

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'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire Cas de la wilaya de Bejaïa

Préparé par :
Mouloudi Achour
Bouazza Zinedine

Dirigé par :
Mr Biatour L'Hocine

Date de soutenance : 18 Juin 2023

Jury :

Présidente : AMRANI S.

Examinatrice : YAHY Z.

Rapporteur : BIATOUR H.

Année universitaire : 2022/2023

Dédicaces

Je suis reconnaissant à Dieu pour m'avoir accordé la santé, le courage et la patience tout au long de mes études.

Je souhaite dédier humblement ce mémoire :

À ma chère mère, l'être le plus doux et tendre, qui, grâce à ses précieuses prières, m'a constamment encouragé à viser le meilleur.

À mon cher père, pour son soutien indéfectible, son dévouement et ses conseils avisés qui m'ont permis de progresser dans cette vie.

Zinedine

À mes parents, mes frères et sœurs, pour leur soutien indéfectible et leur encouragement constant tout au long de mon parcours.

Ce travail est autant le vôtre que le mien,

Je vous le dédie humblement, en exprimant ma profonde gratitude pour tout ce que vous avez fait pour moi.

Achour

Remerciements

Le présent travail est le fruit de notre collaboration, mais il ne serait pas complet sans reconnaître l'apport de nombreuses personnes.

Nous tenons à exprimer nos plus sincères remerciements à Monsieur Biatour L'hocine pour avoir accepté de superviser notre travail, pour nous avoir guidés et prodigué d'inestimables conseils qui nous ont permis de mener à bien notre mémoire.

Nous sommes également reconnaissants envers les membres du jury qui ont consacré leur temps à lire et évaluer notre travail.

Nous souhaitons exprimer notre gratitude à tous les enseignants de la Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, en particulier à ceux du Département des Sciences Économiques, ainsi qu'à toutes les personnes qui ont contribué à notre formation.

Enfin, nous tenons à remercier toutes les personnes qui ont contribué, de près ou de loin, à l'élaboration et à la réalisation de ce modeste travail.

Achour & Zinedine

Liste des abréviations

TIC	Technologies de l'information et de la communication
NTIC	Nouvelles technologies de l'information et de la communication
DAB	Distributeur automatique des billets
GAB	Guichet automatique des billets
TPE	Terminal de paiement électronique
PC	Personal Computer
WWW	World wide web
SMS	Short message service
BNA	Banque national d'Algérie
BEA	Banque extérieure d'Algérie
BDL	Banque de développement local
BADR	Banque de l'agriculture et de développement rural
CPA	Crédit populaire d'Algérie
CNEP	Caisse national d'épargne et de prévoyance
SG	Société générale
BNP	Banque national de Paris
AGB	Gulf Bank Algérie
ABC	Arab Banking Corporation
CIB	Carte interbancaire
IA	Intelligence artificielle
IoT	Internet of Things

Sommaire

Dédicaces

Remerciement

Liste des abréviations

Introduction générale1

Chapitre I : Les spécificités de l'activité bancaire4

Introduction5

Section 1 : Généralités sur la banque.....6

Section 2 : L'activité d'intermédiation de bilan des banques11

Section 3 : L'activité d'intermédiation financières des banques15

Conclusion20

Chapitre II : L'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire
.....21

Introduction22

Section 1 : Généralités sur les TIC23

Section 2 : L'intégration des NTIC dans l'activité bancaire26

Section 3 : L'impact des nouvelles technologies sur la banque31

Conclusion36

Chapitre III : L'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire au sein de la
Wilaya de Bejaia.....38

Introduction39

Section 1 : Présentation du réseau bancaire de la wilaya de Bejaia40

Section 2 : présentation de l'enquête et la démarche méthodologique.....43

Section 3 : Analyse et interprétation des résultats de l'enquête46

Conclusion.....64

Conclusion générale66

Annexes

Bibliographie

Liste des tableaux, figures et schémas

Table de Matières

Introduction générale

L'évolution des technologies a considérablement impacté tous les secteurs de l'économie, y compris celui de la banque et de la finance. Depuis l'introduction des premiers ordinateurs, les banques ont adopté des technologies de plus en plus sophistiquées pour traiter les transactions financières. Aujourd'hui, l'utilisation de technologies de l'information et de la communication (TIC) est indispensable pour répondre aux demandes des clients, améliorer la sécurité des transactions et accroître la rentabilité des institutions financières.

L'adoption des technologies de l'information a révolutionné le secteur bancaire et financier en permettant aux banques d'offrir des services plus efficaces, plus performants et plus sûrs. Les guichets automatiques, les paiements électroniques, les transactions en ligne et les applications mobiles sont devenus des outils indispensables pour les clients. Les banques ont également investi massivement dans des systèmes de sécurité pour protéger les informations sensibles des clients contre les cybers attaques.

Dans ce contexte, l'industrie bancaire n'a pas été épargnée par ces transformations rapides et significatives. Ces établissements ont adopté un large éventail d'outils technologiques pour améliorer leurs processus internes. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont ainsi devenues un levier stratégique incontournable pour les banques qui cherchent à se différencier de la concurrence et à renforcer leur positionnement sur le marché.

Cependant, l'utilisation de ces technologies nouvelles et avancées présente également des défis, tels que la sécurité des données, la conformité réglementaire et la nécessité de maintenir une compétitivité à la hausse dans un marché toujours en évolution. Les banques doivent donc mettre en place des mesures de sécurité adéquates pour protéger les données de leurs clients et assurer la confidentialité des transactions bancaires.

A. Contexte et justification de l'étude

L'Algérie est l'un des pays les plus peuplés d'Afrique avec un marché bancaire en pleine croissance. La transformation numérique en cours a bouleversé les modèles économiques et les pratiques opérationnelles dans le secteur bancaire. Les banques algériennes sont de plus en plus confrontées à des clients plus exigeants et à une concurrence plus forte, ce qui a conduit à l'adoption de nouvelles technologies pour améliorer leur efficacité opérationnelle, leur rentabilité et la satisfaction de leurs clients. L'étude de l'impact de ces technologies sur l'activité bancaire en Algérie, spécifiquement à la wilaya de Bejaia, est donc pertinente pour les banques elles-mêmes, les clients et les chercheurs.

B. Objectifs de l'étude

L'objectif principal de cette étude est d'évaluer l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie en prenant les agences bancaires de la wilaya de Bejaïa ainsi que leurs clients comme échantillon. Plus spécifiquement, l'étude vise à analyser les tendances actuelles de l'adoption des technologies par les banques algériennes, et évaluer l'impact des technologies sur : l'efficacité opérationnelle des banques, la satisfaction des clients et sur la rentabilité des banques.

C. Problématique et questions de recherche

L'adoption des nouvelles technologies par les banques algériennes a transformé l'ensemble du secteur bancaire. Cependant, à l'ère de la mondialisation et de la libéralisation financière, les banques doivent faire face à une forte concurrence et respecter les règles internationales. Pour rester compétitives sur le marché, elles ont de plus en plus recours aux nouvelles technologies. **Notre recherche vise à examiner l'impact de ces technologies sur l'activité bancaire.** Nous avons mené une étude, qui soulève des interrogations importantes sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication. Plusieurs questions découlent de notre problématique principale :

- Quel est le degré d'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication par les banques ?
- Quel est l'impact de l'utilisation des TIC sur l'activité des agences bancaires, et sur leur clientèle au sein de la wilaya de Bejaïa ?

D. Hypothèses de recherche

Nous formulons deux hypothèses de recherche pour répondre à notre problématique :

- Notre première hypothèse suggère que l'adoption réussie des TIC dépend de plusieurs facteurs, y compris la capacité des banques à renforcer leur relation avec leurs clients.
- Notre deuxième hypothèse est que les TIC sont un facteur clé de l'efficacité bancaire, améliorant la productivité et la rapidité des transactions.

En résumé, nous chercherons à déterminer si les TIC sont un facteur clé de l'efficacité bancaire et si leur adoption réussie répondra aux besoins changeants de leur clientèle au sein de la wilaya de Bejaïa.

E. Méthodologie de recherche

Pour répondre à notre problématique de recherche, nous avons choisi une méthodologie qui combine deux démarches. Dans un premier temps, une démarche descriptive, basée sur une recherche bibliographique, pour cerner et restituer les principales

notions liées à la banque, à l'activité bancaire et aux Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). Ensuite, dans un second temps, une démarche empirique, basée sur une enquête de terrain auprès de deux échantillons: les agences bancaires et la clientèle, nous avons effectué une analyse empirique pour définir l'impact des nouvelles technologies sur l'activité des banques et aussi son effet sur les clients.

F. Plan du travail

Afin d'apporter des éléments de réponse à notre problématique de travail, notre document sera divisé en trois chapitres. Les deux premiers chapitres ont une approche descriptive, le premier portera sur la spécificité de l'activité bancaire en général, le deuxième chapitre étudiera plus en détail la relation entre la banque et les nouvelles technologies, en se concentrant sur les systèmes d'information, les évolutions techniques, l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire et l'évolution des systèmes de paiement. Le troisième chapitre sera consacré à la présentation des principaux résultats de notre étude empirique. où nous évaluerons l'impact des nouvelles technologies sur l'activité des banques de Bejaïa ainsi que leur clientèle.

G. Contributions du mémoire

Les résultats de cette étude contribueront à la compréhension de l'impact des TIC sur l'activité bancaire en Algérie, en mettant en évidence les facteurs clés qui influencent l'adoption des technologies, l'impact sur l'efficacité opérationnelle et la satisfaction des clients. Les résultats de cette étude pourront également aider les banques algériennes à identifier les meilleures pratiques dans l'adoption des technologies et à améliorer leurs performances. Enfin, cette étude contribuera à la littérature existante sur l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie, en fournissant des résultats empiriques sur un sujet peu étudié jusqu'à présent.

H. Limites de l'étude

Comme toute étude, celle-ci comporte des limites, tout d'abord, l'étude ne porte que sur un seul pays, l'Algérie, ce qui limite la généralisation des résultats à d'autres pays.

L'autre difficulté est forcément d'ordre stratégique ; les banques ne souhaitent pas divulguer certaines informations liées à leurs fonctionnements et leur stratégie adoptée dans un souci de confidentialité et de concurrence, ce qui est compréhensible. En outre, Les acteurs concernés sont inaccessibles et les agents compétents pour répondre à nos questions spécifiques sont souvent très occupés et difficiles à approcher.

CHAPITRE 1

Les spécificités de l'activité bancaire

Introduction

Les banques jouent un rôle essentiel dans le fonctionnement de l'économie. Au fil du temps, elles ont évolué et leurs fonctions se distinguent aujourd'hui par une volonté générale de régulation. Dans chaque économie, les banques occupent une position centrale en tant que principales sources de financement pour l'activité économique et en répondant aux différents besoins financiers et de services des acteurs économiques.¹

Les activités bancaires se présentent sous différentes formes et peuvent être regroupées en deux catégories : les fonctions traditionnelles et les activités modernes. Les fonctions traditionnelles sont celles qui ont été exercées par les banques depuis leur origine, elles englobent la collecte des dépôts, l'octroi de crédits et la gestion des transactions financières. En revanche, les fonctions modernes correspondent à des services plus récents qui sont intimement liés aux avancées des technologies de l'information et de la communication.

Afin de satisfaire ces besoins, les institutions bancaires ont mis en place un point de contact essentiel en tant qu'intermédiaires financiers, permettant aux investisseurs et aux personnes souhaitant investir leur capital de s'engager. De plus, elles offrent une gamme de services qui bénéficient à la fois aux clients et à la société dans son ensemble. Dans le but de mettre en évidence les particularités liées au domaine bancaire, ce premier chapitre examine de manière approfondie les aspects liés à la banque. Ce chapitre est divisé en trois sections distinctes :

Dans la première section, nous nous interrogeons sur la définition de terme "Banque" et l'organisation de cette institution financière. En présentant les bilans, les hors bilans bancaires et les différents types de banques car ils peuvent être divisés en différentes catégories en fonction de leur forme juridique et de leur activité. Ensuite, la deuxième section présente la fonction d'intermédiation du bilan des banques. La troisième et dernière section de ce chapitre traite l'activité d'intermédiation financière des banques.

¹Bruno Moschetto, « La banque et ses fonctions », Presses Universitaires de France (2003), p3.

Section 1 : Généralités sur la banque**1. Définitions de la banque**

La définition de «banque» dépend du type d'approche utilisée pour décrire cette institution et ses activités. Pour les banques, nous suivons trois approches principales: Théorique, juridique et professionnelle.

Selon JOSSETTE, PEYRARD Max, la banque est une Institution financière habilitée à recevoir des dépôts à vue du public et à effectuer toutes opérations de banque. Elle agit en tant qu'intermédiaire entre les offreurs et les demandeurs de capitaux². Elle reçoit des dépôts, et accorde des crédits, règle les ordres de paiement des titres, soit par chèque, soit par transfert électronique. Elle propose de nombreux autres services comme conseils, services d'assurance, services de gestion et de portefeuille.

1.1. Définition de la banque d'après l'approche théorique

D'après la conception classique de Gurley et Shaw, une banque est définie comme un acteur qui agit en tant qu'intermédiaire financier et monétaire. L'activité principale de la banque est d'être un intermédiaire entre les agents à excédent de ressources et les agents à déficit de financement.³

1.2. Définition de la banque d'après l'approche juridique

En Algérie, la loi bancaire 90-10 définit les banques comme étant: « Des personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle et principalement les opérations de banque »⁴. Ce sont des établissements de crédit, et seules les banques sont autorisées à recevoir des fonds du public et à créer de l'argent, d'où la différence entre les banques et les autres institutions financières.

1.3. Définition de la banque d'après l'approche professionnelle

Cette approche tient compte de la diversité et la variété des opérations bancaires. Elle définit la banque comme une institution financière qui mobilise les dépôts, octroie des crédits, fournit des services de paiement, des conseils financiers, et joue un rôle clé dans le fonctionnement du système financier.

2. Structure organisationnelle de la banque

Une banque doit disposer d'une organisation adaptée pour servir d'intermédiaire entre les investisseurs et les demandeurs de capitaux et être en mesure de fournir des services

² Josette Peyrard max, « dictionnaire finance » (2001), 2ème édition, p25.

³ TEFALI Benyounès et BELGUERBOUZ Moustafa, L'intermédiation financière et bancaire, p73.

⁴Article 114 de la loi bancaire 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.

spécifiques à ses clients. Chaque banque a sa propre structure de divisions, et l'attribution des divisions et leurs noms varient d'une banque à l'autre.

2.1. Le siège social de la banque

Le siège social de la banque comprend un service d'administration générale et un service central dédié aux opérations bancaires et techniques. Le service d'administration générale définit les politiques de la banque et coordonne les activités de tous les services.

2.2. La direction d'exploitation

Ce département coordonne et gère les affaires de l'établissement, il est divisé en départements ou services dédiés à la coordination commerciale, au crédit et à l'administration. Une direction régionale peut créer collectivement un certain nombre d'agences.

2.3. L'agence

Les agences représentent des structures opérationnelles en contact direct avec les clients, leur mission est de servir ses clients en rassemblant des ressources, en ouvrant des comptes, en distribuant des crédits et en offrant une variété de produits et services aux clients actuels et potentiels.

Les agences sont organisées autour des services qu'elles fournissent au bénéfice de leurs clients. En général, nous avons les services de caisse, service de portefeuille (investissements), les opérations avec étrangers (devises), services des engagements bancaires (crédit) et le service administratif.⁵

3. La clientèle de la banque

La clientèle des banques se compose 'principalement' de deux types d'agents : les entreprises et les particuliers.

3.1. Les entreprises

Une entreprise est une entité économique dont la tâche principale est de produire des biens et des services et de les mettre à la disposition des consommateurs. Les entreprises peuvent être divisées en entreprises industrielles, commerciales et de services. Une entreprise a besoin d'une variété de biens et de services: immobilisations, matières premières, produits finis, etc..) pour lui permettre d'exercer et de maintenir ses activités.

En fonction de la taille de l'entreprise, de son positionnement dans le tissu économique et en fonction de son activité, les besoins de l'entreprise peuvent couvrir un large spectre de préoccupations liées à son fonctionnement et à son développement.⁶ Pour répondre

⁵Brahimi Thiziri et Boumghar Lynda, Mémoire de fin d'études (2016), Université de Tizi Ouzou.

⁶ «La banque et son environnement» (2006), collection CIFPB, Edition, p135

aux besoins des entreprises, les banques disposent de différents types de crédits à long et moyen terme (achats de matériel) et à court terme (découverts bancaires, découverts, escomptes de billets de trésorerie, etc.).

Les banques peuvent également fournir des services sous forme de conseils, d'informations, d'assistance et de savoir-faire liés aux marchés des capitaux.

3.2. Les particuliers

Le terme particulier désigne une personne physique, quel que soit son statut social et professionnel, ils agissent pour eux-mêmes, par conséquent, les actions et opérations qu'ils effectuent ne sont pas de nature commerciale.

Les besoins individuels sont divers, ils peuvent être classés selon la durée ; au court terme (dépenses quotidiennes, difficultés passagères ou urgences financières), au moyen terme (Achats d'équipements) ou au long terme (Financements immobiliers).

En fonction du besoin exprimé, les banques proposent généralement des types de crédit adaptés comme les crédits de trésoreries, les crédits d'équipements ou de consommation et les crédits immobiliers.

En plus des prêts, les banques proposent des services à la clientèle qui couvrent les besoins de sécurité et de commodité (ouverture de compte, transferts d'argent, plans d'investissement, location de coffres forts, etc.).⁷

4. La comptabilité bancaire

4.1. Le bilan

Le bilan est un document essentiel pour comprendre la santé financière d'une entreprise ou d'un établissement financier, il permet de visualiser les actifs de l'entreprise, qui sont les éléments qu'elle possède tels que les biens immobiliers, les équipements, les stocks, les créances clients, etc. Il montre également les fonds propres de l'entreprise, qui représentent les capitaux propres de l'entreprise, c'est-à-dire les sommes investies par les actionnaires et les bénéfices non distribués. Enfin, il présente les dettes de l'entreprise, qui incluent les emprunts, les dettes fournisseurs, les impôts à payer, etc.

Dans le cas des établissements financiers, la présentation du bilan suit une logique spécifique. L'actif est présenté par ordre de liquidité décroissante, c'est-à-dire que les éléments les plus liquides et donc les plus facilement convertibles en argent (comme les espèces ou les titres négociables) sont présentés en premier, suivis des éléments plus difficiles

⁷Mémoire, Op Cité p .

à convertir en argent (comme les prêts accordés). Le passif est présenté par ordre d'exigibilité décroissante, c'est-à-dire que les dettes à court terme sont présentées en premier, suivies des dettes à plus long terme. Cette présentation permet de mieux comprendre la solvabilité de l'établissement financier et sa capacité à faire face à ses obligations financières.

4.2. Le hors bilan

Le hors-bilan est un document tout aussi important, voir plus important parfois car son montant total peut être largement supérieur au total du bilan, il fait état des engagements et garanties donnés ou reçus. Dans un environnement bancaire caractérisé par des politiques monétaires strictes régulant les activités de prêt et un environnement financier caractérisé par le système de Bretton Woods 2 de 1972, les banques ont été contraintes de contourner ces restrictions et de se prémunir contre de fortes fluctuations. Dans les taux de change, ils ont apporté de nombreuses innovations en matière financière, créant de nouvelles sources de financement qui ne sont ni actifs ni passifs au bilan.

5. Les types de banques

Il existe plusieurs types de banques qui offrent différents services et produits financiers. Voici une liste des principaux types de banques :

5.1. Banques centrales : Les banques centrales sont des institutions gouvernementales qui sont responsables de la politique monétaire et de la réglementation du système bancaire. Elles sont souvent chargées d'émettre la monnaie et de superviser les autres banques de la région.

5.2. Banques commerciales : Les banques commerciales sont aussi appelées banques de détail, c'est le type de banques avec lequel le grand public est le plus familier ⁸, elles sont les plus courantes et sont destinées à offrir des services bancaires de base aux particuliers et aux entreprises, tels que des comptes de dépôt, des prêts, des cartes de crédit et des services de paiement.

5.3. Banques d'investissement : Les banques d'investissement ont une activité basée sur les marchés financiers⁹ et sont spécialisées dans les transactions financières complexes, notamment les fusions et acquisitions, les émissions d'actions et d'obligations, ainsi que les transactions sur les marchés financiers.

5.4. Banques en ligne : Les banques en ligne sont des institutions bancaires qui n'ont pas de succursales physiques et qui offrent des services bancaires en ligne, tels que des comptes courants, des comptes d'épargne, des prêts et des cartes de crédit.

⁸ <https://www.budgetbanque.fr/banque/differents-types-banques/> / consulté le 29/03/2023.

⁹Idem.

5.5. Banques islamiques : Les banques islamiques suivent les principes de la charia, qui interdisent l'intérêt sur l'argent placé, les transactions spéculatives ou toute sorte de placement liés aux jeux d'argent ou d'alcool. Elles offrent des services bancaires conformes à la loi islamique, tels que des comptes d'épargne et des prêts sans intérêt, ainsi que des investissements halal.¹⁰

6. Les risques bancaires

Les risques bancaires sont les risques auxquels les banques sont exposées dans l'exercice de leur activité. « Le champ des risques qui est désormais couvert en matière bancaire devient, au fil des années, de plus en plus important. »¹¹

Les principaux types de risques bancaires sont les suivants :

6.1. Risque de crédit : Il s'agit du risque de non-remboursement des prêts consentis par les banques à leurs clients. Ce risque peut être lié à la solvabilité ou à la liquidité des emprunteurs. L'importance du risque de crédit dépend de 3 grands paramètres : le montant de la créance, la probabilité de défaut, la proportion de non-recouvrement en cas de défaut du débiteur.¹²

6.2. Risque de marché : Il s'agit du risque de perte résultant de l'évolution des marchés financiers (taux d'intérêt, taux de change, prix des actions, etc.). Les banques peuvent être exposées à ce risque en raison de leur activité de trading, de leur portefeuille de titres ou de leurs activités de change.

6.3. Risque de liquidité : Il s'agit du risque de ne pas pouvoir honorer ses obligations de paiement à court terme en raison d'une insuffisance de liquidités. Ce risque peut être lié à une augmentation brutale des retraits de dépôts ou à un resserrement des conditions de financement.

6.4. Risque opérationnel : Le Comité de Bâle II définit le risque opérationnel comme « le risque de pertes provenant de processus internes inadéquats ou défectueux, de personnes et systèmes ou d'événements externes »¹³. Il fait référence au risque de subir des pertes résultant de l'inefficacité ou de la défaillance des processus, des systèmes ou du personnel de la banque. Ce risque peut être lié à des erreurs humaines, à des cyberattaques, à des défaillances techniques ou à des fraudes.

¹⁰ <https://www.egi-patrimoine.fr/banque-islamique/> consulté le 29/03/2023.

¹¹ Philippe Narassiguin, « Fiches de Monnaie, banque et financement de l'économie » (2019), p170.

¹² <https://www.capital.fr/economie-politique/risque-de-credit-definition-types-et-evaluation-1431056/>

¹³ Comité de Bâle II sur le contrôle bancaire.

6.5. Risque de conformité : Il s'agit du risque de perte résultant d'une violation des lois et réglementations applicables. Les banques sont tenues de respecter des normes en matière de lutte contre le blanchiment d'argent, de protection des données personnelles, de respect des droits des consommateurs, etc.¹⁴

Les banques ont mis en place des dispositifs de gestion des risques pour identifier, mesurer, surveiller et contrôler ces différents types de risques. Ces dispositifs comprennent notamment des politiques de crédit, des limites de risque, des procédures de contrôle interne, des outils de modélisation et des tests de résistance.

