerce et l'industrie d'Algérie

**BNA :** Banque National d'Algérie

**BNP :** Banque National Paris

**CNEP :** Caisse National d'Epargne et de Prévoyance

**CPA :** Crédit Populaire Algérie

**CD-ROM :** Cédérom

**DAB :** Distributeur Automatique De Billets

**GAB :** Guichet Automatique Bancaire

**N° :** Numéro

**NBRE :** Nombre

**NIP** Numéro d'Identification Personnel.

**NTIC :** Nouvelles Technologie de l'Information et de la Communication

**PME** Petite et Moyenne Enterprise

**PMI :** Petite et Moyenne Industrie

**PNB** Produit net Bancaire

**OCDE :** L'Organisation de Coopération et de Développement Economiques

**OMC :** Ordonnance relative à la monnaie et au crédit

**SGA:** Société Générale Algérie

**SI:** Système d'information

**SWIFT:** Society for World Wide Interbank Telecommunication

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

**TP:** Trust Banque

**TPE:** Terminale de paiement

**USB :** Universal Serial Bus

**WWW:** World Wide Web



# Sommaire

## Sommaire

<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre I : Approches théoriques et conceptuelles relatives aux technologies de l'information et de la communication .....</b>	<b>5</b>
<b>Section I - Aperçu général sur les NTIC .....</b>	<b>6</b>
<b>Section 2 - L'adoption des NTIC dans le secteur bancaire .....</b>	<b>10</b>
<b>Section 3-La distinction entre la qualité des services bancaires avant l'avènement des NTIC et l'apparition des NTIC.....</b>	<b>17</b>
<b>Conclusion :.....</b>	<b>23</b>
<b>Chapitre II : l'impact des NTIC sur la qualité des services bancaires .....</b>	<b>24</b>
Introduction .....	24
<b>Section 1-Les externalités positives et les apports des NTIC sur la qualité des services et la rentabilité bancaires.....</b>	<b>24</b>
<b>Section 2- la dématérialisation des moyens de paiement et leur évolution.....</b>	<b>33</b>
<b>Section 3 - Les avantages et inconvénients lié à l'utilisation des NTIC .....</b>	<b>40</b>
Conclusion.....	44
<b>Chapitre III : Intégration des nouvelles technologie de l'information et de la communication dans les Banques Algeriennes .....</b>	<b>46</b>
Introduction :	46
<b>Section1 : État des lieux de la technologie bancaire actuelle.....</b>	<b>46</b>
<b>Section 2- Analyse et interprétation des résultats .....</b>	<b>54</b>
Conclusion générale .....	92



# Introduction Générale

### Introduction générale

Dans un environnement complexe, concurrentiel et en perpétuelle mutation où les technologies ne cessent de se développer, des clients de plus en plus pointilleux et exigeants, l'évolution de l'intensité des risques et plusieurs autres contraintes ont poussé l'entité (la banque) à innover afin de s'adapter à l'évolution du milieu dans lequel elle active<sup>1</sup>.

L'activité dans le secteur bancaire a connu une mutation importante en matière de canaux de commercialisation des produits et des services. De nouveaux canaux de contact ont été développés afin de renforcer les relations banques - clients et le principe de fidélisation clientèle.

Par exemple, l'année 2003 fut marquée par la mise en faillite des deux banques privées. Il s'agit de la banque El Khalifa et la Banque pour le commerce et l'industrie d'Algérie (B.C.I.A). Cette situation a poussé les pouvoirs publics à procéder à une refonte de la loi sur la monnaie et le crédit, afin que ce genre de scandale financier ne se reproduise plus, qui était source d'adoption de l'Ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et le crédit (O.M.C).<sup>2</sup>

Afin de pallier cette situation, les banques se sont orientées vers les nouvelles technologies qui sont supposées jouer un rôle opérant dans la réduction des coûts de la production, de commercialisation et des charges d'exploitation.

L'évolution des technologies a conduit à des avancées et a bouleversé le secteur bancaire. La communication dans sa conception classique qui passe par les médias laisse entrevoir une perspective pour les nouveaux supports qui ne cessent d'évoluer grâce aux TIC, ces dernières touchent de nouvelles cibles clientèle de la banque qui utilisent fréquemment les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Les besoins des consommateurs ont évolué dans le domaine bancaire, il est de plus en plus exigeant et connaisseur ; la demande n'est plus la même. Il attend un service réactif, personnalisé et de qualité. Les TIC sont une mine d'informations pour les professionnels bancaires pour mieux comprendre leur clientèle et la satisfaire en temps réel.

---

<sup>1</sup> MOUFFOK Nacer-Eddine, (2021), « Module Audit Bancaire », Cours de Master 2 en Economie Monétaire et Bancaire, Université de Béjaia.

<sup>2</sup> Rim Akkarene ; Nabil Bouda ; Louiza Ameziane « Utilisation des technologies de l'information et de la communication dans le secteur bancaire : Cas des banques de la ville de Bejaia-Algérie », Revue international d'économie numérique Vol 2, N°1, janvier 2020.



## **Introduction générale**

---

Il est vrai que les TIC prennent de plus en plus de place dans l'organisation des structures de service au niveau des banques surtout dans les pays développés où l'offre et la demande sont bien alignées par rapport au concept. Ainsi, de nombreuses études affirment que le secteur bancaire a su imprimer une certaine dynamique grâce à une meilleure définition des procédures en vigueur et une meilleure structuration du système en général; l'intégration des NTIC apporte une réponse supplémentaire au problème de la saturation des canaux naturels de distribution de services bancaires.<sup>3</sup>

Il est évident que les banques ont la capacité de se réformer. Cependant, il existe une autre forme d'évolution, pour rester dans l'air du temps, les établissements ont intégré en elles les nouvelles technologies de communication, ce processus amorcé depuis le début des années 2003 est toujours en cours à l'heure actuelle. Nous avons nous aussi en tant qu'individu adopté ces technologies, que cela soit internet, la téléphonie mobile, les réseaux sociaux, ou encore plus récemment, les Smartphones avec leurs applications ou encore les tablettes numériques.

### **Problématique**

Tous les services bancaires, productions, communications et distributions sont en mutation perpétuelle ; les acteurs bancaires doivent être à la pointe de la technologie et des nouvelles innovations pour assurer leur survie, leur pérennité. Les retardataires sont contraintes de s'aligner ou disparaître. Ceci nous amène à la problématique centrale suivante :

Les banques algériennes à l'épreuve des transformations technologiques (NTIC), Quel impact sur la qualité des services ?

Cette question principale soulève des interrogations secondaires :

- Quels sont les principaux apports des NTIC sur la qualité des services bancaires Algérienne?
- Quelle comparaison peut-on faire entre le secteur bancaire sans les NTIC et le secteur bancaire avec les NTIC ?
- L'adoption de ces technologies constituent-elles uniquement un atout ou bien un effet néfaste ?

### **Intérêt, choix de sujets et objet de recherches**

---

<sup>3</sup> BOUCHENOVA Karima ; BELAIDENE Lydia, (21/06/2016), « Impact des TIC sur la performance bancaire : Cas des banques de la ville de Bejaia » mémoire de Master.

## **Introduction générale**

---

Les TIC font partie de notre quotidien, or il est évident que l'on cherche à utiliser les services qu'ils offrent et d'exploiter ces nouveaux terminaux (canaux technologies)<sup>4</sup>.

Effectuer un travail de recherche sur le secteur bancaire nous semblait intéressant car comme nous l'avons décrit, les banques sont au cœur de nos économies, mais aussi car elles font partie de notre quotidien à tous, nous avons tous un compte bancaire, nous utilisons tous leurs produits, que ce soit des virements, des prélèvements, des demandes de crédit ou bien juste des conseils pour savoir comment placer ses économies. La banque n'est donc pas une institution lointaine à laquelle on se réfère de temps en temps. L'un des autres éléments qui nous a poussés à choisir ce thème est qu'il fait partie du champ d'études de notre formation.

Ainsi, notre recherche a pour objet de mesurer le degré d'utilisation des nouvelles technologies dans le domaine bancaire et de montrer l'apport de ces technologies pour les banques algériennes en particulier celles de la ville de Bejaia.

A la lumière de ce qui précède, une première réponse à toutes ces interrogations peut se trouver dans les hypothèses suivantes :

H1 : L'adoption des TIC dans les banques Algériennes améliore la qualité des services.

H2 : Les NTIC ont permis le traitement rapide des opérations de caisses et de crédit.

H3 : Grâce à l'avènement des TIC, il y a une amélioration des rapports banque-client

### **Méthodologie**

Notre méthode de travail consiste à faire des investigations à travers une étude théorique (la recherche documentaire) et empirique il s'agit, du recueil d'information auprès des banques publiques et étrangères de la wilaya de Bejaia. Afin de répondre aux différentes questions posées précédemment et de vérifier la validité des hypothèses que nous avons émises dans ce mémoire, nous avons tout d'abord effectué une recherche documentaire où nous avons pu consulter et explorer différents ouvrages et supports tels que : les dictionnaires, les livres, les revues (articles), les thèses, les mémoires ainsi que l'internet afin de collecter le maximum d'informations en rapport avec notre travail. Ensuite, les

---

<sup>4</sup> Michel TUON ; Fatou FOFANA ; Mohamed SIDIBE ; Jinjing XU - Wu DI ; Maitre de thèse : George LEGROS, (2014), « L'impact des nouvelles technologies de l'information et du numérique sur l'évolution des banques »

## **Introduction générale**

---

réponses aux questionnaires ont été analysées par le logiciel Excel et interprétées selon les données collectées sur le terrain<sup>5</sup>.

### **Plan de travail**

La structure de notre travail s'articule en conséquence en trois chapitres dont les deux premiers sont d'ordres théoriques et le troisième est basé sur une étude pratique. Nous avons utilisé la méthode descriptive et analytique qui nous a permis de collecter et interpréter les informations pour pouvoir tester nos hypothèses.

Ainsi, le premier chapitre s'intitule : Approches théoriques et conceptuelles relatives aux technologies de l'information et de la communication.

Ensuite, le deuxième chapitre est basé sur l'impact des NTIC sur la qualité des services bancaires Algériennes.

Enfin, le troisième chapitre élucide l'enquête sur l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur la qualité des services bancaires Algérienne.

---

<sup>5</sup> IDEM <sup>5</sup> BOUCHENOUA Karima ; BELAIDENE Lydia



## **Chapitre I :**

Approches théoriques et conceptuelles relatives  
aux technologies de l'information et de la  
communication

### **Introduction**

L'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) se généralise progressivement dans toutes les activités humaines. Même si le niveau d'adoption de ces technologies varie d'un pays à un autre.

Les changements des modes de vie, les technologies plus innovantes et accessibles, l'apparition de nouveaux modèles économiques et une évolution des attentes des clients bousculent les métiers de la banque. La révolution bancaire est en marche. Du guichet traditionnel à la banque en ligne, le modèle de distribution bancaire opère sa transformation. La banque « orientée client » devient interactive et multi canale. Les TIC, et en particulier les technologies web, accélèrent le développement de nouveaux usages, comme l'utilisation de la téléphonie mobile pour effectuer ses opérations bancaires.

Le canal traditionnel de banque de détail (Brick and Mortar) avec les nouveaux canaux digitaux (Pure players) à travers les banques en ligne dite "néo-banque" ou "banque digitale". En effet, selon Wilcocks & Plant (2001), la fusion opérationnelle des canaux digitaux avec les canaux physiques peut facilement être soutenue par le secteur bancaire plutôt que par d'autres secteurs. Concrètement, il s'agit de proposer aux clients un accès innovant, utile, rapide et valable 24/7 aux différents services et transactions bancaires (ouverture de compte, demande de carte de crédit, virement, paiement des textes et charges...).

La place des TIC dans les organisations devient aujourd'hui l'objet d'études ou d'analyses fondamentales et variées. Nous pouvons désormais avoir une certaine régression ou bien un ralentissement relativement au développement de ce phénomène qui n'est plus « nouveau ». Par TIC, nous admettons la technologie qui s'intéresse à l'internet, l'extranet, aussi bien que les outils d'aide à la décision, bases de données et outils de gestion de ces bases de données ainsi les outils de communication internes et externes. Nous trouvons tous ces outils dans le secteur bancaire dont le but est de stocker et traiter l'information.

Les TIC sont l'une des conséquences de l'invention de l'ordinateur qui est devenu aujourd'hui indispensable pour l'exécution de certaines tâches. Ces technologies qui

## **Chapitre I : Approches théoriques et conceptuelles relatives aux technologies de l'information et de la communication**

---

permettent d'offrir des services aussi performants que diversifiés ont abondamment contribué à la mondialisation de l'économie et à l'internationalisation des échanges.

Ce chapitre est composé de trois sections. Dont, la première section met en relief l'aperçu général sur les nouvelles technologies d'information et de la communication (NTIC), la deuxième traite l'adoption des NTIC dans le secteur bancaire et la troisième se base sur la distinction entre la qualité des services bancaires avant l'avènement des NTIC et avec l'apparition des NTIC.

### **Section I - Aperçu général sur les NTIC**

Les Nouvelles Technologies d'Information et de Communication (NTIC)

Connaissent aujourd'hui un développement accéléré dans la production comme dans les services. Outre les nouvelles activités dont elles sont porteuses, les NTIC constituent un facteur d'évolution des rapports sociaux, des emplois et des métiers.

#### **A. Définition et historique des TIC**

##### **1.1. Définition des NTIC**

Plusieurs définitions peuvent être données aux NTIC dont nous avons retenu les suivantes :

Les notions de Technologies de l'Information et de la Communication (*TIC*)

Regroupent les techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations principalement de l'informatique, de l'internet et des télécommunications. Par extension, elles désignent aussi le secteur d'activité économique de Technologies d'Information et de Communication.

Selon CHARPENTIER, <sup>6</sup>les TIC sont un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger de l'information, plus spécifiquement des données numérisées. La naissance de ces TIC est due notamment à la convergence de trois activités. Au sens strict, les TIC sont composées :

- ✚ Du domaine des télécommunications qui comprend lui-même les services et les équipements.
- ✚ Du domaine de l'informatique qui comprend le matériel, les services et les logiciels.
- ✚ Du domaine de l'audiovisuel qui comprend principalement la production et les services audiovisuels ainsi que l'électronique grand public.

---

<sup>6</sup>[https://fr.wikipedia.org/wiki/Session\\_Initiation\\_Protocole](https://fr.wikipedia.org/wiki/Session_Initiation_Protocole)

### **1.2. L'historique des TIC**

L'historique des TIC relate les principales étapes de l'ère moderne des TIC. Ces étapes sont considérées comme des avancées dans des différents domaines notamment des logiciels, ordinateurs, réseaux et les techniques de télécommunication qui ont donné lieu aux TIC :

#### **1.2.1. L'ordinateur**

L'invention de l'ordinateur constitue un élément important dans l'évolution des TIC.

En effet, l'ordinateur est une machine électronique qui fonctionne par la lecture séquentielle d'un ensemble d'instructions qui lui fait exécuter des opérations logiques et arithmétiques sur des chiffres binaires. La première génération d'ordinateurs a été marquée par le passage à l'électronique, la deuxième génération voit le jour grâce à l'invention du transistor qui fonctionnait avec un système de circuit imprimé, dans la troisième génération, le système de circuit est remplacé par le circuit intégré, la quatrième génération des ordinateurs est née grâce à la mise au point des micros processus qui ont entraîné une miniaturisation des composants de l'ordinateur.

#### **1.2.2. Les logiciels**

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

#### **1.2.3. Les réseaux et les télécommunications**

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

Dans les années 1960, si le téléphone a été perçus comme un signe de confort, sa fonction sociale n'a été prise en compte que beaucoup plus tard et sa vocation d'outil de communication ne s'est que lentement dégagée pour passer ensuite au premier plan et contribuer à déterminer une relation de l'homme à l'éloignement et donc à l'espace.

Le premier réseau d'ordinateurs a été mises en place dans un souci de trafic aérien grâce aux lignes téléphoniques, les analyses des effets de l'informatique vont dans le même sens et font apparaître une explosion des notions de durée et de localisation.

Le début d'internet se situe dans les années 80, mais c'est dans les années 1990 que l'autoroute de l'information est parachevée dans le monde. L'année 1994 est l'année de l'explosion d'internet avec le World Wide Web (www), chez les utilisateurs aussi bien personnes physiques ou morales.<sup>3</sup>

### **1.2.4. Techniques audiovisuelles**

La clé USB, le disque dur externe, le C.D.ROM, présentent l'état actuel des avancées technologiques dans le domaine des audiovisuelles, elles ont été précédées par de nombreuses inventions allant du système télégraphique à l'enregistrement magnétique.

## **2. Les TIC un avantage concurrentiel pour les entreprises**

Selon LOVELOCK. C et LAPERT. D<sup>7</sup>, les outils, les méthodes et les technologies d'informations offrent de multiples opportunités pour un service plus rapide, pour de meilleures conditions de service, pour une information accrue et pour d'autres éléments à la valeur ajoutée. Selon les mêmes auteurs l'utilisation des nouvelles technologies offrent aux entreprises de services, toutes sortes de services permettant d'améliorer leur position concurrentielle sur le marché, ceci inclut :

- ✚ La création de services nouveaux ou améliorés stimulés à la fois par les progrès des ordinateurs et des télécommunications. Le domaine des services accessibles à distance et des services basés sur l'informatique s'étendent rapidement ;
- ✚ Les opérations bancaires et certains types de services dans le commerce du détail sont transformés par les télécommunications et les autoroutes de l'information, bientôt il sera difficile pour beaucoup de personnes d'imaginer comment serait leur vie sans e-mail ou sans l'éventail croissant de services offerts par le web ;
- ✚ D'avantage implication des clients dans des opérations de self-services. Les services des distributeurs automatiques dans les banques, par exemple, sont souvent disponibles

24h /24h, dans les endroits où le service serait irréalisable d'une autre façon ;

- ✚ La création du fichier clients centralisés, rendus possibles grâce à des systèmes de dossiers informatisés et accessibles sur appel téléphonique gratuit. Ces fichiers peuvent permettre aux unités opérationnelles de services présentes sur des sites multiples de maintenir des niveaux de services élevés pour fournir de l'information, prendre des réservations et gérer les problèmes et réclamations ;

---

<sup>7</sup> LOVELOCK. C et LAPERT. D « La technologie : maître ou esclave de la distribution des services » ; JSTOR ; Décisions marketing, 7-22,1996



- ✚ L'enregistrement de l'information client dans des banques de données facilement accessibles, cette stratégie offre plusieurs avantages majeurs. La croissance du comportement habituel des clients peut suggérer de nouvelles façons de les regrouper dans des segments de marché, aider à améliorer les décisions concernant la fixation des prix et mieux cibler les efforts de vente et de publicité .

### **3. Les supports de communications inhérentes aux nouvelles technologies**

Aujourd'hui, pour une personne morale ou physique ne pas intégrer les NTIC dans son quotidien professionnel ou personnel, c'est prendre le risque d'un décalage avec son environnement. Les NTIC sont devenus en quelques années les éléments-clés de réussite de nombreuses entreprises et ce à travers : l'internet, l'intranet, l'extranet, en raison pour laquelle, nous avons consacré le point suivant à la définition de ses différentes notions.

#### **3.1. Les concepts d'internet, intranet et d'extranet**

##### **3.1.1. Internet**

Réseau mondial constitué d'une fédération de réseaux d'ordinateurs qui utilisent le même protocole de communication et fonctionnent comme un réseau virtuel unique et coopératif. Tout ordinateur supportant un logiciel conforme sera communiqué, sur divers types de liaisons, avec un autre. Aujourd'hui, l'internet constitue sans doute le plus grand réseau mondial d'équipement informatique hétérogène.

##### **3.1.2. Intranet**

L'intranet est un réseau informatique utilisé à l'intérieur d'une banque ou d'autres entités organisationnelles utilisant les techniques de communication d'internet (IP, serveurs http). Dans les grandes banques, l'intranet fait l'objet d'une gouvernance particulière en raison de sa pénétration dans l'ensemble des rouages des organisations.

##### **3.1.3. Extranet**

L'extranet est l'utilisation du « net » dans laquelle une organisation structure le réseau pour s'interconnecter avec ses partenaires commerciaux ou avec ses parties prenantes.

Un réseau extranet est un réseau du type internet (*donc essentiellement basé sur le protocole IP*) dont la liste de sécurité est externalisée c'est-à-dire gérée par un organisme ou une entité externe aux utilisateurs.

### **Section 2 - L'adoption des NTIC dans le secteur bancaire**

Face à la révolution des Nouvelles Technologies d'Information et de Communication, le secteur bancaire doit adopter de nouvelles mesures stratégiques pour se conformer à ce monde mouvant.

## **Chapitre I : Approches théoriques et conceptuelles relatives aux technologies de l'information et de la communication**

---

Durant les dernières décennies, un certain nombre d'innovation et de révolutions technologiques est intervenus dans le secteur bancaire, notamment en matière d'information, de services et de méthodes de commercialisation :

### **A. L'informatisation et l'automatisation du secteur bancaire**

L'époque où les documents devaient être traités de manière répétitive et manuelle est révolue depuis les années 70. Des systèmes capables de réaliser des millions d'opérations en une journée ont été mis en place, grâce aux progrès techniques.

Le Système d'Information (SI) est un réseau complexe de relations structurées où interviennent hommes, machines et procédures qui ont pour but d'engendrer des flux ordonnés d'informations pertinentes provenant de différentes sources et destinés à servir de base aux décisions. Interconnectés dans le but de l'acquisition, du stockage, de la structuration, de la gestion, du déplacement, du contrôle, de l'affichage, de l'échange (*transmission ou réception*) de données sous forme de textes, d'image, de sons et / ou, faisant intervenir du matériel ou des logiciels.

### **1. Les fonctions du système d'information**

#### **1.1. La fonction d'Acquérir**

L'information recherchée peut provenir de l'entreprise même ou de son environnement.

✚ **Information interne** : Ensemble de documents, rapports, notes, etc., émis par les différents services de banque qui constituent un important stock d'informations disponibles ;

✚ **Information externe** : Ensemble des informations provenant de l'environnement direct de la banque : clients, fournisseurs, administration etc.

#### **1.2. La fonction de Stocker**

Cette opération consiste à enregistrer des informations sur un support en vue de leur traitement manuel ou informatique. La saisie peut être directe, ou différée sur un support intermédiaire.

#### **1.3. La fonction de Traiter**

Le traitement de l'information peut être défini comme une opération (*reproduction, calcul arithmétique et logique, classement*) permettant de transformer des données en résultats.

Les traitements peuvent être faites par lots en temps différés, les données à traiter sont accumulées pendant une période et traitées en une seule fois.

## **2. Les objectifs du système d'information**

Le système d'information est un système à trois objectifs : le contrôle, la coordination et la décision.

### **2.1. Le contrôle**

Le système d'information est la mémoire de l'organisation, il traite des situations, ce qui rend possible la compréhension des anomalies dans leurs évolutions, et doit avoir comme caractéristique la fidélité.

### **2.2. La coordination**

Il présente aussi un aspect dynamique, il assure la coordination entre différents services (*circulation des documents accompagnant les flux*), il est caractérisé par la rapidité.

### **2.3. La décision**

Il traite aussi des informations concernant le futur, il donne le choix des solutions dans la prise de décision, il est caractérisé par la pertinence.

## **3. L'importance des outils informatiques au sein des banques**

L'information bancaire continue et devient de plus en plus perfectionnée. Dans un premier temps, le recours aux nouvelles technologies était destiné au remplacement de tâches répétitives, mais désormais il concerne des activités plus complexes.

Les outils informatiques qui sont à notre disposition sont capables de concevoir une analyse très fine de la clientèle à partir de bases de données, c'est ce qu'on appelle le « *datamining* ». Le profit des clients, leurs caractéristiques et comportements, ainsi que l'évolution de leurs besoins, peuvent être retranscrits grâce à ces nouveaux outils.

L'étude marketing peut donc prendre un tout autre sens et répondre aux attentes individuelles des clients. Les outils d'aide à la décision sont un autre exemple qui illustre également l'informatisation croissante dans ce secteur. Des logiciels experts voient le jour dans le but, par exemple, de faciliter les analyses de crédit.

## **4. L'intégration des nouvelles technologies par les banques**

### **4.1. La banque à distance**

L'internet marque une étape particulière dans l'évolution des prestations de banque à distance. En effet, c'est avec l'internet que sont apparues les banques à réseau sans guichet, qui ont, par contrecoup, incité les banques plus traditionnelles à étudier les avantages d'Internet notamment afin de renforcer leur compétitivité face aux spécialistes de banques à distance.

L'internet est accessible à une vaste clientèle, avec un coût d'équipement très abordable, une facilité d'utilisation, une multiplication des possibilités d'accès (*téléphone, câble, web-phone*), ainsi qu'une forte standardisation des technologies de l'internet offrent un cadre d'utilisation international.

### **4.2. La monnaie électronique**

La monétique est « un ensemble des moyens électroniques mis en œuvre pour automatiser les transactions bancaires (cartes de paiement, de retrait, etc.) ».

Ou encore, « l'ensemble des technologies, procédés et équipements permettant une électrification de transferts de fonds et l'information de la clientèle sur ses comptes ».

Les cartes ne sont donc qu'une manifestation du processus monétique et ne lui sont associables que par leur lien, direct ou non, avec la monnaie scripturale.

Les utilisations des cartes peuvent être regroupées en trois niveaux distincts :

- ✚ L'identification ;
- ✚ Le paiement ;
- ✚ Le crédit.

### **4.3. La carte bancaire**

La carte bancaire est un moyen de paiement de masse, c'est le produit le plus évalué ces dernières années.

La carte bancaire a une gamme qui comporte quatre niveaux distincts par les possibilités d'usage : carte badges, cartes nationales, cartes internationales et cartes internationales de prestige.

### **4.4. Les cartes badges**

Cette carte de niveau un (1) à deux(2) versions, la carte retrait et la carte jaune. Ces cartes permettant le retrait d'espèces aux guichets automatiques, elles offrent également la possibilité de connaître le solde des comptes et les dernières opérations effectuées.

### **4.5. Les cartes nationales**

Ces cartes de niveau deux (2), sont régies par les accords interbancaires, elles peuvent être personnelles ou professionnelles et offrent deux options : débit rapide ou débit différé. Dans le premier cas, le compte du porteur est débité dès l'arrivée de la transaction, dans des délais analogues à ceux de l'encaissement d'un chèque. En revanche, dans l'option débit différé, le compte du porteur est débité mensuellement, à date fixe, avec un délai pouvant atteindre quatre(4) à cinq(5) semaines.

#### **4.6. Les cartes internationales**

Ces cartes, définies par le niveau trois(3) des accords interbancaires, leur usage est étendu au paiement international. Les cartes bancaires internationales reflètent l'héritage de la situation antérieure à l'interbancaire en étant regroupées en deux réseaux :

- ✚ Visa (*réseau CARTE BLEUE*) ;

**Figure N°01 : Exemple d'un VISA BLEUE de la Société Générale**



Source : [WWW.SociétéGénérale.com](http://WWW.SociétéGénérale.com) consulté le23/06/2021<sup>8</sup>

- ✚ Eurocard-Mastercard (*réseau mutualiste*).

**Figure N°02 : Exemple d'un Mastercard**



Source : [www.Mastercard.com](http://www.Mastercard.com) consulté le23/06/2021<sup>9</sup>

Chacun de ces deux types de cartes présente des spécificités. Parmi les similitudes, il faut mentionner tous les usages affectés à la carte nationale tant en matière de retrait que de paiement. Cependant, à ces usages s'ajoute le retrait d'espèces à l'étranger.

---

<sup>8</sup> Source : [WWW.SociétéGénérale.com](http://WWW.SociétéGénérale.com) consulté le23/06/2021

<sup>9</sup> Source : [www.Mastercard.com](http://www.Mastercard.com) consulté le23/06/2021

Les deux cartes offrent, des services et des garanties communes allant bien au-delà des avantages de la carte nationale :

- ✚ Une assurance contre la perte ou le vol de carte ;
- ✚ Une assurance accident-voyage si les frais ont été réglés par carte ;
- ✚ Une assurance invalidité-décès qui couvre le titulaire de la carte.

### 4.7. Les cartes bancaires internationales prestige

Ces cartes définies par le niveau 04 des accords interbancaires, sont des cartes internationales de paiement qui offrent de multiples services :

- ✚ Le retrait d'espèces à l'étranger ;
- ✚ Une assurance de voyage automatique ;
- ✚ Un service de réservation assurée ;
- ✚ La location de voiture sans caution ;
- ✚ Une protection juridique ;
- ✚ Et une gamme étendue d'assurances assorties de capitaux d'indemnisation plus élevés.

### 4.8 Les cartes à puce

La nouvelle génération de cartes est souvent appelée carte à mémoire, carte à puce ou carte à microprocesseur. L'utilisation de ces dénominations n'est pas réellement indifférente.