Section 2 : L'activité d'intermédiation de bilan des banques

L'intermédiation de bilan est une activité centrale pour les banques, Elle consiste à collecter des dépôts auprès des épargnants et à les utiliser pour accorder des prêts à des emprunteurs. Les banques agissent ainsi en tant qu'intermédiaires entre les déposants et les emprunteurs. Donc pour résumer l'activité bancaire se traduit a deux activités principales qui sont : la distribution de crédit et la réception des dépôts du public.

1. La distribution de crédit

Il existe différents crédits, on peut distinguer trois critères permettant de se différencier:

1.1. Les crédits selon la durée

Cette classification conduit à des distinctions à court terme (moins de 2 ans), à moyen terme (2 à 7 ans) et à long terme. Or, cette classification est rigoureuse, en fait, les banques accordent parfois des crédits spot, c'est-à-dire des crédits à très court terme (1-3 mois) renouvelables, mais la plupart des entreprises ont des crédits à très court terme qui représentent un financement perpétuel à long terme, financé par des crédits sans cesse renouvelés.

1.2. Les crédits selon la fonction et l'objet

La différenciation des crédits selon la fonction ou l'objet peut être réalisée en distinguant plusieurs types de crédits en fonction de leur objectif spécifique, les principales catégories de crédits sont les suivantes :

1.2.1. Les crédits de consommation: ce sont des crédits accordés aux particuliers pour financer l'achat de biens de consommation courante tels que des appareils électroménagers,

¹⁴Catherine Karyotis, « L'essentiel de la banque », L'extenso éditions, pp58-63.

des véhicules ou des voyages, ces crédits sont souvent assortis d'un taux d'intérêt élevé en raison du risque plus élevé que subit la banque.

1.2.2. Les crédits immobiliers : ce sont des crédits accordés aux particuliers pour financer l'achat d'un bien immobilier, comme une maison ou un appartement. Les conditions de remboursement de ces crédits sont généralement plus favorables que celles des crédits de consommation en raison de la garantie hypothécaire offerte par le bien immobilier.

1.2.3. Les crédits aux entreprises : ce sont des crédits accordés aux entreprises pour financer leurs investissements ou leur besoin de trésorerie. Ces crédits peuvent être à court terme (crédit de caisse) ou à long terme (crédit d'investissement) et peuvent être assortis de garanties comme des cautions ou des nantissements.

1.2.4. Les crédits aux professionnels : ce sont des crédits accordés aux professionnels tels que les artisans, les commerçants ou les professions libérales pour financer leur activité professionnelle. Ces crédits peuvent être similaires aux crédits aux entreprises, mais sont souvent accordés à des taux d'intérêt plus élevés en raison de la nature risquée de l'activité professionnelle.

1.2.5. Les crédits export : ce sont des crédits accordés aux entreprises exportatrices pour financer leurs opérations à l'étranger. Ces crédits peuvent être assortis de garanties spécifiques telles que des assurances-crédit ou des garanties bancaires internationales.

1.3. Les crédits selon la forme:

On peut distinguer plusieurs forme:

1.3.1. Le prêt simple : Lorsqu'un banquier transfère une certaine somme d'argent sur le compte d'un client, cela s'appelle parfois un prêt en espèces. Elle débouche généralement sur un contrat, ou plus simplement, sur une ou plusieurs obligations auxquelles le bénéficiaire souscrit sous la direction de la banque.

1.3.2. Le découvert bancaire : On parle de découvert bancaire dès lors que les sommes prélevées sur un compte bancaire dépassent le disponible. Ce découvert peut être autorisé par la banque qui, en contrepartie de cette facilité, réclamera des intérêts débiteurs au titulaire du compte. A noter que le niveau du découvert autorisé est proportionnel au niveau des revenus mensuels de l'utilisateur.¹⁵

1.3.3. L'escompte commercial : Constamment la forme la plus importante de crédit aux entreprises. L'entreprise délivre un mandat à son client pour honorer le crédit qu'il a accordé, puis transmet ce mandat au banquier, qui avance les fonds correspondants pour l'utilisateur.

¹⁵ <https://www.capital.fr/votre-argent/decouvert-bancaire-definition-fonctionnement-et-montant-1406423/>
consulté le 07/04/2023

L'escompte permet d'adapter automatiquement le montant du crédit au volume des opérations réalisées, et pour le banquier il offre une double sécurité (à son client et au tiré) et la possibilité de mobilisation par réescompte en cas de besoin de liquidité. Cependant, le principal inconvénient de l'actualisation est son coût administratif, car le grand nombre de dossiers est difficile à automatiser.

1.3.4. Le crédit de mobilisation des créances commerciales : Alternative à l'escompte, il est destinée à financer le crédit interentreprises, mais il est globale et prend la forme de bons souscrits par les entreprises au profit de leurs banquiers. Les banques réservent cette procédure aux grandes entreprises et l'attribuent rarement aux PME où la confiance est généralement limitée.

1.3.5. L'affacturage : Egalement alternative à l'escompte, il s'agit pour une entreprise de "vendre" ses factures, représentant ainsi des titres de créance, à une banque ou à un organisme financier spécialisé appelé « factor ».

1.3.6. L'engagement par signature: Les banques peuvent également intervenir en fournissant des garanties plutôt qu'en prêtant directement. C'est notamment le cas des cautionnements, en vertu desquels les entreprises peuvent différer le paiement de la TVA sur le dos d'une garantie bancaire.

1.3.7. Le crédit-bail (leasing): est une procédure de financement d'investissement par laquelle une banque ou un établissement financier spécialisé acquiert un bien (meuble ou immeuble) et le loue à une société (ou un particulier) qui a la possibilité de le racheter en fin d'année pour un prix convenu (valeur résiduelle) en signant le contrat. Le loyer se compose donc de deux éléments : les intérêts et l'amortissement du bien, et en cas de difficultés le bailleur se réserve le droit de reprendre le bien (la machine) qu'il possède effectivement.¹⁶

2. La réception des dépôts publics

A travers son réseau d'agences, la banque collecte des fonds sous forme de dépôts à vue et d'épargne auprès de ses clients, qui sont principalement des particuliers et des entreprises. Ils représentent donc les fonds collectés auprès de tiers et donc les ressources sur lesquelles il travaille, mais avec obligation de les restituer. Ces ressources sont réparties au niveau de chaque fonds en fonction de leur disponibilité. Selon qu'il y a une récompense ou non, elle se distingue comme suit :

¹⁶ Claude Simon, « Les Banques », Edition la découverte, 1994, p 46.

2.1. Les ressources rémunérées

Les ressources rémunérées désignent les dépôts ou fonds détenus par les clients qui génèrent des intérêts ou des revenus pour ces clients. Les ressources rémunérées comprennent généralement les dépôts à terme, les certificats de dépôt, les comptes d'épargne et d'autres types de comptes rémunérés.

Les banques utilisent ces différentes sources de financement pour générer des revenus en accordant des prêts et en effectuant des investissements. Les ressources rémunérées à vue financent généralement les prêts et les opérations à court terme, tandis que les ressources rémunérées à terme sont utilisées pour les prêts et les investissements à plus long terme.

2.2. Ressources non rémunérées

Les ressources non rémunérées dans les banques sont des fonds qui ne génèrent pas d'intérêts pour les détenteurs de ces fonds. Il peut s'agir de fonds détenus sur des comptes courants qui ne sont pas rémunérés, ou encore de fonds détenus sur des comptes de dépôt qui sont soumis à des restrictions quant à leur utilisation.

Les banques utilisent ces ressources non rémunérées pour financer leurs activités, comme l'octroi de prêts et les investissements. Les fonds non rémunérés peuvent provenir de différentes sources, telles que les dépôts courants des clients, les fonds de réserve obligatoires détenus par les banques centrales, les prêts interbancaires non rémunérés et les capitaux propres de la banque.¹⁷

3. La mise à la disposition des moyens de paiements et leur gestion

La gestion des instruments de paiement est une conséquence naturelle de la création de monnaie par les banques, fournissant un service équivalent à l'offre de dépôts gratuits à une banque pour ses clients.

Ainsi, pour faciliter les transactions, les banques proposent à leurs clients une variété d'instruments de paiement :

3.1. Les principaux instruments de paiements

Les banques offrent différents instruments de paiement à leurs clients, selon leurs besoins et préférences. Voici les principaux instruments de paiement qu'une banque peut offrir:

- **Les cartes bancaires** : Les cartes bancaires sont des instruments de paiement très populaires, qui permettent aux clients d'effectuer des achats en magasin ou en ligne, ainsi

¹⁷ROUACH M.et NAULLEAU G. (1998), « Le contrôle de gestion bancaire et financier », 3^{ème} Edition Banque Editeur, Paris, p 227.

que des retraits d'argent dans les distributeurs automatiques de billets, il existe des cartes de crédit et des cartes de débit, et peuvent être liées à différents types de comptes bancaires.

- **Les virements bancaires :** Les virements bancaires permettent aux clients de transférer de l'argent d'un compte bancaire à un autre, soit dans la même banque, soit vers une autre banque, à l'échelle nationale ou internationale. Les virements peuvent être effectués en ligne, en agence ou via une application mobile.
- **Les prélèvements automatiques :** Les prélèvements automatiques sont des paiements réguliers effectués automatiquement depuis le compte bancaire du client pour payer des factures, des abonnements, des loyers ou d'autres dépenses régulières. Le client doit autoriser la banque à effectuer les paiements automatiques en fournissant les informations nécessaires au créancier.
- **Les chèques :** Les chèques sont des instruments de paiement sur papier qui permettent aux clients de transférer des fonds d'un compte bancaire à un autre. Les chèques sont souvent utilisés pour payer des factures ou effectuer des transactions commerciales, mais sont de moins en moins courants en raison de l'utilisation croissante d'autres modes de paiement électroniques.
- **Les ordres de paiements :** Les ordres de paiement sont des instructions écrites envoyées par un client à sa banque pour transférer des fonds d'un compte bancaire à un autre. Les ordres de paiement peuvent être utilisés pour effectuer des paiements à l'étranger ou pour des transactions commerciales.
- **Les portefeuilles électroniques :** Les banques peuvent également offrir des portefeuilles électroniques à leurs clients, qui leur permettent de stocker leurs informations de paiement et de réaliser des transactions en ligne ou depuis leur téléphone portable. Les portefeuilles électroniques peuvent être utilisés pour effectuer des paiements de petits montants ou pour des achats en ligne sécurisés.¹⁸

En résumé, les banques sont considérées comme des intermédiaires de bilan à travers deux fonctions principales : prêter et recevoir des fonds du public.

Ainsi, afin de faciliter les transactions, les banques proposent à leurs clients une variété d'instruments de paiement.

¹⁸Jean-Pierre Bornet et Pierre-Alain Frau "Les moyens de paiement : Réglementation et pratiques" p 22-23

Section 03: L'activités d'intermédiation financières des banques

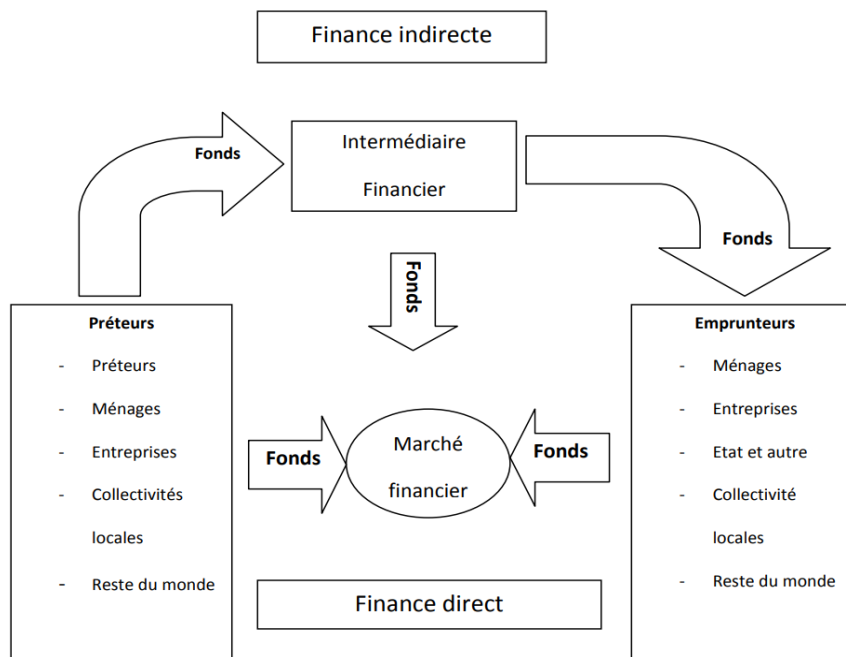
Les banques sont des acteurs majeurs du financement des besoins de l'activité économique car elles jouent un rôle important dans ce processus. La Banque intervient directement ou indirectement dans ce processus de financement (financements directs et indirects).

Cette distinction fondamentale porte sur le mode de financement de l'économie, c'est-à-dire l'allocation des ressources financières à des usages multiples.

1. La finance direct et indirect

Cette distinction fondamentale renvoie aux modes de financement d'une économie, c'est-à-dire à l'allocation des ressources financières à des emplois multiples (schéma N° 01) .

Schéma N° 01 : La finance directe et la finance indirecte



Source : Frédéric Miskin, « Monnaie banque et marchés financier », p. 05.

1.1. Agents à capacités et à besoin de financement

Les agents économiques sont des entités qui interagissent sur les marchés pour satisfaire leurs besoins économiques. Ils sont généralement classés en deux catégories : les agents à capacités et les agents à besoin de financement.

Les agents à capacités sont ceux qui ont des ressources excédentaires et cherchent à les placer pour obtenir un rendement. Les exemples d'agents à capacités incluent les ménages qui épargnent une partie de leur revenu, les entreprises qui ont des profits et les banques qui

ont des dépôts. Ces agents ont des ressources à placer sur les marchés financiers et cherchent à investir dans des projets productifs pour générer des revenus.

Les agents à besoin de financement, en revanche, sont ceux qui ont des besoins en financement pour mener à bien leurs projets économiques. Les exemples d'agents à besoin de financement incluent les entreprises qui cherchent à investir dans de nouveaux projets, les gouvernements qui cherchent à financer des projets d'infrastructure et les ménages qui cherchent à acheter des biens de consommation à crédit. Ces agents cherchent des sources de financement pour répondre à leurs besoins économiques.

Les marchés financiers facilitent les interactions entre ces deux types d'agents économiques. Les agents à capacités peuvent fournir des fonds aux agents à besoin de financement sous forme de prêts, d'obligations, d'actions ou d'autres types d'investissements. Les agents à besoin de financement, à leur tour, remboursent ces fonds avec des intérêts ou des dividendes.

En somme, les agents à capacités et les agents à besoin de financement sont des acteurs clés sur les marchés financiers. Leur interaction permet de mobiliser l'épargne et de la canaliser vers les investissements productifs, contribuant ainsi à la croissance économique.

1.2. La finance directe

La finance directe, également appelée financement direct, désigne le financement d'une entreprise ou d'un projet par l'intermédiaire de l'émission d'actions ou d'obligations sur le marché financier. Cela signifie que l'entreprise ou le projet collecte directement des fonds auprès des investisseurs en vendant des titres financiers, plutôt que de passer par des intermédiaires tels que les banques ou les fonds d'investissement.¹⁹

Le financement direct peut être une option attrayante pour les entreprises qui cherchent à lever des fonds sans avoir à rembourser des prêts avec intérêts. Cependant, l'émission de titres financiers peut également être complexe et coûteuse, et les entreprises doivent répondre à des exigences réglementaires strictes pour garantir la transparence et la sécurité des investissements.

1.3. La finance indirecte

La finance indirecte, également connue sous le nom de financement indirect, désigne le financement d'une entreprise ou d'un projet en passant par des intermédiaires financiers tels que les banques, les fonds d'investissement ou les sociétés de capital-risque. Dans ce type

¹⁹ Frederic Mishkin, "The Economics of Money, Banking and Financial Markets" (2012), p 726

de financement, l'entreprise emprunte des fonds à ces intermédiaires plutôt que de collecter directement des fonds auprès des investisseurs sur le marché financier.

La finance indirecte est souvent utilisée par les entreprises qui ont besoin de fonds rapidement et facilement, car les intermédiaires financiers peuvent fournir des prêts ou des investissements avec des conditions de remboursement et des exigences de garantie adaptées à chaque entreprise ou projet. Cependant, les coûts de financement indirect peuvent être plus élevés que pour le financement direct en raison des marges bénéficiaires que les intermédiaires financiers ajoutent

En fin de compte, la décision entre financement direct et indirect dépend des besoins de financement de chaque entreprise ou projet, de leur situation financière, de leur niveau de risque et de leur capacité à répondre aux exigences réglementaires pour chaque option de financement.

2. Le rôle de l'intermédiaire financier en tant que fournisseur de liquidité

Les contrats de dépôt, comme les contrats de crédit, fournissent une assurance de liquidité aux clients. Les dépôts bancaires sont des actifs entièrement liquides, divisibles en petites unités et acceptés comme moyen de paiement et sont encore plus modernes avec les cartes de paiement.

Le système de compensation assure également la convertibilité des dépôts bancaires. La valeur faciale du dépôt est fixe et n'est pas affectée par les moins-values. Le principal risque des dépôts est l'insolvabilité bancaire, mais en raison de la sécurité du système bancaire par les autorités, les dépôts bancaires peuvent être considérés comme des actifs moins risqués que les titres émis par des emprunteurs privés.

Les banques peuvent également jouer un rôle de teneurs de marché, en offrant des prix d'achat et de vente pour les actifs financiers qu'elles détiennent. En proposant des prix d'achat et de vente, les banques facilitent les transactions sur les marchés financiers et permettent aux investisseurs de convertir rapidement leurs actifs en liquidités. En fin de compte, les banques sont des acteurs clés dans la fourniture de liquidité sur les marchés.

3. L'intermédiaire financier et l'asymétrie de l'information

Depuis les années quatre-vingt, la banque est devenue un domaine privilégié pour l'économie de l'information, la théorie de l'intermédiation bancaire s'est concentrée sur la

réduction des asymétries d'information multiples qui influencent les relations entre la banque et ses clients (déposants et emprunteurs).

L'asymétrie de l'information peut se produire lorsqu'une banque prête de l'argent à une entreprise ou à un particulier, cette banque peut avoir accès à des informations sur la solvabilité et la capacité de remboursement de l'emprunteur que l'emprunteur ne connaît pas. Dans ce cas, l'emprunteur pourrait être tenté de dissimuler des informations importantes pour obtenir un prêt.

Cela peut conduire à des problèmes tels que la sélection adverse et le risque moral. La sélection adverse se produit lorsque les banques prêtent de l'argent à des emprunteurs de qualité inférieure, car ils sont incapables de distinguer entre les emprunteurs de qualité supérieure et inférieure. Le risque moral se produit lorsque les emprunteurs prennent des risques excessifs avec l'argent qu'ils ont emprunté, sachant que les banques vont couvrir les pertes.

Pour gérer l'asymétrie de l'information, les banques ont développé des pratiques telles que l'évaluation de la solvabilité des emprunteurs et l'utilisation de garanties. Les banques peuvent également demander des informations financières supplémentaires aux emprunteurs pour les aider à prendre des décisions de crédit éclairées.

En outre, les régulateurs financiers imposent des règles pour assurer la transparence et la divulgation complète des informations financières. Les banques sont tenues de fournir des informations financières précises et détaillées sur leurs activités, y compris les prêts et les investissements, pour aider les investisseurs et les régulateurs à évaluer leur performance et leur risque.

En fin de compte, la gestion de l'asymétrie de l'information est un défi important pour les banques en tant qu'intermédiaires financiers, des mesures doivent être prises pour s'assurer qu'elles disposent des informations nécessaires pour évaluer le risque de crédit et minimiser le risque de sélection adverse et de risque moral.²⁰

4. Les autres fonctions de l'intermédiaire financier

Outre la fourniture de liquidité et la gestion de l'asymétrie de l'information, les banques en tant qu'intermédiaires financiers remplissent plusieurs autres fonctions importantes :

²⁰ COUSSERGUES Sylvie, « Gestion de la banque », 4^{ème} Edition Dunod, Paris 2005, p.p. 02.03

- **Gestion des risques** : Les banques sont des institutions financières spécialisées dans la gestion des risques. Ils offrent une variété de produits financiers qui permettent aux investisseurs de gérer leur exposition aux risques de marché, de crédit et opérationnels.
- **Collecte et distribution des fonds** : Les banques collectent les dépôts de leurs clients et les utilisent pour accorder des prêts et investir dans des actifs financiers. Cela permet une redistribution efficace des fonds dans l'économie.
- **Gestion de trésorerie** : Les banques offrent des services de gestion de trésorerie pour aider les entreprises à gérer leur flux de trésorerie et à maximiser leur rendement sur leurs liquidités.
- **Services de paiement** : Les banques facilitent les transactions financières en offrant une variété de services de paiement tels que les virements bancaires, les cartes de crédit et les chèques.
- **Conseil financier** : Les banques offrent des services de conseil financier aux particuliers et aux entreprises pour les aider à planifier leurs investissements et à atteindre leurs objectifs financiers à long terme.
- **Financement du commerce international** : Les banques offrent des services de financement du commerce international pour faciliter les échanges commerciaux transfrontaliers en fournissant des garanties, des lettres de crédit et d'autres instruments financiers.

En remplissant ces fonctions, les banques jouent un rôle crucial dans l'économie en facilitant l'allocation efficace des ressources et en soutenant la croissance économique.

Conclusion

En conclusion, ce chapitre nous a permis de mettre en évidence les spécificités de l'activité bancaire. Nous avons vu que la banque est une institution financière qui a pour fonction d'intermédiaire entre les agents économiques à travers différentes activités, telles que la collecte de dépôts, l'octroi de crédits et la gestion des moyens de paiement.

Les banques jouent un rôle crucial en collectant les dépôts des déposants et en les utilisant pour accorder des prêts aux emprunteurs. Cette fonction d'intermédiation permet de canaliser les ressources financières de manière efficace, en favorisant l'investissement et la croissance économique. Les banques agissent ainsi en tant qu'intermédiaires entre les épargnants et les emprunteurs, assurant la mobilisation des fonds et la redistribution des risques.

Nous avons également vu que les banques ont un rôle important à jouer en matière d'intermédiation financière, qui consiste à mobiliser l'épargne et à la diriger vers les investissements productifs. Cette fonction est essentielle pour assurer le financement de l'économie et favoriser la croissance économique.

Enfin, les spécificités de l'activité bancaire sont multiples et complexes, mais elles sont toutes liées à la fonction d'intermédiation entre les différents agents économiques. Les banques jouent un rôle crucial dans le fonctionnement de l'économie, en assurant la collecte et la mobilisation de l'épargne, et en finançant les projets des entreprises et des particuliers.

CHAPITRE 2

L'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire

Chapitre 02: L'impact des Nouvelles Technologies d'Information et de Communication sur l'activité bancaire .**Introduction**

Les Technologies d'Information et de Communication (TIC) ont eu un impact significatif sur l'activité bancaire. Les banques ont adopté de nouvelles technologies pour améliorer leurs services, réduire les coûts, attirer de nouveaux clients et accroître leur compétitivité.

Les services en ligne, tels que la banque en ligne, les applications mobiles et les services de paiement électronique, sont de plus en plus populaires et permettent aux clients de gérer leur argent à tout moment et en tout lieu. Les clients peuvent effectuer des opérations bancaires courantes, telles que le paiement de factures, le transfert de fonds et la consultation de leur solde de compte, sans avoir à se rendre physiquement dans une agence bancaire.

Les NTIC ont également permis aux banques d'automatiser de nombreuses opérations, telles que la vérification de l'identité du client, la gestion des comptes et la détection de fraudes. Les banques peuvent désormais utiliser des algorithmes pour évaluer le risque de crédit, ce qui permet de prendre des décisions plus rapides et plus précises sur les prêts.

Enfin, les technologies modernes ont également permis l'émergence de nouvelles formes de services financiers, telles que les prêts peer-to-peer et les plateformes de financement participatif, qui permettent aux investisseurs de financer directement des projets sans passer par les canaux traditionnels de financement.

Section 01: Généralités sur les TIC

Les TIC ont profondément transformé la façon dont les entreprises, les gouvernements et les individus communiquent, travaillent et vivent. En permettant une communication plus rapide et plus efficace, en facilitant l'accès à l'information et en permettant l'automatisation de nombreuses tâches. Les TIC ont également ouvert de nouveaux marchés et ont favorisé l'émergence de nouveaux modèles d'affaires.

1. Définition et caractéristiques des TIC**1.1. Définition des TIC**

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) désignent l'ensemble des technologies et des outils utilisés pour créer, stocker, traiter, partager et échanger des

informations. Elles englobent une variété de technologies, telles que les ordinateurs, les réseaux, Internet, les télécommunications, les appareils mobiles, les systèmes d'information géographique, la réalité virtuelle, la cyber sécurité, etc.²¹

Le terme Technologies de l'information et de la communication (TIC) résume les technologies utilisées pour traiter et transmettre l'information, principalement par les ordinateurs, Internet et les télécommunications. Dans un sens plus large, elles relèvent également du domaine des technologies de l'information et de la communication.²²

Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) désignent les TIC nouvellement inventées. Cependant, il n'y a pas de frontière entre les TIC et les NTIC, on peut donc raisonnablement se demander quand les NTIC vieilliront. Cela a conduit à une tendance à la disparition du terme.²³

1.2. Caractéristiques des TIC

Au cours des dernières décennies, les TIC ont continué à évoluer rapidement, avec l'avènement des réseaux sociaux, des smartphones, des applications mobiles, des objets connectés et de la réalité virtuelle. Les TIC ont eu un impact significatif sur la société, en transformant la façon dont les gens communiquent, travaillent et vivent.

Les TIC modernes sont caractérisées par plusieurs tendances clés, notamment :

- **La mobilité** : avec l'utilisation généralisée des smartphones et des tablettes, les utilisateurs peuvent accéder aux TIC à tout moment et n'importe où.
- **La connectivité** : l'Internet haut débit, les réseaux sociaux, les applications de messagerie et les plateformes de partage de contenu ont facilité la communication et la collaboration entre les individus à travers le monde.
- **La virtualisation** : la réalité virtuelle, la réalité augmentée et la réalité mixte ont permis de créer des environnements immersifs qui offrent de nouvelles opportunités pour l'éducation, le divertissement et la formation.
- **L'automatisation** : l'utilisation de l'Intelligence Artificielle, du Machine Learning et de la robotique ont permis de développer des systèmes autonomes capables de traiter des tâches complexes sans intervention humaine.

²¹SAIM Tahar, « L'impact des technologies de l'information et de la communication TIC dans la Fonction Ressources Humaines (FRH) », Mémoire pour l'obtention d'un diplôme de Magister en Management des entreprises, Ecole Doctorale d'Economie et de Management, 2012/2013, p. 26 .

²² <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/guide-to-measuring-information-and-communication-technologies-ict-in-education>, consulté le 20/04/2023.

²³K.DJAROUDIB Master ISI 2018, Module : Réglementation des TIC en Algérie

- **La sécurité** : la cyber sécurité est devenue une préoccupation majeure dans l'ère moderne des TIC, en raison de la prolifération des cyberattaques et des violations de données.²⁴

2. Les supports de communication des nouvelles technologies

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) ont apporté une variété de supports de communication pour les individus, les entreprises et les gouvernements. Voici quelques-uns des supports de communication les plus couramment utilisés dans le contexte des TIC :

- **Les e-mails** : les e-mails sont un moyen rapide et efficace de communiquer avec les autres par le biais d'Internet. Ils permettent l'envoi de messages texte, de pièces jointes et de liens vers des pages web.
- **Les réseaux sociaux** : les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, TikTok, etc. sont utilisés pour partager des informations, des photos, des vidéos et des opinions avec une audience plus large.
- **Les blogs et les forums** : les blogs et les forums sont utilisés pour partager des idées, des connaissances et des opinions avec d'autres personnes ayant des intérêts similaires.
- **La vidéoconférence** : la vidéoconférence permet aux utilisateurs de communiquer en temps réel avec des personnes à distance. Les applications telles que Skype, Zoom, Google Meet, etc. sont couramment utilisées pour les réunions en ligne, les appels vidéo et les webinaires.
- **Les sites web** : les sites web sont utilisés pour fournir des informations, des produits ou des services à une audience en ligne. Les sites web peuvent être statiques ou interactifs, et ils peuvent inclure du texte, des images, des vidéos, des formulaires, des chats en direct.
- **Les applications mobiles** : les applications mobiles sont des programmes téléchargeables pour les smartphones et les tablettes. Elles sont utilisées pour accéder à des services en ligne tels que la banque en ligne, les achats en ligne etc.²⁵

En résumé, les TIC ont introduit de nombreux supports de communication, qui offrent aux individus, aux entreprises et aux gouvernements des moyens plus rapides, plus efficaces et plus interactifs pour communiquer.

3. Les TIC un atout concurrentiel pour les entreprises

²⁴ Chunxiao Li, "Comprendre les caractéristiques des technologies de l'information et de la communication" 2020 publié dans le journal "Information Systems Frontiers", p 121-123.

²⁵ Detlev Marpe et Stefan Kaiser, "Digital Communication: Communication, Multimedia, Security" P 232-234.

Oui, les technologies de l'information et de la communication (TIC) peuvent offrir un avantage concurrentiel significatif aux entreprises. Voici quelques raisons pour lesquelles les TIC peuvent être un atout pour les entreprises :

- **Productivité accrue** : Les TIC peuvent aider à automatiser les processus d'affaires, à réduire les coûts et à augmenter la productivité en permettant aux employés de travailler plus efficacement.
- **Amélioration de la communication** : Les TIC permettent des communications plus rapides et plus efficaces entre les employés, les partenaires commerciaux et les clients.
- **Accès à de nouvelles opportunités commerciales** : Les TIC ont ouvert de nouveaux marchés en ligne et ont permis aux entreprises de vendre leurs produits et services à une audience mondiale.
- **Meilleure analyse des données** : Les TIC peuvent aider les entreprises à collecter, stocker et analyser de grandes quantités de données en temps réel, ce qui permet une meilleure prise de décision.
- **Création de nouveaux modèles d'affaires** : Les TIC ont permis l'émergence de nouveaux modèles d'affaires tels que le commerce électronique, la publicité en ligne, les services de cloud computing, etc.
- **Amélioration de l'expérience client** : Les TIC permettent aux entreprises de mieux comprendre les besoins et les préférences de leurs clients, et d'offrir des expériences personnalisées.²⁶

En combinant ces avantages, les TIC peuvent aider les entreprises à gagner un avantage concurrentiel significatif, en leur permettant de mieux répondre aux besoins de leurs clients, d'améliorer l'efficacité opérationnelle et d'innover dans leurs produits et services. C'est pourquoi les TIC sont devenues une priorité pour de nombreuses entreprises modernes, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité.

En résumé, cette section a mis en évidence l'ampleur des nouvelles technologies d'information et de communication, leurs importances dans le monde de travail ainsi que leurs développements.

Section 02: L'intégration des TIC dans l'activité des banques

²⁶C. Lovelock et D. Lapert, « marketing des services : stratégies, outils, management », Edition Publiunion 1996, page 32

L'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans l'activité des banques a connu une croissance exponentielle ces dernières années. Les NTIC ont permis aux banques d'améliorer leur efficacité opérationnelle, leur productivité, leur rentabilité et leur capacité à offrir des services innovants à leurs clients.

Parmi ses innovations on a :

1. L'informatisation et l'automatisation du secteur bancaire

L'informatisation et l'automatisation ont permis la mise en place de systèmes informatiques centralisés qui gèrent les opérations bancaires telles que les transactions, la gestion des comptes clients et la gestion des risques. Ces systèmes ont remplacé les processus manuels qui étaient utilisés auparavant et qui étaient souvent sujets aux erreurs humaines.²⁷

En outre, l'utilisation des NTIC a permis l'automatisation de nombreuses tâches administratives et opérationnelles, ce qui a permis aux banques de réduire les coûts et d'augmenter leur efficacité. Par exemple, l'automatisation des processus de traitement des chèques et des paiements a permis de réduire le temps nécessaire pour effectuer ces opérations.²⁸

1.1. Les rôles essentiels du système d'information

Le système d'information dans les banques remplit plusieurs fonctions essentielles. Voici quelques-unes des principales fonctions du système d'information dans les banques:

- **Gestion des opérations bancaires** : Le système d'information gère les opérations bancaires quotidiennes telles que les transactions, le traitement des chèques et des paiements, la gestion des comptes clients, la gestion des risques...
- **Prise de décision** : Le système d'information fournit des données précises et en temps réel qui permettent aux dirigeants des banques de prendre des décisions éclairées sur la gestion des risques, les investissements, les prêts, les acquisitions...
- **Gestion de la relation client** : Le système d'information permet aux banques de suivre les interactions avec les clients et de personnaliser les offres en fonction des besoins individuels des clients.
- **Sécurité et conformité** : Le système d'information assure la sécurité des données des clients tout en permettant aux banques de respecter les réglementations concernant la protection des données.

²⁷Cédric DENOEL « L'E-Banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète - t-il ? » En vue de l'obtention du Master en Sciences de Gestion, Université du Québec à Montréal ,2007/2008, page 19.

²⁸ <http://www.processmaker.com/fr/blog/how-automation-has-transformed-the-banking-sector>, consulté le 25/04/2023.

- **Amélioration de l'efficacité et de la productivité** : Le système d'information automatise de nombreuses tâches opérationnelles et administratives, ce qui réduit les coûts et augmente l'efficacité.
- **Innovation** : Le système d'information permet aux banques d'innover en proposant de nouveaux services, de nouveaux produits et de nouvelles méthodes de commercialisation.

1.2. Les objectifs clés du système d'information

Le système d'information dans les banques peut être vu comme un système à trois objectifs : le contrôle, la coordination et la décision.

- **Le contrôle** : Le système d'information est la mémoire de l'organisation, il enregistre et traite les informations relatives aux opérations bancaires passées, ce qui permet d'analyser l'évolution des situations et de détecter les anomalies. La fidélité des informations est donc une caractéristique importante du système d'information bancaire pour assurer un contrôle efficace des opérations.
- **La coordination** : Le système d'information joue également un rôle important dans la coordination des différentes activités de la banque. Il assure la circulation des documents électroniques et des informations entre les différents services pour permettre une coordination efficace. La rapidité est une caractéristique essentielle du système d'information pour garantir une coordination fluide et efficace.
- **La décision** : Le système d'information fournit également des informations pour aider à la prise de décision. En effet, il traite des informations sur le présent et le futur, ce qui permet de faire des analyses et de proposer des solutions pour la prise de décision. La pertinence des informations est donc une caractéristique cruciale du système d'information pour garantir une prise de décision éclairée.²⁹

2. L'intégration des nouvelles technologies par les banques

2.1. La banque à distance

La banque à distance permet donc de consulter le solde de ses comptes, de réaliser des virements et d'enregistrer des prélèvements ou encore de contacter son conseiller bancaire. Toutes les banques proposent un service de banque à distance, qui peut être payant ou gratuit.

²⁹MADOUR Karima et TIZA Zahia, « Le degré d'intégration des NTIC dans les PME et PMI Algériens le cas de Wilaya de Tizi Ouzou », Mémoire de licence, Université de formation continue, 2012/2013, p.p. 4-5.

L'accès au site peut se faire depuis un ordinateur, mais aussi depuis des applications mobiles. Les identifiants d'accès sont donnés par la banque au moment de la signature du contrat.³⁰

2.2. La monnaie électronique

La monnaie électronique est une forme de monnaie numérique qui permet d'effectuer des transactions financières électroniques. Contrairement aux monnaies traditionnelles, la monnaie électronique est stockée sur un support électronique, tel qu'une carte prépayée, un compte en ligne ou une application mobile. Elle peut être utilisée pour effectuer des paiements en ligne ou en magasin, ainsi que pour transférer des fonds entre particuliers.³¹

Les banques peuvent utiliser différents types de monnaie électronique pour offrir des services bancaires en ligne à leurs clients. Voici quelques exemples :

- **Les cartes de crédit et de débit** : Les cartes de crédit et de débit sont largement utilisées dans les banques pour effectuer des paiements électroniques. Les clients peuvent utiliser leurs cartes pour effectuer des paiements en ligne, en magasin ou retirer de l'argent à des distributeurs automatiques.
- **Les services de paiement mobile** : Les banques peuvent offrir des services de paiement mobile à leurs clients, permettant ainsi de payer avec son téléphone portable en utilisant des applications mobiles ou des services bancaires mobiles.
- **Les transferts électroniques de fonds** : Les banques peuvent proposer des transferts électroniques de fonds, permettant ainsi à leurs clients d'envoyer de l'argent à d'autres personnes ou à d'autres comptes bancaires.
- **Les porte-monnaie électroniques** : Les banques peuvent également proposer des porte-monnaie électroniques à leurs clients, leur permettant de stocker de l'argent électroniquement sur un compte en ligne. Les clients peuvent ensuite utiliser cet argent pour effectuer des paiements en ligne ou en magasin, ainsi que pour transférer des fonds à d'autres utilisateurs.
- **Les crypto-monnaies** : Bien que les banques n'utilisent pas encore largement les crypto-monnaies, certaines banques ont commencé à les intégrer dans leurs services bancaires. Les banques peuvent permettre à leurs clients d'acheter et de vendre des crypto-monnaies, ainsi que de les stocker sur des portefeuilles électroniques sécurisés.³²

³⁰BERNARD Michel, « Banque et nouvelles technologies », Edition Horizons bancaire, numéro 316, février 2003, page 21.

³¹Comité sur les paiements et les infrastructures de marché, Banque des règlements internationaux et Banque mondiale, « Payment Aspects of Financial Inclusion », avril 2016

³²David L. Stearns "La monnaie électronique et les systèmes de paiement en ligne : Une revue" publié dans le journal "International Journal of E-Business Research", p 21

2.3. Les DAB/GAB

Les DAB (distributeurs automatiques de billets) ou GAB (guichets automatiques bancaires) sont des dispositifs électroniques qui permettent aux clients des banques de retirer de l'argent liquide à tout moment, même en dehors des heures d'ouverture de la banque. Les DAB/GAB sont largement utilisés dans le monde entier et sont devenus un moyen courant pour les clients de retirer de l'argent rapidement et facilement.

Les DAB/GAB sont souvent situés dans des lieux publics tels que les centres commerciaux, les gares, les aéroports, les supermarchés et les stations-service, ainsi que dans les agences bancaires elles-mêmes. Ils sont souvent équipés d'un écran tactile et d'un clavier, permettant aux clients de naviguer dans les menus pour effectuer des transactions telles que des retraits, des dépôts, des virements et des consultations de solde.

Les DAB/GAB sont considérés comme un élément clé des services bancaires électroniques et ont considérablement amélioré la commodité et l'accessibilité des services bancaires pour les clients. Ils permettent également aux banques de réduire les coûts en réduisant le besoin de personnel pour effectuer des transactions en espèces.³³

2.4. Les TPE

Les TPE sont des dispositifs électroniques utilisés pour effectuer des paiements électroniques avec une carte de crédit ou de débit. Les TPE sont souvent utilisés dans les magasins, les restaurants, les hôtels et autres commerces pour accepter les paiements par carte.

Les TPE permettent aux commerçants de recevoir rapidement et facilement des paiements électroniques de leurs clients, sans avoir à manipuler de l'argent liquide. Les clients peuvent insérer ou glisser leur carte de crédit ou de débit dans le TPE, saisir leur code PIN et confirmer la transaction. Les TPE peuvent également être utilisés pour accepter les paiements sans contact, où le client n'a pas besoin d'insérer ou de glisser sa carte, mais peut simplement la tenir près du TPE pour effectuer le paiement.

Les TPE sont souvent fournis par les banques ou les prestataires de services de paiement, qui facturent des frais de traitement pour chaque transaction. Les TPE peuvent également être équipés de fonctionnalités supplémentaires telles que l'impression de reçus et la gestion des stocks.³⁴

³³ <http://www.boursedescredits.com>, consulté le 22/04/2023.

³⁴ <http://www.mypos.com/fr-fr/signification-du-tpe-definition-du-terminal-de-paiement-electronique>, consulté le 22/04/2023.

Cependant, comme pour les DAB/GAB, les TPE peuvent également être vulnérables aux attaques informatiques et aux fraudes, et doivent donc être protégés par des mesures de sécurité adéquates. Les commerçants doivent également se conformer aux normes de sécurité des données des cartes de paiement pour protéger les informations sensibles des clients.

2.5. L'E- Banking

L'e-Banking, ou banque en ligne, est un système bancaire qui permet aux clients d'accéder à leurs comptes bancaires et de réaliser des opérations bancaires via Internet. Les clients peuvent effectuer des transactions en ligne, tels que des virements bancaires, des paiements de factures, des consultations de soldes et des demandes de crédit.

Plusieurs définitions ont été données par différents analystes, mais toutes sont basées sur l'application de transactions provenant de différents médias électroniques.

En résumé, l'e-Banking est une méthode pratique et efficace pour les clients d'accéder à leurs comptes bancaires et de réaliser des opérations bancaires en ligne. Cependant, cela nécessite également des mesures de sécurité adéquates pour protéger les informations sensibles des clients et prévenir les risques de sécurité.³⁵

En conclusion, nous voudrions dire qu'il y a eu de nombreuses innovations et révolutions technologiques dans le secteur bancaire au cours des dernières décennies. Pour que les banques soient compétitives sur le marché, elles intègrent ce facteur dans leurs activités afin de bénéficier d'opportunités et d'avantages.

3 . Les technologies bancaires de l'avenir

Les technologies bancaires de l'avenir promettent de révolutionner l'expérience des clients, d'améliorer l'efficacité opérationnelle et de favoriser l'innovation. Dans cette section, nous explorerons les technologies bancaires émergentes qui façonneront l'avenir de l'industrie financière.

• **Intelligence Artificielle (AI) :** l'IA jouera un rôle central dans la transformation de l'expérience client bancaire. Les assistants virtuels basés sur l'IA fourniront une assistance personnalisée aux clients, répondant à leurs questions et les guidant dans leurs décisions financières.³⁶ L'IA permettra également de fournir des recommandations et des conseils adaptés à chaque client, en fonction de leurs préférences et de leur situation financière.

³⁵LAZREG Mohamed, « Développement de la Monétique en Algérie », Mémoire pour l'obtention d'un diplôme de Doctorat, Option Gestion, Université ABOU BAKR BELKAID TLEMCEN, 2014, p. 28

³⁶L'économie de l'intelligence artificielle, Revue d'économie financière (2019/3) (N° 135)

- **Blockchain** : une technologie de stockage et de transmission d'informations de manière décentralisée, sécurisée et transparente. Elle fonctionne comme un registre numérique public, où les transactions sont enregistrées sous forme de blocs interconnectés.³⁷ Chaque transaction est validée par un réseau de participants, ce qui rend la blockchain très sécurisée et résistante à la falsification des données. La blockchain est notamment connue pour être à la base des crypto monnaies telles que le Bitcoin, mais ses applications vont bien au-delà de la finance.
- **Open Banking**: Il permet aux clients des banques de partager leurs données financières avec des fournisseurs de services externes. L'objectif est de stimuler la concurrence et l'innovation, permettant aux clients de trouver les meilleures offres et de personnaliser leur expérience bancaire.
- **Internet des objets (IoT)**: Fait référence à un réseau de dispositifs physiques interconnectés³⁸, tels que des appareils domestiques, des véhicules, des capteurs et autres objets, qui peuvent collecter et échanger des données via Internet, permettant aux banques de suivre les dépenses des clients et d'offrir des services personnalisés.
- **L'analyse prédictive** : fait référence à l'utilisation de techniques et d'algorithmes d'analyse de données avancés pour prédire les événements futurs, les tendances et les comportements dans le secteur financier. Elle s'appuie sur l'exploitation des vastes quantités de données disponibles, telles que les historiques de transactions, les données démographiques des clients, les modèles de consommation, les données économiques, etc.

Section 03 : L'impact des nouvelles technologies sur la banque

Dans cette partie nous allons étudier l'impact que les nouvelles technologies ont sur la banque en générale et comment sont perçus ces changements par les personnes étant en contacte des établissements bancaire.

1. Les motivations des banques pour adopter les TIC

Les banques ont introduit les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) pour plusieurs raisons, notamment :

- **Améliorer l'efficacité opérationnelle** : Les banques peuvent utiliser les NTIC pour automatiser leurs processus internes, ce qui peut réduire les coûts et améliorer l'efficacité de leurs opérations. Par exemple, les banques peuvent utiliser des logiciels de gestion des processus pour automatiser les flux de travail de la demande de prêt.

³⁷Stéphane Loignon, Big Bang Blockchain , La seconde révolution d'Internet, Tallandier, (2017)

³⁸<https://www.oracle.com/internet-of-things/what-is-iot/> Consulté le 26/05/2023

- **Offrir des services en ligne** : Les banques peuvent offrir des services bancaires en ligne tels que la gestion de comptes, les virements électroniques et le paiement des factures. Cela permet aux clients de gérer leurs finances depuis chez eux, ce qui est plus pratique que de devoir se rendre en agence.
- **Améliorer l'expérience client** : Les banques peuvent utiliser les NTIC pour améliorer l'expérience client en proposant des services personnalisés, tels que la gestion de patrimoine, des outils de budgétisation et des conseils financiers. Les banques peuvent également utiliser des chat bots pour répondre aux questions des clients en temps réel.
- **Renforcer la sécurité** : Les banques peuvent utiliser les NTIC pour renforcer la sécurité des transactions bancaires. Par exemple, les banques peuvent utiliser des codes d'authentification à deux facteurs pour s'assurer que les transactions sont effectuées par des personnes autorisées.
- **Accroître la portée** : Les banques peuvent utiliser les NTIC pour accroître leur portée en touchant un plus grand nombre de clients. Les banques en ligne peuvent ainsi attirer des clients dans des régions où elles n'ont pas de présence physique.

2. L'impact des TIC sur l'activité bancaire

2.1. L'incidence technologique sur la fonction de la production

- **Diminution des coûts de production**: Pour réduire les coûts de production, les banques collectent plus d'argent auprès des pools. Cette dernière leur permet de mutualiser les investissements et de réaliser des économies d'échelle en répartissant les coûts fixes sur des volumes plus importants.
- **Passage d'une gestion traditionnelle de stock à une gestion de flux** : Grâce à l'automatisation des processus bancaires, les opérations sont désormais intégrées de bout en bout, de la demande initiale jusqu'à la réalisation finale. Les systèmes informatiques permettent de traiter en continu les transactions bancaires et de les suivre en temps réel, ce qui permet une meilleure gestion des risques et une réduction des délais de traitement.

2.2. L'influence de la technologie sur la fonction de distribution

La technologie a également eu un impact significatif sur la fonction de distribution des banques. Voici quelques-uns des impacts les plus importants :

- **Les canaux de distribution en ligne** : Les banques peuvent désormais offrir des services en ligne à leurs clients via des sites Web, des applications mobiles, des chat bots, des messageries instantanées et des réseaux sociaux. Cela permet aux clients de gérer leurs

comptes et d'effectuer des transactions en ligne, ce qui améliore leur commodité et leur satisfaction.