La première, carte à mémoire est souvent impropre : toute carte, perforée ou à puces magnétiques, peut constituer un outil de stockage de l'information.

Brevetées dès la fin des années 60, les cartes à puce séduisent le secteur bancaire à travers le monde. En 1996, le portefeuille électronique PROTON fait son apparition en Belgique. Il est intégré directement à la carte de débit depuis 1998.

#### 4.8.1 Les types de cartes à puce

- a) **La carte à mémoire simple ou carte « porte-jetons »** : contient une puce au rôle limité au stockage d'informations et utilisée pour le compte ou le décompte des droits du porteur ;
- b) **La carte à logique câblée** : dispose de capacités de mémoire moins limitées. Cette carte est également utilisée pour le décompte des droits d'accès à des prestations qui ne sont facturées qu'après consommation ;
- c) **La carte à microcalculateur** : comporte des fonctions plus étendues. Le minuscule ordinateur qu'elle contient permet de stocker des informations et de gérer toutes ses relations avec son environnement.

#### 4.8.2. Les avantages de carte à puce

Les principaux avantages de la carte à puce portent sur la sécurité. En effet :

- ✚ La contrefaçon et la falsification des cartes sont impossibles actuellement ;
- ✚ Le contrôle du code confidentiel du porteur lors des opérations de paiement est rendu plus faible grâce à la mémoire inaccessible qui détient les clés de la carte ;
- ✚ Les moyens de lutte contre les abus sont renforcés par des dispositifs de contrôle de la fréquence et de l'intensité des utilisations en paiement.

### 4.9. Les DAB/GAB

Un guichet automatique bancaire est un appareil électronique et électromécanique permettant aux clients d'effectuer différentes transactions bancaires en libre-service. Différents modèles de GAB permettant de faire des retraits, acceptent des dépôts en liquide ou par chèque, ordonnant des transferts de fonds, impriment des mises à jour des carnets, augmentant le montant d'une carte d'appel téléphonique et même, vendent des timbres-postes. Le GAB est une extension de DAB, qui est un GAB simplifié ne permettant que les retraits.<sup>10</sup>

Le GAB permettant d'identification sécurisée des porteurs de cartes grâce au Numéro d'Identification Personnel (NIP).

Dans la plupart des GAB moderne, le client insère une carte en plastique munie d'une bande magnétique ou d'une puce contenant les données nécessaires à l'identification du client.

Pour demander l'accès à ses comptes, le client saisit un code de quatre(4) à quinze(15) chiffres.

Si le code est saisi de façon incorrecte plusieurs fois de suite, la plupart des GAB retiennent la carte dans le but d'éviter des fraudes.

Tous les GAB sont connectés à un GDG (Gestionnaire de DAB/GAB) .Ce GDG est lui-même connecté au réseau interbancaire, ce qui facilite le retrait et autres opérations n'appartenant pas à la banque où le client possède un compte. Toutefois, les banques ne sont pas vite rendues compte du cout élevé de ces appareils, d'autant plus qu'ils fonctionnaient (off-line) entraînant ainsi des risques élevés de fraude et des restrictions d'utilisation.

Les banques décidèrent donc d'installer de nouveaux matériels plus performants, et répondant aux motifs suivants :

- ✚ Pallier la durée réduite d'ouverture des agences ;

---

<sup>10</sup><http://www.Wikipedia.org/Wiki/carte-puce>,

## Chapitre I : Approches théoriques et conceptuelles relatives aux technologies de l'information et de la communication

---

- ✚ Diminuer les couts de transaction ;
- ✚ Offrir aux clients de nouveaux services en leur évitant de se déplacer vers leurs agences domiciliataires ;
- ✚ Mieux à informer le client de l'état de son compte.<sup>11</sup>

Figure N°03 : Exemple d'un guichet Automatique Bancaire de la BNA



Source : [www.bnaespaceautomatique.com](http://www.bnaespaceautomatique.com) consulté le 23/06/2021 <sup>12</sup>

### 4.10. Les TPE

Le Terminal de Paiement Electronique désigne tout appareil permettant de traiter un paiement par carte .C'est une machine dotée d'un clavier, d'un écran, et d'un logiciel avec mémoire offre divers services à savoir :

- ✚ Vérification électronique des cartes ;
- ✚ Contrôle des cartes en opposition ;
- ✚ Obtention automatique des autorisations ;
- ✚ Télétransmission des transactions réalisées.

Le TPE peut être :

- ✚ **En ligne (online)** : dans ce cas, l'appareil est connecté à un centre serveur à chaque utilisation de la carte .Il offre une plus grande sécurité en permettant à l'émetteur de la carte de contrôler préalablement chaque transaction ;
- ✚ **Hors ligne (offline)** : Les contrôles sont gérés par l'appareil lui-même avant de valider une transaction ;

---

<sup>11</sup><https://fr.wikipedia.org/wiki/guichet-automatique-bancaire>.

<sup>12</sup> Source : [www.bnaespaceautomatique.com](http://www.bnaespaceautomatique.com) consulté le 23/06/2021



## Chapitre I : Approches théoriques et conceptuelles relatives aux technologies de l'information et de la communication

---

✚ **Semi online** : L'appareil gère les paramètres lui permettant de traiter une transaction en fonction du montant, de valider la transaction ou demander sa validation en se connectant au centre serveur.

Nous concluons par dire que, durant ces dernières décennies, un certain nombre d'innovations et de révolutions technologiques est intervenus dans le secteur bancaire. Les banques, pour qu'elles puissent être concurrentielles sur le marché, elles ont intégré ce facteur dans leurs activités afin d'en bénéficier des opportunités et des avantages.

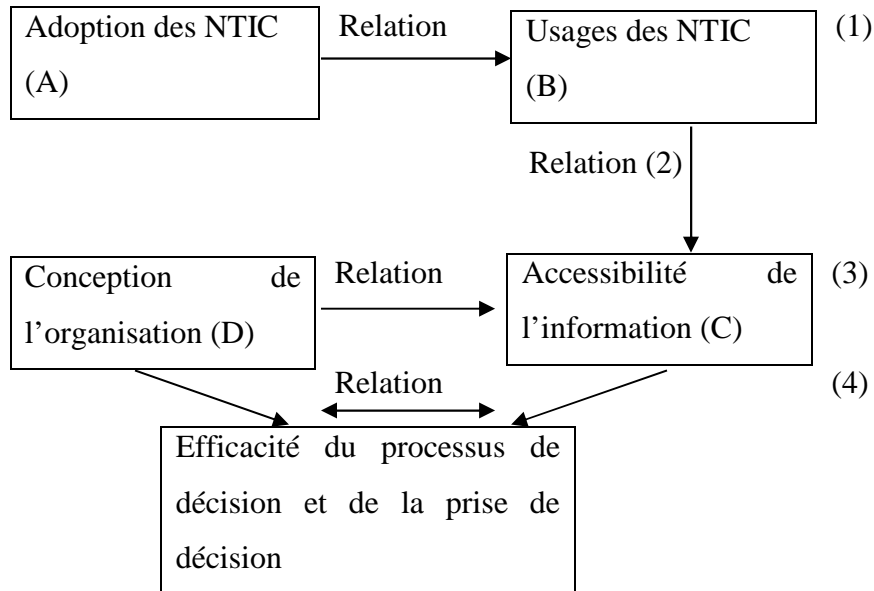
### Tableau N°01 : Le modèle de référence

<p>LE MODÈLE DE RÉFÉRENCE :</p> <p>UNE THÉORIE DES EFFETS DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION</p> <p>(HUBER, 1990)</p>
<p>Le point de départ du modèle est l'adoption par l'organisation d'une technologie de la communication (ou d'aide à la décision) (A), pour aboutir à l'efficacité des processus d'acquisition et de transformation de l'information en « intelligence » et décision (E).</p> <p>Dans ce modèle, toutes les macros-variables dépendent de la macro-variable de départ : l'adoption de nouvelles technologies électroniques de l'information et de la communication. Ces dernières sont supposées posséder des propriétés qui les différencient des médias traditionnels. Leur usage est susceptible de conduire à une amélioration de l'accessibilité de l'information. A leur tour, les modifications de l'accessibilité induisent des modifications de l'efficacité de l'ensemble du processus de décision, soit directement, soit indirectement après modifications de la conception de l'organisation.<sup>13</sup></p>

---

<sup>13</sup>Bernard Michel, (février 2003), « Banque et technologique : L'impact des réseaux sur l'activité bancaire et interbancaire », Horizon bancaire –numéro 316.

**Figure N°04 : Adoption des NTIC**



Source : Bernard Michel, (février 2003), « Banque et technologique : L'impact des réseaux sur l'activité bancaire et interbancaire », Horizon bancaire –numéro 316.

### **Section 3-La distinction entre la qualité des services bancaires avant l'avènement des NTIC et l'apparition des NTIC**

#### **A. Le secteur bancaire algérien avant l'avènement de la technologie**

Le secteur bancaire algérien est en cours de réformes économiques engagées et qui pour finaliser la constitution d'un cadre juridique institutionnel et organisationnel nécessaire à la libre expression des lois de l'économie de marché.

Depuis, les banques algériennes connaissent de profondes transformations et après avoir été soumises à l'obligation du respect de l'orthodoxie bancaire. L'Algérie aujourd'hui est interpellée pour capitaliser les expériences menées dans les autres pays qui ont atteint, en matière de pratiques bancaires et financières, un degré de développement qui désigne pour être des exemples des pays références. Ce n'est qu'à cette condition que le secteur bancaire algérien pourra accomplir sa mue complète.

### 1. Etat des lieux du système bancaire algérien actuel

Selon le cadre légal, les intervenants dans le système de paiement en Algérie sont la banque d'Algérie et les banques commerciales.

#### 1.1 La banque d'Algérie

Selon le cadre légal et institutionnel, la banque d'Algérie a été créée par la loi 62-144 votée par l'assemblée constituante le 13 -12 -1962. La banque centrale est représentée dans les 48 chefs lieu de wilaya. Elle a pour mission de maintenir dans le domaine de la monnaie du crédit et des changes, les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie et elle détermine toutes les normes que chaque banque doit respecter en permanence les ratios de gestion bancaire ; les ratios de liquidités, l'usage des fonds propre, risque général, en outre la banque d'Algérie a comme principe de :

- ✚ Réguler la circulation monétaire ;
- ✚ Maitriser une gestion d'engagement financier entrepris avec l'étranger ;
- ✚ Assurer aux banques, la gestion des comptes courants et de leurs comptes en devise;
- ✚ Surveiller le marché de change.

#### 1.2 Les banques publiques

Malgré l'ouverture de nombreuses banques étrangères, les banques publiques continuent à dominer le marché.

- ✚ **La Banque Nationale d'Algérie (BNA)** : la première banque commerciale a été créée en juin 1966. Elle exerce toutes les activités d'une banque universelle avec un département spécialisé dans le financement de l'agriculture. Le réseau de la BNA est composé de cent quatre-vingt-dix-sept (197) agences réparties sur tout le territoire national ;
- ✚ **La Banque Extérieure d'Algérie (BEA)** : La BEA a été créée en 1967 sous la forme d'une société nationale. Elle a repris successivement les activités de société générale. Elle a pour but de développer les rapports économiques de l'Algérie avec le reste du monde. Le réseau de la BEA est composé de quatre-vingt-onze(91) agences réparties sur le territoire national ;
- ✚ **La Caisse National d'Epargne et de Prévoyance (CNEP)** : Elle a été créée en 1964. Elle a pour but de financer la construction de logements ou le financement de l'immobilier. Elle devient CNEP banque en 1997. La CNEP banque dispose d'un

réseau composé de deux cent vingt trois (223) agences réparties sur le territoire national.<sup>14</sup>

- ✚ **Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) :** Il a été créé en 1966 (ordonnance n° 66-366 du 29 décembre 1966). Aux termes de ses statuts, le CPA est une banque universelle. L'établissement a pour mission de promouvoir le développement du BTPH, des secteurs de la santé et du médicament, du commerce et de la distribution, de l'hôtellerie et du tourisme, des médias, de la PME/PMI et de l'artisanat. Suite à la promulgation de la loi sur l'autonomie des entreprises en 1988, le CPA est devenu une entreprise Publique économique par actions. Le réseau du CPA est composé de 139 agences.
- ✚ **La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) :** la BADR est une institution financière nationale issue du démembrement de la BNA. Elle est créée en 1982 (décret n° 82-106 du 13 mars 1982). La BADR a pour activité principale de développer les secteurs agricoles, de la pêche et des ressources halieutiques, ainsi que la promotion du monde rural. Constitué initialement de 140 agences cédées par la BNA, son réseau compte actuellement 290 agences. C'est le réseau le plus dense.
- ✚ **La Banque de Développement Local (BDL) :** la BDL a été créée à partir de la restructuration du CPA en 1982. La BDL est la banque des PME/PMI, du commerce au sens large, puis des professions libérales, des particuliers et des ménages. Le réseau de la BDL est composé de 148 agences réparties sur tout le territoire national.

### **1.3 Les banques étrangères**

La constitution du réseau bancaire étrangère est la suivante :

- ✚ **Société Générale Algérie (SGA) :** Société Générale Algérie est une banque commerciale détenue à 100% par le groupe de Société Générale de France et agréée en 2000 avec le statut de banque universelle. La SGA dispose d'un réseau de (70) agences implantées dans les principales villes du pays.
- ✚ **BNP Paribas :** BNP est une filiale à 100% du groupe BNP Paribas de France agréée en janvier 2002 ; elle est autorisée à effectuer toutes les opérations

---

<sup>14</sup>RAHMAYNI Lila, « *le rôle du système bancaire dans le financement des projets de développement local* », mémoire de master, université de Bejaia, 2013/2014.

reconnues aux banques ; elle compte cinquante huit (58) agences implantées dans les principales villes du pays ;

- ✚ **Natixis Bank Algérie** : est une banque française agréée en 2000 sous le statut de banque universelle. Elle effectue son activité en tant que banque d'investissement. Le réseau de NATIXIS Bank compte douze (12) agences implantées dans les principales villes du pays.
- ✚ **Arab Banking Corporation-Algeria (ABC-Algeria)** : ABC-Algeria est une filiale d'Arab Banking Corporation Bahrein. Le réseau d'ABC-Algeria compte plus de 18 agences.
- ✚ **Trust Bank Algeria** : agréée en septembre 2002, la banque a le statut de banque universelle. L'actionnariat est composé en majorité de sociétés à capitaux privés. Le réseau de la Trust Bank Algeria compte 12 agences.
- ✚ **The Housing Bank for Trade and Finance-Algeria** : la banque est agréée et débute son activité en 2003. Le capital social est détenu par 3 institutions financières. La banque dispose de cinq (05) agences.
- ✚ **Fransabank El-Djazair SPA** : créée en 2006, Fransabank El-Djazair SPA est une banque libanaise. Elle obtient un agrément de plein exercice. En janvier 2010, Fransabank El-Djazair a ouvert sa première agence bancaire à Oran. Son réseau compte plus de deux (02) agences.
- ✚ **Al Salam Bank-Algeria** : agréée en 2008. Al Salam Bank est une banque offrant des produits islamiques. La banque active dans l'investissement immobilier, les titres, les actions et les fonds d'investissement et dispose plus de deux (02) agences, en dehors de l'agence principale du siège.
- ✚ **Gulf Bank Algeria** : Gulf Bank Algeria est une banque de droit algérien. Agréée en 2004, la banque a le statut de banque universelle qui propose des produits bancaires classiques, ainsi que des produits islamiques. Le réseau de la banque compte plus de 24 agences.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Khalil Téare, « Guide des banques en algérie Guide banks in Algeria », édition (2012). kpmg.dz, p.16

## Chapitre I : Approches théoriques et conceptuelles relatives aux technologies de l'information et de la communication

---

### B. La nouvelle économie

Selon JACQUET Pierre(2001), « la nouvelle économie est devenue tellement courante qu'elle est utilisée pour présenter tout ce qui tourne autour des nouvelles technologies de l'information et de la communication ». <sup>16</sup>

Les définitions portant sur la nouvelle économie font principalement référence au secteur des nouvelles technologies. Nous retiendrons quelques-unes d'entre elles.

Le terme de nouvelle économie renvoie selon BOMSEL Olivier (2001) « au processus de diffusion dans le tissu industriel des gains de productivité associés aux technologies d'information et de communication (TIC), autrement dit de la numérisation de l'information de son traitement dynamique et de son transport sur des réseaux à hauts débits (*internet*) ». <sup>17</sup>

Alors que pour ARTUS Patrick (2001), « La nouvelle économie est un ensemble d'évolutions et de mécanismes : apparition des TIC et de la communication notamment internet, de nouveaux biens et services liés à ces technologies, incorporation de ces nouvelles technologies dans les processus de production de l'ensemble des biens et services y compris de la vieille économie, réorganisations des entreprises autour de formes plus flexibles, modification de la nature des rémunérations et hausse des bourses... ». <sup>18</sup>

**Tableau N°02 : les principales caractéristiques de l'ancienne économie et de la nouvelle économie**

	Nouvelle économie	Ancienne économie
Marché	Stable	Dynamique
Compétition	Nationale	Global locale
Organisation	Hiérarchisé	Bureaucratique et réseaux
Organisation de la production	Capital, travail	Innovation, connaissance
Facteur de compétitivité	Mécanisation	Numérisation

---

<sup>16</sup>JACQUET Pierre, « *Nouvelle économie du virtuel au réel*», édition Rames, Paris, 2001, p27.

<sup>17</sup>BOMSEL Olivier, « *nouvelle économie, économie Numérique, Netéconomie*», édition Dalloz CERNA, Paris, 2001, p5.

<sup>18</sup>ARTUS Patrick, « *la nouvelle économie en questions*», édition La découverte, Paris, 2001, p38.

## Chapitre I : Approches théoriques et conceptuelles relatives aux technologies de l'information et de la communication

Compétences	Spécifiques	Variées et transdisciplinaires
Education requise	Compétences ou diplôme	Un apprentissage à vie
Management du personnel	Adversité	Collaboration
Nature de l'emploi	Stable	Risque et opportunité
Régulation	Commende et contrôle	Outil de mesure du marché flexibilité

**Source :** [http://www.aesplus.net/La- nouvelle économie.](http://www.aesplus.net/La-nouvelle-économie)

À travers l'analyse de ce tableau, nous constatons que la technologie vient de changer le processus de production : acheter, produire, vendre, distribuer, chaque fonction est atteinte à tout moment. Un nouveau concurrent peut changer la chaîne de valeur en se positionnant en tant que nouvel intermédiaire, le client devient le roi. Nous passons d'une production de masse à une production personnalisée, la concurrence devient à la fois globale et locale, chaque entreprise peut s'adresser au monde en s'adaptant localement à chaque marché, le rapprochement avec des partenaires et clients passe par une communication active ; grâce à l'email et aux nouvelles pratiques professionnelles du net, les accords partenariats et contrats peuvent se conclure à travers le monde en une seule journée, donc il est impératif pour l'entreprise qui veut assurer sa survie de prendre en considération toutes ces mutations dont elle doit faire face.

### **Conclusion :**

Pour conclure, nous pouvons dire que la nouvelle économie dans les banques peut être considérée comme étant une nouvelle révolution industrielle, qui a fait des transformations majeures dans les structures de productivités, les structures de consommation et les modes d'organisation de l'économie mondiale ; la nouvelle économie concerne toutes les évolutions actuelles, qui par leur émergence et leur diffusion ont fait naître des comportements économiques nouveaux et suscite de profonds changements structurels. Pour faire face aux défis de la nouvelle économie, les entreprises bancaires adoptent des nouvelles formes organisationnelles qui en général se caractérisent par la souplesse et la flexibilité de ses structures organisationnelles afin de mieux répondre aux mutations technologiques.

### **Introduction**

De profondes mutations marquent la fin de ce siècle, elles se caractérisent par une série de transformations telles que l'innovation technologique, la mondialisation de l'économie ou encore la globalisation de leurs contenus. A l'origine de ce grand changement, le progrès des technologies de l'information et de la communication (TIC) accélérée par la révolution numérique et la convergence des industries de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel. Le développement de la technologie dans tous les secteurs économiques a amené les banques algériennes à investir progressivement dans les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (N.T.I.C). Ces dernières, sont devenues des moyens incontournables au développement de l'activité bancaire. Elles sont de nature à influencer le mode de fonctionnement des banques algériennes et leur restructuration. En effet, avec la dématérialisation de la monnaie, les technologies de l'information sont devenues l'outil de production, ce qui leur confère une place privilégiée dans le processus de production bancaire et suscite des interrogations permanentes sur la pertinence de leur renforcement et les modalités de leur optimisation. Le management des TIC constitue une clé essentielle de performance dans les activités bancaires.

Les TIC constituent un enjeu majeur pour les pays en développement dans l'espoir d'accélérer la modernisation de leur économie et de combler les écarts qui se creusent de plus en plus avec les pays développés. L'Algérie a multiplié depuis quelques années les initiatives tendant à favoriser l'accès à ces technologies en tant qu'outils modernes de communication et d'échanges. Mais si l'usage de l'internet comme technologie de l'information et de la communication se généralise de plus en plus en Algérie, son implication dans le développement économique reste très limitée. Ceci est sans doute dû, en grande partie à l'absence d'une politique de recherche sur les moyens et les méthodes à adopter pour l'intégration de cette technologie dans les différents secteurs surtout le secteur bancaire.

### **Section 1-Les externalités positives et les apports des NTIC sur la qualité des services et la rentabilité bancaires.**

Dans cette partie, nous allons étudier l'impact que les nouvelles technologiques de l'information et de la communication (NTIC) ont sur la qualité des services bancaires en Algérie.





## **Chapitre II :**

l'impact des NTIC sur la qualité des services  
bancaires

### A- Les impacts des nouvelles technologies sur les qualités des services bancaires.

#### 1-Les impacts directs et indirects.

Les nouvelles technologies ont un impact très important sur la qualité des services bancaires. En effet, la banque est une industrie de service donc son succès repose sur les personnes (physiques ou morale); les capitaux (corporelles i.e. la liquidité bancaire ; incorporelles les activités hors bilan) et la technologie d'information. Actuellement la tendance générale est à l'innovation notamment celle basée sur la gestion des bases de données et celle de transmission des informations. De plus, les nouvelles technologies accroissent la compétitivité des produits financiers et la généralisation des réseaux favorise le développement financier.

De ce fait, grâce aux nouvelles technologies de communication, les banques sont aujourd'hui capables de fournir un service 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 par le biais « de la banque en ligne ». En outre, l'application de technologies informatiques avancées a **un impact décisif sur la réduction des coûts d'exploitation**. Nous parlons ici de programmes de calcul qui permettent d'analyser **les risques et les bénéfices pour chaque opération**. Cependant, il n'y a pas que la puissance de calcul, **les transactions doivent aussi pouvoir circuler de manière efficace**, sans quoi aucune transaction ne peut se faire. L'informatique permet de faciliter la prise **de décision, avec les logiciels adaptés**, il suffit alors de rentrer les données nécessaires pour les calculs pour que ceux-ci soient effectués de manière **rapide et sans erreur**. Cependant, il ne faut pas oublier que bien que les phases de calculs sont optimisées, il faut aussi que l'opérateur choisisse les données adéquates. La maîtrise de ces nouveaux outils donne un **avantage concurrentiel** certain aux banques qui les utilisent. En réalité, le monde bancaire est de plus en plus dépendant de ces technologies numériques. Elles sont devenues indispensables à son bon fonctionnement, ainsi que pour **réduire les coûts d'exploitation**. Ces technologies permettent par exemple de simplifier **la gestion de la facturation ou du stockage** des informations, elles facilitent aussi la **gestion des paiements**. Directement de votre compte bancaire, c'est très favorable d'augmenter l'efficacité, en même temps c'est une grande menace pour les banques.

L'utilisation des NTIC par les banques a permis :

- La mise en place d'une salle courrier électronique, permettant de capturer les courriers entrants, l'analyser et les distribuer automatiquement en version électronique vers les bons interlocuteurs (service achat, assistant RH, service réclamation, conseiller de clientèle en agence, ..) permet une distribution plus rapide du courrier, donc une plus grande réactivité des collaborateurs qui pourront des j+0 instancier une demande de prêt, ou passer un ordre de transaction.
- Indexation automatique des documents clients et la constitution automatique de dossier client électronique lequel revient à mettre à disposition du front-office l'ensemble des pièces constitutives d'un dossier client (directement depuis son poste de travail en version électronique) va également dans le sens de la qualité de service. Le conseiller de clientèle pouvant ainsi donner des réponses immédiates aux demandes des clients sans pour autant aller chercher un dossier papier aux archives.
- Lire automatiquement les documents comme les formulaires client, des chèques (la réduction des délais de traitement).

### **2- la dépendance de la banque aux nouvelles technologies**

Les impacts de nouvelles technologies sur la banque sont de plus en plus importants, les banques doivent attacher de l'importance à leur dépendance grandissante envers ces nouvelles technologies. Nous pouvons diviser les activités bancaires selon les degrés de dépendance à la technologie. Les activités demandant le moins de support technologique, comme le prêt, où il s'agit d'étudier le marché, la situation d'exploitation et financière de l'entreprise cliente. A l'opposé, les transferts de fonds sont les activités demandant le plus de renfort technologique, ne serait-ce que pour créer et gérer l'architecture de transfert des informations. Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, les banques exercent une variété d'activités innovantes, le développement des différents types de technologie informatique permet la promotion de l'innovation dans le domaine bancaire. La banque est étroitement liée aux nouvelles technologies de l'information et de communication, nous entendons par là le développement de l'internet ainsi que l'usage de messagerie, qui lui sont favorables pour diminuer les coûts d'exploitation des banques, et qui constitue de fait son socle technologique de base. De plus, il existe désormais des prestataires de services de paiement, qui proposent donc des services de paiement, c'est-à-dire la possibilité de

recevoir ou d'effectuer des paiements. Ces prestataires ne sont pour autant pas forcément des établissements bancaires, ils forment un nouveau groupe concurrentiel des banques. Cette concurrence, comme nous l'avons vue provient de l'utilisation de technologie d'information permettant de faciliter la gestion des paiements. Cela est aussi favorisé par une libération de ce monopole par les instances juridiques. Les nouvelles technologies changent non seulement les produits et les services bancaires, mais aussi l'organisation et le fonctionnement des banques. Les banques doivent coopérer avec les institutions techniques compétentes, utiliser leurs points forts, pour préserver leurs positions incontournables dans le tissu économique.

### **3- L'innovation dans la distribution des services et l'émergence du multi canal :**

Le secteur bancaire a connu une véritable mutation avec l'avènement du multi canal. S'il y a quelques années, la délivrance d'un service se faisait principalement à travers les réseaux traditionnels que sont les agences avec l'aide du personnel en contact, aujourd'hui la donne a changé. L'irruption de la technologie dans les supports physiques et dans la relation de service, en particulier la révolution technologique en matière d'information et de communication, apportent de nouveaux changements dans la manière dont le service est délivré.

Introduction des TIC dans les méthodes de distribution des services à travers le multi canal constitue une source importante d'innovation. Le multi canal permet la disponibilité du service en tout temps et en tout lieu avec moins de coût.

Les banques disposent aujourd'hui une variété de canaux de distribution mis à la disposition du client: Les agences ou point de contacts physiques ; Les centres d'appels ; Les DAB, GAB ; L'Internet ; Etc. L'adoption par les banques d'une telle stratégie répond principalement à un souci de minimisation des coûts. Nous assistons à un processus croissant d'automatisation des services qui se manifeste par une substitution de la place centrale que le personnel en contact avait dans le processus de délivrance du service par machine. Le processus de délivrance du service bancaire ne sera donc pas le même dans l'utilisation des canaux physique et virtuelle.

**Tableau N°0 3 : Les avantages et les inconvénients des canaux**

<sup>19</sup>Le tableau ci-dessous, montre les avantages et les inconvénients des deux types de canaux

Canaux de distribution de services	Canal virtuel (Banque en ligne)	canal physique(les agences)
Avantages	L'accessibilité Le gain du temps Facilité d'utilisation La capacité informationnelle L'utilité Commodité L'autonomie	La personnalisation Les compétences du personnel L'empathie et la courtoisie
Inconvénients	Soucis lié à la sécurité Le manque d'information Le manque de personnalisation	Perte de temps Problème d'accessibilité Manque de commodité

Source : Benoit AUBERT et al, L'Innovation et les technologies de l'information et des communications, HEC Montréal, Octobre 2010.<sup>20</sup>

L'évolution des canaux de contact On passe ainsi d'un mode de contact monocanal à un mode multi canal impliquant la présence de la marque et de la relation client sur tous les canaux. Aujourd'hui, l'expérience client se doit d'aller au-delà et de proposer une expérience client cohérente et fluide quel que soit le canal de contact, afin que le client n'ait plus à réexpliquer son historique à chaque contact avec l'entreprise : le mode de

<sup>19</sup> Tableau N°0 1 élucide les avantages et les inconvénients du multi canal

<sup>20</sup>Source : Benoit AUBERT et al, L'Innovation et les technologies de l'information et des communications, HEC Montréal, Octobre 2010.

contact cross-canal fait son apparition. Des attentes client portées par l'évolution des usages et des comportements Les clients se comportent différemment.

### **4. L'impact des nouvelles technologies sur la gestion de l'organisation bancaire**

De nos jours, les banques cherchent à augmenter les investissements dans les nouvelles technologies afin d'améliorer l'efficacité et la productivité au sein des établissements bancaires. L'informatique favorise la création d'un nouveau modèle de banque, les banques en ligne et qui permettent aux clients d'être connecté en permanence. De plus, les banques sont de plus en plus interconnectées. Cette interconnexion favorise aussi leur intégration au niveau transnational.

Dans les opérations de tous les jours qui sont à disposition des clients (consultation de comptes, virements, commandes de chèques etc.), les banques sont confrontées à des menaces telles qu'une forte concurrence entre les diverses banques qui dès lors proposent des produits standardisés. Les banques disposant d'un vaste réseau d'agences et ainsi que d'abondantes ressources humaines fournissent de meilleurs services aux clients car en réalité même si la banque en ligne a le vent en poupe, les contacts humains restent privilégiés par les clients lorsqu'il s'agit d'établir une relation de confiance.

### **B. Apport du N.T.I.C pour l'industrie bancaire en Algérienne.**

#### **1-la qualité du service offert à la clientèle**

Le lien entre le client et sa banque est la qualité fournie en termes de services.

Aujourd'hui, le marché des comptes bancaires est saturé, dont le but est d'abord la fidélisation du client en lui offrant une palette complète de services par les nouveaux canaux de distribution. Des performances perçues comme mauvaises entraînent à plus ou moins long terme des fuites de clientèles et attirent un nouveau client qui coûterait plus cher que de fidéliser un client déjà existant. L'objectif est aussi de capter la population qui a une mentalité jeune et des habitudes tournées vers les nouvelles technologies. Tout ceci passe par l'organisation d'un système d'information multi canal autour d'information centralisée de la clientèle avec mise à jour permanente.

#### **2-L'amélioration des relations avec la clientèle**

L'activité bancaire a connu une mutation importante en matière de canaux de commercialisation des produits et services. De nouveaux canaux de contact ont été

développés afin de créer une sorte de rapprochement entre le client et la banque ; ce qui a, pour conséquence. Participé au renforcement du principe de la fidélité entre le client et son institution. Le client est supposé être pleinement satisfait de ce progrès car cela répond à son souci de disponibilité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. D'autant plus que souvent les horaires d'ouverture des agences bancaires ne correspondaient pas à ses propres horaires, c'est pour cette raison qu'il lui était rarement possible de se rendre personnellement à sa banque.<sup>21</sup>

### **3-apport sur l'efficacité des produits**

Concernant l'efficacité des produits, les banques avaient investi dans le domaine des innovations technologiques afin d'offrir une variété de produits et de services. La technologie permit aux banques d'étendre la prestation des services par le biais de nouveaux canaux tels que les guichets automatiques, les services bancaires sur internet, les services de distributeurs automatiques de billets sont les plus populaires des canaux de prestation de services dans les banques. A travers les distributeurs automatiques de billets, les banques ont été en mesure d'offrir divers services comme le transfert électronique de fonds entre les comptes, le paiement de factures, les demandes de solde et les demandes de prêt. L'innovation technologique a aussi permis aux banques d'augmenter leur offre de produits, améliorant ainsi la performance opérationnelle.<sup>22</sup>

### **4- apport sur la rentabilité bancaire**

Selon GREUNING H.V et BRATANOVIC la rentabilité peut être définie comme un indicateur de la capacité d'une banque à supporter les risques et /ou à accroître ses fonds propres<sup>23</sup>. La rentabilité est également un concept qui peut être défini comme étant la capacité d'un capital investi à produire un revenu, en d'autres termes, c'est le rapport entre le résultat et les moyens mis en œuvre pour l'obtenir.

La rentabilité financière d'un établissement de crédit se mesure par :

L'analyse des soldes de gestion bancaires tels que: Le Produit Net Bancaire (PNB) celle-ci mesure la contribution spécifique de l'établissement à la richesse nationale ; le Résultat Brut d'exploitation (RBE) faisant apparaître la capacité à engendrer une marge après imputation des frais généraux et des dotations aux amortissements ; le Résultat

---

<sup>21</sup>BELABDI.Mohamed. *Op.cit.p.* 1-2.

<sup>22</sup><http://fr.slideshare.net/MBA-ESG/L'impact-des-nouvelles-technologies-de-l'information-et-du-numérique-sur-l'évolution-des-banques>.

<sup>23</sup>GREUNING H.V et BRATANOVIC S.B, «*Analyse et gestion du risque bancaire*», 1<sup>ère</sup> édition Eska, Paris, 2004, p81

d'Exploitation (RE) après soustraction des provisions d'exploitation qui concrétisent le risque et le Résultat Net (RN) qui revient aux actionnaires après déduction des éléments exceptionnels et divers et des impôts.

Ainsi, RIDDLE (2001)<sup>24</sup> dans le cadre d'analyse de rentabilisation pour l'adaptation des affaires électroniques dans les petites entreprises, souligne que les mesures financières traditionnelles, notamment le rendement des investissements, ne sont pas très utiles lorsqu'il s'agit d'évaluer les coûts et les avantages de l'adoption des affaires électroniques. Il faut également utiliser des mesures axées sur les clients.

Des analystes tels que FORRESTER et RESEARCH<sup>25</sup> ont également indiqué que les dépenses d'exploitation pour la majorité des nouvelles cybers-entreprises atteignent encore 170% des revenus en ligne en moyenne, et qu'il ne faut pas considérer le rendement des investissements comme indicateur de performance qu'avant la troisième année au moins.

BERNSTEIN (2000), CARMICHEAL (1999) et WILDER (1999)<sup>26</sup> mentionnent que la principale raison pour laquelle il faut envisager les affaires électroniques n'est pas le rendement des investissements, mais la capacité d'atteindre les objectifs stratégiques de l'entreprise et de devenir/ demeurer un chef de file dans sa catégorie.

Active Media a constaté que la majorité des cadres supérieurs ayant adopté les affaires électroniques l'ont fait pour suivre et protéger leur part de marché. D'autre part, une étude faite par Cyber Dialogue rapporte que 60% des entreprises qui adoptent les nouvelles technologies constatent une augmentation de leurs revenus, dont la moitié grâce à des nouveaux clients, et que 71% des cadres supérieurs affirment que les activités en ligne sont essentielles à leur réussite commerciale. STRAUSS (1994) et MAYERS (1995) déduisent à travers leurs recherches et expérience respectives que l'utilisation de la technologie de l'information « *internet* » procure des gains financiers significatifs<sup>27</sup>.

### 5-Enjeux des TIC et importance économique

#### Enjeux des TIC

Tout au long de ce chapitre on ne cesse pas de rappeler l'importance et l'impact des

---

<sup>24</sup> Elissar (Doctoral Student), ASAC (2006), « L'impact de E-banking sur la performance commerciale des banques cas du marché Libanais », p137.

<sup>25</sup> IDEM Elissar, P137

<sup>26</sup> IDEM Elissar, P137

<sup>27</sup> TOUFAILY Elissar « *Adaptation de la banque électronique et son impact sur la performance organisationnelle* », Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en administration des affaires, Université Québec à Montréal, Juin 2004, p.p. 88-89.



## **Chapitre II: L'impact des NTIC sur la qualité des services bancaires**

---

TIC dans le secteur bancaire. Une succession considérable des innovations qui ont vu le jour durant les dernières décennies ; elles ont modifié profondément le paysage et la nature même des services bancaires.

Pour être le maximum efficace, le domaine bancaire utilise l'ensemble des outils et des technologies variés, les réseaux de télécommunications et la téléphonie mobile, les moyens de transmission, les équipements informatiques, les bases de données de plus en plus vastes et sûres ainsi que les différents moyens de transaction financière.

Toutes ces innovations technologiques constituent et créent des opportunités commerciales et stratégiques énormes aucun doute à cela, la totalité des banques se sont aligné même les plus hésitantes de peur de disparaître.

Les différents changements qui bouleversent la banque traditionnelle et ceux qui arrivent dans l'avenir, constituent souvent un enjeu à court et à long terme, la vitesse d'innovation est tellement forte que les investisseurs n'ont que peu de temps pour se décider et bien sûr les plus audacieux tentent l'aventure et dans ce domaine les pionniers engrangent le plus grand profit.

Parmi les enjeux des TIC au niveau du secteur bancaire, on peut citer celui de la disparition de la banque (agence) traditionnelle, la montée en puissance du numérique et les relations à distance tendent à confirmer cette hypothèse. Actuellement, la majorité des banques optent pour les deux options pour ratisser large et toucher le plus de clientèle qui a désormais une double attente ; elle veut plus d'autonomie mais veut aussi un conseiller pour la rassurer, elle demande de la rapidité mais aussi de la proximité ; elle veut à la fois, une banque numérique et humaine.

L'autre grand enjeu pour les banques est certainement la concurrence accrue qui s'intensifie et qui vient de tous les fronts ; les géants de la technologie sont de nouveaux conquérants (Google, Apple et autres) ainsi que les différentes Startups ; ils prennent de plus en plus de part de marché dans ce domaine en proposant des applications performantes et accessibles pour tous.

Les acteurs bancaires sont dans l'obligation d'adapter à chaque fois leur stratégie pour rester le plus proche du client et revoir leur politique des tarifs pour rester compétitif et ne pas être distancé.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup>Karima et Lydia ; (2015-2016) ; « impact de NTIC sur la performance des banques algériennes : cas des banques de la ville de Bejaia » Mémoire de fin d'étude

### Importance économique

Le développement de la technologie dans tous les secteurs économiques a amené les autorités bancaires algériennes à investir progressivement dans les nouvelles technologies de l'information et de communication (NTIC). Ces derniers sont devenus des moyens incontournables au développement de l'activité bancaire et en particulier l'amélioration et modernisations du système de paiement. Grâce aux progrès technologiques, les banques ont tendance à mettre au point de nouveaux réseaux de paiement, particulièrement dans l'environnement de ligne et ce en vue de promouvoir la gestion des paiements, le métier de base de la banque, de protéger les utilisateurs contre des pertes indues, de maintenir la confiance dans le système de paiement et de garantir que le système fonctionne de façon sûre et efficace. De ce fait, la mobilisation des technologies actuelles pour la modernisation du système de paiement en Algérie, et pour garantir cette réforme, ceci nous oblige au recours des expériences des pays qui sont en avance dans ce domaine et aux institutions mondiales telles que la Banque de Règlements Interbancaires (BRI) pour des fins de prestations de services et de transmissions du savoir dans ce domaine.

En effet, dès l'année 2006, l'Algérie s'est engagé sur les plans techniques et financiers avec la Banque Mondiale pour moderniser et dématérialiser son système de paiement, tout en ayant recours aux connaissances étrangers afin de l'assister dans l'établissement du plan de la mise en place de trois systèmes

1-Le Système de Gros Montants (ARTS) ;

2-Le Système de la Télé Compensation (ATCI) ;

3-Le Système Monétique ;

### **Section 2- la dématérialisation des moyens de paiement et leur évolution.**

Dans cette partie nous nous focaliserons principalement sur l'utilisation des nouvelles technologies par la banque dans « la dématérialisation en interne et en externe». Il s'agira essentiellement de voir l'impact des nouvelles technologies dans les usages internes de la banque comme les supports de travail et les usages externes de celle-ci dont le principal est le passage de la banque classique à la banque en ligne. Ainsi la banque peut et doit se tourner vers les nouvelles technologies pour une dématérialisation que ce soit en interne ou en externe. Nous analyserons d'abord la dématérialisation interne de la banque à l'aide des

nouvelles technologies. Ensuite, nous verrons le passage à « la banque en ligne » comme option de dématérialisation en externe.

### **A- La dématérialisation en interne.**

La dématérialisation est une nécessité dans le secteur bancaire, se trouve aujourd'hui au cœur de la nouvelle stratégie adoptée par les banques, dans le cadre leur développement interne.

Par ailleurs la numérisation des documents, la modernisation de la gestion clients par la mise en place des plateformes pour les clients sont les enjeux qui permettent aux banques de :

- faciliter la gestion des documents administratifs ;
- Améliorer la qualité des services bancaires (gestion client) ;
- Faciliter l'accès aux documents administratifs ;

D'une manière générale la dématérialisation apparaît comme une modalité d'échange ou de conservation de l'information, sans support physique tel qu'un courrier papier, un bordereau pré-imprimé, un chèque de règlement ou encore de dossiers papier, de microfiches ou Microfilms pour l'archivage (MAZARS).

La dématérialisation est devenue un facteur clé de succès dans le monde bancaire, elle intègre de nos jours le quotidien des professionnels de la banque et les clients.

### **B- La dématérialisation en externe**

#### **1-La Banque en ligne ou Banque à distance.**

##### **1-1.Présentation**

La banque à distance ou la banque en ligne en anglais (**l'E-banking**) désigne l'ensemble des services bancaires assurés par voie électronique «**electronicbanking**» et donc par Internet : consultation de comptes, virements, achats de produits financiers, retraits, paiements, etc. c'est un nouveau moyen de prestation des services bancaires profitant aussi bien aux clients qu'aux banques.

L'accès rapide, facile et permanent, ou que se trouve le client.

**Selon Stamoulis<sup>29</sup>(1994)** la banque à distance est un canal de distribution et de livraison des services financiers par voie de communication multimédia, d'une façon globale et moins coûteuse.

---

<sup>29</sup>Oussama Chencheh, les déterminants de l'adoption de l'E-banking par les institutions financières, mémoire de maîtrise, Université de Québec à Montréal, Juillet 2011.

### **1-2.Evolution de la banque en ligne**

La banque à distance gagne du terrain. De plus en plus, les banques ont des sites web où les clients peuvent non seulement s'informer sur le solde de leurs comptes, mais aussi effectuer diverses opérations. Malheureusement, il n'existe guère de données, et la diversité des définitions complique les comparaisons internationales. On sait quand même que la banque à distance (banque électronique) est particulièrement utilisée en Autriche, en Corée, en Espagne, dans les pays

Scandinave, à Singapour et en Suisse où plus de 90% des banques offrent de tels services<sup>30</sup>. A l'heure actuelle, la plupart des banques offrent leurs produits et services principalement, ou exclusivement par voie électronique. La banque électronique est rapidement devenue un élément à part entière de leur stratégie globale. Le nombre de connexions au service de banque électronique et l'étendue des services ont considérablement augmenté (+20% entre 2008 et 2010) et cette tendance devrait se poursuivre dans les années à venir. En effet, les utilisateurs bénéficient d'un confort, d'une simplicité et d'une rapidité accrues, car ils peuvent désormais accéder à leur banque à tout instant et en tout lieu.

Nonobstant les progrès réalisés au cours des dernières années, les banques Algériennes accumulent un retard énorme par rapport aux à leur homologue de la sous-région.

### **1-3.L'apport de la banque à distance pour l'institution financière :**

L'introduction des nouvelles technologies dans les services bancaires a permis d'une part aux banques de mieux développer leurs affaires et, d'autre part, à leurs clients de gérer leurs comptes à distance, d'effectuer des paiements, des retraits, de transférer des fonds et de faire des transactions directement ou via internet<sup>31</sup>. Ainsi que la banque à distance a permis de développer la compétence et le professionnalisme du personnel des institutions financières, de tisser des réseaux d'alliances efficaces et de dégager des gains de productivité.

Selon le même auteur, la banque à distance a permis de résoudre beaucoup de problèmes au sein des banques, en leur fournissant de nouvelles opportunités, notamment :

Un autre moyen moins coûteux ;

Un outil efficace d'amélioration de la relation commerciale avec le client.

### **1-4.L'apport de la banque à distance pour le client :**

---

<sup>30</sup>Andrea Schaechter, "Issues in Electronic Banking: An Overview" IMF Policy Discussion Paper N° 12/6 Washington International Monetary Fund), 2010.

<sup>31</sup>Cronin, M.J. Banking and Finance in Internet, New York : Van Nostrand Reinhold

La banque à distance est un processus nouveau qui permet au client d'avoir accès à ses comptes, de transférer des fonds entre des comptes, de payer des factures en ligne. Le client cherche toujours à combler un manque qu'il a constaté lors de ses opérations en succursale, qu'il s'agisse de son niveau de satisfaction ou de la qualité des services. Tan et Teo (2000)<sup>32</sup> précisent que la banque à distance ne peut connaître un essor que lorsqu'il y a une certaine motivation et une participation de la part de l'utilisateur. Par ailleurs, il ne faut pas oublier de préciser que la réputation de la banque et la variété des services offerts sont les facteurs clés de la réussite due de la banque à distance.

### **C- La GRC et la technologie**

La technologie joue un rôle déterminant dans la gestion de la relation client. Selon certains auteurs, la technologie de l'information et de la communication (TIC) représente le support de la GRC. Des chercheurs comme (Palmatier, Gopalakrishna, & Houston, 2006; Payne & Frow, 2004) se sont intéressés à l'influence des TIC sur la relation client fournisseur et le marketing relationnel. Patrick Hetzel (2004), essaie dans un livre (le marketing relationnel) de mettre en évidence l'impact des TIC sur la relation client/entreprise à travers l'exemple des professionnels de la vente à distance. Un peu plus tôt, Dionne (2001) conçoit la GRC en tant que stratégie supportée par des technologies alors que Plakoyiannaki et Tzokas (2002) définissent la GRC comme un ensemble qui englobe la gestion de la technologie, des procédés, des ressources informationnelles, des individus nécessaires pour atteindre les objectifs.

D'une façon plus poussée, la GRC se base sur les TIC pour identifier, développer, intégrer et concentrer les diverses compétences de la firme vers l'écoute du client afin de lui fournir une valeur supérieure et à long terme en échange d'un profit (Plakoyiannaki et Tzokas, 2002). Il ressort de toutes ces définitions que la GRC pourrait être définie comme étant un processus de gestion développé par une stratégie organisationnelle basée sur un ensemble d'informations et de communication supporté par une technologie bien définie afin de mieux gérer le processus transactionnel.

#### **1-Les statistiques d'évolution du comportement du client**

Le mode d'achat et de relation client évolue. A titre d'exemple, 85% des internautes consultent et comparent sur l'internet avant un acte achat, 67% des internautes donnent

---

<sup>32</sup>Tan. M, Teo. T, Factors Influencing the adoption of internet Banking, journal of the Association for information Systems, vol.1, No 5, 2012, p.40.

leur avis, 90% des internautes prennent en compte les avis, 78% des internautes sont membres d'au moins un réseau social. L'évolution technologique et sociétale porte l'évolution du comportement client et de ses attentes. Les clients d'aujourd'hui sont plus impliqués dans leurs achats, ont accès à un volume d'informations presque illimité sur l'internet, sont connectés en permanence sur de multiples équipements à domicile et en nomadisme. Ils sont aussi plus volatils du fait d'une offre pléthorique rendue facilement accessible par la multiplication des canaux de vente<sup>33</sup>

### **2-Le processus technologique dans la GRC**

L'intégration de la technologie dans la GRC vise à mieux manipuler l'information collectée sur les clients et assurer sa fidélisation en transformant cette relation en investissement durable par une politique de service, d'offre et de coût personnalisable et ajustable.

Sur ce point, Turban; Mc Lean et al. (2002), nous expliquent que le suivi client est géré par l'ensemble des données récoltés et stockés à travers des logiciels de gestion de contacts spécialisés dans la saisie, le stockage et la récupération des informations client. Les mêmes chercheurs avancent pour dire que la complexité de la gestion des données clients impose, dans certains cas, l'utilisation de logiciels plus développés et spécialisés dans la manipulation des données client. De point de vue technique, les applications et les outils analytiques informatisés sont utilisés pour capturer et analyser les informations clients à partir d'une variété de points de l'arrivée, et permettent l'intégration de points de sortie telle que MySAP et Oracle. La mise en œuvre de ce type de techniques a pour objectif principal d'automatiser l'ensemble de la relation client ou prospects.

### **3-Les TIC comme outils de rapprochement**

Le développement technologique, en matière d'information et de communication dans le domaine commercial, permet aux entreprises de faire le rapprochement avec le client et l'amélioration de la satisfaction (Hetzl, 2004). La proximité dans la relation apparaît pour faire face au besoin de protéger les atouts spécifiques d'une relation (Heide et John, 1990). Cette proximité est améliorée par l'entremise du marketing interactif et le marketing du réseau (Coviello et al, 2002). L'internet a facilité grandement cette proximité via les sites

---

<sup>33</sup> BAKLI. Moustapha, (2020) « module gestion de la relation client », cours de Master 1 en Economie Monétaire et Bancaire, Université de Bejaia.

de commercialisation et d'information, les forums et les divers sites d'échanges de données. Sur ce point, Hetzel (2004) nous avise que « Internet est un fantastique outil de mise en relation avec le client pour échanger, informer, vendre à des clients potentiels », et que cet outil de rapprochement permet de :

Acquérir de nouveaux clients à travers la mondialisation du réseau;

Instaurer une nouvelle forme de lien avec le client où l'on peut combiner l'automatisation des procédures et la personnalisation des messages;

Développer une communication interactive.

### **4-Les TIC comme outils d'amélioration de la satisfaction**

Les TIC ont contribué au développement de l'interaction avec le client. Son utilisation augmente les occasions de communiquer et la connaissance du client à travers les informations stockées dans la base de données permettant ainsi d'assurer une meilleure satisfaction et un service personnalisé (Kotler et Dubois, 1997 ; Turban, McLean et al. 2002; Hetzel, 2004). C'est le marketing de l'information qui fait la différence dans l'identification des besoins du client. La qualité de cette information est déterminée par la pertinence de la collecte et du traitement des données recueillies (Moisand, 2002). Cette vision tourne autour de ce qu'on appelle le marketing relationnel qui est rendu possible par la manipulation de nouveaux outils développés par la TIC (Yves Chirouze, 2003).

En effet, ce développement technologique donne naissance au marketing « One to One » (Peppers et Rogers, 1997) et offre plusieurs avantages au client.

Selon Hertzal (2004), les TIC agissent comme suit: Permet au client de disposer de l'information nécessaire sur l'offre avant, pendant et aussi après la transaction; Elle rend les transactions plus sécuritaires pour le client et pour l'entreprise; Elle améliore la qualité du service offert au client; Elle permet une délivrance plus rapide du service. En d'autres termes, les TIC permettent d'améliorer le niveau de la satisfaction du client à travers la qualité de l'information recueillie et offerte par l'entreprise (Mithas, Krishnan et Fornell, 2005 cités par Peel en 2009).

### 5-La structure du service

La qualité est composée de critères objectifs et tangibles et de critères subjectifs et intangibles. Elle est définie par des composantes quantifiables et mesurables (fiabilité, durabilité, normes et performance) et par des composantes subjectives (sociodémographiques, comportementales, psychologiques, affectives) (Zeitharnl et al. 1985; Eiglier et Langeard, 1987; Kotler et al. 1998).

### 6-La structure du point de vue objectif

Eiglier et Langeard (1987), définissent la qualité d'un service à travers les caractéristiques intrinsèques et de la capacité à remplir une certaine satisfaction. Selon les mêmes chercheurs, la mesure de la qualité dépend des facteurs tangibles suivants:

- ✚ La fiabilité du service : le nombre d'incidents occasionnés, de réclamations et de plaintes représente une base de données tangible. Donc, le contrôle de la fiabilité d'un service est rendu possible grâce à une mesure objective de sa qualité.
- ✚ La durabilité du service: le concept de durabilité fait appel à la notion de la continuité du service. Elle est souvent liée à la prestation continue d'un service avec la même qualité.
- ✚ Le respect des normes: les normes correspondent à des règles fixant le processus de maintenir ou offrir un service. Ce sont des minimums de standards de qualité à respecter destinés à offrir un certain niveau de service.
- ✚ La performance: le gestionnaire mesure la performance à partir de la capacité du service à remplir la fonction attendue lors de l'utilisation par le client final.

### 7-La structure du point de vue subjectif

Selon Gronroos (1990), la qualité du produit (ou d'un service) dépend du niveau de réponses des caractéristiques et performances aux attentes des clients. L'analyse de la qualité subjective traite généralement le côté affectif et psychologique en prenant en considération les données sociodémographiques, comportementales, affectives et psychologiques (Sasser, Olsen et Wyckoff, 1978). C'est la raison pour laquelle la perception de la qualité pourrait être différente aux attentes de l'entreprise (Gronroos, 1982; Churchill et Surprenant, 1982). Nous estimons que le passage en revue de quelques approches descriptives de la qualité, basée sur la structure, nous aidera à mieux comprendre ce concept.



Haywood-Farmer (1988) la qualité d'un service se définit par :

- ✚ La qualité du matériel manipulé (ou processus) ;
- ✚ Les procédures et comportements (attention, rapidité ...) ;
- ✚ La compétence du personnel (le savoir-faire, capacité à poser des diagnostics et la qualité des solutions proposées).

Eiglier et Langeard (1987) considèrent trois dimensions nécessaires à l'évaluation de la qualité du service:

- ✚ Le résultat du service (l'output), capacité du service à répondre aux attentes des clients;
- ✚ Dimensions associées au support physique et au personnel en contact direct avec le client (les éléments de la servuction) ;
- ✚ L'ensemble des interactions produites à la fabrication du service.

Gronroos (1990) explique que l'évaluation dépend de trois variables :

- ✚ La qualité du résultat ;
- ✚ La qualité du processus ;
- ✚ L'image de l'entreprise.

### Section 3 - Les avantages et inconvénients liés à l'utilisation des NTIC

Le passage à la banque en ligne a de nombreux avantages pour toutes les parties prenantes, mais présente également de nombreuses limites.

#### A- Avantages.

1-L'investissement dans les TIC serait l'un des principaux moteurs de compétitivité des entreprises et selon des études de l'OCDE, les TIC seraient un facteur important de croissance économique aux Etats-Unis. D'un point de vue général, les avantages des TIC peuvent être définis à trois niveaux :<sup>34</sup>

- ✚ Point de vue du système d'information:

Une meilleure connaissance de l'environnement ; réactivité plus forte face à cet environnement ;

Hausse de la productivité du travail pour la saisie et réutilisation de l'information, donc baisse des coûts ;

---

<sup>34</sup>Site de Malek Boualem. Avantages et inconvénients des TIC. <http://experts-univers.com/inconvénients-avantagesdes-ntic.html>

Amélioration de l'efficacité de la prise de décision permise par une stratégie plus performante

✚ Point de vue organisationnel et professionnel:

Fonctionnement et organisation moins hiérarchisée et partage d'information de l'entreprise ;

Meilleure gestion des ressources humaine comme le recrutement et gestion des carrières plus facile ;

Création de nouveaux emplois.

✚ Point de vue commercial:

Meilleure connaissance de la clientèle ;

Développement des innovations en matière de services et répondre aux besoins des consommateurs ;

Nouveau circuit de production grâce à l'extension potentielle du marché dont le commerce électronique.

2-Des systèmes de paiement plus efficaces et rentables à l'échelle internationale. Entre 1999 et 2010, le volume global des paiements a atteint 330 milliards d'opérations par an, ou la plus forte croissance a été enregistrée dans les paiements électroniques, qui représentaient 85% des tous les paiements autres que ceux en espèces.

3. Une meilleure capacité pour lutter contre le cyber insécurité émanant des pirates informatiques et des cybercriminels.

4. La capacité de répondre à la croissance de la demande par désintermédiation en offrant aux consommateurs un plus grand accès en ligne aux produits et prestations de services. Selon une récente enquête OCM (Organisation Commune de Marché), les cadres dans diverses industries augmentent les canaux de désintermédiation pour deux raisons: elle leur permet d'en apprendre d'avantage de leurs clients et permet de les servir plus efficacement.<sup>35</sup>

Selon **Benat Bilbao-Osorio**:

*« Le rôle des TIC pour la croissance économique et la création d'emplois de qualité n'a jamais été examiné d'aussi près. Malgré les craintes de voir les TIC accélérer le déploiement des ressources dans les pays en développement, les avantages des TIC sont aujourd'hui largement reconnus et représentent une méthode permettant aux entreprises et*

---

<sup>35</sup>Les TIC dans le secteur des services financiers// évaluer les besoins en matière de ressources humaines :[http://www.ictc-ctic.ca/wpcontent/uploads/2012/09/ICTC\\_ICT\\_in\\_FinancialService\\_FR\\_9\\_12.pdf](http://www.ictc-ctic.ca/wpcontent/uploads/2012/09/ICTC_ICT_in_FinancialService_FR_9_12.pdf)

*au secteur économique d'optimiser la productivité, de libérer des ressources et d'encourager l'innovation et la création d'emplois ».*<sup>36</sup>

5. Avantages de la banque en ligne.

Le tout premier avantage du passage à la banque en ligne est pour les banques classiques, l'**augmentation significative du PNB** avec :

- ✚ La fidélisation du client en augmentant la valeur ajoutée offerte par la mise en place d'outils adaptés et le lancement de nouveaux canaux de distributions. Car la plupart des études de satisfaction ont montré que la majeure partie des clients de la banque en ligne était très satisfaite de leur banque (97% pour ING Direct).
- ✚ Le développement des outils à la disposition des conseillers en agence via l'amélioration du poste de travail et l'atténuation des tâches administratives pour une focalisation sur la vente et le conseil tous deux moins consommateurs de temps.