- **Les services bancaires mobiles** : Les services bancaires mobiles permettent aux clients d'accéder à leurs comptes bancaires depuis leur smartphone ou leur tablette, ce qui leur permet de réaliser des transactions à tout moment et en tout lieu. Les services bancaires mobiles sont devenus une nécessité pour les banques souhaitant rester compétitives.
- **Les guichets automatiques** : Les guichets automatiques sont devenus une norme dans l'industrie bancaire. Ils permettent aux clients de retirer de l'argent, de déposer des chèques, de vérifier leur solde et de réaliser d'autres transactions de base en libre-service.
- **Les centres d'appels** : Les centres d'appels permettent aux clients de contacter les banques pour obtenir de l'aide, poser des questions ou résoudre des problèmes. Les centres d'appels utilisent souvent des technologies avancées telles que la reconnaissance vocale et l'analyse du langage naturel pour améliorer l'efficacité et la qualité des interactions.³⁹

2.3. L'effet de la technologie sur l'efficacité des produits et la rentabilité bancaire

La technologie a un impact significatif sur l'efficacité des produits et la rentabilité des banques. Les banques ont investi massivement dans les technologies de l'information et de la communication (TIC) pour améliorer l'efficacité de leurs produits et services. Les technologies telles que l'automatisation des processus, l'intelligence artificielle et la blockchain ont permis de rationaliser les opérations bancaires et de réduire les coûts.

Les TIC ont également permis aux banques de développer de nouveaux produits et services, tels que les services de paiement mobile, les prêts en ligne, les portefeuilles numériques et les cartes bancaires sans contact. Ces nouveaux produits et services ont permis aux banques d'élargir leur clientèle et de mieux répondre aux besoins de leurs clients, tout en générant de nouvelles sources de revenus.

Les banques utilisent également les données pour améliorer l'efficacité de leurs produits et services. Les données clients sont collectées à partir de différentes sources, telles que les transactions, les réseaux sociaux et les sondages, et sont analysées pour mieux comprendre les besoins des clients. Les banques utilisent ensuite ces informations pour personnaliser les produits et services en fonction des besoins spécifiques des clients, ce qui améliore leur satisfaction et leur fidélité.

³⁹<http://www.sia-partners.com/fr/publications/publications-de-nos-experts/la-distribution-bancaire-a-horizon>, consulté le 13/05/2023.

Enfin, la technologie a permis aux banques de réduire les coûts opérationnels en automatisant les processus et en réduisant les erreurs manuelles. Cela a permis aux banques de proposer des produits et services à des coûts plus bas, tout en augmentant leur rentabilité.⁴⁰

2.4. L'impact des nouvelles technologies sur la démarche marketing

Les nouvelles technologies ont eu un impact significatif sur la démarche marketing des banques. Les banques utilisent maintenant des outils de marketing numérique pour promouvoir leurs produits et services, atteindre de nouveaux clients et fidéliser leur clientèle existante.

Les réseaux sociaux sont devenus un canal de marketing important pour les banques. Les banques utilisent les réseaux sociaux pour promouvoir leurs produits et services, interagir avec leurs clients et surveiller leur réputation en ligne. Les banques peuvent également utiliser les réseaux sociaux pour collecter des données sur leurs clients, telles que leurs préférences et leurs comportements d'achat, et personnaliser leur expérience en fonction de ces données.

Les banques utilisent également des outils d'analyse de données pour comprendre les besoins et les comportements de leurs clients. Les données sont collectées à partir de différentes sources, telles que les transactions, les réseaux sociaux et les sondages, et sont analysées pour identifier les tendances et les modèles. Les banques peuvent alors utiliser ces informations pour personnaliser leur offre de produits et services en fonction des besoins spécifiques de chaque client.

Les banques utilisent également des outils de communication numériques, tels que les courriels et les SMS, pour atteindre leurs clients. Les courriels et les SMS peuvent être personnalisés en fonction des préférences de chaque client, ce qui améliore leur engagement et leur fidélité.

Enfin, les banques utilisent la technologie pour améliorer leur expérience client. Les applications mobiles et les sites Web conviviaux permettent aux clients de gérer leurs comptes, d'effectuer des transactions et de contacter le service clientèle en ligne. Les chat bots et les messageries instantanées permettent également aux clients de communiquer avec des représentants du service clientèle en temps réel, ce qui améliore leur satisfaction globale.⁴¹

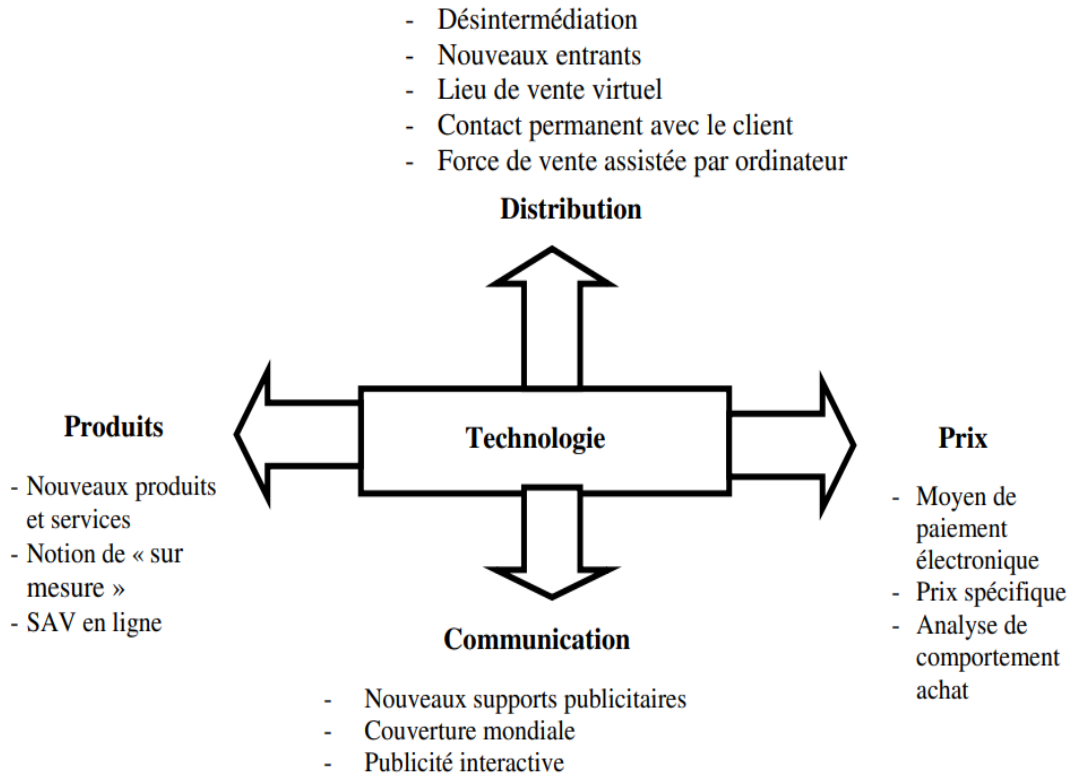
2.4.1. L'impact des TIC sur le marketing mix

⁴⁰TOUFAILY 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 A Montréal, Juin 2004, p.p. 88-89

⁴¹ADALA, A., & DJELLAM, A. (2015). Le rôle du marketing digital dans l'amélioration de la performances des banques commerciales Algérienne, étude analytique statistique. Finances et marchés, pp. 26-44.

L'évolution technologique conduit à remettre en cause le concept traditionnel du « marketing mix » comme le montre le schéma N°02, les quatre principales variables du « marketing mix » sont directement concernées.

Schéma N°02 : Influence de la technologie sur le marketing mix



Source: BADOE, LAVAGSSIERE et COPIN, « E-marketing de la banque et de l'Assurance », Edition Organisation (1998), page 22.

• **Le produit:** Les clients peuvent collaborer directement avec les banquiers et les grossistes pour créer des produits personnalisés. L'information devient la principale ressource de production. Cette évolution nécessite une redéfinition de la profession bancaire et une collaboration plus étroite avec d'autres secteurs, tant dans la fabrication que dans la distribution des produits et services.

• **Le prix:** À mesure que les nouvelles technologies progressent, les variables de prix doivent être revues compte tenu de l'élimination potentielle des intermédiaires et de la transparence accrue avec l'émergence des marchés virtuels. Les comparaisons de prix sont instantanées, il apparaît donc qu'il existe un prix pour chaque destinataire. Le prix est plus corrélé à la valeur ajoutée perçue par les clients qu'aux coûts de fabrication des produits, et la notion psychologique de prix liée à l'image, l'influence de la communication et le talent des commerciaux sont profondément remis en cause. Les concessionnaires ne fixent plus le prix.

- **La distribution:** L'émergence des canaux virtuels offre aux banques de nouvelles opportunités pour acquérir et fidéliser de nouveaux clients. Les canaux des agences bancaires et les guichets automatiques ne sont plus les seuls moyens de communication, ils modifient le comportement des clients, font tomber les barrières du temps et de l'espace, s'informent et effectuent des demandes sans passer par les réseaux de communication traditionnels.
- **La communication:** Les médias classiques doivent être repensés dès qu'ils perdent de leur impact qualitatif. De nouveaux modes sont apparus qui tiennent compte de l'évolution des tendances et de l'évolution technologique.⁴²

Conclusion

Les nouvelles technologies ont un impact énorme sur les opérations bancaires. En fait, la banque est une industrie de services dont le succès dépend des personnes, des capitaux et des technologies de l'information et de la communication.

L'urgence d'intégrer les nouvelles technologies est soulignée par les banques. Cela est dû à la nécessité de réduire les coûts administratifs et de distribution afin de rester compétitif dans un environnement de déréglementation et de mondialisation qui accroît la concurrence. Le développement des TIC a sans aucun doute favorisé le développement des relations de service. La relation entre les banques et les nouvelles technologies n'est pas nouvelle, mais c'est l'impact des TIC qui va approfondir notre compréhension des comportements d'achat et de la personnalisation des services.

Les nouvelles technologies rendent également les produits financiers plus compétitifs et la vulgarisation des réseaux favorise le développement financier. Ainsi, les nouvelles technologies de communication ont permis aux banques d'offrir des services 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

De plus, l'utilisation des technologies de l'information avancées a un impact décisif sur la réduction des coûts d'exploitation (frais administratifs, coûts de main-d'œuvre, frais de publicité, etc.), optimisant la rentabilité des banques.

Les banques de la Wilaya de Bejaïa bénéficient-elles des nouvelles technologies de l'information et de la communication ?

Dans le prochain chapitre, grâce à des recherches pratiques, nous verrons si la wilaya de Bejaia bénéficie de ce facteur important.

⁴²Badoc. M., Lavagssière.B, Copin.E, 1998, e_ marketing de la banque et de l'assurance, 2^{ème} édition, Edition d'organisations, Paris.

CHAPITRE 3

*L'impact des nouvelles technologies sur
l'activité bancaire au sein de la Wilaya de
Bejaïa*

Introduction

Afin d'atteindre notre objectif principale, consistant à analyser l'impact de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) sur l'activité bancaire, nous avons opté pour des enquêtes auprès de deux échantillons : 12 agences bancaires et 50 clients, à travers deux questionnaires, afin de mieux comprendre et recueillir les données nécessaires à notre étude.

Dans un premier temps, nous présenterons l'espace bancaire de la wilaya de Bejaia dans lequel se déroule notre étude, en mettant en évidence les acteurs et les enjeux du secteur. Nous aborderons les principales institutions financières présentes dans la région, ainsi que les défis auxquels elles sont confrontées en matière d'adoption des TIC et de transformation numérique.

Ensuite, nous décrirons les différentes étapes méthodologiques que nous avons suivies pour mener à bien notre enquête, en expliquant les choix que nous avons faits en termes de population cible, de type de questionnaire, de mode de collecte des données. Nous discuterons également des critères de sélection des participants à l'enquête, ainsi que des méthodes statistiques employées pour analyser les données recueillies.

Enfin, nous procéderons à l'analyse des résultats obtenus, en mettant en évidence les principales tendances qui se dégagent de notre enquête. Nous chercherons notamment à comprendre l'impact des TIC sur les services bancaires proposés, ainsi que sur les attentes des clients en termes d'innovations. Nous examinerons également les défis et les opportunités que représentent ces technologies pour les banques, en termes d'efficacité opérationnelle, de gestion des risques et de satisfaction de la clientèle.

Cette étude contribuera à une meilleure compréhension de l'évolution du secteur bancaire dans la wilaya de Bejaia et, plus largement, en Algérie, face aux défis posés par les TIC. Elle permettra également d'identifier les meilleures pratiques et les stratégies gagnantes pour les banques qui cherchent à tirer parti des opportunités offertes par la révolution numérique, tout en répondant aux attentes croissantes de leurs clients en matière de services bancaires innovants et personnalisés.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête**Section 01 : Présentation du réseau bancaire de la wilaya de Bejaia****1. Présentation du paysage bancaire de la wilaya de Bejaia**

La wilaya de Bejaia l'une des régions les plus dynamiques d'Algérie en termes d'activité économique importante, ce qui a conduit à une forte demande de services bancaires de la part des entreprises et des particuliers.

Les six (06) banques publiques présentes dans la région sont des acteurs majeurs du secteur bancaire algérien. La Banque Nationale d'Algérie (BNA) est une des plus grande banques publiques du pays et offre une gamme complète de services bancaires aux entreprises et aux particuliers. La Banque Extérieure d'Algérie (BEA) est spécialisée dans les opérations internationales et les échanges commerciaux. La Banque de Développement Local (BDL) est spécialisée dans le financement des projets de développement local. La Banque Agricole et de Développement Rural (BADR) est spécialisée dans le financement de l'agriculture et du développement rural. La Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance (CNEP) est spécialisée dans l'épargne et la prévoyance. Enfin, la Caisse Populaire d'Epargne et de Crédit Agricole Mutuel (CPA) est spécialisée dans le financement des petites et moyennes entreprises.

Les dix (10) banques privées présentes dans la région sont des filiales de grands groupes bancaires internationaux. La Société Générale, la Natixis et la BNP El Djazair sont des filiales de banques françaises. ABC, Al Baraka et AL Salam Bank sont des filiales de groupes Bahreïniens, Housing Bank de Jordanie, FRANSA Bank du Liban, AGB est une banque du Kuwait et Trust Bank est une filiale d'un groupe basé à Chypre.

Ces banques privées apportent une expertise supplémentaire grâce à leurs affiliations internationales et contribuent à la diversification du paysage bancaire de Bejaia

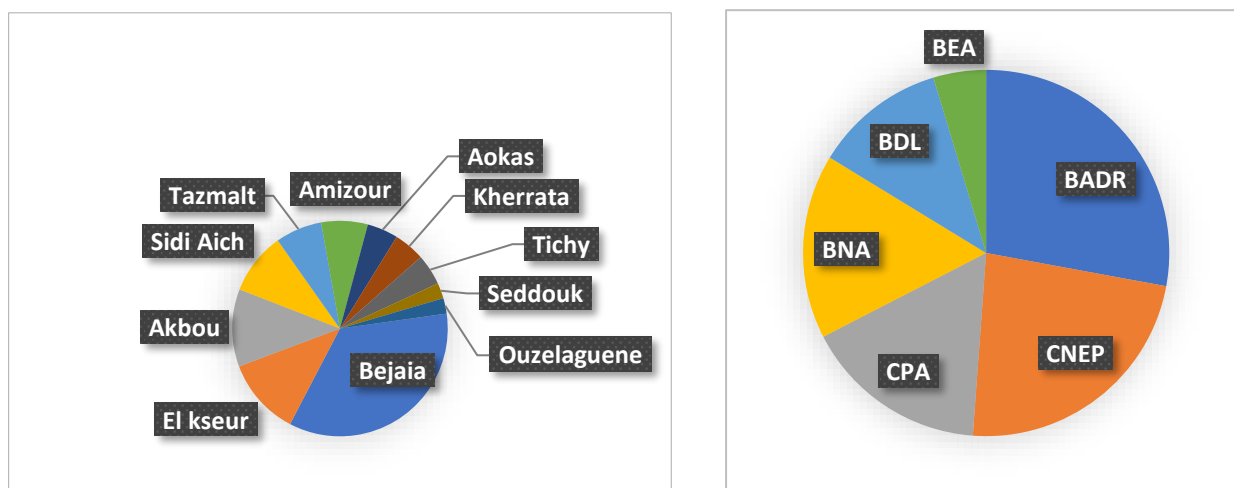
2. Organisation du réseau bancaire public dans la wilaya de Bejaia**Tableau N°01 : Répartition du réseau bancaire public au niveau de la Wilaya**

	BADR	CNEP	CPA	BNA	BDL	BEA	TOTAL	Taux%
Bejaia	2	3	3	3	2	2	15	34,88%
El Kseur	1	1	1	1	1	-	5	11,63%
Akbou	1	1	1	1	1	-	5	11,63%
Sidi Aich	1	1	1	-	1	-	4	9,30%
Tazmalt	1	1	-	1	-	-	3	6,98%
Amizour	1	1	1	-	-	-	3	6,98%
Aokas	1	-	-	1	-	-	2	4,65%
Kherrata	1	1	-	-	-	-	2	4,65%
Tichy	1	1	-	-	-	-	2	4,65%
Seddouk	1	-	-	-	-	-	1	2,33%
Ouzalaguene	1	-	-	-	-	-	1	2,33%
Total	12	10	7	7	5	2	43	100%
Taux %	27,91%	23,26%	16,28%	16,28%	11,63%	4,65%	100,00%	

Source: à partir des données collectées.

Nous pouvons distinguer que le réseau bancaire public dans la Wilaya de Bejaia est composé de (43) agences. La (BADR) est en effet la banque la plus présente dans la région, avec 12 agences implantées dans la wilaya et qui couvrent le plus de zones possibles, soit 11 communes de Bejaia a un taux de concentration de 27,9%, suivie par la (CNEP) qui est également présente de manière significative avec 10 agences réparties dans 08 communes a un taux de 23,2%. Le réseau de la (CPA) compte quant à lui 7 agences situées dans 6 communes, sa densité est évaluée de 16,2%. La (BNA) est également présente à Bejaia avec 7 agences distribuées dans 5 communes couvrant aussi 16,2%. Quant à elle, la (BDL) est composé de 5 agences, couvrant 4 communes avec un taux de 11,6%. Enfin, la (BEA) est caractérisée par une présence limitée à la fois dans la wilaya de Bejaia et au niveau national, avec seulement 2 agences qui représentent 4,65% du total. La plupart des agences sont dirigées par leurs Directions Régionales implantées au chef-lieu.

Figures N°01 : Répartition des banques publiques



Source: à partir des données collectées

Nous avons constaté que sur les 52 communes que compte la wilaya, seules 11 d'entre elles disposent d'agences bancaires publiques (taux de couverture 21,15%). Cela signifie que les besoins en services bancaires ne sont pas couverts dans les autres communes.

Une concentration du réseau bancaire dans la commune de Bejaia représentant un taux de 34,9% suivie par les communes d'El Kseur et Akbou, soit 11,63% chacune.

3. Organisation du réseau bancaire privé dans la wilaya de Bejaia

Tableau N°02 : Répartition du réseau bancaire privé au niveau de la Wilaya.

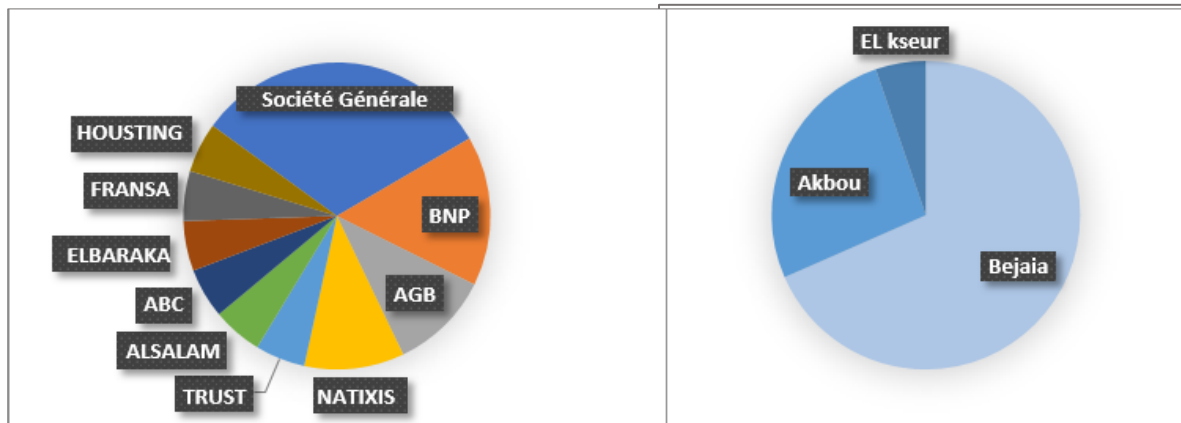
Commune \ Banque	Bejaia	Akbou	El Kseur	Total	Taux %
Société Générale	3	2	1	6	31,58%
BNP	2	1	-	3	15,79%
AGB	1	1	-	2	10,53%
NATIXIS	1	1	-	2	10,53%
TRUST	1	-	-	1	5,26%
AL SALAM	1	-	-	1	5,26%
ABC	1	-	-	1	5,26%
EI BARAKA	1	-	-	1	5,26%
FRANSA	1	-	-	1	5,26%
HOUSTING	1	-	-	1	5,26%
TOTAL	13	5	1	19	100%
Taux %	68,42%	26,32%	5,26%	100%	

Source: à partir des données collectées.

Plusieurs banques de différentes nationalités ont établi leur présence au sein de la Wilaya de Bejaia, la Société Générale est la plus présente et 6 agences distribuées sur 3 zones avec un taux de présence de 31,6%, BNP-Paribas en possède 3 implantées dans 02 villes ce

qui représente 15,8%, NATIXIS et AGB en comptent 2 dans deux villes différentes avec un taux de 10,5% chacune. Quant à ABC, TRUST Bank, EL BARAKA, FRANSA banque, Housing Bank et AL Salam Bank sont d'autres banques qui ont établi une présence à Bejaia, bien que chacune avec une (01) seule agence.

Figures N°02 : Répartition des banques privées



Source: à partir des données collectées.

Malgré les potentialités et les avantages offerts par la région en termes d'évolution économique et de développement rapide des investissements, le réseau bancaire privé compte (19) agences réparties entre 10 banques qui couvrent seulement 3 communes sur 52, à savoir un taux de couverture qui n'atteint même pas les 6% de l'ensemble de la région. 68,4% des banques privées s'implantent au chef-lieu (Bejaia), 26,3% à Akbou et 5,26% à El Kseur.

Section 02 : présentation de l'enquête et la démarche méthodologique

Dans le cadre de notre étude, nous avons choisi de mener une enquête sur le terrain à l'aide de questionnaires et d'entretiens avec les acteurs du secteur ainsi que les clients concernés, car cette approche s'aligne parfaitement avec notre recherche. Cette méthode nous permet de recueillir des informations réelles et fiables pour répondre aux questions liées à notre problématique.

Notre étude a suivi une démarche méthodologique structurée en plusieurs étapes. Tout d'abord, nous avons effectué une revue de la littérature et mené des recherches en ligne afin d'identifier les concepts clés liés à notre problématique. Cette étape nous a permis de définir les variables à étudier et les hypothèses de recherche à tester.

Ensuite, nous avons conçu des questionnaires pour collecter des données quantitatives auprès des participants. Ces questionnaires ont été soigneusement élaborés pour répondre aux hypothèses de recherche et recueillir des données pertinentes pour notre étude.

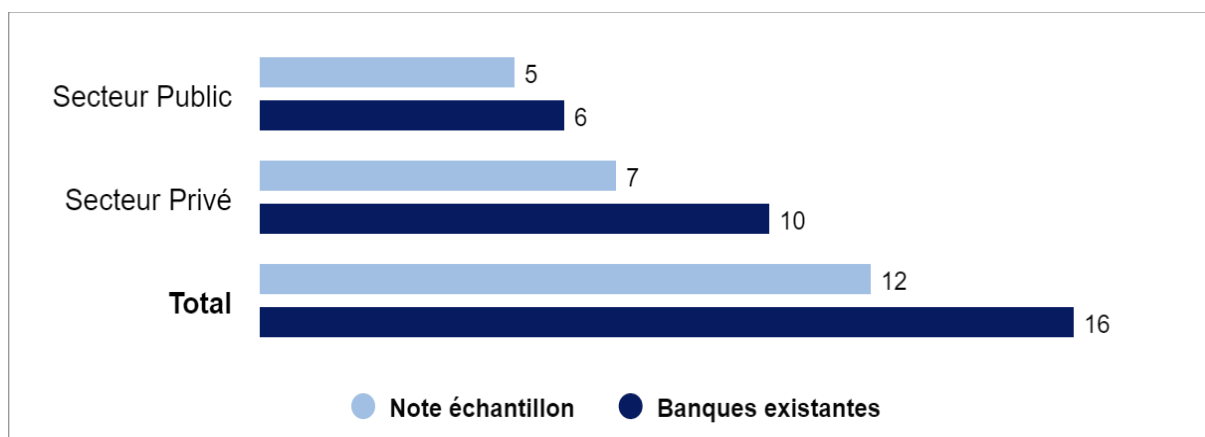
Par la suite, nous avons procédé à la collecte des données en distribuant les questionnaires aux participants sélectionnés. Les données collectées ont été analysées à l'aide de méthodes statistiques telles que Excel et Sphinx IQ3. Ces analyses ont permis de répondre aux hypothèses de recherche et de formuler des recommandations.

1. Le processus de sélection de l'échantillon (banques)

Notre enquête de terrain s'est déroulée au niveau de la wilaya de Bejaia, ce qui nous a permis de recueillir des données inédites et de mieux appréhender la réalité des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans cette région. Le nombre de agences bancaires incluses au préalable dans notre étude sont 13, comprenant 6 banques publiques et 7 banques privées, 12 banques ont généreusement accepté de participer à notre étude : BNA, BDL, BADR, CPA, CNEP, BNP, Société Générale, AGB, ABC, Trust Bank et Al Salam Bank.

Tableau N°03 : Echantillon de notre enquête (banques).

Questionnaires distribués	13
Questionnaires récupérés	12
Taux de réponse %	92%

Figure N°03 : Répartition des banques existantes et de notre échantillon par nature

Source : A partir des résultats de l'enquête.

Notre choix d'échantillon pour cette étude s'est basé sur une représentativité significative des différentes catégories de banques existantes dans la wilaya de Bejaia. En effet, nous avons inclus 75% des banques, 5 banques publiques sur un total de 6, ce qui représente une couverture exhaustive de cette catégorie à 83,33%. De plus, nous avons également pris en compte 7 banques privées sur un total de 10 qui représente une proportion de 70% du total, afin d'avoir une représentation pertinente de ce secteur.

2. Le Questionnaire (banques)

Notre questionnaire pour les agences (**Annexe N°01**), est divisé en quatre parties distinctes, chacune abordant un aspect spécifique de notre étude :

- Informations générales: collecte de données démographiques des répondants, afin de mieux comprendre le profil des participants à l'enquête.
- Utilisation des nouvelles technologies dans les agences bancaires : le niveau d'adoption des nouvelles technologies dans les agences bancaires et leur impact sur les processus opérationnels.
- Apport des TIC sur les agences bancaires : exploration des avantages perçus des nouvelles technologies et identification des défis liés à l'intégration des NTIC dans les agences bancaires.
- Perspectives d'avenir et innovations : orientations futures des agences bancaires en matière de nouvelles technologies, et domaines où ils envisagent des améliorations et les innovations.

3. Le processus de sélection de l'échantillon (clients)

L'échantillon est composé de 50 personnes, représentant une diversité de profils de clients au sein des agences bancaires de la wilaya de Bejaia. Nous avons pris soin de

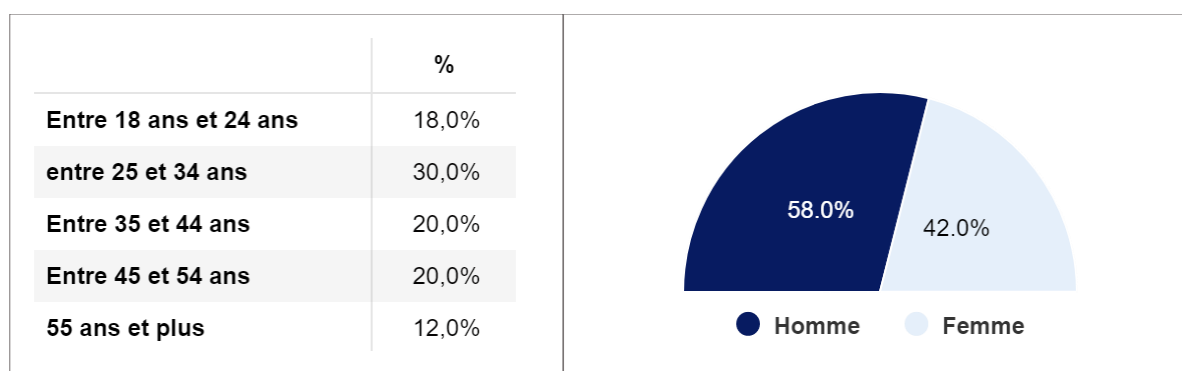
sélectionner des participants appartenant à différentes tranches d'âge et catégories socio-professionnelles, ainsi que différentes banques, afin de garantir une représentativité maximale.

Chaque participant a été choisi de manière aléatoire et a accepté volontairement de prendre part à cette étude. Les réponses aux questions du questionnaire nous permettront de mieux comprendre les besoins, les préférences et les expériences en matière de services bancaires.

Tableau N°04 : Echantillon de notre enquête (clients)

Questionnaires distribués	62
Questionnaires récupérés	50
Taux de réponse %	82%

Figure N°04 : Répartition de notre échantillon de clients selon le sexe et la tranche d'âge.



Source: à partir des résultats de l'enquête.

4. Le Questionnaire (clients)

Le questionnaire (**Annexe N°02**) que nous avons élaboré vise à recueillir l'opinion des clients des agences bancaires de la wilaya de Bejaïa sur l'utilisation des nouvelles technologies dans les services bancaires. Composé de 20 questions, il aborde divers aspects de l'expérience des clients et de leur utilisation des technologies.

Ce questionnaire a été conçu pour comprendre les attentes, les préférences et les besoins des clients en matière de services bancaires numériques. Les questions portent notamment sur l'utilisation des applications mobiles, des services en ligne, des guichets automatiques, des paiements électroniques, de la sécurité des transactions en ligne, de la satisfaction globale vis-à-vis des services bancaires.

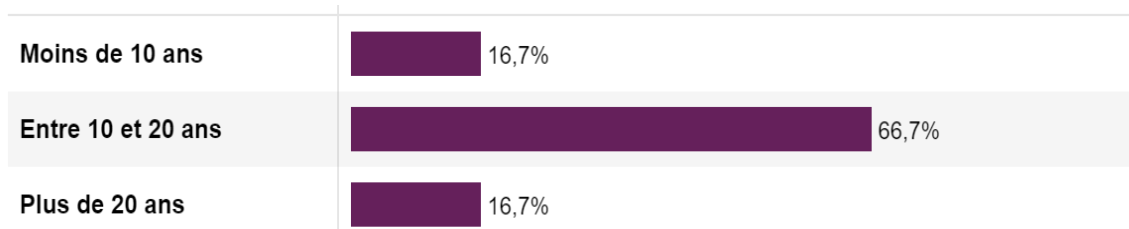
Section 03: Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

1. Analyse et interprétation des résultats de l'enquête sur les banques

1.1. Information générale

1.1.1. Expérience dans le secteur bancaire

Figure N°05 : Ancienneté des agences de la wilaya



Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Notre enquête révèle que la plupart des agences (66,7%) ont une ancienneté qui varie entre 10 et 20 ans, tandis que 16,7% ont une expérience dans le domaine, qui dépasse les 20 ans, et 16,7% ont moins de 10 ans d'activité.

Dans l'ensemble, ces résultats suggèrent que le secteur bancaire de la wilaya de Bejaia présente un mélange d'institutions bien établies et d'acteurs plus récents, contribuant ainsi à la diversité et à la compétitivité du marché. La stabilité et l'expérience des agences plus anciennes peuvent apporter une crédibilité et une confiance supplémentaires, tandis que les agences plus récentes peuvent apporter une perspective innovante et adaptée aux besoins émergents des clients.

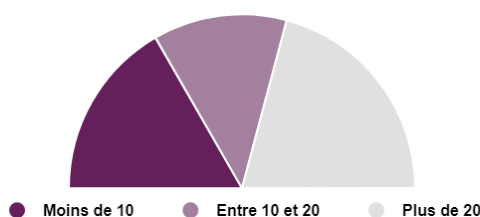
1.1.2. Clientèle ciblée par les banques

Les 12 banques interrogées (100%) ciblent toutes les catégories de clientèle, à savoir les particuliers, les professionnels et les entreprises.

Cette approche démontre une volonté bancaire de diversifier la base de clientèle et d'offrir des produits et services adaptés à différents segments, ce qui leur permet d'augmenter leur part de marché et de renforcer leur position concurrentielle.

1.1.3. Effectifs actuels des agences bancaires

Figure N°06 : Effectif des agences bancaires



Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Parmi les 12 banques interrogées, 5 banques (41,7%) ont un effectif de plus de 20 personnes, 4 ont un effectif variant entre 10 et 20 personnes (33,3%), les 3 autres banques (25%) ont un effectif de moins de 10 personnes. On a remarqué que les banques publiques ont généralement un effectif plus important que les banques privées en raison de leur plus grande taille et portée, ainsi que de leurs missions élargies. De plus, les réglementations spécifiques et les obligations légales auxquelles elles sont soumises en tant que banques d'État peuvent nécessiter un personnel supplémentaire.

1.2. Utilisation des nouvelles technologies dans l'agence bancaire

1.2.1. Les services technologiques utilisés par les banques

Toutes les banques adoptent les différentes technologies et services de paiement. Cela démontre leur engagement à adopter et à intégrer pleinement les nouvelles technologies dans leurs offres de services et suggère également une volonté d'offrir des solutions bancaires modernes et pratiques pour répondre aux besoins et aux attentes des clients. La prise en compte de ces nouvelles technologies peut contribuer à simplifier les transactions financières, à améliorer l'accessibilité des services bancaires et à renforcer la sécurité des opérations.

1.2.2. Utilisation des cartes bancaire

Toutes les banques de notre échantillon utilisent des cartes bancaires, avec différents types ; CIB, Visa, Mastercard, Classique, Gold, Corporate ..etc. Cette diversité de types de cartes suggère une gamme variée d'options pour répondre aux besoins spécifiques des clients.

1.2.2.1. Nombre de porteurs de cartes

Résultats : Sur les 12 banques interrogées, 8 n'ont pas fourni de chiffres précis concernant le nombre de porteurs de cartes, cela pourrait indiquer que les banques préfèrent ne pas divulguer de chiffres précis. Tandis que les 4 autres ont mentionné des informations incertaines. Tout ça, limite la compréhension de la portée exacte de l'utilisation des cartes bancaires dans la région.

1.2.2.2. Développement des cartes bancaires

Figure N°07 : Niveau de développement des cartes bancaire chez les agences



Source : A partir des résultats de l'enquête.

Tableau N° 05 : développement des cartes bancaires selon l'ancienneté des agences :

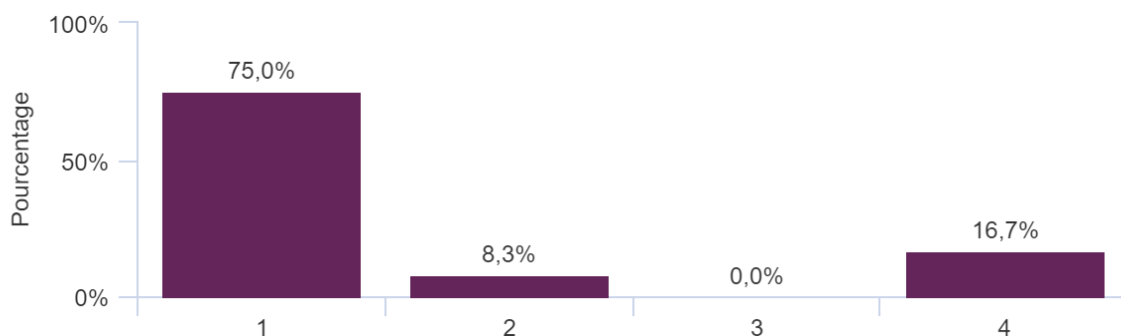
Ancienneté des Banques	Faible	Moyen	Fort	Total
Moins de 10 ans	0%	8,33%	8,33%	16,67%
Entre 10 et 20 ans	0%	16,67%	50%	66,67%
Plus de 20 ans	0%	0%	16,67%	16,67%
Total	0%	25%	75%	100%

Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : L'analyse du tableau révèle une corrélation significative entre l'ancienneté des agences bancaires et leur niveau d'utilisation des cartes bancaires. Les agences ayant moins de 10 ans d'ancienneté ont une faible utilisation de cartes bancaires, représentant 16,67% du total. En revanche, les agences ayant entre 10 et 20 ans d'ancienneté montrent une utilisation moyenne de 66,67%, tandis que les agences de plus de 20 ans ont une forte utilisation à hauteur de 16,67%. Globalement, on observe une tendance croissante d'utilisation des cartes bancaires avec l'ancienneté des agences.

1.2.3. Nombre de GAB/DAB disponibles dans chaque agence

Figure N°08 : Nombre de GAB/DAB disponibles dans les agences



Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : La majorité des agences (75%) disposent d'un seul DAB, avec quelques-unes ayant une présence plus importante de ces appareils.

Cela peut être dû à des considérations telles que la taille de l'agence, la demande de services bancaires en espèces et les contraintes d'espace physique. Ces agences se sont probablement concentrées sur l'installation d'un DAB pour répondre aux besoins de base de leurs clients en matière de retraits d'espèces et virements.

1.2.3.1. Fréquence d'utilisation des GAB/DAB

Résultats : Parmi les 12 banques interrogées, 3 d'entre elles ont indiqué effectuer en moyenne plus de 100 opérations par jour, tandis qu'une banque a mentionné une moyenne de 50 opérations par jour. De plus, 4 autres banques ont signalé des chiffres allant de 1 million à 1,5 million de Dinars par jour. Cela suggère une utilisation régulière des GAB/DAB, avec certaines banques traitant un volume d'opérations plus élevé que d'autres. Il convient de noter que les 4 banques restantes n'ont pas fourni de réponse à cette question.

1.2.3.2 Développement des GAB/DAB

Sur les 12 banques, 9 d'entre elles voient un fort développement des GAB/DAB, tandis que les 3 autres considèrent que le développement est moyen.

Cette perception positive de la croissance des GAB/DAB indique que les banques reconnaissent l'importance de ces appareils en tant que canal de services bancaires et leur potentiel d'expansion.

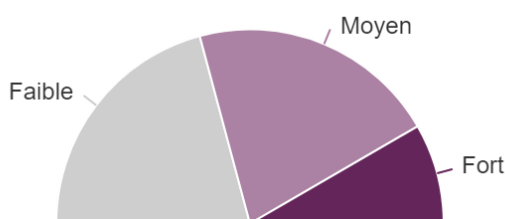
1.2.4. Nombre de TPE par agence

Résultats : Il est important de noter que certaines banques n'ont pas répondu à cette question. Le taux de réponse à cette question ne dépasse pas les 42%, 25% en fournissant des chiffres modérés allant de 10 à 100 TPE, et 16,7% des banques comptent une moyenne de 200, ces chiffres étaient accompagnés de fréquences d'utilisation relativement faibles, allant de 10 à 30 transactions par jour.

Analyse : Ces résultats soulignent que malgré l'adoption généralisée des TPE dans les banques interrogées, certaines d'entre elles ont mis en place un nombre limité de terminaux. Les coûts associés à l'utilisation des TPE (en particulier pour les petites entreprises) et l'accès limité à l'infrastructure nécessaire (en particulier dans les zones rurales ou moins développées) peuvent être des facteurs dissuasifs.

1.2.4.1. Développement des TPE

Figure N°09 : Niveau de développement des TPE chez les banques



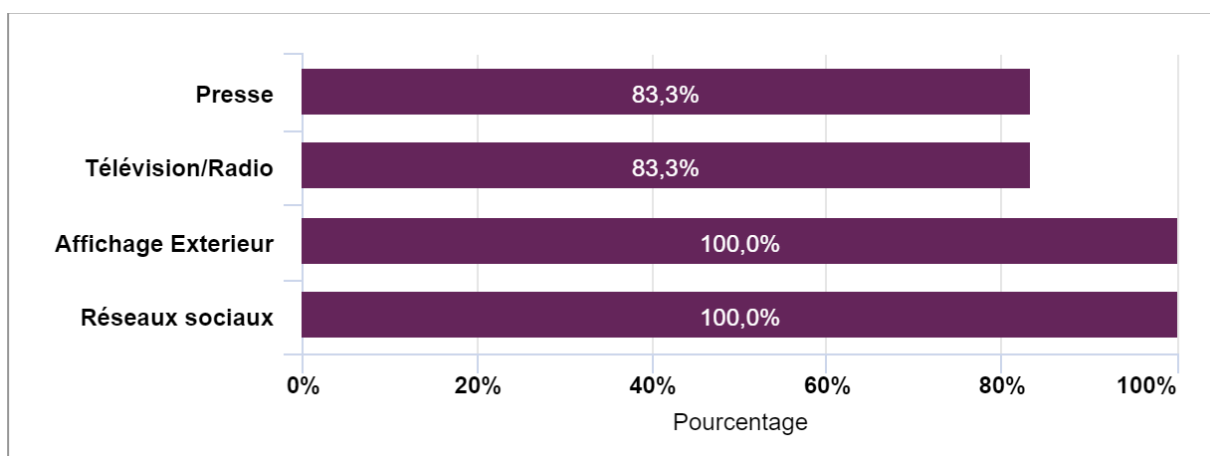
Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Parmi les banques interrogées, 41,7% considèrent que le développement des TPE est faible, 41,7% le jugent moyen et 16,7% (soit 2/12) estiment qu'il est fort.

Il y a plusieurs raisons pour lesquelles les TPE ont un développement assez faible telles que les habitudes de paiement, ainsi que la méconnaissance et la compréhension limitée des avantages et du fonctionnement des TPE peut entraîner une stagnation de ces dispositifs.

1.2.5. Utilisation des outils de communication

Figure N°10 : Les canaux de communication et d'information utilisés par les banques



Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : La plupart des banques utilisent une combinaison d'outils de communication pour atteindre leur public cible. Ces choix stratégiques démontrent l'importance accordée à la communication pour diffuser des informations essentielles telles que les nouveaux produits, les promotions et les mises à jour réglementaires. Les canaux tels que la presse, la télévision, la radio, l'affichage extérieur et les réseaux sociaux sont utilisés en fonction de leur portée et de leur capacité à permettre une communication interactive et un engagement avec les clients.

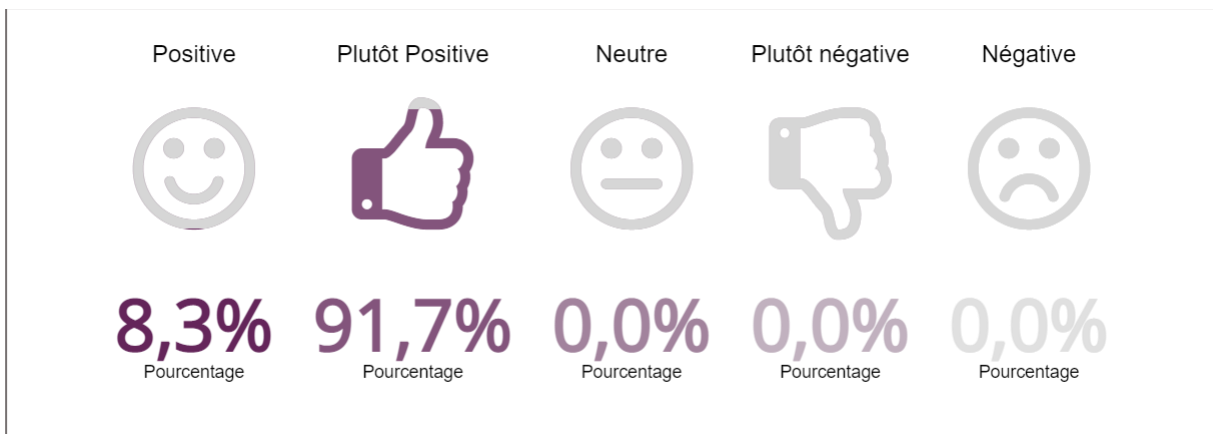
1.2.6. Disposition d'un site web

Toutes les banques disposent d'un site web, cela souligne l'importance de la présence en ligne pour les banques, leur permettant de fournir des informations sur leurs produits, services et offres aux clients potentiels et existants.

1.3. L'apport des Nouvelles technologies sur les agences bancaires

1.3.1. L'avis des banques sur la perception des clients vis-à-vis de l'utilisation des TIC

Figure N°11 : L'avis des banques sur la perception des clients vis-à-vis de l'utilisation des TIC

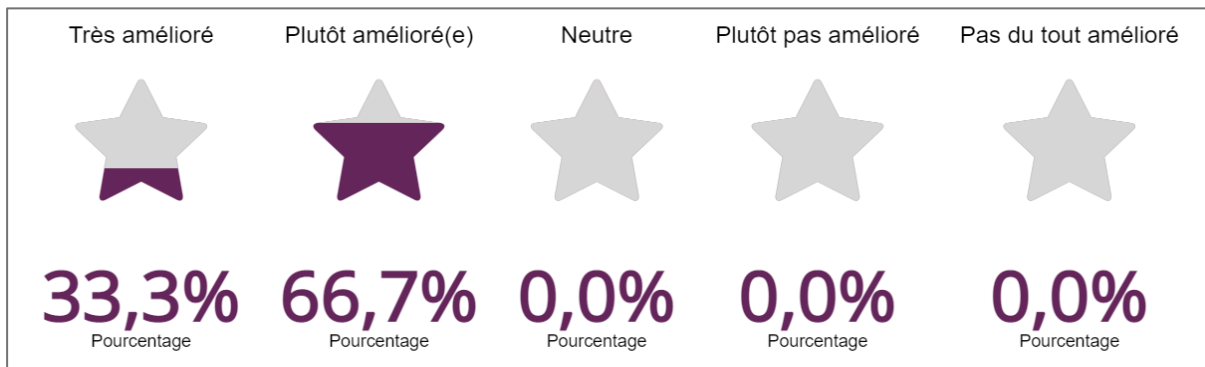


Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse :: Les banques ont une perception positive de la satisfaction des clients à l'égard des TIC, comme le montrent les réponses du questionnaire, elles offrent aux clients une accessibilité et une commodité accrues pour leurs services bancaires, leur permettant d'effectuer des transactions à tout moment et en tout lieu. Les banques reconnaissent également que les TIC facilitent la gestion financière des clients en leur fournissant des outils de suivi des dépenses, des notifications en temps réel et des services personnalisés.