Le second avantage du passage à la banque en ligne c'est **la réduction des charges d'exploitation** par là :

- ✚ Dématérialisation des processus : la banque n'aura plus à dépenser en papier par exemple, qui était utilisé pour presque tout.
- ✚ Dématérialisation des structures : de même, la banque n'a plus à payer ou louer des locaux, donc par ricochet, pas besoin de les aménager.

Ce qui permet à la banque en ligne de faire de « **ses prix** » un atout incontesté de la banque en ligne.

L'autre avantage de la banque en ligne c'est la **facilité d'utilisation** de l'interface. Critère qui est très important lorsque le client juge la qualité du service. Et cela facilite également la tâche au personnel de banque vu que la plupart des opérations sont automatisées. Ainsi les coûts de traitement sont également réduits. On voit par exemple, que l'ouverture d'un compte épargne peut se faire en quelques secondes. Par contre, l'ouverture d'un compte courant ou la souscription d'un contrat d'assurance vie prend un peu plus de temps. Il suffit néanmoins juste de télécharger le dossier de souscription et de le renvoyer après l'avoir complété et signé.

De plus les conditions de la banque en ligne permettent une **rapidité dans les transactions**, donc une augmentation de leur nombre. Enfin **la disponibilité** constitue un autre véritable avantage de la banque en ligne. Car les clients peuvent gérer leur compte à

---

<sup>36</sup>Senior economist et co-auteur du rapport, Global Competitive and Benchmarking Network, World Economic Forum,

tout moment. Et surtout peuvent rencontrer en ligne des conseillers à des horaires très diversifiés.

Cela permet également à la banque d'embaucher des personnes pouvant travailler de chez elles, avec des contraintes moins rudes.

### **B- Limites**

#### **1- Les limites de l'investissement dans les TIC de manière générale**

A la lumière de ses différentes lectures, on constate que les TIC ne procurent pas seulement des avantages, mais elles impliquent également des limites ou bien des risques qui l'entravent.

L'objectif ici n'est pas de faire la critique de ces technologies mais plutôt d'essayer de déterminer a priori, et appréhender ce que pourraient être les conséquences de leur utilisation ; parmi ses limites on retient essentiellement :

- ✚ L'apparition des blogs<sup>37</sup> et le partage du contenu avec les internautes; toute modification sur un domaine donné pousse l'entreprise à faire des efforts financiers lourds et une modification de l'offre produits/services plus marquée dans le but dégrader une longueur d'avance sur les concurrents, c'est « l'exposition à la concurrence»;
- ✚ Un risque qu'on peut dire qu'il n'est pas important mais reste tout de même notable mentionner et qui concerne la confidentialité et la sécurité des données de l'entreprise, autrement dit le risque de pillage et le piratage des données (exportation au pillage) ;
- ✚ D'un côté, ses outils (technologie de l'information et de communication) font augmenter la réactivité de l'entreprise mais de l'autre côté, il ya un risque d'une baisse de la productivité et de son rendement par la rédaction excessive de courriers et de message électronique et l'alimentation de différents outils de l'entreprise.<sup>38</sup>

#### **2- Les limites de la Banque en ligne**

Le principal inconvénient de la banque en ligne c'est « **l'aspect virtuel** ».

En effet, le fait de ne pas pouvoir identifier l'endroit où s'exécutent nos demandes sur une carte et de ne pouvoir voir la personne qui gère notre argent, entraine une démotivation

---

<sup>37</sup>Blog : en français blogue et parfois appelé cybercanet ou bloc-notes, est un type de site web ou une partie d'un site web, utilisé généralement pour la publication périodique et régulière d'article.

<sup>38</sup> Karima et Lydia ; (2015-2016) ; « impact de NTIC sur la performance des banques algériennes : cas des banques de la ville de Bejaia », Mémoire de fin d'étude

chez la plupart des clients potentiels. Aussi certaines **opérations particulières** peuvent en fin de compte revenir **plus chères** avec la banque en ligne par rapport à la banque traditionnelle. Par exemple, pour la souscription d'un crédit à la consommation, les termes du crédit seront difficilement négociables pour le client du fait du contact limité qu'il a avec le conseiller. (Gros inconvénient pour le client, mais avantage pour la banque). De plus, avec la banque en ligne, certains risques sont présents comme le risque de blanchiment<sup>39</sup>, car nous sommes sans ignorer que le risque financier est accru pour les opérations à distance.

En effet, les problèmes de sécurité des transactions constituent un doute légitime dans l'esprit des clients vu que l'on n'est jamais à l'abri d'une panne technique ou même d'un quelconque piratage informatique. Car même avec la plupart des systèmes de sécurité moderne les attaques du type « Man in the Middle <sup>40</sup>» persiste. Il s'agit dans cette attaque, pour un tiers, de s'insérer entre l'émetteur et le récepteur pour intercepter les données échangées. Lorsque l'émetteur demande sa clé publique au récepteur, le tiers (le pirate), renvoie alors sa propre clé publique. Le pirate décryptera alors le message à l'aide de sa propre clé privée.<sup>41</sup>

### Conclusion

Comme nous l'avons élucidé plus haut les nouvelles technologies ont un impact très important sur la qualité des services offerts par la banque à ses clients.

Le développement des nouvelles technologies présente de nombreux avantages: la diminution des coûts de traitement des opérations et de stockage, et l'augmentation de la productivité. Grâce aux nouvelles technologies, l'automatisation se développe dans les banques, les produits et services financiers sont donc de plus en plus faciles à mettre en œuvre, par exemple le virement bancaire, les ordres d'achat ou de vente de titres. Toutes ces innovations impliquent que la banque moderne a subi des changements radicaux et en grand nombre. Par exemple de nombreux produits bancaires ont disparu, les métiers exercés aujourd'hui ont fortement évolué, son organisation interne a été modifiée, la façon dont les différents services communiquent entre eux en interne a changé.

---

<sup>39</sup> Activité frauduleuse dans le domaine de la finance

<sup>40</sup> [www.whatis.com/fr](http://www.whatis.com/fr) « Man-in-the-Middle », littéralement signifie l'homme du milieu, consiste pour le piratage à intercepter en catimini et à relayer des messages entre deux parties qui pensent communiquer directement entre elles.

<sup>41</sup> Source Dr L.Mohammed ; Dr S Rafika, « les impacts des nouvelles technologies et de la communication sur la performance des banques Algériennes » Article

## **Chapitre II: L'impact des NTIC sur la qualité des services bancaires**

---

Même si les banques Algériennes ont quelque peu tardé avant de se mettre dans le « tout numérique », elles ont qu'à même prises conscience de l'intérêt de ce business et sont de plus en plus nombreuses à s'orienter vers cette tendance.

Et malgré les limites que ce système présente, nous restons persuadés que les banques en ligne ont de l'avenir et qu'elles ont encore beaucoup de terrains à exploiter en matière de services de plus en plus innovants et modernes.

## **Chapitre III :**

Integration des nouvelles technologie de  
l'information et de la communication dans les  
Banques Algeriennes

### **Chapitre III : Intégration des NTIC dans les banques algériennes**

#### **Introduction :**

La banque est la pierre angulaire de toute économie. La bonne santé d'une banque traduit celle de l'économie nationale. Le présent mémoire est une suite des travaux antérieurs déjà réalisés sur le secteur bancaire algérien, il vise à mesurer le degré d'utilisation des nouvelles technologies dans le secteur bancaire.

Pour mieux examiner l'impact des NTIC sur la qualité des banques Algériennes, nous avons fait recours à une étude empirique, c'est-à-dire une enquête de terrain par questionnaire.

Cette enquête a pour but de collecter le maximum d'informations qui nous permettra de mieux cerner l'état de lieux de l'utilisation des NTIC, et pour ce faire, nous avons interrogé les responsables des différentes agences bancaires publiques et privées de la wilaya de Bejaia . Et par la suite, nous avons interrogé leurs clients, pour analyser la concordance et la corrélation entre les objectifs de la banque et les attentes des clients sur le plan opérationnel.

Afin d'élucider notre étude, nous avons suivi les démarches suivantes :

- ✚ Le dépôt d'un questionnaire auprès des banques de notre échantillon.
- ✚ Questionner les clients des banques de notre échantillon.

Ce chapitre sera divisé en deux sections, la première sera consacrée à l'état des lieux de la technologie bancaire actuelle ainsi la représentation des deux questionnaires de l'enquête, et les conditions de leurs réalisations. Ensuite la deuxième sera fixée sur l'analyse et l'interprétation des résultats de l'enquête, et enfin nous terminerons le chapitre par des recommandations visant à améliorer la qualité des services bancaires.

#### **Section1 : État des lieux de la technologie bancaire actuelle**

##### **1. Méthodologie de la recherche :**

La démarche adoptée afin de répondre à la problématique de la présente étude est une démarche quantitative, pour atteindre notre objectif, la sélection de la méthode de l'enquête par questionnaire, qui est une méthode scientifique, est le meilleur moyen pour collecter des données non disponibles et aussi d'apporter plus de précisions sur l'application des NTIC sur la qualité des services bancaires algériens. Donc, nous avons rédigé un questionnaire adressé aux banquiers sur l'apport des NTIC dans leur activité et nous avons élaboré un autre questionnaire destiné à la clientèle en vue d'obtenir des résultats plus précis et pertinents pour notre problématique.



## **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

---

### **1.1-L'usage des TIC par les banques de la wilaya de Bejaia**

Les banques intègrent sans cesse de nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs fonctions et dans leurs systèmes. Le facteur clé de succès d'une banque doit se traduire en des termes tels que la banque est un réseau de confiance ce qui implique que l'intégration des TIC devra prendre en compte cette dimension des choses.<sup>42</sup>

### **1.2-Présentation générale de l'enquête :**

Dans le but de répondre à notre problématique de recherche, nous avons eu recours à des investigations théoriques et empiriques.

Dans le présent chapitre nous adoptons la méthode empirique qui consiste à recueillir des informations par des pratiques et applications réelles et tangibles. L'approche par l'utilisation de questionnaire nous semblait plus adaptée et facile vue la situation sanitaire liée au Covid-19 et le manque de temps nécessaire pour effectuer un stage pratique au sein d'une banque.

Pour ce faire, nous avons rédigé deux types de questionnaire. Le premier questionnaire est destiné aux responsables des agences bancaires et le second est adressé aux clients des banques auprès desquelles nous avons eu à collaborer.

Nous avons pu collecter un échantillon représentatif de quarante un (41) agences bancaires dont, trente (30) Banques Publiques et onze (11) Banques Etrangères de la willaya de Bejaia.

Pour l'obtention de ces échantillons, nous avons mené une enquête auprès de ses différentes agences implantées dans la wilaya de Bejaia.

L'enquête a été lancée le 10 Mai 2021, nous avons déposé des questionnaires destinés aux responsables des agences dont la récupération n'était pas sur place, et en parallèle avec leurs clients dont les questions étaient ouvertes et dirigées sur place. Notre enquête a pris fin le 31 Mai 2021, ce qui fait une durée de vingt un jours (21) avec un résultat de quarante un (41) agences bancaires et cent trois (103) clients.

---

<sup>42</sup> Rim Akkarene, Nabil Bouda, Louiza Ameziane, « Utilisation des technologies de l'information et de la communication dans le secteur bancaire : cas des banques de la ville de Bejaia- Algérie », Revue Internationale d' Economie Numérique, vol 2, N° 1, Janvier 2020.

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

---

Puisque notre étude vise à déterminer l'impact des NTIC sur la qualité des services offerts par les banques à leurs clients nous cherchons donc à comprendre et avoir une idée d'une part, sur le retour clients pour les banques qui avaient investi dans des technologies comme l'exploitation d'un réseau ATM, l'émission de cartes de crédit / débit, offrant des services sur les téléphones mobiles c'est-à-dire, des applications mobiles qui permettent d'accéder à son compte bancaire depuis son Smartphone. L'exemple typique est celui de la BN@tic application développée par la BNA, cette application de plusieurs fonctionnalités fournit aux clients une panoplie de prestations : visualisation de l'ensemble des comptes, consultation de solde et mouvement en cours, émission de virement vers bénéficiaire, commande de chéquier et de carte bancaires, opposition sur carte bancaire et les services bancaires via Internet. D'autre part, nous cherchons à savoir si les clients sont satisfaits suite à l'intégration des NTIC dans leur quotidien financier comme par exemple l'utilisation de la carte bancaire est-il satisfaisant, la consultation de son compte bancaire à distance, l'utilisation des services en ligne, l'utilisation des guichets automatiques etc. La réalisation de cette enquête n'a pas été faite sans difficulté. Nous nous sommes heurtés à pléthore de problèmes.

- ✚ La première difficulté est le refus catégorique d'acceptation de nos questionnaires par les responsables des agences, cela est dû au manque de temps, les occupations et l'absence des personnels mieux qualifiés pour nous répondre.
- ✚ Les faux rendez-vous, c'est-à-dire les banquiers ne respectaient pas leurs délais fixés ; et en tant qu'étudiant étranger nous n'avions pas assez de connaissance sur des localités de certaines agences de la ville de Bejaia ainsi qu'ailleurs (Soukltenene). Vu la distance entre les localités et faute de moyens de financement nécessaire nous n'avons pas pu enquêter sur la totalité des banques emplantées sur tout le territoire de la wilaya de Bejaia (Kharata, Eghzar Amokrane, Seddouk, et Ouzellegne). Et enfin le manque de manuels (livres) en rapport direct avec notre thème, nous a rendu difficile notre étude.

A travers les données et informations recueillis nous souhaitons donc analyser l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur la qualité des services offerts par les banques Algériennes. En vue de mener à bien notre étude nous avons opté pour le logiciel Excel (2007), dont la fonction est le traitement des données.

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

#### 1. 3 Constitution de l'échantillon:

L'échantillon de banques répondant à nos questions se distingue par sa diversité. En effet, le secteur bancaire de la wilaya de Bejaia est constitué de quinze(15) banques avec un total d'agences bancaires de l'ordre du soixante (60), reparti selon un nombre de six (6) banques publiques et neuf (9) banques étrangères.

Notre enquête porte sur quarante trois (43) agences bancaires dont trente (30) banques publiques, onze (11) banques Etrangères et deux (2) non récupérés. Les réponses obtenues auprès des agences bancaires suite à notre enquête montrent en tout un total de 95,35% des avis favorables, soit quarante un (41) agences contre 4,65% de réponses non favorables pour un échantillon ciblé fixé à quarante trois (43) agences.

Ce tableau ci-dessous nous montre le nombre d'agence existant de la wilaya de Bejaia. Il s'agit de ceux approchés pour notre enquête.

**Tableau N°0 4** : Présentation de l'échantillon de l'enquête

Banques	Nombres d'agences	Nombre de questionnaires distribués	Pourcentages	Nombre de questionnaires récupérés	Pourcentages
ABC	1	1	100%	1	100%
AGB	2	2	100%	2	100%
AL SALAM BANK	1	1	100%	1	100%
BADR	8	8	100%	7	87,5%
BDL	6	6	100%	6	100%
BNA	7	7	100%	7	100%
BNP PARIBAS	1	1	100%	1	100%
CNEP	6	6	100%	6	100%
CPA	4	4	100%	4	100%
FRAN BANK	1	1	100%	0	0%
NATIXIS	2	2	100%	2	100%
TRUST BANK	1	1	100%	1	100%
SOCIETE GENERALE	3	3	100%	3	100%
TOTAL		43		41	

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Source : Notre enquête

**Commentaire :** Nous constatons que parmi les agences rapprochées, nous avons eu un total de 100% de réponses favorables pour chaque banque sauf pour deux(2) agences telles que Frank Bank et la BADR, dont 0% et 87, 5% respectivement pour chacune. Malgré nos tentatives de convaincre les responsables des agences bancaires à collaborer à la réalisation de cette enquête, nos efforts ont été vaines.

**Tableau N°05 :** Le Réseau bancaire de la wilaya de Bejaia

Banques Publiques et Etrangères	Nombre d'agence	Taux de concentration en %
ABC	1	2,43%
AGB	2	4,87%
AL SALAM BANK	1	2,43%
BADR	7	17,07%
BDL	6	14,63%
BNA	7	17,07%
BNP PARIBAS	1	2,43%
CNEP	6	14,63%
CPA	4	9,75%
NATIXIS	2	4,87%
TRUST BANK	1	2,43%
SOCIETE GENERALE	3	7,31%
TOTAL	41	100%

Ce tableau nous montre la répartition du réseau bancaire publique et étrangère sur lesquelles porte notre enquête.

Sur un total de quarante un (41) agences bancaires nous avons trente(30) agences publiques et onze (11) agences étrangères. A travers ces données, nous remarquons que la BADR, la BNA, la BDL et la CNEP sont les réseaux bancaires les plus denses dans de la wilaya de Bejaia. Sept (7) agences bancaires avec un taux de concentration de 17,07% pour la BADR et la BNA ; Six(6) agences bancaires avec un taux de concentration de 14,63% pour la BDL et la CNEP.

**Source :** Notre enquête

A travers, la BADR, la BNA et la BDL l'Etat vise à promouvoir le financement des activités agricoles, agro-industriels, artisanales, les PME et les PMI. La CNEP a pour mission le financement des crédits immobiliers aux particuliers, celui de la promotion immobilière et le financement des entreprises. Quant à la CPA, la Société Générale, Natixis et AGB, elles disposent des réseaux bancaires, de moyennes densités dans la wilaya de Bejaia, dont quatre (4) et trois (3) agences bancaires avec des pourcentages de 9,75% et 7,31% respectives pour la CPA et la Société Générale suivi de deux (2) agences bancaires avec un taux de concentration de 4,87% pour l'AGB et Natixis. Enfin les banques qui disposent d'une faible densité sont l'ABC, Al Salam Bank, Trust Bank et BNP Paribas dont une (1) seule agence par banque soit un taux de concentration de 2 ,43%.

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

D'après les résultats de notre analyse, nous constatons que le nombre de banques publiques sont supérieurs aux banques étrangères dans la wilaya de Bejaia vue les taux de concentration.

Dans les tableaux qui suivent, nous présenterons la répartition des agences bancaires par localités.

**Tableau N°06 : Répartition des agences bancaires publiques de la wilaya de Bejaia (agences enquêtées)**

Banques et localités	BADR	BDL	BNA	CNEP	CPA	Nombres d'agences	Pourcentages %
Aokas	1					1	3,33%
Akbou	1	1	1	1		4	13,33%
Bejaia	2	3	3	2	2	12	40%
El kenseur	1	1	1		1	4	13,33%
Tazmalt	1		1	1		3	10%
Tichy				1		1	3,33%
Sidi aich	1	1		1	1	4	13,33%
Soukeltenene			1			1	3,33%
Total						30	100%

**Source : Notre enquête**

#### **Interprétation :**

Le réseau bancaire de la wilaya de Bejaia est composé de plusieurs banques publiques implantées sur l'ensemble du territoire. En se référant aux résultats de notre enquête nous distinguons cinq (5) banques publiques dont la ville de Bejaia détient le plus grand nombre d'agence avec un fort taux concentration soit 40% au total.

Quant à Akbou, Sidi aich, El kenseur et Tazmalt, elles disposent d'un nombre de réseaux moyen d'agence bancaire avec quatre (4) et trois (3) dont 13,33% et 10% reparti respectivement entre ces villes.

Cependant, nous remarquons qu'il y a des banques qui ont des très faibles taux de concentration de 3,33% dans certaines localités telles que Aokas, Soukeltenene, Tichy qui ne disposent qu'une (1) agence.

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

A travers ces données nous observons que le secteur bancaire de Bejaia connaît une répartition disproportionnelle en ce sens que, le réseau est concentré dans certaines communes au détriment des autres.

**Tableau N°07 : Répartition des Banques Étrangères de la wilaya de Bejaia (agence enquêtée)**

Banques Et Localités	ABC	AGB	AL SALAM	Bnp Paribas	Natixis	TRUST BANK	SG	Nbres	%
<b>Akbou</b>		<b>1</b>			<b>1</b>		<b>1</b>	<b>3</b>	<b>27,27%</b>
<b>Bejaia</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>72,72%</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

**Source : Notre enquête**

**Interprétation :** Ce tableau nous montre la répartition des banques étrangères par localité enquêtée. De ce fait, nous remarquons que sur un total de 11 agences bancaires étrangères la ville de Bejaia est celle qui couvre le plus fort taux de concentration soit 72,72% des agences bancaires étrangères. Par contre Akbou est la ville qui détient moins d'agence étrangère soit 27,27% du taux de concentration.

Ce déséquilibre que nous constatons dans la répartition des agences par localité s'explique par la diversification des secteurs d'activité sur le territoire de la wilaya de Bejaia et par le manque d'infrastructure dans certaines localités.

**Tableau N°08 : Localisation des agences bancaires enquêtées**

Villes	Effectifs	Pourcentages %
<b>Akbou</b>	<b>7</b>	<b>17,07</b>
<b>Aokas</b>	<b>1</b>	<b>2,43</b>
<b>Bejaia</b>	<b>20</b>	<b>48,78%</b>
<b>El kenseur</b>	<b>4</b>	<b>9,75%</b>
<b>Sidi aich</b>	<b>4</b>	<b>9,75%</b>
<b>Soukcltenène</b>	<b>1</b>	<b>2,43%</b>
<b>Tazmalt</b>	<b>3</b>	<b>7,31%</b>
<b>Tichy</b>	<b>1</b>	<b>2,43%</b>
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

**Source : Notre enquête**

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

---

**Interprétation :** le réseau bancaire de la wilaya de Bejaia dispose plusieurs banques publiques et étrangères.

Ce tableau nous montre que sur un total de quarante un (41) agences la ville de Bejaia couvre vingt (20) agences bancaires soit 48,78% du taux de concentration. Ce qui s'explique par la forte concentration démographique (population) et l'infrastructure économique (entreprises, secteur d'activité). D'où l'importance et la supériorité de la ville par rapport aux autres localités.

En plus de Bejaia nous avons Akbou qui dispose 17% d'agences bancaires dont sept (7) au total. Ce qui montre que la ville d'Akbou est une zone industrielle par excellence, à ce juste titre elle est plus attractive.

Les communes d'Elkseur, Sidi aich, Tazmalt concentrent respectivement 9,75% et 7,31% avec quatre (4) et trois (3) pour chacune d'elles. Et enfin les villes comme Tichy, Aokas, Soukeltenene ont une seule (1) agence avec un taux de 2,43 %.

A travers ces résultats d'enquête nous constatons qu'il y a une forte inégalité dans la répartition des agences dans les localités enquêtées.

**Section 2- Analyse et interprétation des résultats**

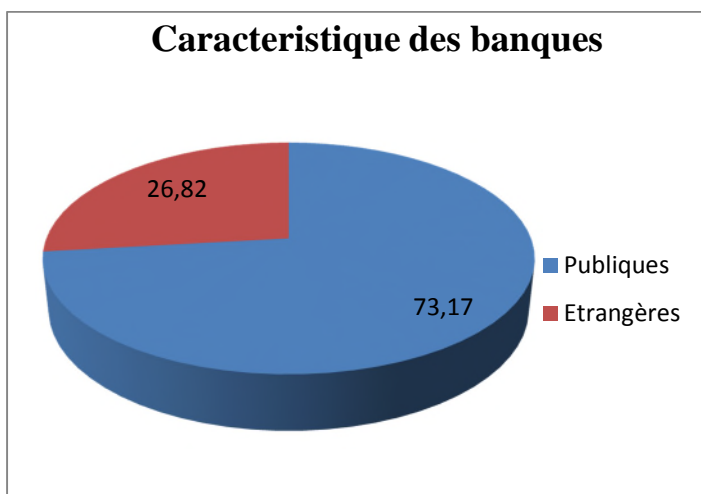
**1 -L'analyse des questionnaires adressés aux cadres :**

**Tableau N°09 : Les caractéristiques des banques**

Banques	Effectifs	%
Publiques	30	73 ,17%
Etrangères	11	26,82 %
Total	41	100%

<sup>43</sup> Ce tableau et ce Camembert ci-dessous nous montre le nombre de banque et agence bancaire situées sur le territoire de la wilaya de Bejaia. Le camembert qui est ici exprime le pourcentage des banques.

**Figure N°05 : Répartition du réseau bancaire**



Notre enquête a porté sur quarante un (41) agence bancaire dont certaines sont situé dans la ville de Bejaia et les autres dans les dairas et communes. Sur 100% des banques approchées nous avons 73 ,17% d'agences publiques soit trente (30) banques au total et 26,82% des agences étrangères soit onze (11) banques au total.

**Source : Notre enquête**

**Tableau N°10 :L'introduction des NTIC dans la banque**

Il existe de nombreuse raison pour lesquelles les banques introduisent les NTIC dans leur quotidien financier. A travers ce tableau et cet histogramme ci-dessous, nous analysons la manière dont les nouvelles technologies sont introduites dans les agences enquêtées.

---

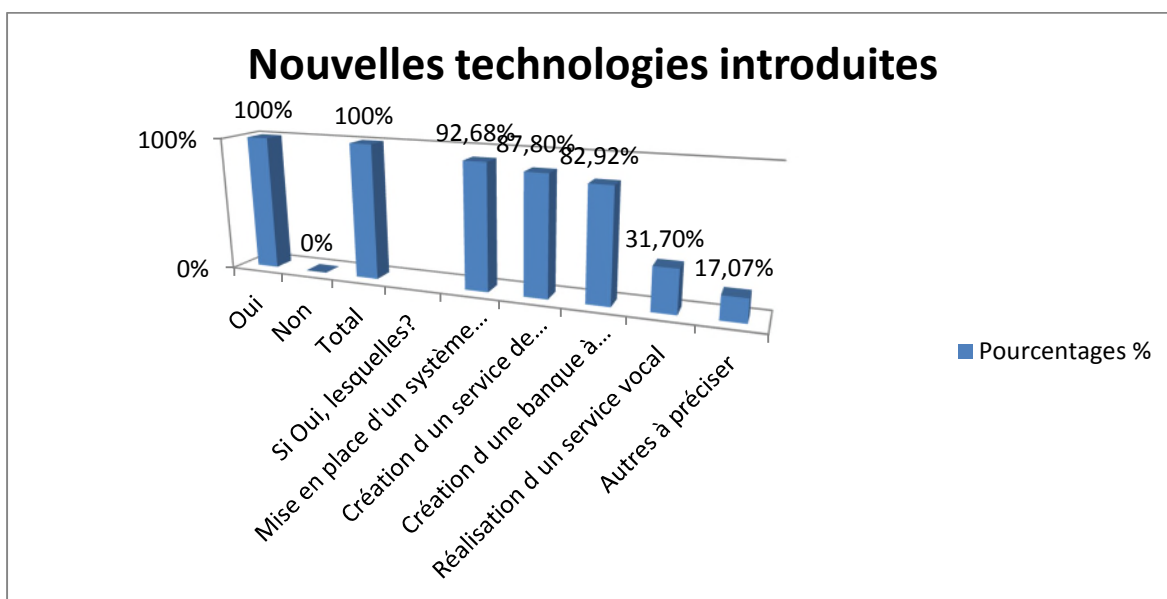
<sup>43</sup> Un camembert indique les pourcentages d'un montant total qui peuvent être attribués à des composantes différentes. Paul Krugman ; Macroéconomie ; P.99.



### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Banques publiques et Etrangères	Effectifs	Pourcentages %
Oui	41	100%
Non	0	0%
Total	41	100%
Si Oui, les quelles?		
Mise en place d'un système Intranet	38	92,68%
Création d un service de télé compensation	36	87,80%
Création d une banque à distance	34	82,92%
Réalisation d un service vocal	13	31,70%
Autres à préciser	7	17,07%
Total	41	

Figure N°06 : L'introduction des nouvelles technologies



Source : Notre enquête

Ici, sur quarante un(41) responsables interrogés affirment tous l'introduction des NTIC au sein de leur agence. Ce qui nous a conduits à leur demander quel type de technologies ils utilisent ?