1.3.2. L'impact des TIC sur l'amélioration de l'efficacité et la rapidité des services bancaires

Figure N°12 : L'amélioration de l'efficacité et la rapidité des services bancaires

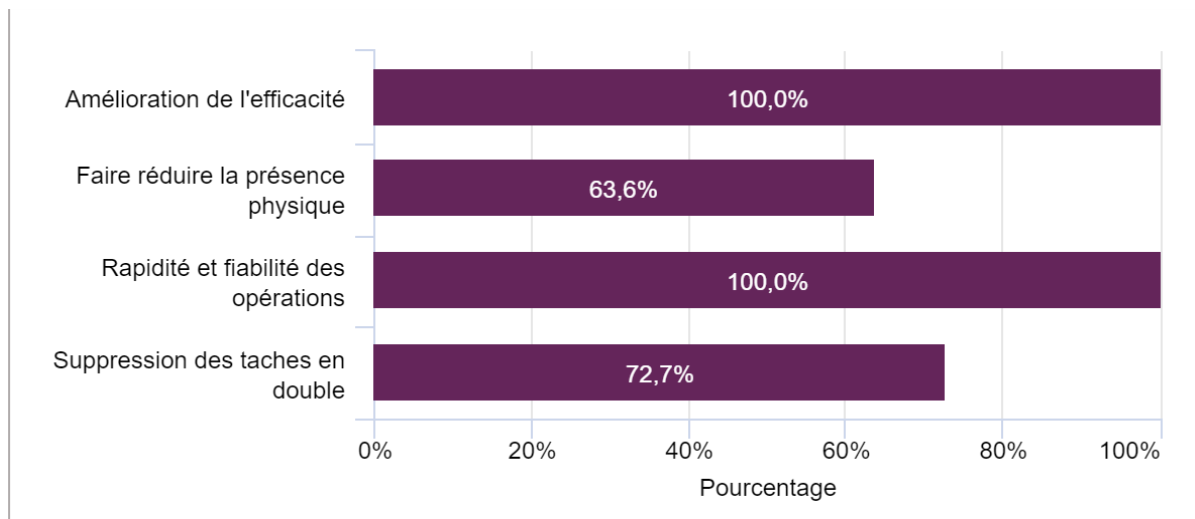


Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse :: Les réponses reçues indiquent une amélioration des services bancaires grâce aux TIC. Ces technologies permettent aux banques d'automatiser les processus, de réduire les délais de traitement et de fournir des services en ligne et mobiles rapides et pratiques. Les clients peuvent effectuer des opérations bancaires à tout moment et en tout lieu, évitant ainsi les files d'attente et les déplacements en agence. De plus, les TIC offrent un suivi en temps réel des transactions, une gestion simplifiée des comptes et une personnalisation des services, améliorant ainsi l'expérience client.

1.3.3. L'impact des Nouvelles technologies sur le mode de travail des agences

Figure N°13 : Les bienfaits des TIC sur le mode de travail des agences



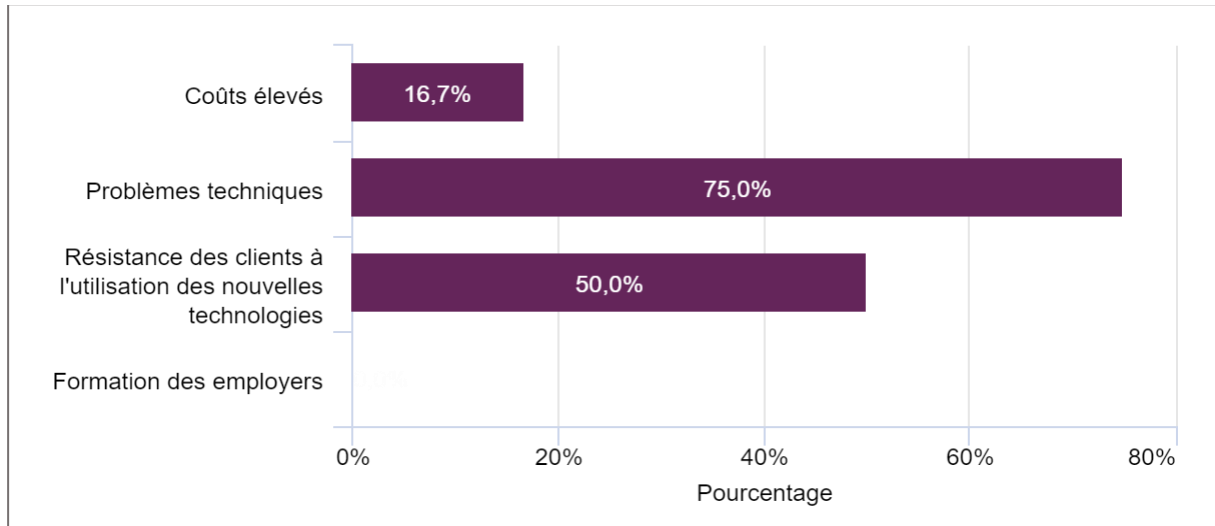
Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Toutes les banques considèrent que les TIC ont un impact positif sur leur mode de travail, en améliorant l'efficacité et en permettant des opérations rapides et fiables. L'automatisation et la numérisation des processus permettent de supprimer les tâches en double et de réduire la présence physique, ce qui contribue à une meilleure efficacité

opérationnelle. De plus, les banques reconnaissent les avantages de la dématérialisation des activités et du travail à distance, offrant ainsi une plus grande flexibilité.

1.3.4. Les difficultés rencontrées lors de l'utilisation des Technologies dans les agences

Figure N°14 : Les principales difficultés rencontrées lors de l'utilisation des TIC

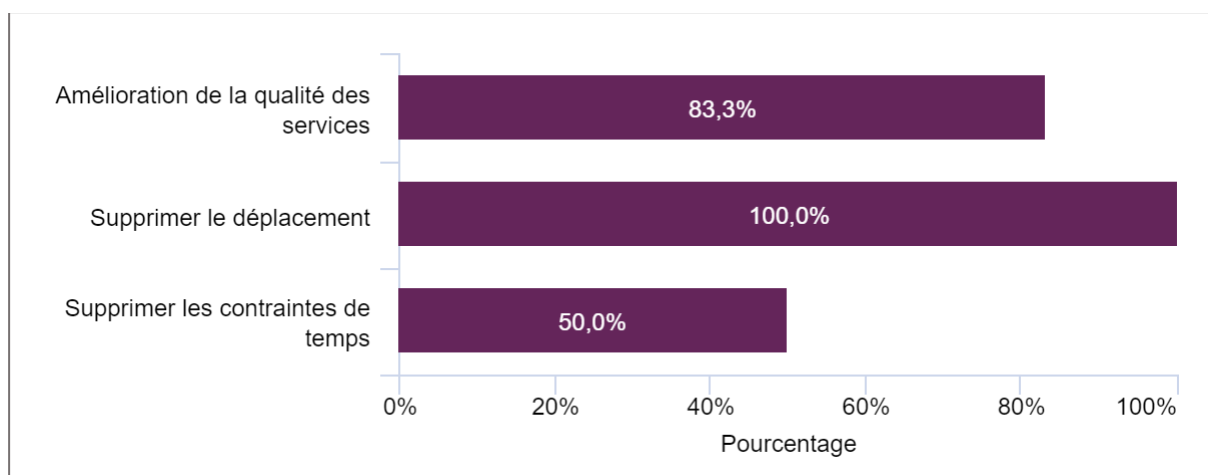


Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : 75% des agences rencontrent des problèmes techniques liés aux TIC, tandis que 50% font face à des résistances de la part des clients à leur utilisation. Seulement 16,7% des banques considèrent les coûts d'entretien comme une difficulté, tandis que la formation des employés n'est pas perçue comme un obstacle. L'implémentation des TIC dans le secteur bancaire peut donc être confrontée à des problèmes techniques tels que les pannes informatiques ou les erreurs de système, ainsi qu'à des réticences des clients à les adopter en raison de la complexité perçue ou de préférences personnelles.

1.3.5. L'impact de l'adoption des TIC sur la clientèle des agences

Figure N°15 : L'impact de l'adoption des TIC sur la clientèle des agences



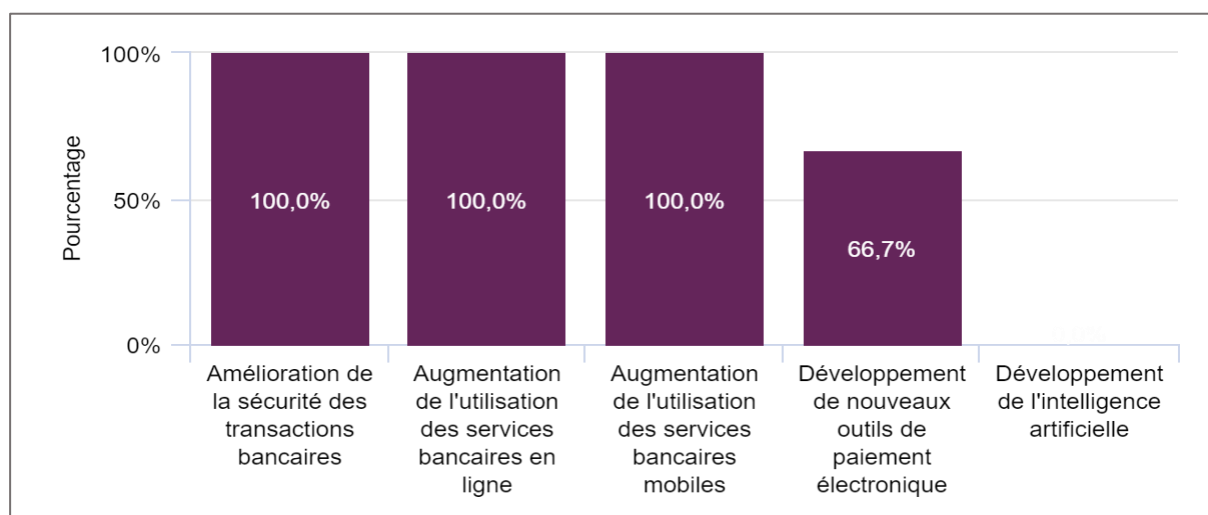
Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse: L'adoption des NTIC sur la clientèle a supprimé le déplacement, c'est la réponse de toutes les agences de notre échantillon, 83% des banques pensent que l'adoption des TIC sur la clientèle à améliorer de la qualité des services, et enfin 50% des banques approuvent la suppression des contraintes de temps Nous pouvons dire que l'adoption des TIC a transformé la relation entre les agences bancaires et leur clientèle, offrant des avantages significatifs en termes de commodité, de rapidité et de personnalisation des services.

1.4. Perspectives d'avenir et innovations

1.4.1. Les perspectives d'avenir en termes d'utilisation des TIC dans les agences

Figure N°16 : Les perspectives d'avenir dans les agences



Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : L'augmentation de l'utilisation des services bancaires en ligne et mobiles ainsi que l'amélioration de la sécurité des transactions sont les perspectives d'avenir de **100%** des banques de notre échantillon, pour 66,7% des banques le développement de nouveaux outils

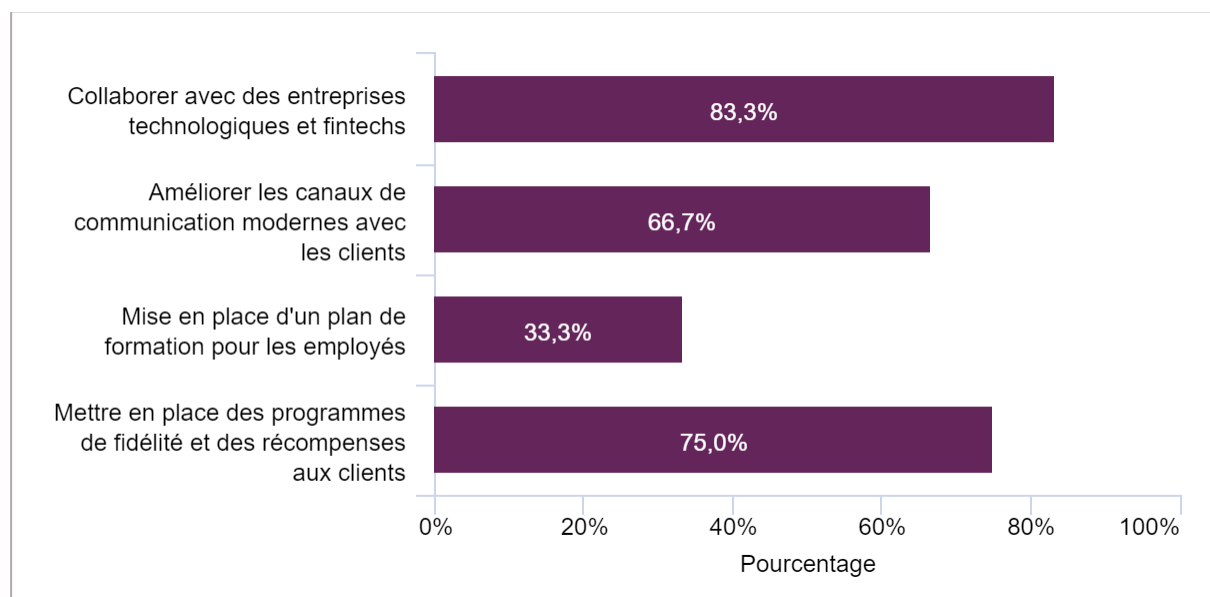
de paiements, nous remarquons qu’aucune des banques a mis les yeux sur le développement de l’intelligence artificielle (IA) dans le secteur bancaire, ce dernier présente un potentiel prometteur mais n’est pas présent encore dans la région. Le manque de développement de l’IA et des chats bots peut être dû à des défis techniques, à des coûts élevés de mise en œuvre et à la nécessité d’une personnalisation accrue pour répondre aux besoins spécifiques des clients.

1.4.2. Les innovations technologiques les plus intéressantes à l’avenir

Résultats : Les informations obtenues concernant les innovations les plus intéressantes à l’avenir sont limitées, avec un faible nombre de réponses provenant des questionnaires récupérés. Cela soulève des questions quant à l’orientation stratégique et à la préparation des banques face aux évolutions technologiques à venir.

1.4.3. Stratégie d’adaptation aux nouvelles technologies

Figure N°17 : Stratégie des banques en terme d’adaptation aux nouvelles technologies



Source : A partir des résultats de l’enquête.

Tableau N° 06 : Stratégies des banques en terme d’adaptation aux TIC selon l’ancienneté :

Stratégies	Moins de 10 ans	Entre 10 et 20 ans	Plus de 20 ans	Total
Collaboration avec entreprises Tech	16.67%	50.00%	16.67%	83.33%
Programmes de fidélité et récompense	22.22%	66.67%	11.11%	75.00%

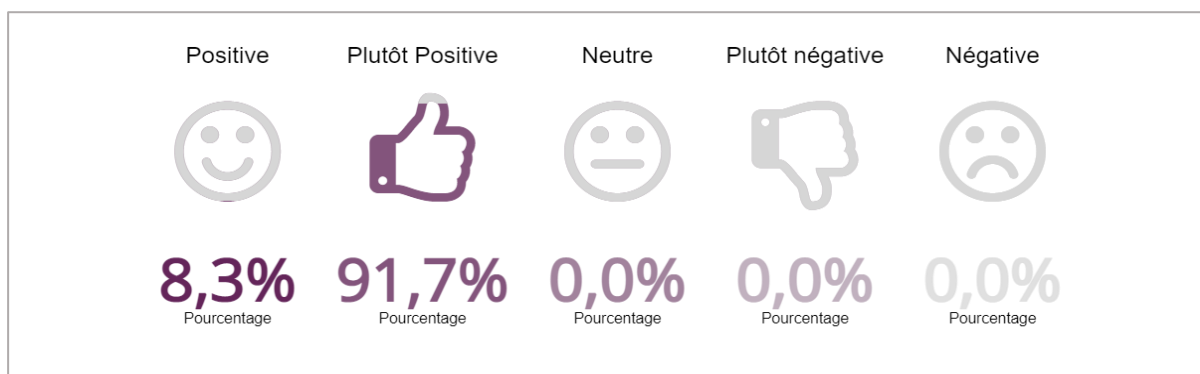
Importance des canaux de communication	25.00%	62.50%	12.50%	66.67%
Priorité à la formation des employés	0.00%	100.00%	0.00%	33.33%

Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : L'analyse des réponses révèle des tendances significatives en fonction de l'ancienneté des agences. Les agences les plus jeunes (moins de 10 ans) et les plus anciennes (plus de 20 ans) montrent un intérêt marqué pour la collaboration avec des entreprises Tech, représentant 16.67% de leurs réponses. En revanche, les agences ayant entre 10 et 20 ans d'ancienneté se concentrent davantage sur les programmes de fidélité et les canaux de communication, totalisant 66.67% de leurs réponses. Par ailleurs, la priorité à la formation des employés est principalement une préoccupation des agences de 10 à 20 ans d'ancienneté, avec un taux de réponse de 100%.

1.4.4. L'avis globale sur l'impact des TIC sur les agences

Figure N°18 : L'avis globale des agences sur l'impact des TIC



Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : La majorité des banques 75% ont exprimé un avis « plutôt positif » sur l'impact global des TIC, et 25% ont exprimé un avis « très positif ».

Cette tendance globalement positive démontre que les TIC ont eu un impact significatif sur les activités bancaires de la wilaya de Bejaia, en améliorant l'efficacité opérationnelle, la qualité des services, la sécurité des transactions. Cela souligne l'adoption progressive et l'importance croissante des TIC dans le secteur bancaire de la région.

2. Analyse et interprétation des résultats de l'enquête sur les clients

Tableau N°07 : Utilisation des NTIC selon l'âge

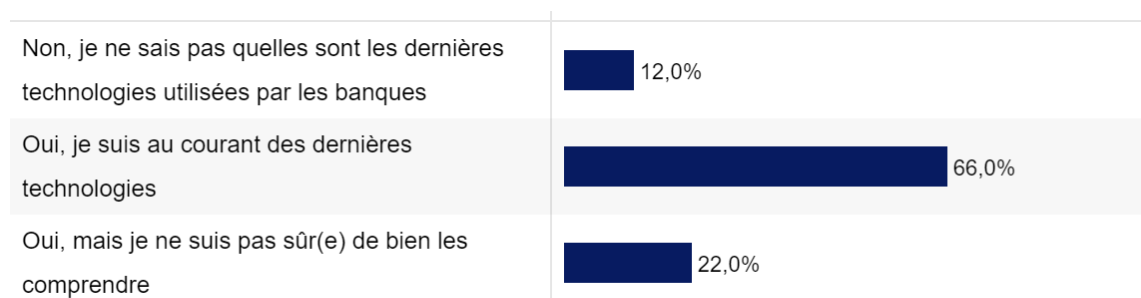
Age des Clients	Utilisation Élevée (%)	Utilisation Moyenne (%)	Utilisation Faible (%)
Moins de 34 ans	73.3%	20.0%	6.7%
35-54 ans	15.0%	50.0%	35.0%
55 ans et plus	0.0%	16.7%	83.3%

Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Ces données révèlent une corrélation significative entre l'âge des clients et leur utilisation des nouvelles technologies dans le secteur bancaire. Les clients plus jeunes sont plus enclins à utiliser des technologies avancées, tandis que les clients plus âgés ont tendance à préférer des technologies moins avancées. Cette analyse peut aider les banques à adapter leurs services en fonction des préférences et des besoins de différents groupes d'âge.

2.1. Niveau de Connaissance des TIC bancaires

Figure N°19 : Niveau de connaissance des clients sur les TIC



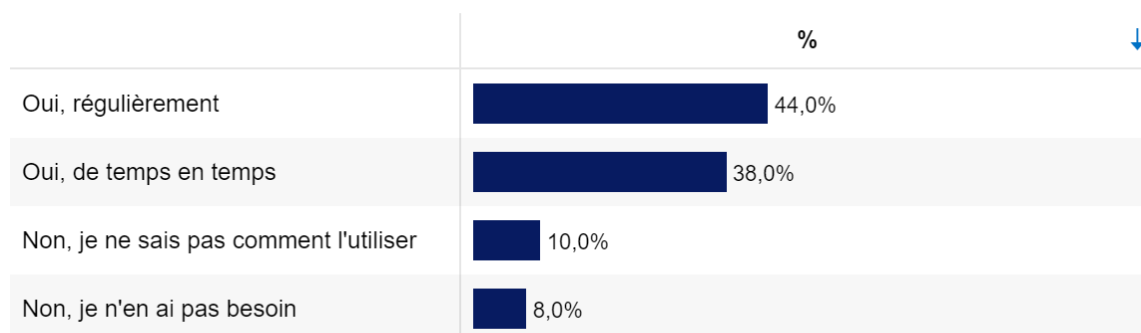
Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Les résultats collectés suggèrent qu'une partie significative (66%) des clients est consciente de l'évolution technologique dans le secteur bancaire, certaines personnes (22%) ont une certaine connaissance des technologies, mais qu'elles nécessitent davantage d'informations et de clarification pour les comprendre pleinement, il existe aussi une petite tranche de la population (12%) qui n'est pas informée des développements technologiques spécifiques dans le secteur bancaire (généralement les plus âgés).

2.2. L'utilisation des nouvelles technologies par les clients

2.2.1. Utilisation des cartes bancaires

Figure N°20 : Niveau d'utilisation des cartes bancaires par les clients

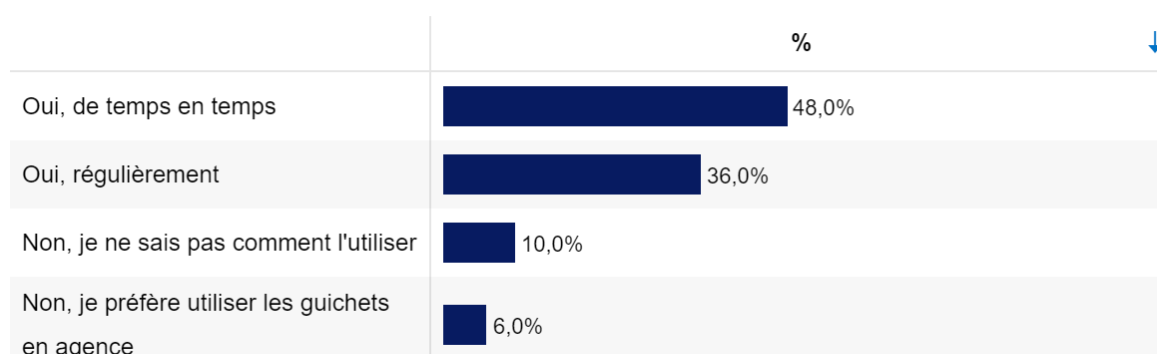


Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : La majorité des clients utilisent régulièrement ou occasionnellement des cartes bancaires, ce qui suggère que ces cartes sont largement répandues dans la wilaya de Bejaïa et sont devenues un mode de paiement courant. Cependant, il y a une minorité de clients qui ne les utilisent pas en raison d'un manque de connaissances ou du sentiment de ne pas en avoir besoin. Cela peut indiquer un besoin de sensibilisation pour informer ces clients sur les avantages et le fonctionnement des cartes bancaires, ainsi que sur les mesures de sécurité associées.

2.2.2. Utilisation des DAB/GAB

Figure N°21 : Niveau d'utilisation des DAB/GAB par les clients

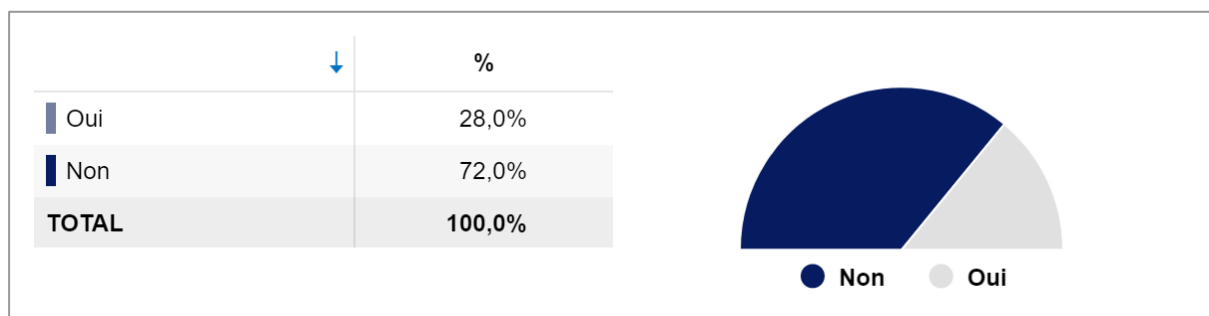


Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : En résumé, la majorité des clients de la wilaya de Bejaïa utilisent les GAB/DAB, la plupart de manière occasionnelle, cela peut confirmer les réponses sur les cartes du fait que cet outil est utilisé pour effectuer des opérations telles que le retrait d'argent ou la consultation de solde.