Il apparaît donc une préférence selon le type de technologies car, l'objectif n'est pas seulement de satisfaire le client mais aussi de tirer des bénéfices.

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

D'après les résultats obtenus nous déduisons que la mise en place d'un réseau intranet est la plus importante avec trente huit (38) agences dont 92,68% au total. Outre la mise en place d'un système intranet, les interrogés confirment également la création d'un service de télé compensation soit 87,80% ; la création d'une banque à distance soit 82,92% par exemple la Banxy ; la réalisation d'un service vocal

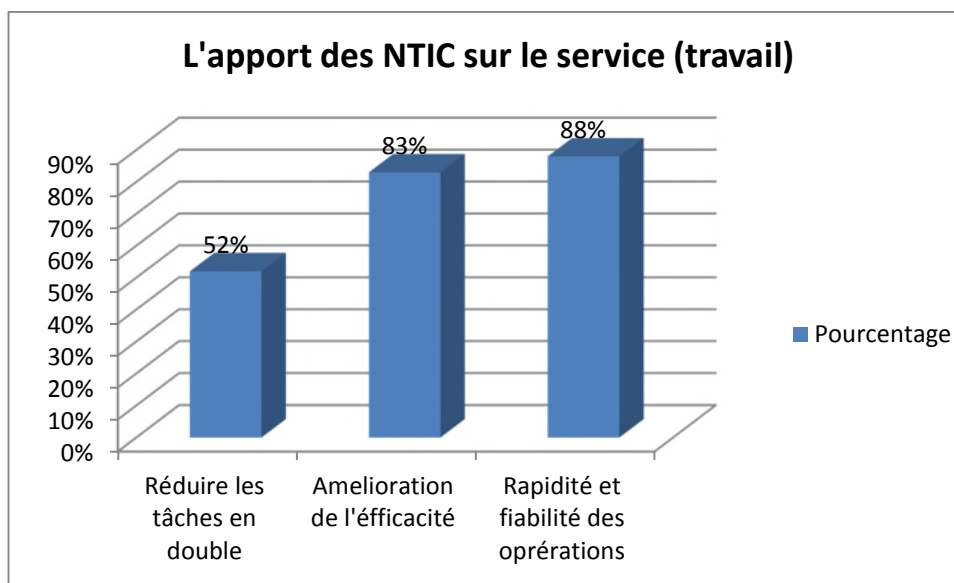
Soit 31,70% et enfin les autres tels que la banque digitale, SAB, Guichet automatique, et le service de transfert via numéro de téléphone représentent 17,07%.

**Tableau N°11 : Les biens faits de l'adoption des NTIC**

Ce tableau et ce cylindre nous montrent donc l'apport des NTIC sur le mode interne de travail des agences bancaires, le but ultime de nombreuses entreprises est de faire un profit. Il en est de même pour la banque.

Banques Publiques et Etrangères	Effectifs	Pourcentages %
Réduire les tâches en double	27	52%
Amélioration et l'efficacité	34	83%
Rapidité et fiabilité des opérations	36	88%
Total des banques	41	

**Figure N°07: L'apport des NTIC sur le service des agences**



Source : Notre enquête

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

Dans cette partie, nous avons demandé aux différents responsables des agences bancaires, de nous renseigner sur l'apport des NTIC au sein de leur agence. Les résultats obtenus sont les suivants : 36 répondants affirment que la rapidité et la fiabilité sont les premières en lignes en ce qui concerne le bien fait des NTIC. Grâce à la technologie, il y a une rapidité de traitement c'est-à-dire, la création d'un compte bancaire prend moins de temps qu'avant l'avènement des NTIC. Avec l'apparition des NTIC c'est-à-dire, les guichets automatiques et les cartes bancaires, les clients peuvent retirer de l'argent et effectuer des services en ligne ce qui est plus fiable. Ensuite 83% des responsables certifient que les NTIC ont apporté des améliorations et d'efficacités dans leurs agences, comme la numérisation des supports papiers, les automates bancaires etc. Enfin 52% des banquiers nous informent que les NTIC ont permis de réduire les taches en double c'est-à-dire, réduire la présence physique.

#### **Tableau N° 12: Les effets de l'adoption des NTIC sur la clientèle**

Le tableau ainsi que l'histogramme ci-dessous nous révèlent les effets de l'adoption des NTIC sur la clientèle des agences bancaires enquêtés.

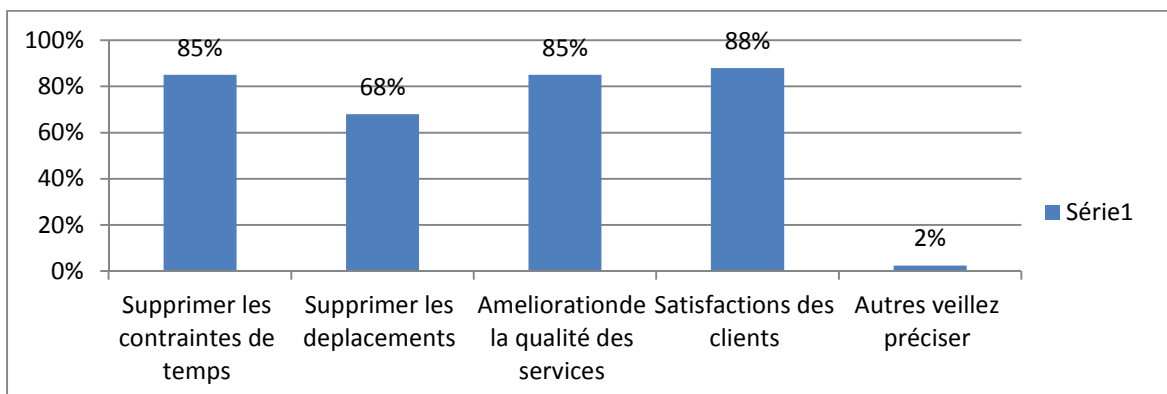
Dans les lignes qui suivent nous allons présenter notre remarque.

<b>Banques Publiques et Etrangères</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentages</b>
		<b>%</b>
Supprimer les contraintes de temps	35	85%
Supprimer les déplacements	28	68%
Amélioration de la qualité des services	35	85%
Satisfactions des clients	36	88%
Autres veuillez préciser	1	2,43%
Total des Banque	41	

A traves nos constats, nous déduisons que la satisfaction du client est l'externalité positive le plus important soit un taux de 88% de réponses affirmatives. Ces répondants nous affirment que la satisfaction des clients est la meilleure stratégie de marketing pour la banque. En se référant aux données 85% représente l'amélioration de la qualité des services offerts par les banquiers à leurs clients. Par exemple grâce aux NTIC les banques ont mis en places des cartes Visa, Mastercard etc.

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Figure N°08 : les effets de l'adoption des NTIC



Source : Notre enquête

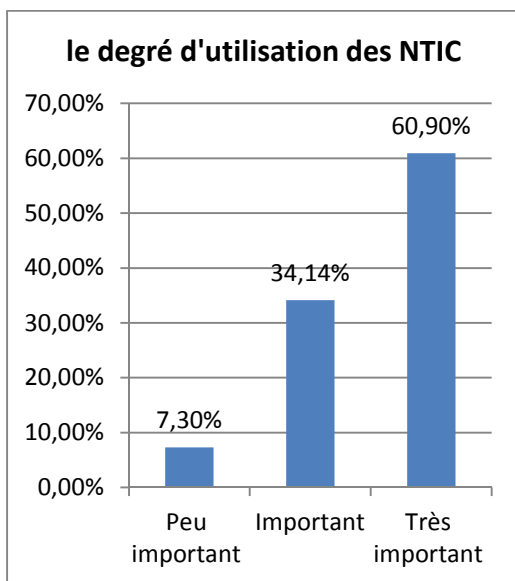
En plus de l'amélioration de la qualité des services, nous avons la suppression des contraintes de temps qui représente 85%. Autres effets de l'adoption des NTIC résident dans la suppression des déplacements soit 68%, et les 2,43% dans l'association du client dans la saisie des opérations et le suivi. Les NTIC ont joué un rôle primordial durant la crise du Covid-19 à travers la mise en place d'un service à distance par exemple les opérations en ligne cela permet au client de limiter les contacts.

Tableau N°13 : le degré d'utilisation des NTIC au sein des Banques Publiques et Etrangères.

A fin de montrer le degré d'utilisation des NTIC au sein des banques, nous avons utilisé le logiciel Excel pour analyser nos résultats.

Banques (Publiques et Etrangères)	Pourcentages	
	Effectifs	%
Pas du tout important	0	0%
Peu important	3	7,30%
Important	14	34,14%
Très important	25	60,90%
Total des banques	41	

**Figure N°09 : L'importance de l'utilisation des NTIC**



Nous constatons que 60,90% des banques qui ont répondu à notre enquête considèrent que le degré d'utilisation des NTIC est très important au sein de leur banque ; 34,14% estiment que l'utilisation des NTIC est importante et le reste des banques trouvent que l'adoption des NTIC est peu importante soit 7,30%.

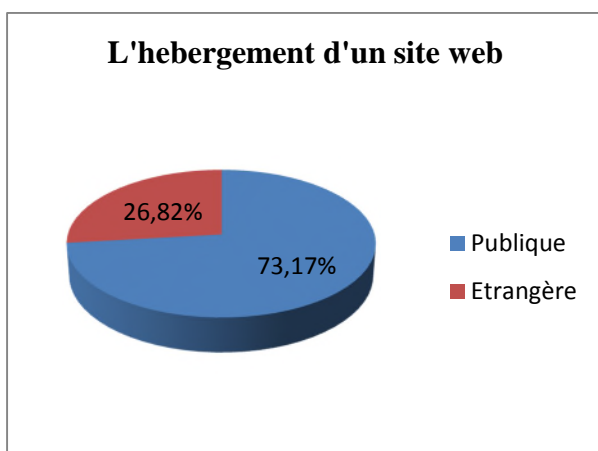
**Source : Notre enquête**

**Tableau N°14 : l'hébergement d'un site Web**

Le tableau suivant présente l'hébergement d'un site web par les banques publiques et étrangères rapprochées.

Banques	Oui	Non	Effectif	Pourcentage
Publiques	30	0	30	73,17%
Etrangères	11	0	11	26,82%
Total des Banques			41	

**Figure N°10: l'hébergement d'un site web**



Le web est le leitmotiv de l'activité bancaire d'aujourd'hui. Les banques Algériennes à l'ère du numérique doivent s'adapter au changement qui s'impose avec l'avènement de la libéralisation et la mondialisation du système économique international.

Dans l'optique de présenter l'image de marque, d'exposer des services en ligne, de promouvoir leur activité, les banques ont

**Source : Notre enquête**

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

Comme figuré dans le tableau et sur le camembert, nous déduisons que toutes les banques sans exception aucune n'ont créé au sein de leur agence un site web.

Sur 100% des banques publiques interrogées nous avons obtenu un résultat de 73,17% de réponses positives à la question posée soit les trente (30) banques au total.

En ce qui concerne les banques étrangères, nous avons obtenu 26,82% de réponses positives soit la totalité des banques étrangère de notre échantillon d'étude soit 11 agences.

#### **Tableau N°15 : Les motivations de l'adoption des NTIC au sein des banques Publiques.**

Ce tableau et cet histogramme ci-dessous présentent les raisons ou les motivations de l'adoption des NTIC par les banques publiques.

Banques Publiques	BADR	BNA	CNEP	CPA	BDL	Nombres	Pourcentages%
Etendre le champ d'action	4	5	2	3	1	15	50,00%
Faire améliorer les services de banque aux clients	7	7	6	4	6	30	100,00%
Attirer de nouveaux clients	7	7	5	4	6	29	96,66%
Autres à préciser					1	1	3,33%
Total						30	

La complexité des opérations réalisées au sein des banques poussent le banquier à réfléchir sur des nouvelles approches, des méthodes et techniques lui permettant de s'accommoder au rythme de son environnement.

Dans cette partie, nous avons demandé aux responsables les raisons qui leur motivent à adopter les NTIC au sein de leur banque.

Les résultats fournis, nous permettent de faire les diagnostics suivants :

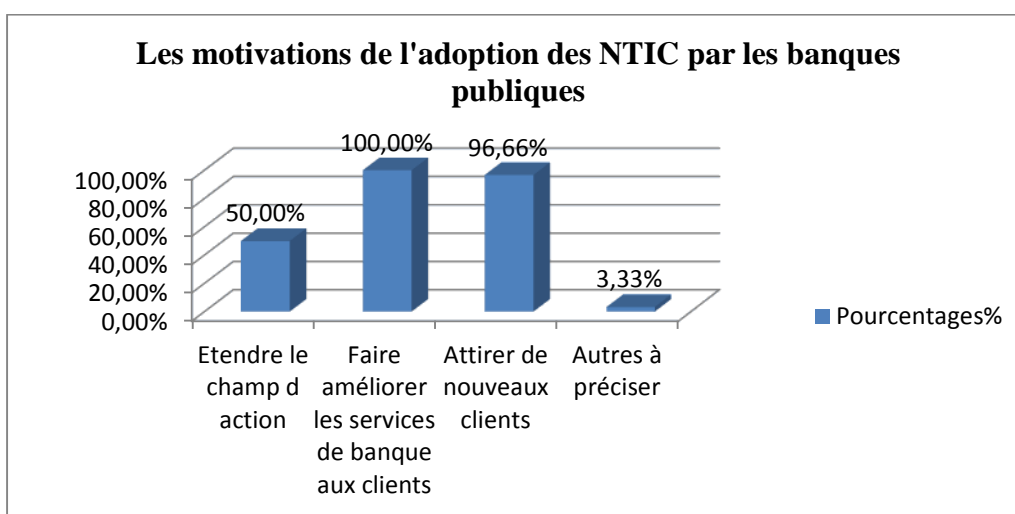
Au sein des banques publiques, 100% des agences approchées adoptent les NTIC pour l'amélioration des services fournis à la clientèle. Même si aujourd'hui l'intermédiation financière a pris le dessus sur l'intermédiation traditionnelle, la banque reste la seule actrice à pouvoir mettre en contact les agents ont besoin de financement et ceux à capacité

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

de financement. Ce rôle, lui incombe de rester en contact perpétuel avec le client. Afin que ce dernier soit satisfait, il lui faut un service bancaire de qualité.

Dans l'objectif d'attirer de nouveaux clients, les banques sont également motivés à miser sur la technologie soit 96,96% des responsables des agences nous affirment cela. Outre de ses différentes raisons, étendre son champ d'action est aussi un motif recherché par les banquiers soit un taux de 50% des réponses à cette rubrique. Nous pouvons ajouter des suggestions comme l'offre de nouveaux produits soit 3,33%.

**Figure N°11 : Les motivations de l'adoption des NTIC au sein des banques publiques**



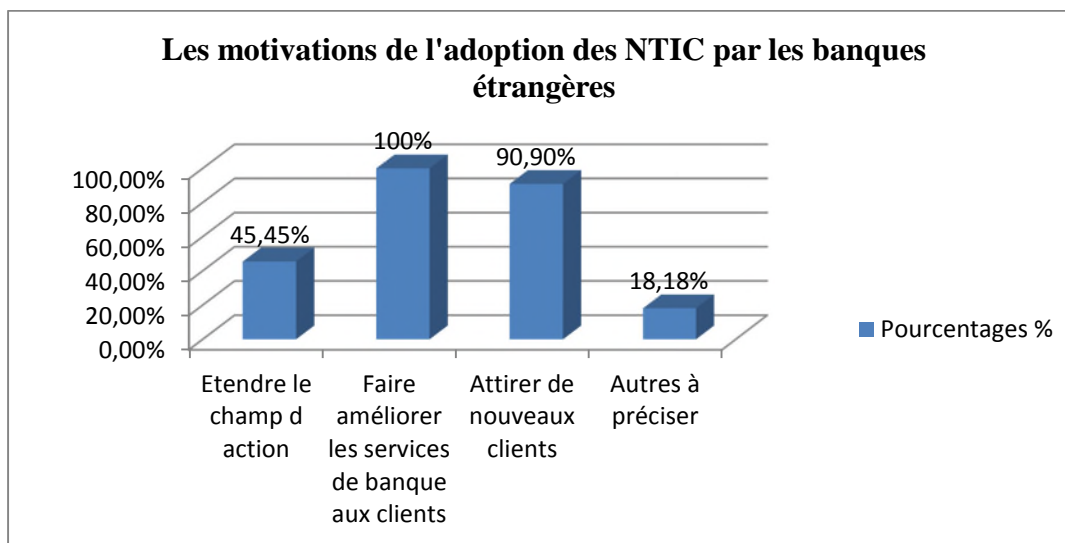
Source : Notre enquête

**Tableau N°16 : Les motivations de l'adoption des NTIC au sein des banques étrangères.**

Banques Etrangères	ABC	AGB	Natixis	Trust Bank	Al salam Bank	Société Générale	BNP Paribas	Nombres	Pourcentages %
Etendre le champ d'action		2		1		1	1	5	45,45%
Faire améliorer les services de banque aux clients	1	2	2	1	1	3	1	11	100%
Attirer de nouveaux clients	1	1	2	1	1	3	1	10	90,90%
Autres à préciser		1	1					2	18,18%
Total								11	

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Figure N°12 : Les motivations de l'adoption des NTIC au sein des banques étrangères



Source : Notre enquête

Ici, le rôle que joue la technologie au sein banques étrangères est très important. C'est pour cela qu'au cours de notre étude, la majorité des banques ont donnés leurs avis sur les raisons qui leur motivent à adopter les NTIC.

Comme c'est indiqué dans le tableau et sur l'histogramme ci-dessus, nous constatons que les banques étrangères sont à 100% motivés d'adapter dans leurs quotidiens les NTIC, cela dans le but d'améliorer la qualité des services offerts à la clientèle.

90,90% de ces mêmes agences bancaires utilisent les NTIC pour attirer plus de nouveaux clients. 45,45% ont mis en place les NTIC dans l'objectif d'étendre leur champ d'action c'est-à-dire, la capacité à pouvoir dominer le marché. Nous avons 18,18% des banques qui nous proposent un champ plus large de réponses tels que le gain de temps, la rapidité du traitement des opérations etc.

Tableau N°17 : Les satisfactions après l'adoption des NTIC

Ce tableau et cet histogramme nous montrent le niveau de satisfaction des banquiers après l'adoption des NTIC au sein de leurs agences

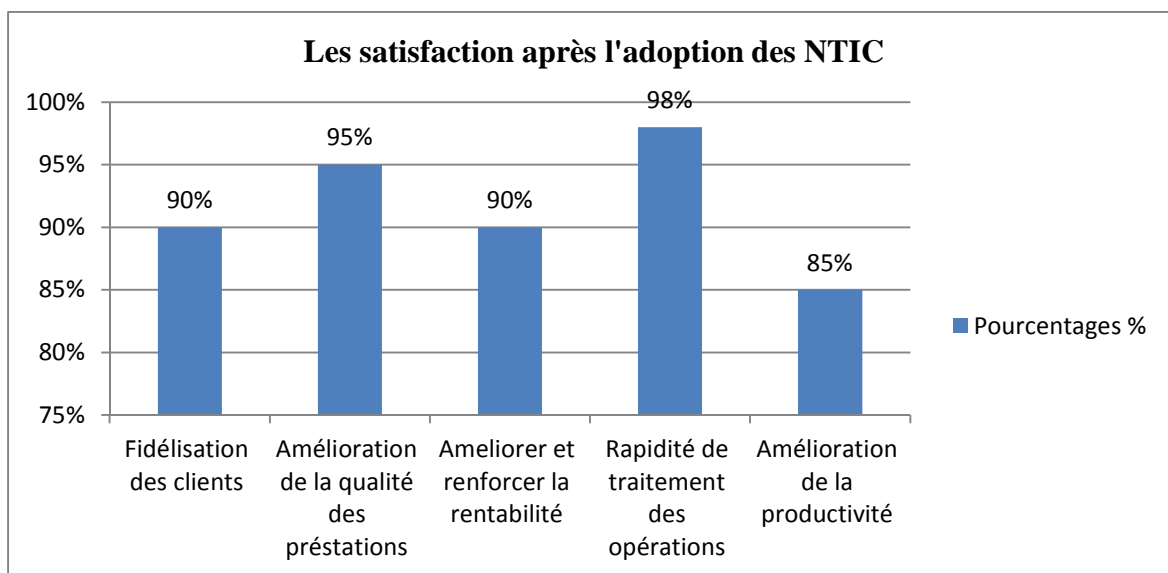
Banques Publiques et Etrangères	Effectifs	Pourcentages%
Fidélisation des clients	37	90%
Amélioration de la qualité des prestations	39	95%
Améliorer et renforcer la	37	90%



### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

rentabilité		
Rapidité de traitement des opérations	40	98%
Amélioration de la productivité	35	85%
Total des banques	41	

Figure N°13 : La satisfaction après l'adoption des NTIC



Source : Notre enquête

A la suite de la distribution et le dépouillement de nos questionnaires adressés aux différents responsables d'agences, leurs plus grandes satisfactions après l'adoption des NTIC sont : la rapidité de traitement des opérations soit 98%, l'amélioration de la qualité des prestations soit 95%, la fidélisation du client, l'amélioration ainsi que le renforcement de la rentabilité soit 90% et l'amélioration de la productivité avec 85%. Par exemple le cas de la BNA avec leur mise en place d'une application téléphonique permettant de consulter son compte bancaire, de recharger son compte avec rapidité et fiabilité sans déplacement.

De ce fait, nous remarquons que la satisfaction de la clientèle est le premier objectif que visent tous les agences bancaires cela en vue de fidéliser sa clientèle qui est le leitmotiv qu'elle peut utiliser en guise de renforcer sa compétitivité et sa rentabilité

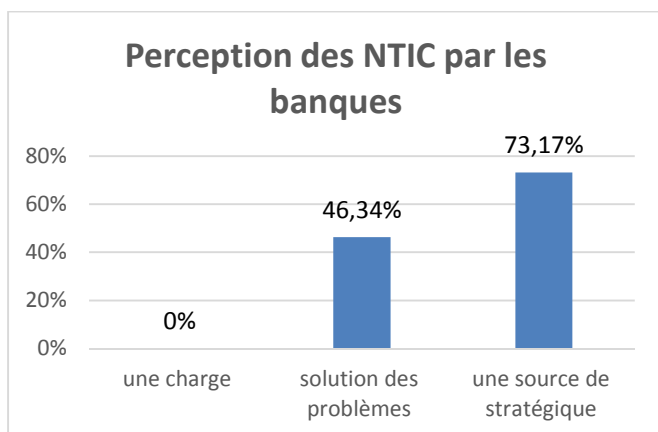
Tableau N°18 : L'opinion des banquiers dans l'adoption des NTIC

Le tableau suivant ainsi que l'histogramme ci-dessous nous révèle les différents avis sur l'adoption des NTIC.

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Banques Publiques et Etrangère	Pourcentages	
	Effectifs	%
une charge	0	0%
solution des problèmes	19	46,34%
une source de stratégie	30	73,17%
Total des Banques	41	

Figure N°14 : l'opinion des banques dans l'adoption des NTIC



Source : Notre enquête

D'un point de vue global, les NTIC sont perçus par les banquiers comme une source de stratégie à 73,17% soit trente (30) banques et à 46,34% comme une solution aux problèmes soit dix neuf (19) banques. Ces chiffres nous permettent de déduire que les NTIC ne représentent pas de charge pour une banque mais, plutôt son adoption est un ensemble de

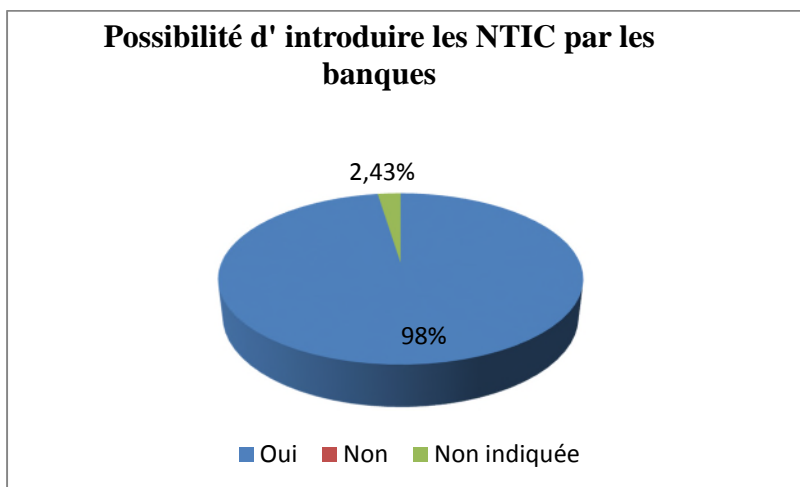
Tableau N°19: Les perspectives souhaitées sur l'adoption des NTIC par les banques.

Banques Publiques et Etrangères	Effectifs	%
Oui	40	98%
Non	0	0%
Non indiquée	1	2,43%
Total	41	

Dans cette partie, nous essayons de savoir si nos banques enquêtées vont continuer d'innover afin de trouver des méthodes et des techniques nouvelles. Les réponses fournies, nous dictent que toutes les banques approchées ne cessent d'innover soit 98% car, la banque est une entreprise commerciale et à ce juste titre elle doit innover pour rester dynamique et plus compétitive. Nous avons une seule banque qui n'a pas répondu à la question ce qui représente un pourcentage minime soit 2,43. Ce qui montre que les NTIC jouent un rôle primordial pour l'économie en général et en particulier au secteur bancaire.

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Figure N°15 : Les perspectives souhaitées sur l'adoption des NTIC par les banques.



Source : Notre enquête

Tableau N°20 : Les raisons pour lesquelles sont adoptées les NTIC

Ce tableau et cet histogramme suivant présentent les raisons pour lesquelles sont adoptées les NTIC au sein des banques. Dans cette partie, nous avons demandé aux responsables d'indiquer leur opinion quant aux raisons pour lesquelles sont adoptées les Technologie de l'information et de la communication au sein de leurs agences.

Les interrogées devaient évaluer leur opinion sur une échelle allant de 1(Très important) à 4(Pas du tout important).

1=Très important, 2=Important, 3=Peu important, 4=Pas du tout important.

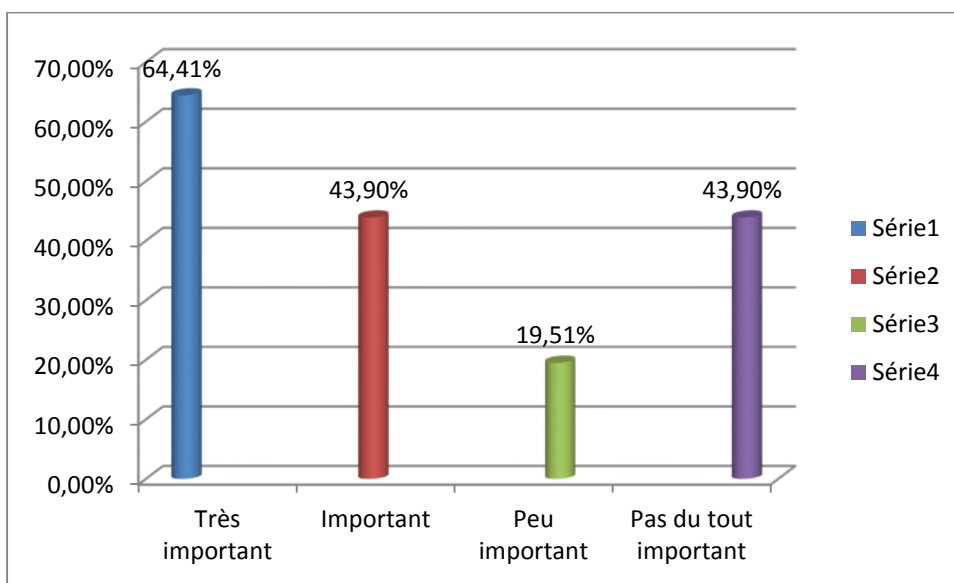
Banques Publiques et Etrangères	1	2	3	4
compétitivité et productivité	26 63%	7 17,07%	3 7,31%	5 12,19%
fidélisation des clients	23 56,09%	12 29,26%	5 12,19%	
Rapidité et fiabilité des opérations	22 53,65%	8 19,51%	2 4,87%	1 2,43%
nouveau mode de travail	10 24,39%	18 43,90%	6 14,63%	6 14,63%
charge pour la banque	7 17,07%	7 17,07%	8 19,51%	18 43,90%
Autres	1 2,43%	1 2,43%		
Total	41			100%

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

De ce fait, nous constatons donc que la compétitivité et la productivité sont « très importantes » pour les banquiers avec un taux de 63,41%. Les banquiers accordent une importance pour les nouveaux modes de travail c'est-à-dire, les innovations dans leurs quotidiens cela grâce à l'adoption des NTIC soit 43,90%. En ce qui concerne la charge pour la banque nous avons une divergence d'opinion. Selon certains banquiers la charge pour la banque est « Peu importante » soit 19,51%. Par contre d'autres banquiers affirment que la charge pour la banque n'est « Pas du tout importante » soit 43,90%.

Aujourd'hui, les banques investissent sans cesse dans la technologie, malgré le coût exorbitant de ces derniers. Cependant, avec le manque de culture financière chez les clients, cela fait que la technologie n'est pas utilisée. De ce fait, elle constitue un faix<sup>44</sup> pour les banques qui l'adoptent.

Figure N°16 : Les raisons de l'adoption des NTIC.



Source : Notre enquête

Tableau N°21 : les objectifs de l'adoption des TIC par les Banques

Dans le cadre de cette étude, nous essayons de voir le niveau de changement constaté sur les variables ci-après suite à l'introduction des NTIC au sein des banques. Les répondants devaient évaluer leurs opinions sur une échelle allant de 1 (Changement faible) à 4 (Changement très positif). 1=Changement faible, 2= Aucun changement, 3=Changement positif, 4=Changement très positif.

<sup>44</sup> Selon le dictionnaire la Rousse un faix est une charge, un fardeau etc.

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Banques Publiques et Etrangères	1	2	3	4
Amélioration de la compétitivité et de la productivité de la banque	2 4,87%	0	20 48,78%	16 39,02%
Rapidité et fiabilité des opérations	1 2,43%	4 9,75%	13 31,70%	20 48,78%
Amélioration de la qualité des services	0	3 7,31%	13 31,70%	22 53,65%
Renforcement de la relation avec les clients actuels	0	2 4,87%	16 39,02%	20 48,78%
Attractivité des nouveaux clients	0	5 12,19%	18 43,90%	15 36,58%
Réductions des coûts des opérations	6 14,63%	11 26,82%	10 24,39%	10 24,39%
Accessibilité et diffusion de l'information	1 2,43%	2 4,87%	18 43,90%	17 41,46%
Communication en temps réel avec le client	1 2,43%	5 12,19%	11 26,82%	21 51,21%
Motivation du personnel de la banque	1 2,43%	4 9,75%	22 53,65%	10 24,39%
Organisation interne du travail	1 2,43%	3 7,31%	22 53,65%	12 29,26%
Total				

**Source :** Notre enquête

En se référant aux données de notre tableau, nous constatons un changement « positif » en ce qui concerne l'amélioration de la compétitivité et de la productivité de la banque soit 48,78%. Pour les responsables, la rapidité et la fiabilité des opérations ont connu un changement « très positif » avec 48,78%.

Pour ce qui est de l'amélioration de la qualité des services, nous remarquons aussi un changement « très positif » à ce niveau soit 53,66%. Ici, nous pouvons certifier que les NTIC ont un impact très positif sur l'amélioration de la qualité des services au sein de ces agences enquêtées.

A travers le renforcement de la relation banque/client les NTIC, ont apporté un changement « très positif » avec un taux de 48,78%.

Le changement constaté pour l'attractivité des clients est « positif » soit 43,90%. Cela est dû à l'introduction des NTIC au sein des agences bancaires.

En matière de réduction des coûts des opérations, nous remarquons que les NTIC n'ont apporté « Aucun changement ».

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

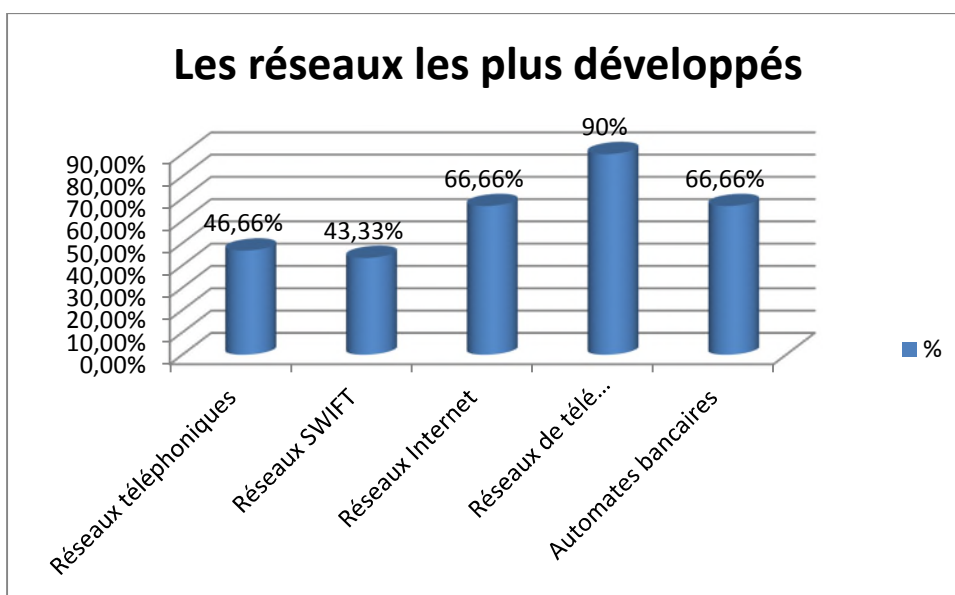
Les autres variables telles que l'accessibilité et la diffusion de l'information, la communication en temps réel avec le client, la motivation du personnel de la banque et l'organisation interne du travail ont toutes subi des changements qui varient entre « positif » et « très positif ».

De manière générale, nous constatons que l'introduction des NTIC au sein des banques a apporté un changement positif pour l'ensemble des agences de notre échantillon d'étude.

**Tableau N°22 : Les réseaux les plus développés au sein des banques publiques**

Banques publiques	BADR	BNA	CNEP	CPA	BDL	Nbres	%
Réseaux téléphoniques	4	1	3	2	4	14	46,66%
Réseaux SWIFT	4	1		4	4	13	43,33%
Réseaux Internet	7	3	4	2	4	20	66,66%
Réseaux de télé compensation	6	6	6	3	6	27	90%
Automates bancaires	2	7	5	3	3	20	66,66%
Autres à préciser							
total						30	

**Figure N°17 : Les réseaux les plus développés au sein des agences publiques**



Source : Notre enquête

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

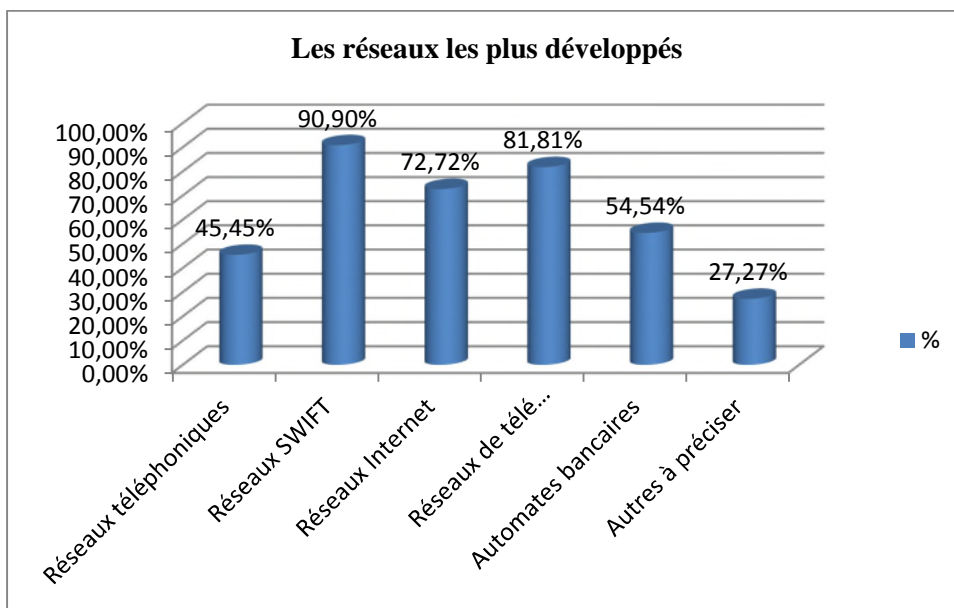
Nous remarquons qu'à travers ce tableau et cet histogramme ci-dessus que les réseaux les plus développés dans ces banques sont : la télé compensation soit 90% avec une utilisation massive par vingt sept (27) agences ; le réseau internet et les automates bancaires soit 66% pour toutes les variables avec un degré d'utilisation par vingt (20) agences, par contre les moins développés sont le réseau téléphonique et le réseau SWIFT soit 46,66% ; 43,33% respectivement.

A la lumière de tous ces chiffres, nous restons convaincues que le bon fonctionnement de tout système bancaire passe nécessairement par l'utilisation des réseaux dont leur diversification constitue un atout incontestable.

**Tableau N°23: Les réseaux les plus développés au sein des banques étrangères**

Banques Etrangères	ABC	AGB	Natixis	Trust Bank	Al salam Bank	Société Générale	BNP Paribas	Nbres	%
Réseaux téléphoniques	1	2				1	1	5	45,45 %
Réseaux SWIFT	1	2	2		1	3	1	10	90,90 %
Réseaux Internet		2	2	1	1	1	1	8	72,72 %
Réseaux de télé compensation	1	2	1	1	1	2	1	9	81,81 %
Automates bancaires		2		1		2	1	6	54,54 %
Autres à préciser		2	1					3	27,27 %
Total								11	

**Figure N° 18 : Les réseaux les plus développés au sein des agences étrangères**



Source : Notre enquête

Afin de renforcer la relation banque -client et d'améliorer la qualité de service, les banques étrangères ont mis en place un ensemble de réseaux dont : le réseau SWIFT occupe le premier rang avec un degré d'utilisation de 90,90% suivi par le réseau de télé compensation avec une utilisation de 81,81%. La télé compensation laisse la place au réseau internet avec une utilisation de 72,72% soit huit (8) agences utilisateurs de ce réseau. En outre, nous avons les automates bancaires soit 54,54%. En effet, d'après les banques interrogées, avant l'automatisation de leurs banques, la gestion physique des dossiers était un handicap majeur qui freinait la rapidité de traitement et la compétitive des réseaux des banques.

De nos jours, à travers les NTIC et avec l'utilisation d'outils de pointe l'activité bancaire ainsi que le réseau bancaire dans sa globalité s'est sophistiquée en termes de sécurité.

Nous remarquons cependant, une utilisation moyenne du réseau téléphonique soit 45,45% d'utilisateurs ce qui représente cinq (5) agences. De plus, d'autres types de réseau ont été introduits au sein de ces agences à savoir : l'extranet, la banque digitale (Banxy), SMS (messagerie) soit 27%.



### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

**Tableau N°24 : Les services offerts en ligne par les Banques Publiques via Internet**

Dans le cadre de cette étude et en se basant sur la question suivante votre banque assure-t-elle des services en ligne ? Nous essayons d'analyser les résultats de l'enquête qui apparaissent dans le tableau ci-après.

Banques Publiques	BADR	BNA	CNEP	CPA	BDL	Nbres	%
Votre Banque assure-t-elle des services en ligne ?							
Oui	7	7	5	4	6	30	100%
Non							0%
Total						30	
Si oui, Quelles sont ces services offerts en ligne?							
Consultation et gestion des comptes	7	7	6	4	6	30	100%
Demande de chéquiers	7	7	4	4	6	28	93,33%
Opérations courantes	2	5	2	3	3	15	50%
Paiement de factures	6	7	5	4	6	28	93,33%
Téléchargement de documents	6	6	2	4	4	22	73,33%
Autres	1	4	1	0	3	9	30%
Total						30	

Source : Notre enquête

Les résultats obtenus dans le tableau, nous permettons d'affirmer que toutes les banques de notre échantillon assurent des services en ligne soit 100%.

La réponse à la question précédente soulève d'autres sous-questions auxquelles les responsables des agences tentent de répondre.

Ici, 100% des banques affirment que la consultation et la gestion des comptes sont les premiers services offerts en ligne à leurs clients. En deuxième position vient la demande de chéquier en ligne ainsi que le paiement de factures soit 93,33% des banques. En plus de ces services, nous avons le téléchargement des documents soit 73,33%. Les opérations courantes sont de l'ordre de 50%.

Les banques offrent d'autres services à savoir : l'opposition sur carte, simulation de crédit et pré-ouverture de compte soit 30%.

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

**Tableau N°25 : Les services offerts en ligne par les banques Etrangères via Internet**

Ici, nous avons suivi la même méthode d'approche du tableau précédent. Nous remarquons, que toutes les banques étrangères assurent des services en ligne soit 100% de notre échantillon d'étude.

Banques Etrangères	ABC	AGB	Natixis	Trust Bank	Al salam Bank	Société Générale	BNP Paribas	Nbres	%
Votre Banque assure telle des services en ligne ?									
Oui	1	2	2	1	1	3	1	11	100%
Non								0	0%
Total								11	
Si Oui, quelles sont ces services offerts en ligne?									
Consultation et gestion des comptes	1	2	2	1	1	3	1	11	100%
Demande de chèques	1	2	2	1		3	1	10	90,90%
Opérations courantes	1	2	2	1	1	3	1	11	100%
Paiement de factures	1	2	1	1	1	2	1	9	81,81%
Téléchargement de documents	1	2	2	1		3	1	10	90,90%
Autres	1	1	1					3	27,27%
Total								11	

Source : Notre enquête

Les services les plus demandés par les clients et offerts par les banques étrangères sont : les opérations courantes la consultation ainsi que la gestion des comptes soit 100% puis la demande de chèque et le téléchargement des documents à 90,90% ensuite le paiement des factures avec 81,81%. Les autres services offerts en lignes sont entre autres le suivi des engagements, la saisie des opérations de commerce extérieur soit 27,27%.

**Tableau N°26 : l'accès à internet par les banques publiques**

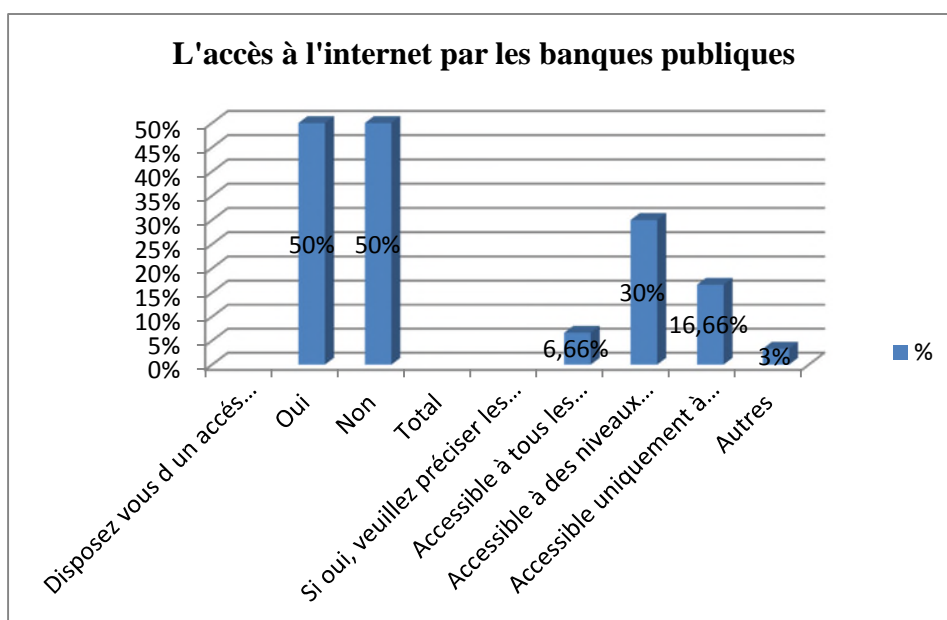
Banques Publiques	BADR	BNA	CNEP	CPA	BDL	Nbres	%
Disposez-vous d'un accès internet à partir de votre agence?							
Oui	4	2	2	3	4	15	50%
Non	3	5	4	1	2	15	50%

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Total						30	
Si oui, veuillez préciser les niveaux d'accessibilité							
Accessible à tous les niveaux (tous les services)	1				1	2	6,66%
Accessible à des niveaux restreints (certains services)	3	2	2		2	9	30%
Accessible uniquement à partir du siège du directeur	1		2		2	5	16,66%
Autres		1				1	3%
Total						30	

Source : Notre enquête

**Figure N°19 : L'accès à l'internet par les banques publiques**



Source : Notre enquête

En se basant sur la question, disposez-vous d'un accès internet à partir de votre siège ? Les résultats obtenus sont indiqués dans le tableau et histogramme ci-dessus, nous remarquons que 50% des agences bancaires ont accès à l'internet contre 50% qui n'ont pas accès à l'internet.

Par extension à la question précédente nous avons soulevé une autre sous question. Quels sont les niveaux d'accessibilité au sein de votre agence ?

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Dans ces rubriques, nous constatons que le réseau internet est accessible à des niveaux restreints c'est-à-dire uniquement pour certains services soit 30%.

Au sein de certaines agences, seul le directeur a accès à l'internet soient cinq (5) banques approchées ce qui représente 16,66% des banques par contre, d'autres banques affirment que le réseau internet est accessible à tous les niveaux (à tous les services) soit 6,66% des banques.

En effet, une agence en l'occurrence la BNA affirme qu'elle n'a pas accès à l'internet mais, il existe un réseau internet entre les différents services de la banque.

**Tableau N° 27: L'accès à l'internet par les banques étrangères**

Banques Etrangères	ABC	AGB	Natixis	Trust Bank	Al salam Bank	Société Générale	BNP Paribas	Nbres	%
Disposez-vous d un accès internet à partir de votre siège?									
Oui	1	1	1	1	1	1	1	11	100%
Non									
si oui veuillez préciser les niveaux									
Accessibles à tous les niveaux (tous les services)		1				2	1	4	36,36%
Accessibles à des niveaux restreints (certains services)			2	1	1	1		5	45,45%
Accessible uniquement à partir du siège du Directeur	1	1		1				3	27,27%
Autre		1					1	2	18,18%
Total								11	

Source : Notre enquête

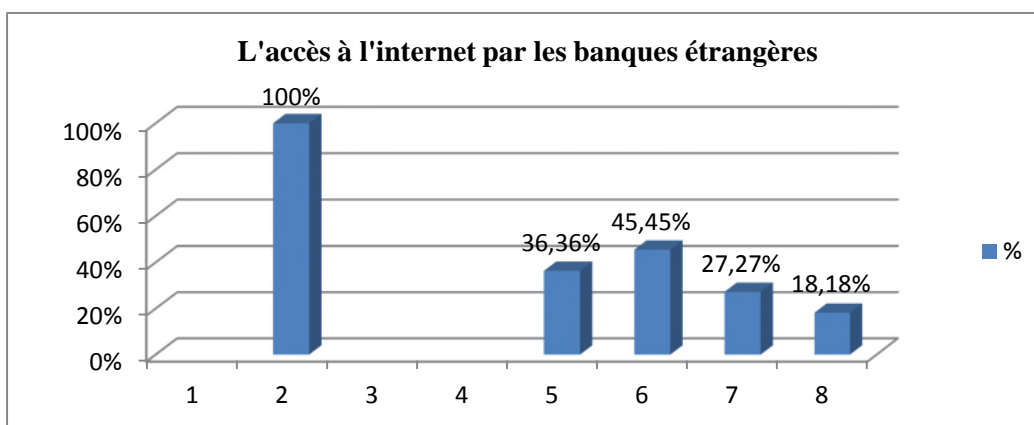
Nous constatons ici, que toutes les banques étrangères de notre échantillon soit 100% ont accès au réseau internet.

Dans la continuité à la question précédente, nous avons demandé aux responsables les niveaux d'accessibilité du réseau internet au sein de leurs agences. Les réponses fournies sont les suivantes : 45,45% des répondants affirment que le réseau internet est accessible à des niveaux restreints, 36,36% affirment que le réseau internet est accessible à tous leurs

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

services, 27,27% des agences ont accès à l'internet uniquement à partir du siège du directeur, en l'occurrence la banque AGB nous affirme une personnalisation de messagerie soit 18,18%. Comme indiqué dans le tableau et sur l'histogramme ci-dessous.

**Figure N°20 : L'accès à l'internet par les banques étrangères**



Source : Notre enquête

**Tableau N°28 : Les motifs de l'utilisation de l'internet**

Dans cette partie nous analysons les motifs de l'utilisation de l'internet au sein des agences enquêtés. Afin d'étayer les motifs d'utilisation nous avons proposé aux répondants un ensemble de réponse aux à choix multiples. Le tableau et l'histogramme ci-après mettent en exergue les résultats obtenus.

Banques Publiques et Etrangères	Effectifs	Pourcentages
téléchargement de fichier	11	27%
téléchargement de logiciel	1	2,43%
recherche d'information	25	61%
consultation du courrier électronique	24	59%
échange de données avec les coopérants	16	39,02%
communiquer avec les clients	14	34,14%
autres	0	0%
Total	41	

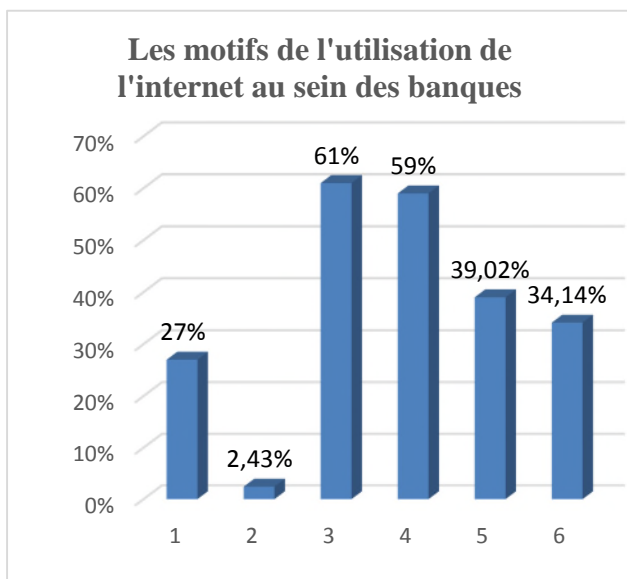
Source : Notre enquête

De manière générale, l'utilisation de l'internet dans les banques est minime, elle est réservée et disponible uniquement à des niveaux restreints. Cette faible utilisation du réseau internet prend sa souche dans l'importance accordée à la confidentialité des

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

informations internes de la banque c'est-à-dire, pour plus de précaution et de sécurité les banques n'utilisent assez guère le réseau internet

**Figure N°21 : Les motifs de l'utilisation de l'internet**



Source notre enquête

D'après les résultats obtenus, nous remarquons que toutes les banques utilisent l'internet pour divers opérations.

Ainsi, les banques privilégient l'utilisation du réseau internet pour la recherche d'information à 61%, la consultation du courrier électronique à 59%, l'échange de données avec les coopérants à 39,02% ensuite, communiquer avec les client à 34,14% puis le téléchargement de fichier à 27% et enfin le téléchargement de logiciel à 2,23% soit l'utilisation par une seule banque.

**Tableau N°29 : La maitrise par les employés de la gestion des canaux technologiques**

Dans cette section, nous analysons le degré de maitrise des NTIC par les employés des agences. Pour ce faire nous avons commencé par explorer les résultats fournis suite à la distribution et au dépouillement de notre enquête.

Les interrogées devaient répondre sur une échelle allant de 1 à 4

1= Aucune maitrise, 2= Faible maitrise, 3= Bonne maitrise, 4= Très bonne maitrise

Banques Publiques et Etrangères	1	2	3	4
Automates bancaires	1 2,43%	4 9,75%	13 31,70%	20 48,78%
Internet bancaire	0	3 7,31%	15 36,58%	18 43,90%
téléphonie bancaire	1 2,43%	1 2,43%	14 34,14%	22 53,65%

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

	1		8	32
télé compensation bancaire	2,43%	0	19,51%	78,04%
Total		41		100%

Source : Notre enquête

A travers les résultats obtenus, nous déduisons que les employés de ses différentes agences ont une « Très bonne maîtrise » en matière de télé compensation bancaire soit 78,04%, en plus de la télé compensation ces employés ont aussi une « Très bonne maîtrise » pour les variables suivantes : la téléphonie bancaire soit 53,65%, les automates bancaires avec 48,78% et enfin l'internet bancaire à 43,90%. A la lumière de ce que révèle de ces chiffres la maîtrise de la gestion des canaux technologiques est jugée « Très bonne ».

#### Tableau N°30 : La satisfaction globale retirée par les banques publiques dans la diversification des canaux de distribution des produits et services bancaires

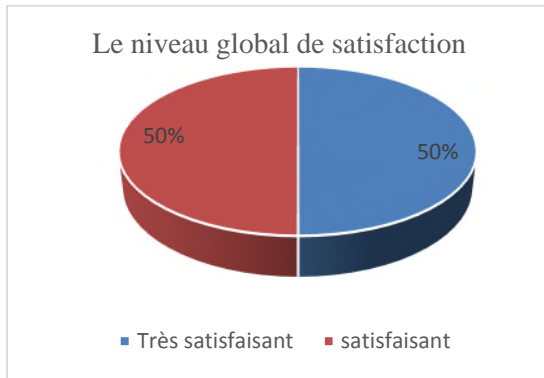
Banque Publiques	BADR	BNA	CNEP	CPA	BDL	Nbres	%
Quel est le niveau de satisfaction ?							
Très satisfaisant	2	4	3	3	3	15	50%
satisfaisant	5	3	3	1	3	15	50%
En cas de non satisfaction, veuillez indiquer							
Peu satisfaisant	0						0%
Pas du tout satisfaisant	0						0%
Total						30	

Ici, la satisfaction est mesurée par l'utilisation de plusieurs canaux de contact entre la banque et son client. De ce fait, les responsables interrogés nous informent sur le degré de satisfaction retiré dans l'utilisation des NTIC.

Nous remarquons que 50% des banques sont « Très satisfait » de la diversification des produits et services bancaires. Les restes affirment que les canaux de distribution des produits et services bancaires sont « Satisfaisants » à leur égard. Cependant, aucune banque n'a affirmé un manque de satisfaction.

La banque est une entreprise, elle doit donc réaliser des profits. Afin de réaliser ces objectifs vitaux, la banque offre des services et des prestations à sa clientèle. En effet, pour satisfaire ses clients, la banque dispose d'un ensemble de canaux de distribution à travers lesquelles elle entre en contact avec ses clients. Ce qui fait que la bonne qualité des services bancaires attire plus de clients.

**Figure N°22: Le niveau global de satisfaction des banques publiques**



Source : Notre enquête

**Tableau N°31 : La satisfaction globale retirée par les banques Etrangères dans la diversification des canaux de distribution des produits et services bancaires**

Banque Etrangère	ABC	AGB	Nataxis	Trust Bank	Al salam Bank	Société Générale	BNP Paribas	Nbres	%
Quel est le niveau de satisfaction ?									
Très satisfaisant		2				2		4	36,36%
Satisfaisant			2	1	1	1	1	6	54,54%
Peu satisfaisant	1							1	9%
Pas du tout satisfaisant								0	0%
Total								11	

Dans la même optique, que le tableau précédent nous avons demandée aux responsables des agences étrangères si elles sont satisfaites de la diversification des canaux de distribution des services et produits bancaires.

Les résultats obtenus sont les suivants : 54,54% des agences étrangères affirment que ces canaux de distribution de produits et services bancaires sont « Satisfaisants » soit six(6)

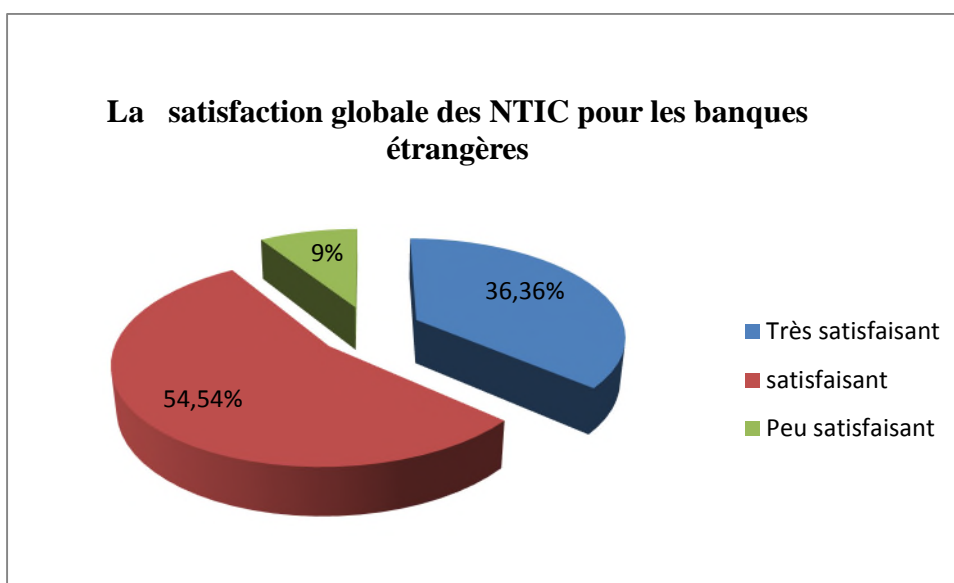


### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

agences au total, 36,36% des banques certifient que ces canaux sont « Très satisfaisants » avec quatre(4) agences au total.