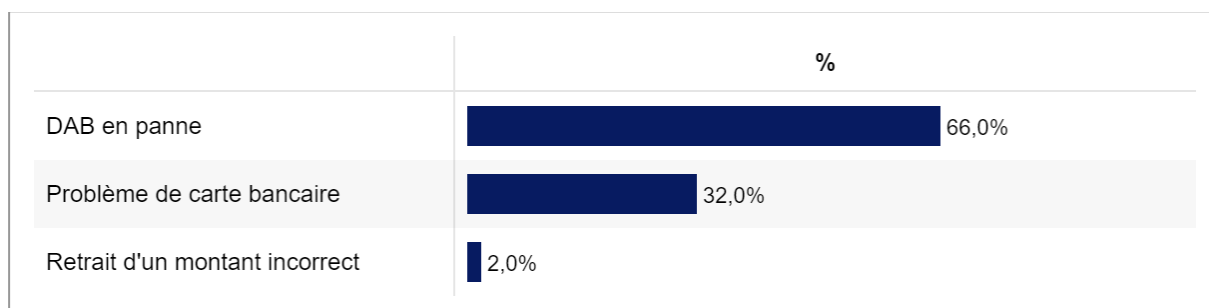
2.2.2.1. Difficultés rencontrées lors de l'utilisation des DAB/GAB

Figure N°22 : Rencontre de difficultés lors d'utilisation des DAB/GAB par les clients



Source : A partir des résultats de l'enquête.

Figure N°23 : Identification des problèmes liés au DAB/GAB



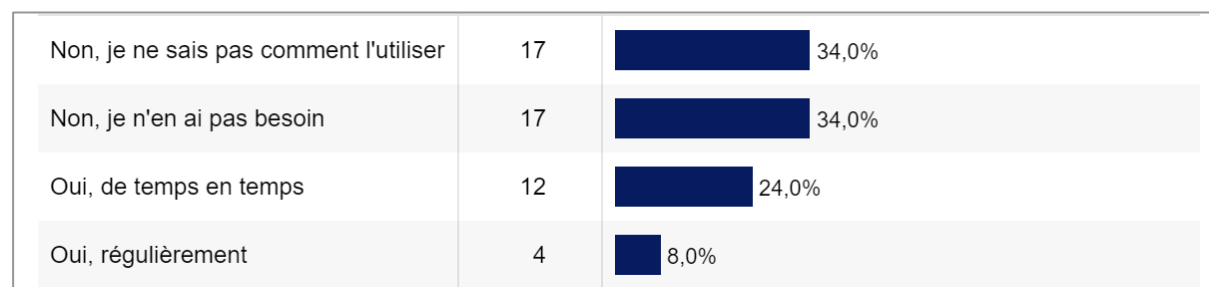
Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : La plupart des utilisateurs (72%) trouvent ces machines faciles à utiliser et fonctionnelles. Cependant, environ 28% des clients ont signalé avoir rencontré des problèmes, parmi eux, (66%) a mentionné des problèmes liés à la panne des GAB/DAB. Ces problèmes techniques peuvent inclure des GAB/DAB hors service, des problèmes de connexion ou d'impression de reçus. 32% des clients ont mentionné des problèmes liés aux cartes bancaires telles que des cartes non reconnues, des cartes bloquées ou des erreurs de transaction.

Ces résultats soulignent l'importance pour les banques de maintenir une maintenance régulière des GAB/DAB et d'investir dans des systèmes fiables pour minimiser les pannes techniques.

2.2.3. Utilisation des TPE par les clients

Figure N°24 : Niveau d'utilisation des TPE par les clients

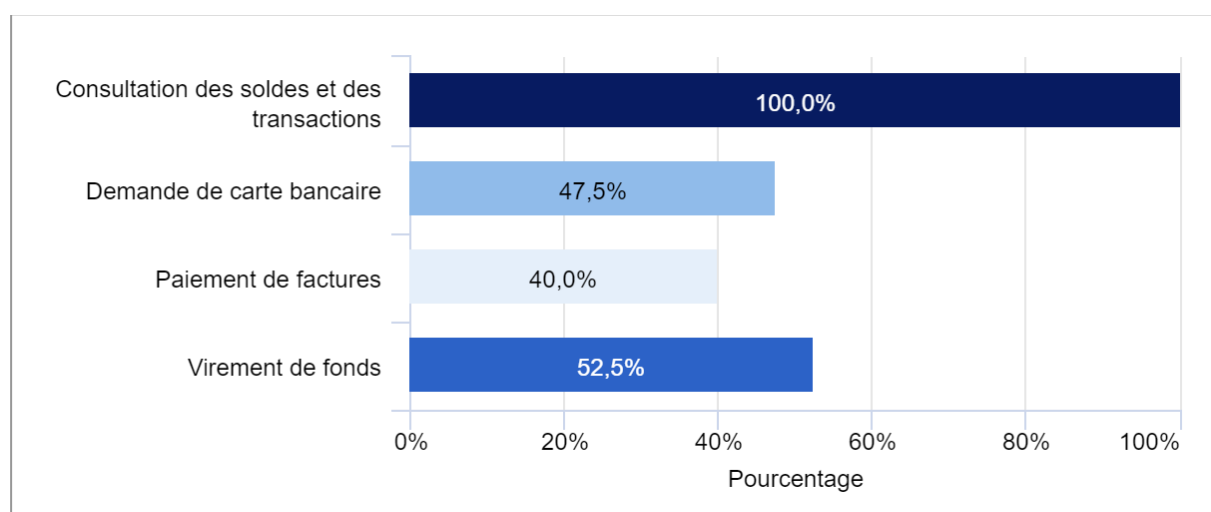


Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Selon les réponses des clients, il ressort que la majorité ne utilise pas les TPE, cela suggère que les clients n'ont pas recours fréquemment aux terminaux de paiement électronique pour effectuer leurs transactions, cela pourrait être dû à des préférences personnelles, à la disponibilité d'autres méthodes de paiement ou à un manque de connaissance et de confiance dans l'utilisation des TPE. En outre, il serait pertinent d'évaluer la disponibilité et l'accessibilité des TPE dans la wilaya de Bejaïa, afin de s'assurer que les clients ont un accès facile à ces terminaux dans les commerces et les lieux publics.

2.2.4. Utilisation des services en ligne par les clients

Figure N°25 : Les raisons d'utilisation des services bancaires en ligne par les clients

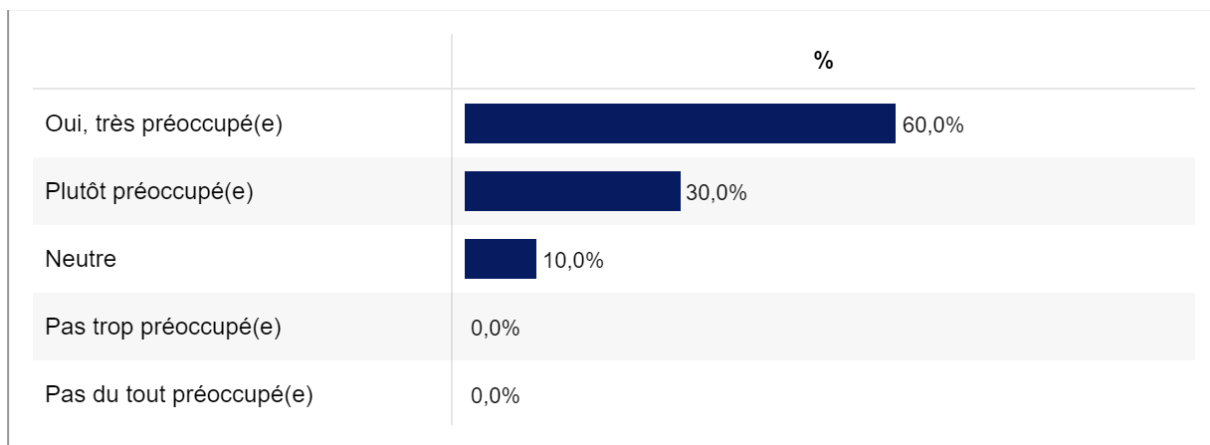


Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Tous les clients interrogés, soit 100%, utilisent les services en ligne pour consulter leur solde et leurs transactions, cela indique que la consultation des informations financières en ligne est très répandue et que les clients de la wilaya de Bejaïa apprécient la commodité et l'accès rapide à ces informations, l'utilisation des autres services en ligne est relativement moins répandue, cela peut être dû à plusieurs facteurs tels que la familiarité avec ces services, la confiance dans la sécurité des transactions en ligne, ou simplement des préférences personnelles pour des méthodes de paiement ou de gestion financière traditionnelles.

2.3. L'avis des clients sur la sécurité des informations personnelles lors de l'utilisation de services bancaires en ligne

Figure N°26 : L'avis des clients sur la sécurité des informations des services en ligne

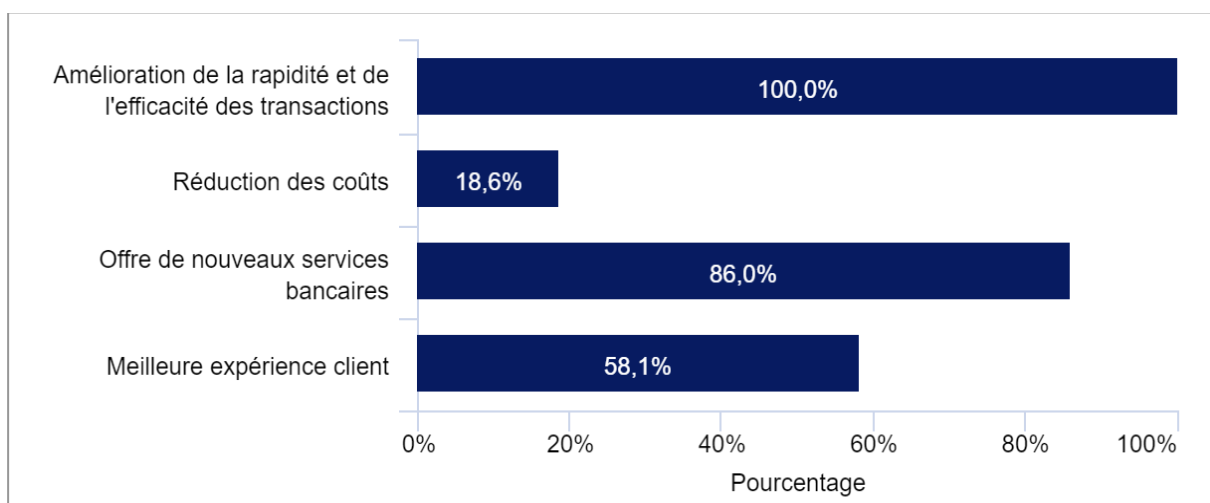


Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Une grande majorité (90%) des clients se montrent préoccupés par la sécurité de leurs informations, ces résultats soulignent l'importance pour les banques de mettre en place des mesures solides de sécurité des données et de communication pour rassurer les clients et renforcer leur confiance dans l'utilisation des services bancaires en ligne.

2.4. L'avis des clients sur l'influence des NTIC sur les services bancaires

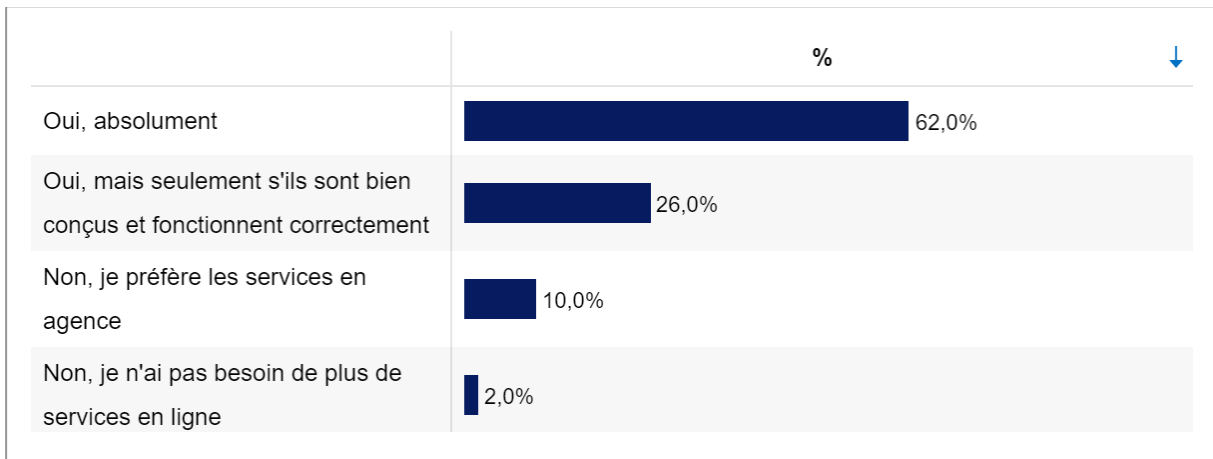
Figure N°27 : L'avis des clients sur l'influence des NTIC sur les services bancaires



Analyse : Dans l'ensemble, les clients pensent que les nouvelles technologies ont apporté des améliorations significatives aux services bancaires, en augmentant la rapidité, l'efficacité et la disponibilité des transactions. Elles ont également permis de fournir de nouveaux services et d'améliorer l'expérience client, tout en contribuant potentiellement à la réduction des coûts pour les clients et les banques. D'autre part, les clients de la région ne sont pas satisfaits des coûts liés à l'usage des services bancaires en Algérie.

2.5. L'Avis des clients sur les service en lignes des banques

Figure N°28 : L’Avis des clients sur l’extension des services en ligne offerts par des banques

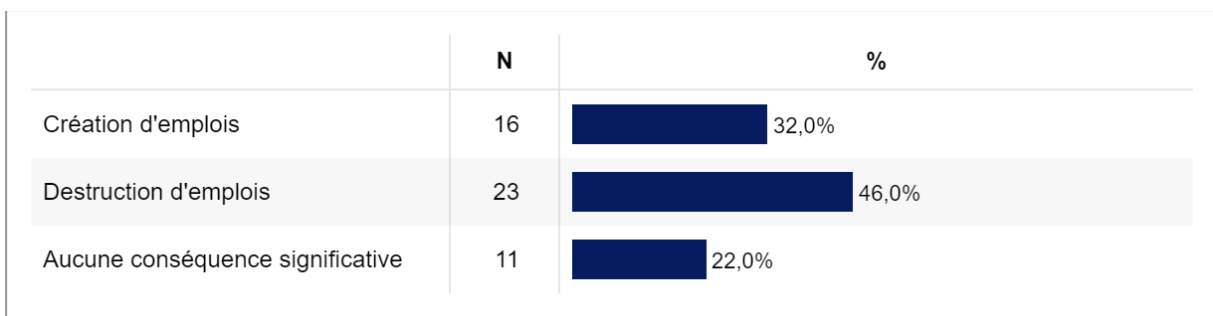


Source : A partir des résultats de l’enquête.

Analyse : Les réponses sur la question : «Pensez-vous que les banques devraient offrir plus de services en ligne ? » révèlent qu’une majorité écrasante (88%) des clients interrogés est favorable à ce que les banques offrent plus de services en ligne. Parmi eux, 62% sont catégoriques sur le fait que les banques devraient le faire absolument, d’autres (26%) soulignent l’importance de la conception soignée et du bon fonctionnement des services en ligne. Seulement une minorité (12%) préfère les services en agence ou estime ne pas avoir besoin de services en ligne supplémentaires. Ces résultats indiquent un fort intérêt des clients pour les services bancaires en ligne et soulignent la nécessité pour les banques de répondre à cette demande en proposant des services en ligne bien conçus, fiables et conviviaux.

2.6. L’avis des clients sur les conséquences des TIC sur l’emploi

Figure N°29 : L’avis des clients sur les conséquences des TIC sur l’emploi



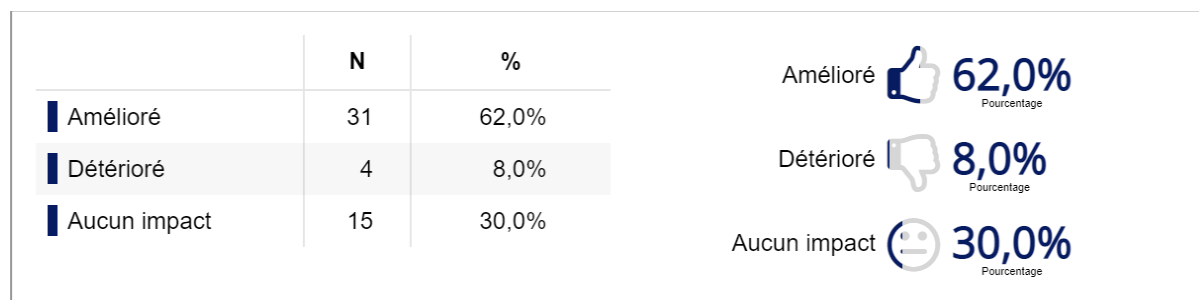
Source : A partir des résultats de l’enquête.

Analyse : Les opinions des clients concernant les conséquences des technologies sur l'emploi sont diverses. Certains clients expriment des inquiétudes quant à la possibilité de voir des emplois traditionnels disparaître en raison de l'automatisation et de l'introduction de nouvelles technologies. D'autres clients se montrent plus optimistes quant aux opportunités d'emploi que peuvent offrir ces outils, notamment dans les domaines de l'innovation technologique. Il est

intéressant de noter qu'un quart des clients interrogés ne prévoient aucune conséquence majeure sur l'emploi. Cette diversité d'opinions peut refléter une perception mitigée ou un manque de certitude quant à l'impact réel des NTIC sur le marché du travail.

2.7. L'impact des nouvelles technologies sur la relation entre les banques et les clients

Figure N°30 : L'impact des TIC sur la relation entre les banques et les clients

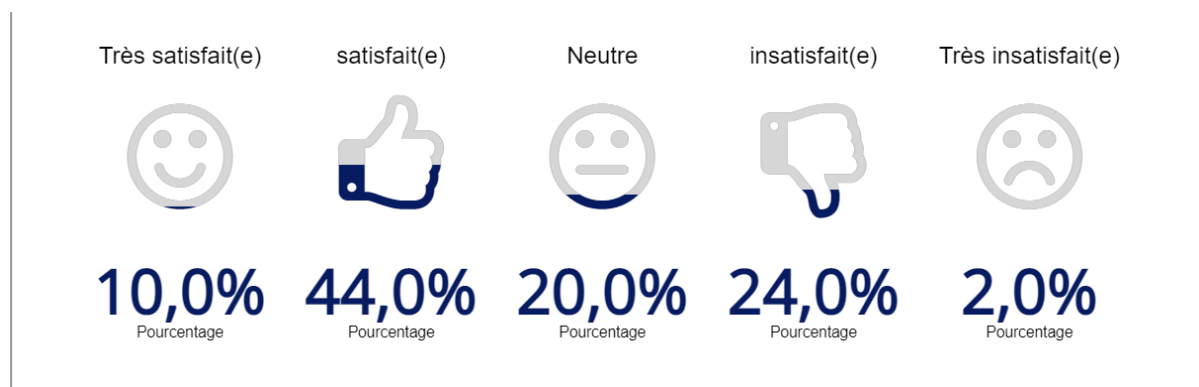


Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : Les TIC ont largement amélioré la relation entre les clients et les banques en offrant un accès plus facile aux services bancaires et en permettant une communication plus fluide comme le voit 62% de notre échantillon. Cependant, 30% des clients ne voient aucun impact des NTIC sur leur relation avec les banques.

2.8. L'avis global des clients de la Wilaya de Bejaia sur leur expérience avec les TIC

Figure N°31: L'avis global des clients sur leur expérience avec les TIC



Source : A partir des résultats de l'enquête.

Analyse : 54% des clients se déclarent satisfaits de leur expérience, ce qui suggère qu'ils apprécient pleinement les avantages offerts par les nouvelles technologies dans le domaine bancaire. 20% des clients se disent neutres, ce qui peut signifier qu'ils n'ont pas une opinion forte ou claire quant à leur expérience avec les TIC. Cela peut être dû à une utilisation limitée des services en ligne ou à une expérience mitigée. 26% des clients se déclarent insatisfaits,

derniers peuvent rencontrer des difficultés techniques, des préoccupations en matière de sécurité ou des problèmes liés à la convivialité des interfaces.

Conclusion

Les questionnaires adressés aux banques et aux clients de la wilaya de Bejaïa sur l'impact des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans le secteur bancaire ont permis de recueillir des informations précieuses.

Du côté des banques, il est clair que les TIC ont joué un rôle majeur dans l'amélioration des services bancaires. Les banques ont adopté de nouvelles technologies telles que les services en ligne, les applications mobiles et les distributeurs automatiques de billets pour offrir une plus grande accessibilité et une plus grande commodité à leurs clients. Cela a également conduit à une réduction des coûts opérationnels et à une augmentation de l'efficacité des opérations bancaires.

Les clients, quant à eux, ont exprimé une grande satisfaction vis-à-vis de l'introduction des TIC dans le secteur bancaire. Les services en ligne leur permettent de réaliser des opérations bancaires à tout moment et de n'importe où, sans avoir à se rendre physiquement à la banque. Cela a considérablement amélioré leur expérience bancaire en termes de rapidité, de praticité et de disponibilité des services.

Cependant, quelques préoccupations ont également été soulevées par les clients. Certains d'entre eux se sont inquiétés de la sécurité des transactions en ligne et ont exprimé le besoin de mesures de sécurité renforcées pour protéger leurs données personnelles. Il est essentiel que les banques prennent des mesures pour renforcer la sécurité des transactions en ligne et pour sensibiliser leurs clients aux bonnes pratiques de sécurité.

En conclusion, les questionnaires ont révélé que l'impact des TIC dans le secteur bancaire de la wilaya de Bejaïa est globalement positif. Les banques ont amélioré leurs services et réduit leurs coûts grâce à l'adoption des technologies, tandis que les clients ont bénéficié d'une plus grande facilité d'accès et d'une expérience bancaire améliorée. Cependant, il est important de prendre en compte les préoccupations des clients en matière de sécurité des transactions en ligne et de mettre en place des mesures adéquates pour les rassurer.

Conclusion Générale

Conclusion générale

Notre recherche se concentre sur l'analyse de l'impact des technologies de l'information et de la communication (TIC) sur l'activité bancaire, en mettant particulièrement l'accent sur la wilaya de Bejaïa. Dans le cadre de notre étude, nous soulevons plusieurs questions clés qui émergent de notre problématique principale tels que la signification des nouvelles technologies de l'information et de la communication, leur degré d'intégration et leur impact sur l'activité des banques au sein de la (W) de Bejaïa.

Pour répondre à notre problématique de recherche, nous avons utilisé une approche combinant une recherche bibliographique approfondie et une étude empirique. La recherche bibliographique nous a permis de développer une base solide de connaissances théoriques en analysant des sources. Ensuite, nous avons réalisé une étude empirique en concevant un questionnaire et en recueillant des réponses auprès des participants sélectionnés.

Les résultats de notre recherche ont abouti que les banques sont des acteurs essentiels dans le domaine des services financiers, offrant une large gamme de services à une clientèle diversifiée. Pour répondre aux besoins en constante évolution des clients, les banques ont dû innover en utilisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).