Seulement une (1) agence en l'occurrence l'AGB n'est pas totalement satisfait de ces canaux soit 9%.

**Figure N°23 : La satisfaction globale retirée des NTIC pour les banques étrangères**



Source : Notre enquête

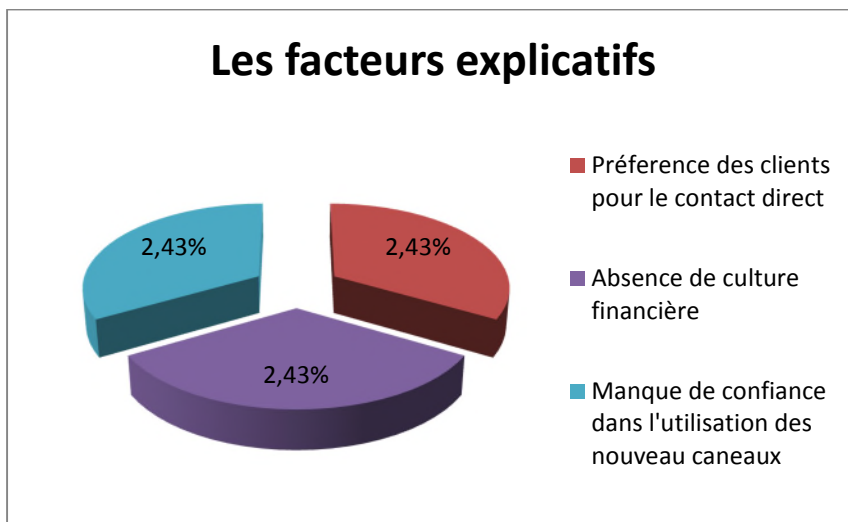
**Tableau N°32 : Les facteurs explicatifs de non satisfaction**

Banques Etrangères	ABC	AGB	Natixis	Trust Bank	Al salam Bank	Société Générale	BNP Paribas	Nbres	%
En cas de non satisfaction, veuillez indiquer les facteurs qui expliquent la faiblesse de la diversification									
Préférences des clients pour le contact direct	1							1	2,43%
Importance des coûts liés à l'utilisation des nouveaux canaux									
Absence de culture financière	1							1	2,43%
Manque de confiance dans l'utilisation des	1							1	2,43%

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

nouveaux canaux									
Autre									
Total								11	

Figure N°24 : Les différents facteurs explicatifs



Source : Notre enquête

Dans cette banque, les raisons explicatives de non- satisfaction sont les suivantes :

- 🚩 Préférence des clients pour le contact direct, par exemple le manque de confiance des clients envers les technologies, fait qu'ils s'attachent à leurs banquiers.
- 🚩 Absence de culture financière : il s'agit de l'ignorance de l'utilisation des NTIC, cela est dû au manque de vulgarisation.
- 🚩 Le manque de confiance dans l'utilisation des nouveaux canaux c'est-à-dire, que ces canaux n'inspirent pas assez de confiance ni pour les banques ni pour les clients. Du point de vue du banquier la cybercriminalité est un facteur qui réduit l'utilisation et la diversification des canaux technologiques au sein de l'agence. Pour le client les paniques et faillites bancaires sont entre autres les motifs qui empêchent d'accorder toute sa confiance pour les technologies nouvelles.

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

---

#### **2-Déroulement du questionnaire adressé aux clients :**

En vue de certifier la réalité de la qualité des services offerts par les agences bancaires, nous avons mené notre enquête auprès des clients d'un échantillon varié composés des entreprises et des particuliers qui bénéficient des services de ces agences. Cela nous permettra de savoir leur degré de satisfaction. Nous avons pu distribuer cent vingt cinq(125) questionnaires et récupérer cent trois(103) questionnaires entre clients des entreprises et clients des particuliers. En ce qui concerne les clients des entreprises, nous avons pu toucher quelques petites et moyennes entreprises (PME) et petites et moyennes industries (PMI) comme les entreprises d'immobilisation, les entreprises de vente de produits pharmaceutiques etc. Dans la catégorie des clients des particuliers nous avons les salariés du secteur public (enseignants, directeur des résidences universitaires, les fonctionnaires de l'Etat au sein des administrations, et les retraités) ensuite les salariés du secteur privé (les avocats, les commerçants et les enseignants) enfin les étudiants et les chômeurs.

#### **Données démographiques :**

Les personnes interrogées devaient fournir des informations de base sur Elles-mêmes.

#### **Tableau N°33: Répartition par le sexe**

Les personnes interrogées ont été invité à fournir des informations concernant leur Sexe. Il y'avait donc 77,66% d'hommes et 22,33% de femmes.

Sexe	Nombres	Pourcentages %
Homme	80	77,66%
Femme	23	22,33%
Total	103	

Source : Notre enquête

#### **Tableau N°34 : Répartition de l'âge**

Ce tableau nous montre la tranche d'âge des clients de notre échantillon d'étude.

Hommes et Femmes	Nombres	Pourcentages %
18-25	16	15 ,53%
25-35	29	28,15%
35-55	47	45,63%
Plus de 55	11	10,67%

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

Total	103	
-------	-----	--

Source : Notre enquête

**Commentaire :** Nous remarquons que la majorité des clients interrogés soit 45,63% sont dans l'intervalle allant de 35 à 55 ans, suivis par la tranche d'âge située entre 25 et 35 ans de clients dont 28,15%. La tranche entre 18 et 25 ans représente 15,53%, les plus de 55ans constituent 10,67%. A travers ces chiffres nous déduisons que la majorité de ses clients accostés sont d'âge moyen.

**Tableau N°35 : La répartition de la catégorie socioprofessionnelle enquêté**

Eléments	Agences Publiques et Etrangères	Pourcentages %
<b>Clients d'entreprises</b>	<b>9</b>	<b>8,73%</b>
<b>Clients particuliers :</b>		
• <b>Etudiant</b>	<b>21</b>	<b>20,38%</b>
• <b>Salarié du secteur public</b>	<b>31</b>	<b>30,09%</b>
• <b>Salarié du secteur privé</b>	<b>27</b>	<b>26,21%</b>
• <b>Commerçant</b>	<b>8</b>	<b>7,76%</b>
• <b>Sans emploi</b>	<b>2</b>	<b>1,94%</b>
• <b>Autre</b>	<b>5</b>	<b>4,85%</b>
<b>Total</b>	<b>103</b>	

**Source : Notre enquête**

Ici, les personnes interrogées fournissent des détails concernant leur catégorie socioprofessionnelle.

Nous remarquons que dans la catégorie des clients des particuliers, la majorité des personnes interrogées travaillent dans le secteur public et privé, soit un taux de 30,09% pour le premier et 26,21% pour le second.

Outre, de ces deux secteurs, nous avons les étudiants qui représentent un taux moyen de 20,38% suivi par les commerçants, les sans emploi et autres (retraités) soit un taux faible de 7,76% ; 1,94% ; 4,85% respectivement pour chaque secteur.

Enfin nous avons la catégorie des clients d'entreprises qui représentent un taux de 8,73% de notre échantillon. D'après notre analyse nous constatons que les salariés du secteur public sont le plus grand client en rapport avec les banques de notre échantillon.

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

**Tableau N°36 : La qualité des services offerts par la banque**

Ce tableau ci-après indique les différents services offerts par les banques à leurs clients, il est composé de plusieurs sous-questions.

En interrogeant les clients, notre première question était de savoir s'ils disposent d'un compte bancaire.

Eléments	Nombres	Pourcentages %
Disposez-vous d'un compte bancaire ?		
Oui	99	96,11%
Non	4	3,88%
Etes-vous muni d'une carte bancaire ?		
Oui	75	72,81%
Non	28	27,18%
Quels sont les moyens de paiement qui vous inspire le plus de confiance ?		
• Les pièces et les billets	44	42,71%
• Le chèque	37	35,92%
• La carte bancaire	35	33,98%
• Le virement et prélèvement	14	13,59%
• Le paiement électronique	7	6,79%
Avez-vous déjà effectué un paiement en ligne ?		
Oui	33	32,03%
Non	70	67,96%
Avez-vous rencontré des problèmes de paiement électronique ?		
Oui	21	20,38%
Non	82	79,61%
Quels sont, à votre avis, les facteurs qui réduisent les opérations de paiement électronique ?		
• Insuffisance de plafond autorisé	23	22,33%
• Manque des sites web marchands	28	27,18%

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

• Manque de sécurité des transactions	32	31,06%
• Manque de disponibilité du paiement électronique	37	35,92%
• Autres (veuillez préciser)	8	7,76%
Quelles sont vos craintes concernant le paiement électronique ?		
• Sécurité	64	62,13%
• Confiance	34	33%
• Confidentialité	25	24,27%
• Autres (veuillez préciser)	4	3,88%
Que pensez-vous de la qualité des services offerts par votre banque ?		
• Très bonne	18	17,47%
• Bonne	46	44,66%
• Moyenne	38	36,89%
• Mauvaise	1	0,97%
Etes-vous satisfait de votre service bancaire ?		
Oui	71	68,93%
Non	32	31,06%
Total	103	

Source : Notre enquête

Les réponses obtenues sont les suivantes : sur cent trois (103) clients interrogés 96,11% ont affirmé qu'ils disposent d'un compte bancaire, 3,88% des clients disent ne pas en disposer d'un compte bancaire. Puis nous avons demandé la domiciliation d'agence, ce qui était une question facultative. En vue des réponses collectées 33,98% de réponses favorables des clients interrogés sur 100%, les restes ont préféré garder l'anonymat.

Ensuite, sur la question êtes-vous muni d'un compte bancaire ? 72,81% des répondants l'affirment contre 27,18% des clients enquêtés. Puis, notre question suivante était de savoir auprès de ses clients les moyens de paiement qui leur inspirent de plus de confiance. Sur ce, la majorité de ses clients interrogés, accordent plus de confiance pour les pièces, les billets et les chèques soit 42,71% ; 35,92% respectivement. Ce qui nous amène à dire qu'ils sont toujours dans le traditionnel.

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

En plus de ces moyens de paiement traditionnels 33,98% des clients interrogés font confiance à la carte bancaire. Le reste des clients soit 13,59% et 6,79% des clients préfèrent le virement ainsi que le prélèvement ensuite le paiement électronique.

Puis nous avons constaté que la majorité de ses clients n'effectuent pas de paiement en ligne soit 67,96%.

Pour savoir les raisons de ces préférences nous leur avons demandé s'ils ont rencontré des problèmes de paiement électronique, il apparaît que 20,38% des clients interrogés affirment avoir des problèmes de ce sens, en revanche de 79,61% des clients qui n'ont pas eu de problème du paiement électronique.

Leurs avis sur les facteurs qui réduisent les opérations de paiement électronique se succèdent comme suite : le manque de disponibilité de paiement électronique soit 35,91% , le manque de sécurité des transactions 31,06% , le manque des sites web marchant soit 27,18% et enfin l'insuffisance de plafonnement autorisé soit 22,33% sont les facteurs qui réduisent le paiement électronique. En plus de ces facteurs 7,77% des clients affirment que le dysfonctionnement des distributeurs automatiques et la perte de mots de passe sont aussi des facteurs de réduction. A travers tous ces raisons les plus grandes craintes de ses clients vis-à-vis du paiement électronique sont la sécurité soit 62,13% ; la confiance soit 33% ; la confidentialité soit 24,27% et tant d'autres comme le manque de fiabilité ainsi que de traçabilité réelle c'est-à-dire, le manque d'accusé de réception, la faible maîtrise des technologies par les clients soit 3,88%. L'opinion des clients abordés sur la qualité des services offerts par leurs banques sont les suivantes : soit 44,66% ; 36,89% et 17,47% respectivement entre la bonne, moyenne et la très bonne qualité. Par contre il n'y a qu'un client qui prône la mauvaise qualité des services offerts par sa banque avec 0,97%. De là, la question suivante était de savoir s'ils sont satisfaits de ces services bancaires. Sur cent trois (103) clients interrogés 68,93% sont satisfaits et 31,06% ne sont pas satisfaits.

**Tableau N°37 : La qualité de la relation banque client**

Eléments	Nombres	Pourcentages %
Quels sont vos motifs de satisfaction ?		
• Accueil	53	51,45%
• Qualité de services	44	42,71%
• Rapidité de services	33	32,03%
• Produits offerts	7	6,79%

### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

• Autres (veuillez préciser)	2	1,94%
Que pensez-vous de l'accueil que vous réserve votre agence ?		
• Très bon	22	21,35%
• Bon	50	48,54%
• Moyen	30	29,12%
• Mauvais	2	1,94%
Quels sont les moyens utilisés pour communiquer avec votre banque ?		
• Courrier électronique	17	16,50%
• Téléphone	31	30,09%
• Visite d'agence	72	69,90%
• Site web	13	12,62%
• Autres (veuillez préciser)	0	0%
Total	103	

Source : Notre enquête

Ici, nous remarquons que 51,45% des clients qui ont répondu à notre enquête estiment que l'accueil est leur plus grand motif de satisfaction, 42,71% ; 32,03% des clients plaident leur motif en faveur de la qualité des services, la rapidité des services respectivement et le reste des clients soit 6,79% ; 1,94% pour les produits offerts et d'autres comme la facilité d'accéder aux informations.

Concernant la sous-question suivante : Que pensez-vous de l'accueil que vous réserve votre agence ? Nous déduisons à travers le tableau ci-après que presque la moitié des répondants trouvent que l'accueil est « bon » soit 48,54% ; 29,12% des clients interrogés trouvent que l'accueil est « Moyen » puis 21,35% des clients affirment que l'accueil est « Très bon ». Ceux-ci sont suivis de deux (2) clients soit 1,94% trouvent que l'accueil que leur réserve leurs agences est « Mauvais ».

Pour ce qui est de l'utilisation des moyens de communication nous constatons que la majorité des clients interrogés préfèrent les visites d'agences à 69,90% puis, 30,09% des clients utilisent le téléphone, le courrier électronique et le site web sont peu fréquentés par les clients avec 16,50% et 12,62%. Nous déduisons donc que les clients de ces différentes agences ont une culture financière moyenne.



### Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires

**Tableau N°38: L'adoption aux transformations technologiques**

Eléments	Nombres	Pourcentages %
Etes-vous toujours informé des nouveautés de votre banque ?		
Oui	50	48,54%
Non	53	51,45%
Que pensez-vous de l'intégration des nouvelles technologies dans votre agence ?		
• Gains de temps	54	52,42%
• Satisfaction de vos besoins	32	31,06%
• Amélioration de la qualité des services offerts	37	35,92%
• Découvrir des nouveaux moyens de paiement très rapide et efficace	22	21,35%
Est-ce que vous êtes facilement adapté aux mutations technologiques dans votre banque ?		
Oui	81	78,64%
Non	22	21,35%
Quels sont vos suggestions et vos attentes ?		
• Rapidité d'exécution	51	49,51%
• Relation personnalisée	22	21,35%
• Effectuer des opérations à distance	38	36,89%
• Amélioration de la qualité des produits et des services	48	46,60%
Autres,	1	0,97%
Total	103	

Source : Notre enquête

Dans le cadre de cette étude et en se basant sur les différentes questions posées dans les tableaux ci-dessus dont la première est : êtes-vous toujours informé des nouveautés de votre banque ? Les résultats obtenus suite à notre enquête montrent que sur cent trois (103) clients interrogés, 48,54% affirment qu'ils sont toujours informés des nouveautés de leurs

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

---

agences. Le reste des clients soit 51,06% avancent l'ignorance de l'existence de toute nouveauté de leurs agences.

Notre deuxième question concerne l'intégration des nouvelles technologies au sein des agences bancaires. Nous constatons que la majorité des répondants soit 52,42%, affirment que l'intégration des NTIC permettra d'avoir un gain de temps, 35,92% des répondants avancent que l'intégration des NTIC permettra la satisfaction de leurs besoins, 31,06% des clients disent que la découverte des nouveaux moyens de paiement doit être un crédo pour les banquiers. Enfin 21,35% de notre échantillon d'étude prône pour la rapidité et l'efficacité des paiements.

A travers la troisième sous-question nous essayons de savoir si les clients sont facilement adaptables aux mutations technologiques de leurs agences. Les réponses collectées ont été affirmatives à 78,64% le reste soit 21,35% des réponses sont négatives.

Enfin notre dernière question concerne les attentes ainsi que les suggestions des clients. A ce stade, la majorité des répondants attendent de leurs agences la rapidité d'exécution à 49,51% ; l'amélioration de la qualité des produits et des services soit 46,60%.

#### **3-Les recommandations**

Dans cette partie, nous essayons de monter les lacunes qui freinent le développement du réseau bancaire puis nous allons essayer d'apporter notre contribution. A travers notre étude de terrain, les obstacles que nous avons pu remarquer sont les suivantes :

- ✚ Le manque de vulgarisation ;
- ✚ Le manque de confiance dans l'utilisation de ces technologies ;
- ✚ La cybercriminalité est un facteur qui empêche l'exploitation efficace de ces technologies ;
- ✚ La mauvaise répartition des agences bancaires entre les villes ;
- ✚ L'inhabitude et l'ignorance de retrait par le canal des guichets automatiques de billet (DAB) ;
- ✚ L'usure fréquente et le dysfonctionnement des distributeurs automatique de billet dû au manque de maîtrise par les clients ;

A travers ceci, nous recommandons à l'Etat et aux responsables des banques Algériennes à suivre l'exemple Sud-coréen, qu'on élucide dans les lignes qui suivent.

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

---

Dans le livre intitulé *Macroéconomie*<sup>45</sup>, de Paul Krugman et de Robin Wells qui nous décrivent comment la Corée du Sud a atteint son niveau de développement actuel grâce au dynamisme de l'activité bancaire et à l'introduction des nouvelles technologies. Selon les deux auteurs, la Corée du Sud est l'un des pays qui ont connu la croissance économique la plus rapide. Au début des années 1960, elle était un pays très pauvre. Elle eut ensuite des taux de croissance économique spectaculairement élevés. Les banques sud-coréennes n'y furent pas étrangères.

Ils affirment qu'au début des années 1960, le système bancaire sud-coréen était complètement désorganisé. Les taux d'intérêt sur les dépôts étaient très faibles à un moment où le pays connaissait une inflation élevée. Les épargnants ne voulaient pas donc mettre leur épargne à la banque, par peur de voir son pouvoir d'achat érodé par l'augmentation des prix. Ils préférèrent plutôt consommer en dépensant leur argent en biens et services ou utiliser leur richesse pour acheter des actifs physiques tels que des immobilisations ou de l'or.

Dans la mesure où les épargnants refusaient de déposer leur argent à la banque, les entreprises avaient beaucoup de mal à emprunter de l'argent pour financer leurs investissements.

En 1965, le gouvernement sud-coréen reforma le système bancaire et augmenta les taux d'intérêt jusqu'à un niveau attractif pour les épargnants. Au cours des cinq années qui suivirent, la valeur des dépôts bancaires augmenta de 600%, et le taux d'épargne nationale – l'épargne nationale en pourcentage du PIB fit plus que doubler.

Le système bancaire rasséréné permit aux entreprises sud-coréennes de lancer un énorme boum de l'investissement, un élément-clé dans le décollage de la croissance du pays.

Pour notre part, le développement fulgurant de la Corée est essentiellement lié à plusieurs facteurs qu'on peut regrouper en deux grands facteurs (interne et externe)

Au niveau interne, le succès sud-coréen s'explique avant tout par la pertinence des arbitrages économiques, à l'intégration et à l'adoption des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans le système bancaire, à la bonne conduite de la

---

<sup>45</sup> Paul Krugman ; Robin Wells ; *Macroéconomie* ; 4ème édition de Boeck ; Paris mai 2016

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

---

stratégie du développement, au modèle institutionnel lié à l'existence d'un Etat fort, intelligent, stratège, développementaliste et au rôle des spécificités culturelles confucéennes.

La dynamique de l'économie coréenne a été également stimulé par une série de facteurs exogènes, découlant de la volonté de relever le défi lancé au pays de surmonter les contraintes géo-existantes (Chine, Japon, Coré du Nord), de l'aide Américaine et japonaise apportée au pays et particulièrement du rôle du Japon dans le glissement de son modèle du développement vers la Corée par les délocalisations, les transferts de technologies, le savoir-faire et la remontée des filières.

La priorité accordée à la recherche et développement a aussi favorisé le développement du pays. Le succès sud-coréen est un parfait exemple pour les pays en développement notamment L'Algérie<sup>46</sup>. L'exemple Sud-coréen est intéressant à plusieurs égards. Les (PED) doivent s'inspirer pour parfaire leurs systèmes bancaires, investir dans la « recherche et développement », restreindre les importations pour assurer un développement industriel. L'expérience sud-coréenne montre à quel point un bon système financier est important pour l'économie d'un pays.

Nous pouvons ajouter entre autres :

- ✚ La bonne répartition de la technologie au niveau de toutes les agences bancaires sur l'étendu du territoire de la wilaya de Bejaia ;
- ✚ La vulgarisation de l'information au niveau du client, avec une bonne politique de vulgarisation de la part de l'Etat, le système bancaire pourra jouer pleinement son rôle dans l'économie. La mise en place des brochures permettant de communiquer de l'utilité et de l'utilisation de la nouvelle technologie bancaire, ce qui devait aussi être envisagé par le gouvernement Algérien.
- ✚ La bonne connexion au réseau internet permet d'encourager les clients à l'utilisation des services offerts en ligne, c'est-à-dire l'utilisation de la banque en ligne.

---

<sup>46</sup> Maïga Sidatty Hamadi « Les entraves du Développement de L'Afrique » ; Œuvre universitaire européenne ; 22/04/2021

### **Chapitre III: Enquête sur l'impact des nouvelles technologies d'information et de la communication sur la qualité des services bancaires**

---

#### **Conclusion et synthèses des résultats du questionnaire**

Nous affirmons donc, après le dépouillement et l'analyse de nos échantillons que les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont un impact positif sur la qualité des services bancaires algériens. Le retard de l'Algérie dans le secteur bancaire, nonobstant, les efforts consentis reste en deçà des institutions internationales et avec l'absence de culture financière de la part des clients est un lourd handicap pour le réseau bancaire de la wilaya de Bejaia. Comme d'autres pays, les banques algériennes subissent les effets de la révolution technologique et ne peuvent ignorer les NTIC.

Nous restons persuadés que dans l'avenir les technologies seront plus développées et appliquées par les banques ainsi que par leurs clients.

A decorative blue scroll border frames the central text. The border consists of a horizontal line at the top and bottom, and a vertical line on the left side. The top-left and top-right corners are rounded with a scroll-like flourish. The left side of the border is a vertical scroll that curves inward at the top and bottom.

## **Conclusion générale**

### Conclusion générale

« Le rôle des Technologies d'Information et de Communication (TIC) dans l'économie et leur capacité à constituer un facteur de croissance est incontestable. Elles deviennent « le système nerveux des organisations, qui tendent bien d'en faire un facteur de compétitivité et de performance. Généralisées dans le monde de travail, les TIC sont utilisés au quotidien par un nombre non moins important d'acteurs au niveau des organisations.<sup>47</sup> »

Ces nouvelles technologies sont utiles à la banque non seulement pour son propre fonctionnement (au niveau de la gestion de son exploitation) ; mais aussi pour son offre de produits aux clients.

Dans le cadre de notre travail de recherche, nous avons mené une étude sur les NTIC et leurs impacts sur la qualité des services bancaires au niveau d'un certain nombre de banques de la Wilaya de Bejaia (ville).

De ce fait, pour répondre aux objectifs que nous nous sommes tracés, il a fallu suivre une démarche méthodologique. Dans notre première partie, nous nous sommes attardés sur un aperçu général des NTIC. Nous avons retenu de manière générale que la banque est devenue aujourd'hui quasi dépendante des nouvelles technologies.

Dans la deuxième partie de notre étude, nous avons élucidé l'impact des NTIC sur la qualité des services offerts par les banques de la wilaya de Bejaia. Nous avons retenu que les NTIC ont un impact positif sur la qualité des services offerts par les banques.

Les résultats de l'étude effectuée pour déterminer l'impact des nouvelles technologies dans le troisième chapitre viennent étayer les conclusions tirées plus haut.

En effet, nous avons opté pour une enquête par questionnaire réalisée auprès d'un échantillon de banques. Le troisième chapitre nous a donc permis de dégager les résultats suivants :

L'introduction des TIC au niveau des banques interrogées, qu'elles soient publiques ou étrangères, est très important mais, son utilisation est très moyenne. D'un point de vue global, les NTIC sont perçus par les banquiers comme une source de stratégie à 73,17% soit 30 banques et à 46,34% comme une solution aux problèmes soit dix-neuf(19) banques. La compétitivité et la productivité sont les plus importantes raisons qui ont poussé les banquiers à adopter les NTIC au sein de leur banque avec 63%. Avec l'apparition des NTIC c'est-à-dire,

---

<sup>47</sup> Pr. MED ACHRAF NAFZAOUI. Abdellah SEBBAR. Abdelaziz BERDI, « Analyse des impacts de l'utilisation des Technologies d'Information et de Communication (TIC) sur les conditions de travail dans l'organisation-Cas du secteur bancaire marocain », article.

## Conclusion Générale

---

les guichets automatiques et les cartes bancaires, les clients peuvent retirer de l'argent et effectuer des services en ligne avec plus de fiabilité.

En établissant un état des lieux et comparativement avec ce qui a été affirmé dans le premier chapitre, nous avons constaté que les TIC ne sont diffusées que d'une manière relativement moyenne dans les structures des banques, mais les dirigeants sont conscients du retard. Puis nous avons constaté que la majorité des clients accostés n'effectuent pas de paiement en ligne soit 67,96%.

Internet n'est pas vraiment utilisé au maximum. Les banques n'exploitent pas encore ce canal et ne proposent que des services très limités. Parfois, seul le Directeur d'agence a accès au réseau internet. Ce canal tant important n'est pas pris dans le cadre des stratégies des banques. Celles ayant répondu semblent être de simples utilisatrices de ce canal alors qu'elles peuvent en être de véritables actrices ;

Les moyens de paiement sont en phase de développement encore, donc en retard. Sur ce niveau, les banques interrogées semblent avoir recours d'une manière massive aux supports de papier bien que les technologies informatiques et télé communicationnelles permettent cette automatisation ;

A l'ère des nouvelles technologies de l'information et de communication (NTIC), les institutions financières doivent s'adapter au plus vite si elles ne veulent pas être dépassées par les évolutions du marché. Elles doivent donc aller chercher l'information et/ou la produire et la diffuser en utilisant des canaux modernes. A ce titre, elles doivent rapidement et complètement adopter les TIC à tous les services et les maîtriser, embaucher un personnel qualifié et compétent dans le domaine.

Le numérique ne se résume pas aux performances des outils ; **il impact les comportements et les attentes des clients ainsi que l'organisation interne du travail.** L'exercice de notre travail ainsi que notre étude vont dans ce sens et confirment l'importance des TIC dans notre ère.

En effet, les établissements financiers et bancaires courent derrière la performance maximale, la qualité du service à la clientèle, l'efficacité organisationnelle ainsi que la rentabilité financière qui est fortement conditionnée par l'apparition de nouveaux canaux de distribution issus de l'innovation technologique.

Nous pouvons également conclure, concernant la **dématérialisation en interne des supports de la banque** que le secteur bancaire connaît actuellement une mutation importante, qui est



## Conclusion Générale

---

due à l'avènement de la nouvelle technologie. Aujourd'hui on assiste à une réorganisation interne de la banque et de ses relations avec la clientèle.

Car l'usage de ces nouvelles technologies dans le secteur bancaire est une opportunité d'accroître les activités, de mieux gérer la demande et d'améliorer les services offerts.

La banque se trouve aujourd'hui confrontée à la mise en place d'une stratégie «multi canal» qui impose, d'une part une nouvelle perception de son image et d'autre part, déplace la concurrence sur le terrain de l'innovation et la maîtrise des technologies d'information et de communication afin de mieux répondre aux besoins et aux exigences de la clientèle.

Aussi, cette mutation ne change pas totalement les fondamentaux du métier bancaire, par contre elle a un impact considérable sur l'organisation du travail, car elle assure une meilleure traçabilité des documents importants et optimise la réactivité des partenaires (clients). Du point de vue pratique elle facilite les opérations courantes, les échanges et stockage d'information sans support papier, ensuite dans le secteur bancaire c'est un outil de promotion des produits financiers. Il s'agit d'une source de stratégies et de revenus car la cyberpublicité est le mode opératoire qui permet d'atteindre le public cible et de bien communiquer sur la banque.

De manière générale nous pouvons dire que les nouvelles technologies ont joué un rôle primordial dans le développement de la banque à tous les niveaux, non seulement au niveau de la wilaya de Bejaia, mais aussi et de manière très importante en Algérie.

Nous retiendrons également que malgré les limites et inconvénients considérables qu'elles présentent, elles valent le coup d'être utilisées vues leurs nombreux avantages qui ne sont plus à démontrer.

Au terme de notre étude, nous pouvons affirmer avec certitude que les nouvelles technologies ont un impact positif sur la qualité des services offerts par les banques. Même si les banques Algériennes ont quelque peu tardé avant de se mettre dans le « tout numérique », elles ont qu'à même pris conscience de ce business et sont de plus en plus nombreuses à s'orienter vers les nouvelles technologies.

Malgré, les limites que ce système présente, nous restons optimiste que les banques Algériennes ont de l'avenir en ce qui concerne l'utilisation des nouvelles technologies et qu'elles ont encore beaucoup de terrains à exploiter en matière de services de plus en plus innovants et modernes.

Il serait cependant judicieux d'approfondir la recherche afin d'essayer de comprendre jusqu'où iront les nouvelles technologies avec la banque ?

## Conclusion Générale

---

En d'autres termes, est ce que la banque continuera à utiliser toutes les dernières découvertes technologiques pour son développement ou a-t-elle une zone à ne pas franchir (en gros une limite)?



## Références Bibliographiques

### **Bibliographie**

#### **Ouvrages**

- ARTUS Patrick, (2001), « la nouvelle économie en questions», édition La découverte, Paris, p38.
- Benoit AUBERT et al, (Octobre 2010), « L’Innovation et les technologies de l’information et des communications », HEC Montréal.
- BOMSEL Olivier, (2001), « nouvelle économie, économie Numérique, Netéconomie», édition Dalloz CERNA, Paris, p5.
- GREUNING H.V et BRATANOVIC S.B, (2004), «Analyse et gestion du risque bancaire »,1ere édition Eska, Paris, p81
- JACQUET Pierre, (2001), « Nouvelle économie du virtuel au réel », édition Rames, Paris, p27.
- Khalil Téare, édition (2012). kpmg.dz, « Guide des banques en algerie Guide banks in Algeria », p.16
- LOVELOCK. C et LAPERT. D, (7-22,1996), « La technologie : maître ou esclave de la distribution des services », JSTOR, Décisions marketing,
- Maiga Sidatty Hamadi, (22 avril 2021), « les entraves du développement de l’Afrique », œuvres universitaire européenne.
- Paul Krugman, Robin Wells, (2016), « Macroéconomie », 4eme édition de Boeck, Paris mai.
- Pierre BOULOUC, G AUBLE A BERNARD, (2003), « Les NTIC comment en tirer bénéfice », édition RIA, p230. IDEM. P227.

#### **Articles et revues**

- Andrea Schechter, (2010), “Issues in Electronic Banking: An Overview” IMF Policy Discussion Paper N° 12/6 Washington International Monetary Fund).
- Bernard Michel, (février 2003), « Banque et technologique : L’impact des réseaux sur l’activité bancaire et interbancaire », Horizon bancaire –numéro 316.
- BELABDI Mohamed. Op.cit.p.p.1-2.
- Cronin, M.J, “Banking and Finance in Internet”, “New York: Van Nostrand Reinhold”

- Dr. LAZREG Mohammed, Dr. SEBBAGH Rafika, (2017), « Les impacts des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) sur la performance des banques algériennes ».
- Pr. MED ACHRAF NAFZAOUI. Abdellah SEBBAR. Abdelaziz BERDI, « Analyse des impacts de l'utilisation des Technologies d'Information et de Communication (TIC) sur les conditions de travail dans l'organisation-Cas du secteur bancaire marocain », article.
- Rim Akkarene, Nabil Bouda, Louiza Ameziane, « Utilisation des technologies de l'information et de la communication dans le secteur bancaire : cas des banques de la ville de Bejaia- Algérie », Revue Internationale d' Economie Numérique, vol 2, N° 1, Janvier 2020.
- Tan. M, Teo. T, "Factors Influencing the adoption of internet Banking", journal of the Association for information Systems, vol.1, No 5, 2012, p.40.
- Senior economist et co-auteur du rapport, Global Compétitivités and Benchmarking Network, World Economic Forum.

### Mémoires

- BRAHIMI Thiziri, BOUMGHAR Lynda, L'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : Cas de la BEA (agence « 034 » de Tizi-Ouzou) ,2015/2016
- Karima et Lydia, (2015-2016), impact de NTIC sur la performance des banques algériennes : cas des banques de la ville de Bejaia.
- KANANE Lydia, Le développement des nouvelles technologies au sein de la banque Cas de : la BNA, agence 577 Boghni, 2017/2018
- Oussama Chenchah, les déterminants de l'adoption de l'E-banking par les institutions financiers, mémoire de maitrise, Université de Québec à Montréal, Juillet 2011.
- RAHMAYNI Lila, « le rôle du système bancaire dans le financement des projets de développement local », mémoire de master, université de Bejaia, 2013/2014
- TOUFAILY Elissar « Adaptation de la banque électronique et son impact sur la performance organisationnelle », Mémoire présenté comme exigence partielle de la maitrise en administration des affaires, Université Québec à Montréal, Juin 2004, p88, IDEM p.89.

### **Thèse:**

- Michel TUON; Fatou FOFANA; Mohamed SIDIBE; Jinjing XU - Wu DI ; L'impact des nouvelles technologies de l'information et du numérique sur l'évolution des banques ; 2013/2014

### **Liens**

<https://experts-univers.com/inconvenients-avantagesdes-ntic.html>, consulté le 17/04/2021

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Session\\_Initiation\\_Protocole](https://fr.wikipedia.org/wiki/Session_Initiation_Protocole) consulté le 20/04/2021

[https://www.ictc-ctic.ca/wp-](https://www.ictc-ctic.ca/wp-content/uploads/2012/09/ICTC_ICT_in_FinancialService_FR_9_12.pdf)

[content/uploads/2012/09/ICTC\\_ICT\\_in\\_FinancialService\\_FR\\_9\\_12.pdf](https://www.ictc-ctic.ca/wp-content/uploads/2012/09/ICTC_ICT_in_FinancialService_FR_9_12.pdf) consulté le 10/05/2021

### Webographie

[WWW.SociétéGénérale.com](http://WWW.SociétéGénérale.com) consulté le 23/06/2021

[www.bnaespaceautomatique.com](http://www.bnaespaceautomatique.com) consulté le 23/06/2021

[www.Mastercerd.com](http://www.Mastercerd.com) consulté le 23/06/2021

# Liste des tableaux

## Liste des tableaux

<b>Tableau N°01</b> : Le modèle de référence.....	<b>p.17</b>
<b>Tableau N°02</b> : Les principales caractéristiques de l'ancienne économie et de la nouvelle économie.....	<b>p.22</b>
<b>Tableau N°03</b> : Les avantages et les inconvénients des canaux.....	<b>p.28</b>
<b>Tableau N°04</b> : Présentation de l'échantillon de l'enquête.....	<b>p.49</b>
<b>Tableau N°05</b> : Le réseau bancaire de la wilaya de Bejaia.....	<b>p.50</b>
<b>Tableau N°06</b> : Répartition des banques publiques de la wilaya de Bejaia.....	<b>p.51</b>
<b>Tableau N°07</b> : Répartition des banques étrangères de la wilaya de Bejaia.....	<b>p.52</b>
<b>Tableau N°08</b> : Localisation des agences bancaires enquêtées.....	<b>p.52</b>
<b>Tableau N°09</b> : Les caractéristiques des banques.....	<b>p.54</b>
<b>Tableau N°10</b> : L'introduction des NTIC dans la banque.....	<b>p.54</b>
<b>Tableau N°11</b> : Les biens faits de l'adoption des NTIC.....	<b>p.56</b>
<b>Tableau N°12</b> : Les effets de l'adoption des NTIC sur la clientèle.....	<b>p.57</b>
<b>Tableau N°13</b> : Le degré d'utilisation de NTIC au sein des banques publiques et étrangères.....	<b>p.58</b>
<b>Tableau N°14</b> : L'hébergement d'un site web.....	<b>p.59</b>
<b>Tableau N°15</b> : Les motivations de l'adoption des NTIC au sein des banques publiques..	<b>p.60</b>
<b>Tableau N°16</b> : Les motivations de l'adoption des NTIC au sein des banques étrangères..	<b>p.61</b>
<b>Tableau N°17</b> : Les satisfactions après l'adoption des NTIC.....	<b>p.62</b>
<b>Tableau N°18</b> : L'opinion des banquiers dans l'adoption des NTIC.....	<b>p.63</b>
<b>Tableau N°19</b> : Les perspectives souhaitées sur l'adoption des NTIC par les banques.....	<b>p.64</b>
<b>Tableau N°20</b> : Les raisons pour lesquelles sont adoptées les NTIC.....	<b>p.65</b>
<b>Tableau N°21</b> : Les objectifs de l'adoption des NTIC par les banques.....	<b>p.66</b>
<b>Tableau N°22</b> : Les réseaux les plus développés au sein des banques publiques.....	<b>p.68</b>
<b>Tableau N°23</b> : Les réseaux les plus développés au sein des banques étrangères.....	<b>p.69</b>
<b>Tableau N°24</b> : Les services offerts en ligne par les banques publiques via internet.....	<b>p.71</b>
<b>Tableau N°25</b> : Les services offerts en ligne par les banques étrangères via internet.....	<b>p.72</b>
<b>Tableau N°26</b> : L'accès à l'internet par les banques publiques.....	<b>p.72</b>
<b>Tableau N°27</b> : L'accès à l'internet par les banques étrangères.....	<b>p.74</b>
<b>Tableau N°28</b> : Les motifs de l'utilisation de l'internet.....	<b>p.75</b>
<b>Tableau N°29</b> : La maîtrise par les employés de la gestion des canaux technologiques.....	<b>p.76</b>
<b>Tableau N°30</b> : La satisfaction globale retirée par les banques publiques dans la diversification des canaux de distribution des produits et services bancaires.....	<b>p.77</b>
<b>Tableau N°31</b> : La satisfaction globale retirée par les banques étrangères dans la diversification des canaux de distribution des produits et services bancaires.....	<b>p.78</b>
<b>Tableau N°32</b> : Les facteurs explicatifs de non satisfaction.....	<b>p.79</b>
<b>Tableau N°33</b> : Répartition par le sexe.....	<b>p.81</b>
<b>Tableau N°34</b> : Répartition par âge.....	<b>p.81</b>
<b>Tableau N°35</b> : La répartition de la catégorie socioprofessionnelle enquêtée.....	<b>p.82</b>
<b>Tableau N°36</b> : La qualité des services offerts par la banque.....	<b>p.83</b>
<b>Tableau N°37</b> : La qualité de la relation banque-client.....	<b>p.85</b>
<b>Tableau N°38</b> : L'adoption aux transformations technologiques.....	<b>p.87</b>



# Liste des figures

## Liste des figures

<b>Figure N°01</b> : Exemple d'un VISA BLEUE de la Société Générale.....	<i>p.13</i>
<b>Figure N°02</b> : Exemple d'un Mastercard.....	<i>p.13</i>
<b>Figure N°03</b> : Exemple d'un Guichet Automatique Bancaire.....	<i>p.16</i>
<b>Figure N°04</b> : Adoption des NTIC.....	<i>p.18</i>
<b>Figure N°05</b> : Répartition du réseau bancaire.....	<i>p.54</i>
<b>Figure N°06</b> : L'introduction des nouvelles technologies.....	<i>p.55</i>
<b>Figure N°07</b> : L'apport des NTIC sur le service des agences.....	<i>p.56</i>
<b>Figure N°08</b> : Les effets de l'adoption des NTIC.....	<i>p.58</i>
<b>Figure N°09</b> : L'importance de l'utilisation des NTIC.....	<i>p.58</i>
<b>Figure N°10</b> : L'hébergement d'un site web.....	<i>p.59</i>
<b>Figure N°11</b> : Les motivations de l'adoption des NTIC au sein des banques publiques...	<i>p.61</i>
<b>Figure N°12</b> : Les motivations de l'adoption des NTIC au sein des banques étrangères...	<i>p.62</i>
<b>Figure N°13</b> : La satisfaction après l'adoption des NTIC .....	<i>p.63</i>
<b>Figure N°14</b> : L'opinion des banquiers dans l'adoption des NTIC.....	<i>p.64</i>
<b>Figure N°15</b> : Les perspectives souhaitées sur l'adoption des NTIC par les banques.....	<i>p.65</i>
<b>Figure N°16</b> : Les raisons de l'adoption des NTIC.....	<i>p.66</i>
<b>Figure N°17</b> : Les réseaux les plus développés au sein des agences publiques.....	<i>p.69</i>
<b>Figure N°18</b> : Les réseaux les plus développés au sein des agences étrangères.....	<i>p.70</i>
<b>Figure N°19</b> : L'accès à l'internet par les banques publiques.....	<i>p.73</i>
<b>Figure N°20</b> : L'accès à l'internet par les banques étrangères.....	<i>p.75</i>
<b>Figure N°21</b> : Les motifs de l'utilisation de l'internet .....	<i>p.76</i>
<b>Figure N°22</b> : Le niveau global de satisfaction des banques publiques.....	<i>p.78</i>
<b>Figure N°23</b> : La satisfaction globale retirée des NTIC pour les banques étrangères.....	<i>p.79</i>
<b>Figure N°24</b> : Les différents facteurs explicatifs.....	<i>p.80</i>



# **Annexes**

**Questionnaires d'enquêtes**

Destiné aux responsables d'agences bancaires

Recherche pour un mémoire de master en sciences économiques.

Cette enquête est réalisée dans le cadre d'une recherche scientifique (mémoire de master en Sciences Economiques) visant à mesurer le degré de l'utilisation des nouvelles technologies dans le domaine bancaire. Pour cela, nous sollicitons votre participation, nous vous prions de nous rendre ce questionnaire bien rempli.

Nous tenons à vous informer que les informations que vous allez mettre à notre disposition dans le cadre de cette enquête seront considérées comme des informations confidentielles et ne seront traitées que pour les fins de notre recherche. Seules les données agrégées seront mises en exergue dans notre recherche.

Comptant sur votre aimable collaboration, nous vous remercions d'avance du temps que vous consacreriez à notre recherche.

---

**Identification de l'établissement enquêté** *(la réponse à cette rubrique est facultative)*

**Dénomination du réseau** .....

**d'appartenance :**

**La banque est :** .....

• **Publique** .....

• **Etrangère** .....

**Dénomination de l'agence :** .....

**Commune d'implantation :** .....

**Qualité du répondant :** .....

• **Directeur de l'agence :** .....

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

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

---

## Questionnaires d'Enquêtes

1- Est-ce que votre Banque a introduit de nouvelles technologies d'information et de communication NTIC ?

Oui  Non

Si oui, lesquelles ?

a- Mise en place d'un système INTRANET

b- Création d'un service de télé compensation

c- Création d'une banque à distance

d- Réalisation d'un service vocal

e- Autres à préciser.....

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

a- Suppression des taches en double

b- Faire réduire la présence physique

c- Amélioration de l'efficacité

d- Rapidité et fiabilité des opérations

**3- Quels sont les effets de l'adoption des NTIC sur la clientèle de votre Banque ?**

a- Supprimer les contraintes de temps

b- Supprimé le déplacement

c- Amélioration de la qualité des services

d- Satisfactions des clients

e- Autres à préciser.....

**4- Quelle est l'importance de l'adoption des NTIC dans votre travail ?**

a- Pas du tout important

b- Peu important

c- Important

d- Très important.

**5- Est-ce que votre banque contient un site Web ?**

- Oui   
Non

**6- Quels sont les raisons ou les motivations de l'adoption des NTIC au sein de votre banque ?**

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

**7- Quelles sont les satisfactions après l'adoption des NTIC ?**

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

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

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

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

- a- Oui   
b- Non

**10. Sur la base des facteurs ci-après, veuillez indiquer par ordre d'importance de 1 à 5, les raisons pour lesquelles sont adoptées les Technologies d'information et de communication (TIC) au sein de votre banque ?**

## Questionnaires d'Enquêtes

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

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

	1	2	3	4
Compétitivité et productivité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fidélisation des clients	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rapidité et fiabilité des opérations				
Nouveau mode de travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Charge pour la banque	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres,				

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

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

	1	2	3	4
Amélioration de la compétitivité et de la productivité de la banque	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rapidité et fiabilité des opérations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amélioration de la qualité des services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Renforcement de la relation avec les clients actuels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attractivité de nouveaux clients	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Réduction des coûts des opérations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accessibilité et Diffusion de l'information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Communication en temps réel avec le client	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivation du personnel de la banque	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organisation interne du travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

- Réseaux téléphoniques
- Réseaux SWIFT
- Réseaux Internet
- Réseaux de télé compensation
- Automates bancaires

Autres, précisez, .....

**13. Votre banque assure-t-elle des services en ligne sur Internet ?**

Oui  Non

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

- Consultation et gestion des comptes
- Demande de chèques
- Opérations courantes
- Paiement de factures
- Téléchargement de documents
- Autres,.....

**15. Disposez-vous d'un accès à l'Internet à partir de votre siège (agence) ?**

Oui  Non

**16. Si oui, veuillez préciser les niveaux d'accessibilité :**

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

**17. Sur la liste ci-après, veuillez indiquer les motifs de l'utilisation de l'Internet au sein de votre agence.**

- Téléchargement de fichiers
- Téléchargement de logiciels
- Recherche d'informations
- Consultation du courrier électronique
- Échange de données avec les coopérateurs
- Communiquer avec les clients

Autres, .....



**18. Comment jugez-vous la maîtrise, par les employés de votre agence, de la gestion des canaux technologiques suivants ?**

*Indiquez votre réponse sur une échelle allant de 1 à 4*

1. Aucune maîtrise      2. Faible maîtrise      3. Bonne maîtrise      4. Très bonne maîtrise

	1	2	3	4
Automates bancaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet bancaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Téléphonie bancaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Télé compensation bancaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**19. Quel niveau de satisfaction global avez-vous retiré de la diversification des canaux de distribution des produits et services bancaires au sein de votre banque ?**

*(Nb. La satisfaction est ici mesurée par rapport à l'importance de l'utilisation de plusieurs canaux de contact entre la banque et ses clients).*

- Très satisfaisant       Satisfaisant   
 Peu satisfaisant       Pas du tout satisfaisant

**20. En cas de non satisfaction (peu satisfaisant, pas du tout satisfaisant), veuillez indiquer sur la liste des facteurs ci-après, ceux qui expliquent la faiblesse de la diversification des canaux de distribution au sein de votre banque.**

*(Veuillez indiquer les trois principaux seulement)*

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

**Questionnaires d'enquêtes**

Adressé aux clients d'une agence bancaire

Recherche pour un mémoire de master en sciences économiques.

Cette enquête est réalisée dans le cadre d'une recherche scientifique (mémoire de master en Sciences Economiques) visant à mesurer l'impact (importance) des nouvelles technologies dans le domaine bancaire. Les questions sont aux choix multiples. Pour cela, nous sollicitons votre participation, nous vous prions de nous rendre ce questionnaire bien rempli.

**1) Vous êtes**

Homme

Femme

**2) votre âge**

18-25

25-35

35-55

Plus de 55

**3) Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?**

Étudiant

Salarié du secteur public

Salarié du secteur privé

Commerçant

Sans emploi

Autres (veuillez précisez).....

**4) Disposez-vous d'un compte bancaire ?**

Oui

Non

**5) Quelle Banque êtes-vous domicilié ? (c'est facultatif)**

.....

**6) Êtes-vous muni d'une carte bancaire ?**

Oui

Non

**7) Quels sont les moyens de paiement qui vous inspire le plus de confiance ?**

Les pièces et les billets

Le chèque

La carte bancaire

Le virement et le prélèvement

Le paiement électronique

**8) Avez-vous déjà effectué un paiement en ligne ?**

Oui

Non

**9) Avez-vous rencontré des problèmes de paiement électronique?**

Oui

Non

**10) Quels sont, à votre avis, les facteurs qui réduisent les opérations de paiement électronique ?**

Insuffisance de plafond autorisé

Manque des sites Web marchands

Manque sécurité des transactions

Manque de disponibilité du paiement électronique

Autres, (veuillez préciser) .....

**11) Quelles sont vos craintes concernant le paiement électronique ?**

Sécurité

Confiance

Confidentialité

Autres, (veuillez préciser) .....

**12) Que pensez vous de la qualité des services offerts par votre banque ?**

Très bonne

Bonne

Moyenne

Mauvaise

**13) Êtes-vous satisfait de votre service bancaire ?**

Oui

Non

**14) Quels sont vos motifs de satisfaction**

Accueil

Qualité de services

Rapidité de services

Produits offerts

Autres, (veuillez précisez).....

**15) Pensez-vous que l'accueil que vous réserve l'agence est :**

Très bon

Bon

Moyen

Mauvais

**16) Quels sont les moyens utilisés pour communiquer avec votre banque ?**

Courrier électronique

Téléphone

Visite d'agence

## Questionnaires d'Enquêtes

---

Site web

Autres, (veuillez précisez).....

**17) Etes-vous toujours informé des nouveautés de votre banque ?**

Oui

Non

**18) Que pensez-vous de l'intégration des nouvelles technologies dans votre agence**

Gains du temps

Satisfaction de vos besoins

Amélioration de la qualité des services offerts

Découvrir des nouveaux moyens de paiement très rapide et efficace

**19) Est-ce que vous êtes facilement adapté aux mutations technologiques dans votre banque ?**

Oui

Non

**20) Quels sont vos suggestions et vos attentes ?**

Rapidité d'exécution

Relation personnalisée

Effectuer des opérations à distance

Amélioration de la qualité des produits et des services

*Merci pour votre collaboration*



# **Table des matières**

## Table des matières

<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre I : Approches théoriques et conceptuelles relatives aux technologies de l'information et de la communication .....</b>	<b>5</b>
Section I - Aperçu général sur les NTIC .....	6
A. Définition et historique des TIC .....	6
1.1. Définition des NTIC .....	6
1.2. L'historique des TIC .....	7
1.2.1. L'ordinateur .....	7
1.2.2. Les logiciels.....	7
1.2.3. Les réseaux et les télécommunications.....	7
1.2.4. Techniques audiovisuelles.....	8
2. Les TIC un avantage concurrentiel pour les entreprises.....	8
3. Les supports de communication inhérents aux nouvelles technologies .....	9
3.1. Les concepts d'internet, intranet et d'extranet .....	9
3.1.1. Internet.....	9
3.1.2. Intranet.....	9
3.1.3. Extranet .....	9
Section 2 - L'adoption des NTIC dans le secteur bancaire .....	10
A. L'informatisation et l'automatisation du secteur bancaire.....	10
1. Les fonctions du système d'information .....	10
1.1. La fonction d'Acquérir.....	10
1.2. La fonction de Stocker.....	11
1.3. La fonction de Traiter.....	11
2. Les objectifs du système d'information .....	11
2.1. Le contrôle.....	11
2.2. La coordination.....	11
2.3. La décision .....	11
3. L'importance des outils informatiques aux seins des banques.....	11
4. L'Intégration des nouvelles technologies par les banques .....	12
4.1. La banque à distance .....	12

4.2. La monnaie électronique .....	12
4.3. La carte bancaire.....	12
4.4. Les cartes badges.....	13
4.5. Les cartes nationales.....	13
4.6. Les cartes internationales .....	13
4.7. Les cartes bancaires internationales prestige.....	14
4.8 Les cartes à puce.....	14
4.8.1 Les types de cartes à puce .....	15
4.8.2. Les avantages de carte à puce.....	15
4.9. Les DAB/GAB .....	15
4.10. Les TPE.....	17
Section 3-La distinction entre la qualité des services bancaires avant l'avènement des NTIC et l'apparition des NTIC.....	17
A. Le secteur bancaire algérien avant l'avènement de la technologie.....	17
1. Etat des lieux du système bancaire algérien actuel.....	18
1.1 La banque d'Algérie .....	19
1.2 Les banques publiques.....	19
1.3 Les banques Etrangères .....	20
B. La nouvelle économie.....	21
Conclusion :.....	23
<b>Chapitre II : l'impact des NTIC sur la qualité des services bancaires .....</b>	<b>24</b>
Introduction .....	24
Section 1-Les externalités positives et les apports des NTIC sur la qualité des services et la rentabilité bancaires.....	24
A-Les impacts des nouvelles technologies sur les qualités des services bancaires. ....	25
1-Les impacts directs et indirects. ....	25
2- la dépendance de la banque aux nouvelles technologies.....	26
3- L'innovation dans la distribution des services et l'émergence du multi canal :.....	27
4. L'impact des nouvelles technologies sur la gestion de l'organisation bancaire.....	29
B. Apport du N.T.I.C pour l'industrie bancaire en Algérienne. ....	29
1-la qualité du service offert à la clientèle.....	29
2-L'amélioration des relations avec la clientèle .....	29
3-apport sur l'efficacité des produits.....	30
4- apport sur la rentabilité bancaire .....	30
5-Enjeux des TIC et importance économique .....	31
Section 2- la dématérialisation des moyens de paiement et leur évolution. ....	33
A- La dématérialisation en interne. ....	33



B- La dématérialisation en externe.....	34
1-La Banque En ligne ou Banque à distance.....	34
1-1.Présentation.....	34
1-2.Evolution de la banque en ligne.....	34
1-3.L'apport de la banque à distance pour l'institution financière :.....	35
1-4.L'apport de la banque à distance pour le client :.....	35
C-La GRC et la technologie.....	36
1-Les statistiques d'évolution du comportement du client.....	36
2-Le processus technologique dans la GRC.....	37
3-Les TIC comme outils de rapprochement.....	37
4-Les TIC comme outils d'amélioration de la satisfaction.....	38
5-La structure du service.....	38
6-La structure du point de vue objectif.....	39
7-La structure du point de vue subjectif.....	39
SECTION 3 - Les avantages et inconvénients lié à l'utilisation des NTIC.....	40
A- Avantages.....	40
B- Limites.....	43
1- Les limites de l'investissement dans les TIC de manière générale.....	43
2- Les limites de la Banque en ligne.....	43
Conclusion.....	44
<b>Chapitre III : Integration des nouvelles technologie de l'information et de la communication dans les Banques Algeriennes.....</b>	<b>46</b>
Introduction :.....	46
Section1 : État des lieux de la technologie bancaire actuelle.....	46
1.Méthodologie de la recherche :.....	46
1.1-L'usage des TIC par les banques de la wilaya de Bejaia.....	47
1.2-Présentation générale de l'enquête :.....	47
1.3 Constitution de l'échantillon:.....	48
Section 2- Analyse et interprétation des résultats.....	54
1 -L'analyse des questionnaires adressés aux cadres :.....	54
3-Analyse des questionnaires adressés aux clients :.....	81
3-Les recommandations.....	88
Conclusion et synthèses des résultats du questionnaire.....	91
Conclusion générale.....	92

**Résumé :**

Le présent travail de recherche s'inscrit dans le cadre de la modernisation du secteur bancaire algérien, qui s'est faite en partie grâce à l'introduction des technologies de l'information et de la communication au sein des banques. L'utilisation des TIC se développe très vite, du fait de l'entrée de l'Algérie dans le processus de mondialisation et l'évolution continue et rapide des technologies de l'information et de la communication. Les outils informatiques s'intègrent peu à peu sur plusieurs services: le paiement, le renseignement, l'offre de produits etc. Les TIC ont bouleversé le monde du travail, tant dans la gestion et l'organisation que dans la diversité et la multiplicité des produits, notamment dans le secteur bancaire. Notre étude vise à déterminer l'impact des NTIC sur la qualité des services offerts par les banques Algériennes. En d'autre terme nous analysons, le degré d'utilisation des NTIC dans le secteur bancaire de la ville de Bejaia.

**Mots clés :** Algérie, NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication), Modernisation, Banque, Impact.

**Abstract:**

This research work is part of the modernization of the Algerian banking sector, which has been achieved in part through the introduction of information and communication technologies in banks. The use of ICT is developing very quickly, due to Algeria's entry into the process of globalization and the continuous and speed's evolution of information and communication technologies. The tools are gradually being integrated into several services, which are, payment, information, product offerings, etc. ICTs have revolutionized the world of work, both in management and organization and in the diversity and multiplicity of products, especially in the banking sector. Our research aims to determine the impact of NICTs on the service's quality offered by Algerian banks. In another words, we analyze the degree of using NICTs in the sector's banking of Bejaia's city.

**Keywords:** Algeria, NTIC (New Information and Communication Technologies), Modernization, Bank, Impact.