L'intégration des NTIC dans les activités bancaires a apporté des avantages en termes de performance et de différenciation. Les méthodes traditionnelles ont cédé la place à des innovations financières et à des stratégies de marketing relationnel, tandis que l'utilisation de l'ordinateur, d'Internet et des distributeurs automatiques s'est généralisée. Les clients, quant à eux, se sont adaptés aux NTIC et sont devenus de plus en plus exigeants dans leurs attentes vis-à-vis des services bancaires.

Pour ce qui est de l'enquête la majorité des clients utilisent régulièrement ou occasionnellement des cartes bancaires, ce qui témoigne de leur utilisation répandue. Cependant, une minorité de clients ne les utilise pas en raison d'un manque de connaissances. Il est donc important d'éduquer et de sensibiliser ces clients aux avantages et au fonctionnement des cartes bancaires, ainsi qu'aux mesures de sécurité associées.

Les nouvelles technologies ont considérablement amélioré l'efficacité opérationnelle des banques, réduisant les délais de traitement des transactions et optimisant la gestion financière. Elles ont également permis l'émergence de nouveaux canaux de distribution tels que les services bancaires en ligne et les applications mobiles, offrant aux clients une plus

Conclusion Générale

grande flexibilité et accessibilité. Les systèmes de sécurité avancés ont renforcé la confiance des clients dans l'utilisation des services bancaires en ligne et des transactions électroniques.

Les clients de la wilaya de Bejaïa ont largement adopté les nouvelles technologies dans leurs interactions avec les banques, en utilisant les services bancaires en ligne et les applications mobiles pour leurs opérations courantes. Leur satisfaction repose sur la convivialité des interfaces, la disponibilité d'un support client efficace, des temps de réponse rapides et une sécurité renforcée. Les clients souhaitent également bénéficier de services personnalisés et de conseils financiers adaptés à leurs besoins.

Afin d'approfondir notre compréhension du domaine des TIC dans l'activité bancaire, nous suggérons deux pistes de recherche prometteuses :

L'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique dans le secteur bancaire : Cette piste de recherche se concentre sur l'utilisation de l'IA et de l'apprentissage automatique dans les banques pour automatiser les processus et améliorer les services. Elle explore comment ces technologies peuvent être appliquées pour optimiser la gestion des données, la prise de décision, l'assistance clientèle et la détection des fraudes, entre autres aspects.

La deuxième piste la sécurité des transactions financières en ligne : Cette piste de recherche se penche sur les différentes techniques utilisées par les banques pour sécuriser les transactions financières effectuées en ligne. Elle englobe des aspects tels que l'authentification forte, le chiffrement des données, la détection des fraudes et la gestion des risques liés au cyber sécurité. Cette étude permettrait de mieux comprendre les mesures de sécurité actuelles, d'identifier les lacunes potentielles et de proposer des améliorations pour renforcer la confiance et la sécurité des transactions en ligne.

Pour conclure, l'impact des nouvelles technologies dans le secteur bancaire de la wilaya de Bejaïa est globalement positif. En effet, les avancées technologiques ont amélioré l'efficacité, l'accessibilité et la sécurité des services bancaires, répondant aux attentes des clients en matière de commodité, de rapidité et de personnalisation. Les banques doivent continuer à investir dans les nouvelles technologies et à innover pour rester compétitives et répondre aux besoins changeant des clients.

Annexes :

Annexe N°01: Questionnaire aux banques.

Université Abderrahmane Mira - Bejaïa
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Questionnaire sur "l'impact des NTIC sur l'activité bancaire" au sein de la (W) de Bejaïa

Par: Mouloudi Achour / Bouazza Zinedine

Cher(e) Mme, M.,

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de fin de cycle et en vue de l'obtention d'un diplôme de master à l'université de Bejaïa Portant sur le thème "L'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire à la (W) de Bejaïa, nous souhaitons recueillir, à travers ce questionnaire, votre avis et vos expériences en tant que responsable d'agence bancaire.

Nous vous remercions de prendre le temps de répondre à ce questionnaire et nous sommes impatients de recevoir vos commentaires.

Section 1: Informations générales

- 1- **Nom de la banque:**
- 2- **Nombre d'années d'expérience dans le secteur bancaire :**
 Moins de 10 ans Entre 10 et 20 ans Plus de 20 ans
- 3- **Quels genres de clientèle ciblez-vous ?**
 Particuliers Professionnels Entreprises
 Autres, Précisez :
- 4- **Combien de personnes travaillent actuellement dans votre agence bancaire ?**
 Moins de 10 Entre 10 et 20 Plus de 20
- 5- **Quelle est la part de marché de votre agence bancaire dans la wilaya de Bejaïa ?**
 Moins de 10% Entre 10 et 30% Plus de 30%

Section 2: Utilisation des nouvelles technologies dans l'agence bancaire

- 6- **Quelles sont les nouvelles technologies actuellement utilisées dans votre agence bancaire ?**
 Cartes bancaires Paiement électronique Services en ligne
 Services mobiles (GAB) / (DAB) (TPE)
 Autres, précisez :
- 7- **Utilisez-vous (banque) des cartes bancaires ?**
 Oui Non
Si Oui, Quelles sont les différents types de carte utilisée ?
.....
Quel est le nombre de porteurs de vos différentes cartes ?
.....
Les cartes bancaires pour votre banque ont connu un développement :
 Faible Moyen Fort
- 8- **Utilisez-vous (banque) des GAB/DAB ?**
 Oui Non
Si Oui, Combien de GAB/DAB compte votre agence?
.....
Quelle est la fréquence d'utilisation (nombre d'opérations) des GAB/DAB par jour ?
.....
Les GAB/DAB pour votre banque ont connu un développement :
 Faible Moyen Fort
- 9- **Utilisez-vous (banque) les TPE ?**
 Oui Non
Si Oui, Combien de TPE compte votre agence ?
.....
Quelle est la fréquence d'utilisation (nombre d'opérations) des TPE par jour ?
.....

.....
Les TPE pour votre agence ont connu un développement:

Faible Moyen Fort

10- Quels sont les outils de l'information et de la communication que vous utilisez ?

Presse Télévision/Radio Affichage Extérieur Réseaux sociaux

11- Votre banque dispose-t-elle d'un site web ?

Oui Non

Section 3: L'apport des NTIC sur les agences bancaires

12- Quelle est la perception des clients de votre agence vis-à-vis de l'utilisation des nouvelles technologies ?

Positive Neutre Négative

13- Dans quelle mesure l'utilisation des nouvelles technologies a-t-elle permis d'améliorer l'efficacité et la rapidité des services bancaires proposés par votre agence ?

Très amélioré(e) Plutôt amélioré(e) Neutre Plutôt pas amélioré(e) Pas du tout amélioré(e)

14- Quel est le bienfait des TIC sur votre mode interne de travail ?

Suppression des tâches en double Faire réduire la présence physique

Amélioration de l'efficacité Rapidité et fiabilité des opérations

Autres, précisez:.....

15- Quelles sont les principales difficultés rencontrées lors de l'utilisation des nouvelles technologies dans votre agence bancaire ?

Problèmes techniques Formation des employés Coûts élevés Résistance des clients

Autres, précisez :

16- Quel est l'effet de l'adoption des TIC sur la clientèle de votre agence ?

Supprimer les contraintes de temps Supprimer le déplacement Améliorer de la qualité des services

Autres, précisez :

Section 4: Perspectives d'avenir et innovations

17- Quelles sont les perspectives d'avenir en termes d'utilisation des nouvelles technologies dans votre agence bancaire ?

Augmentation de l'utilisation des services en ligne

Augmentation de l'utilisation des services mobiles

Développement de nouveaux outils de paiement électronique

Amélioration de la sécurité des transactions bancaires

Développement de l'intelligence artificielle

Autres, précisez :

18- Quelles sont les innovations technologiques les plus intéressantes pour votre agence bancaire à l'avenir ?

Blockchain Open Banking Internet des objets (IoT) Analyse prédictive

Autres, précisez :

Aucune

19- Quelle est la stratégie adoptée par votre agence bancaire pour s'adapter aux nouvelles technologies et rester compétitive sur le marché ?

Mise en place d'un plan de formation pour les employés

Collaboration avec des entreprises technologiques et fintech

Mise en place d'un programme de fidélité et de récompense

Amélioration des canaux de communication modernes

Autres, précisez :

20- Quel est votre avis global sur l'impact des nouvelles technologies sur les activités bancaires dans la wilaya de Bejaia ?

Très positif Plutôt positif Neutre Plutôt négatif Très négatif

Merci d'avoir répondu à ce questionnaire. Les informations collectées seront traitées de manière confidentielle et ne seront utilisées qu'à des fins de recherche. Les résultats de cette étude seront utiles aux décideurs et professionnels du secteur bancaire.

Annexe N°02: Questionnaire aux clients.

Université Abderrahmane Mira - Bejaïa
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Questionnaire sur "l'impact des NTIC sur l'activité bancaire" au sein de la (W) de Bejaïa

Par: Mouloudi Achour / Bouazza Zinedine

Cher(e) Mme, M.,

Ce questionnaire est conçu pour recueillir votre opinion sur l'utilisation des nouvelles technologies dans les services bancaires proposés par les agences bancaires de la wilaya de Bejaïa. Vos réponses seront précieuses pour nous aider à mieux comprendre l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire et à améliorer les services offerts. Merci de prendre le temps de remplir ce questionnaire.

- 1- Quel est votre sexe ?**
 Homme Femme
- 2- Quel est votre âge ?**
 Moins de 18 ans 18-24 ans 25-34 ans
 35-44 ans 45-54 ans 55 ans et plus
- 3- Quelle est la banque auprès de laquelle vous êtes client(e) ?**
.....
- 4- Connaissez-vous les nouvelles technologies utilisées par les banques algériennes ?**
 Oui, je suis au courant des dernières technologies
 Oui, mais je ne suis pas sûr(e) de bien les comprendre
 Non, je ne sais pas quelles sont les dernières technologies utilisées par les banques
- 5- À quelle fréquence utilisez-vous les services bancaires en ligne pour accéder à votre compte bancaire ?**
 Quotidiennement Quelques fois par semaine Mensuellement Rarement Jamais
- 6- Avez-vous déjà utilisé une carte bancaire pour effectuer un achat en ligne ?**
 Oui, régulièrement
 Oui, de temps en temps
 Non, je ne sais pas comment l'utiliser
 Non, je n'en ai pas besoin
- 7- Avez-vous déjà utilisé les distributeurs automatiques de billets (DAB) pour effectuer des opérations bancaires ?**
 Oui, régulièrement
 Oui, de temps en temps
 Non, je préfère utiliser les guichets en agence
 Non, je ne sais pas comment l'utiliser
 Non, je n'en ai pas besoin
- 8- Avez-vous déjà rencontré des problèmes lors de l'utilisation des DAB ?**
 Oui Non
Si oui, quels sont ces problèmes ?
 DAB en panne
 Retrait d'un montant incorrect
 Problème de carte bancaire
 Autres, précisez :
- 9- Avez-vous déjà utilisé un terminal de paiement électronique (TPE) pour effectuer un achat ?**
 Oui, régulièrement
 Oui, de temps en temps
 Non, je ne sais pas comment l'utiliser
 Non, je n'en ai pas besoin
- 10- Quels services bancaires utilisez-vous principalement en ligne ?**
 Consultation des soldes et des transactions
 Virement de fonds

- Paiement de factures
- Demande de carte bancaire
- Autres, précisez :

11- Pensez-vous que les nouvelles technologies bancaires ont facilité vos transactions ?

- Oui, beaucoup
- Oui, un peu
- Non, pas du tout

12- Pensez-vous que les banques devraient offrir plus de services en ligne ?

- Oui, absolument
- Oui, mais seulement s'ils sont bien conçus et fonctionnent correctement
- Non, je préfère les services en agence
- Non, je n'ai pas besoin de plus de services en ligne

13- Avez-vous déjà eu des problèmes lors de l'utilisation de services bancaires en ligne ?

- Oui, fréquemment
- Oui, parfois
- Non, jamais

14- Avez-vous déjà visité une agence bancaire pour résoudre un problème que vous n'avez pas pu résoudre en ligne ?

- Oui, plusieurs fois
- Oui, une fois ou deux
- Non, je n'ai jamais eu à le faire

15- Êtes-vous préoccupé(e) par la sécurité de vos informations personnelles lors de l'utilisation de services bancaires en ligne ?

- Oui, très préoccupé(e)
- Plutôt préoccupé(e)
- Neutre
- Pas trop préoccupé(e)
- Pas du tout préoccupé(e)

16- Selon vous, comment les nouvelles technologies ont changé les services bancaires en Algérie ?

- Amélioration de la rapidité et de l'efficacité des transactions
- Réduction des coûts pour les clients et les banques
- Meilleure expérience client
- Offre de nouveaux services bancaires
- Autres, précisez :

17- Pensez-vous que l'utilisation des nouvelles technologies a amélioré ou détérioré la relation entre les clients et les banques ?

- Amélioré
- Détérioré
- Aucun impact

18- Selon vous, que s sont les avantages des nouvelles technologies bancaires en Algérie ?

- Amélioration de l'efficacité des processus bancaires
- Meilleure expérience client
- Disponibilité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7
- Réduction des coûts de transaction
- Autres, précisez :

19- Selon vous, quelles pourraient être les conséquences de l'automatisation croissante des services bancaires sur l'emploi dans le secteur bancaire en Algérie ?

- Création d'emplois
- Destruction d'emplois
- Aucune conséquence significative

20- Si vous avez utilisé des services bancaires en ligne, êtes-vous satisfait(e) de l'expérience ?

- Très satisfait(e)
- Satisfait(e)
- Ni satisfait(e) ni insatisfait(e)
- Insatisfait(e)
- Très insatisfait(e)

21- Avez-vous des suggestions pour améliorer les services bancaires en Algérie grâce aux nouvelles technologies ?

Merci d'avoir répondu à ce questionnaire. Les informations collectées seront traitées de manière confidentielle et ne seront utilisées qu'à des fins de recherche.

Bibliographie

Ouvrages

- Adala, A., & Djellam, A. (2015). Le rôle du marketing digital dans l'amélioration de la performances des banques commerciales Algérienne, étude analytique statistique. Finances et marchés.
- Badoc. M., Lavagssière.B, Copin.E, 1998, e-marketing de la banque et de l'assurance, Edition d'organisations.
- BERNARD Michel, « Banque et nouvelles technologies », Edition Horizons bancaire, n°316, février 2003.
- Catherine Karyotis, « L'essentiel de la banque ».
- Claude Simon, « Les Banques », Edition la découverte, 1994.
- COUSSERGUES Sylvie, « Gestion de la banque », 4 eme Edition Dunod, Paris 2005.
- Comité sur les paiements et les infrastructures de marché, BRI et Banque Mondiale.
- Detlev Marpe et Stefan Kaiser, "Digital Communication: Communication, Multimedia, Security".
- Frederic Mishkin , "The Economics of Money, Banking and Financial Markets" (2012).
- Georges Dionne "Gestion des risques bancaires".
- Jean-Pierre Bornet et Pierre-Alain Frau "Les moyens de paiement : Réglementation et pratiques".
- Lovelock et D. Lapert, « marketing des services : stratégies, outils, management », Edition Publiunion 1996.
- Stéphane Loignon, Big Bang Blockchain , La seconde révolution d'Internet, Tallandier, (2017)
- TEFALI Benyoune et BELGUERBOUZ Moustafa, L'intermédiation financière et bancaire.
- Philippe Narassiguin, « Fiches de Monnaie, banque et financement de l'économie » (2019).
- ROUACH M.et NAULLEAU G. (1998), « Le contrôle de gestion bancaire et financier », 3ème Edition Banque Editeur, Paris.

Thèses et mémoires

- Brahimi Thiziri et Boumghar Lynda, Mémoire de fin d'études (2016), Université de Tizi Ouzou.
- Cédric DENOEL « L'E-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète - t-il ?Mémoire, Université du Québec à Montréal, 2007/2008.
- K.DJAROUDIB Master ISI 2018, Module : Réglementation des TIC en Algérie.
- LAZREG Mohamed, « Développement de la Monétique en Algérie », Mémoire pour l'obtention d'un diplôme de Doctorat, Option Gestion, Université ABOU BAKR BELKAID TLEMENEN, 2014.
- MADOUR Karima et TIZA Zahia, « Le degré d'intégration des NTIC dans les PME et PMI Algériens le cas de Wilaya de Tizi Ouzou », Mémoire de licence, Université de formation continue, 2012/2013.
- SAIM Tahar, « L'impact des technologies de l'information et de la communication TIC dans la Fonction Ressources Humaines (FRH) », Mémoire pour l'obtention d'un diplôme de Magister en Management des entreprises, Ecole Doctorale d'Economie et de Management, 2012/2013.
- 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 A Montréal, Juin 2004.

Articles et Revues

- Bruno Moschetto, « La banque et ses fonctions », Presses Universitaires de France (2003).
- Chunxiao Li, et al "Comprendre les caractéristiques des technologies de l'information et de la communication" 2020 publié dans le journal "Information Systems Frontiers".
- David L. Stearns "La monnaie électronique et les systèmes de paiement en ligne : Une revue" publié dans le journal "International Journal of E-Business Research".
- Josette Peyrard max, « dictionnaire finance » (2001), 2ème édition.
- L'économie de l'intelligence artificielle,Revue d'économie financière (2019/3) (N° 135)

Autres référence bibliographique

- Article 114 de la loi bancaire 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.
- Comité de Bâle II sur le contrôle bancaire

Sites internet

- www.budgetbanque.fr/
- www.egi-patrimoine.fr/
- www.capital.fr/
- uis.unesco.org/
- www.processmaker.com/
- www.boursedescredits.com/
- www.mypos.com/
- www.sia-partners.com/
- www.oracle.com/

Listes des tableaux, figures et schémas

Tableaux

Tableau N°01 : Répartition du réseau bancaire public au niveau de la Wilaya.....	40
Tableau N°02 : Répartition du réseau bancaire privé au niveau de la Wilaya.....	42
Tableau N°03 : Echantillon de notre enquête.	44
Tableau N°04 : Nombre de questionnaires récupérés et non récupérés au niveau des banques.	45
Tableau N° 05 : Développement des cartes bancaires selon l'ancienneté des agences.....	48
Tableau N° 06 : Stratégies des banques en terme d'adaptation aux TIC selon l'ancienneté.....	54
Tableau N°07 : Utilisation des NTIC selon l'âge.....	57

Figures

Figure N°01 : Répartition des banques publiques.....	41
Figure N°02 : Répartition des banques privées.....	42
Figure N°03 : Répartition des banques existantes et de notre échantillon par nature.....	44
Figure N°04 : Répartition de notre échantillon de clients selon le sexe et la tranche d'âge.....	45
Figure N°05 : Ancienneté des agences de la wilaya.....	46
Figure N°06 : Effectif des agences bancaires.....	47
Figure N°07 : Niveau de Développement des cartes bancaire chez les agences.....	48
Figure N°08 : Nombre de GAB/DAB disponibles dans les agences.....	49
Figure N°09 : Niveau de développement des TPE chez les banques.....	51
Figure N°10 : Les canaux de communication et d'information utilisés par les banques.....	51
Figure N°11 : L'avis des banques sur la perception des clients vis-à-vis de l'utilisation des TIC.....	52
Figure N°12 : L'amélioration de l'efficacité et la rapidité des services bancaires.....	53
Figure N°13 : Les bienfaits des TIC sur le mode de travail des agences.....	53
Figure N°14 : Les principales difficultés rencontrées lors de l'utilisation des TIC.....	54
Figure N°15 : L'impact de l'adoption des TIC sur la clientèle des agences.....	55
Figure N°16 : Les perspectives d'avenir dans les agences.....	55
Figure N°17 : Stratégie des banques en terme d'adaptation aux nouvelles technologies.....	56
Figure N°18 : L'avis globale des agences sur l'impact des TIC.....	57
Figure N°19 : Niveau de connaissance des clients sur les TIC.....	57
Figure N°20 : Niveau d'utilisation des cartes bancaires par les clients.....	58
Figure N°21 : Niveau d'utilisation des DAB/GAB par les clients.....	58
Figure N°22 : Rencontre de difficultés lors d'utilisation des DAB/GAB par les clients.....	59
Figure N°23 : Identification des problèmes liés au DAB/GAB.....	59
Figure N°24 : Niveau d'utilisation des TPE par les clients.....	60
Figure N°25 : Les raisons d'utilisation des services bancaires en ligne par les clients.....	60
Figure N°26 : L'avis des clients sur la sécurité des informations des services en ligne.....	61
Figure N°27 : L'avis des clients sur l'influence des NTIC sur les services bancaires.....	61
Figure N°28 : L'Avis des clients sur l'extension des services en ligne offerts par des banques.....	62
Figure N°29 : L'avis des clients sur les conséquences des TIC sur l'emploi.....	62
Figure N°30 : L'impact des TIC sur la relation entre les banques et les clients.....	63
Figure N°31 : L'avis global des clients sur leur expérience avec les TIC.....	63

Schémas

Schéma N° 01 : La finance directe et la finance indirecte.....	16
Schéma N° 02 : Influence de la technologie sur le marketing mix	35

Tables des matières:

Introduction générale	1
Chapitre I : Les spécificités de l'activité bancaire	4
Introduction	5
Section 1 : Généralités sur la banque	6
1. Définitions de la banque.....	6
1.1. Définition de la banque d'après l'approche théorique	6
1.2. Définition de la banque d'après l'approche juridique	6
1.3. Définition de la banque d'après l'approche professionnelle.....	6
2. Structure organisationnelle de la banque.....	6
2.1. Le siège social de la banque	7
2.2. La direction d'exploitation.....	7
2.3. L'agence.....	7
3. La clientèle de la banque.....	7
3.1. Les entreprises.....	7
3.2. Les particuliers.....	8
4. La comptabilité bancaire.....	8
4.1. Le bilan.....	8
4.2. Le hors bilan.....	9
5. Les types de banques.....	9
5.1. Banque centrale.....	9
5.2. Banque commerciale.....	9
5.3. Banque d'investissement.....	9
5.4. Banque en ligne	9
5.5. Banque islamique.....	10
6. Les risques bancaires.....	10
6.1. Risque de crédit.....	10
6.2. Risque de marché.....	10
6.3. Risque de liquidité.....	10
6.4. Risque opérationnel.....	10
6.5. Risque de conformité.....	10
Section 2 : L'activité d'intermédiation de bilan des banques	11
La distribution de crédit	11
1.1. Les crédits selon la durée.....	11
1.2. Les crédits selon la fonction et l'objet.....	11
1.2.1. Les crédits de consommation.....	11
1.2.2. Les crédits immobiliers	11
1.2.3. Les crédits aux entreprises	12
1.2.4. Les crédits aux professionnels	12
1.2.5. Les crédits export	12
1.3. Les crédits selon la forme.....	12
1.3.1. Le prêt simple.....	12
1.3.2. Le découvert bancaire	12
1.3.3. L'escompte commercial	12
1.3.4. Le crédit de mobilisation des créances commerciales	13
1.3.5. L'affacturage	13
1.3.6. L'engagement par signature.....	13
1.3.7. Le crédit-bail (leasing)	13
2. La réception des dépôts public.....	13

2.1. Les ressources rémunérées	13
2.2. Ressources non rémunérées.....	14
3. La mise à la disposition des moyens de paiements et leur gestion.....	14
3.1. Les principaux instruments de paiements.....	14
Section 03: L'activités d'intermédiation financières des banques.....	15
1. La finance direct et indirect	15
1.1. Agents à capacités et à besoin de financement.....	16
1.2. La finance directe.....	17
1.3. La finance indirecte.....	17
2. Le rôle de l'intermédiaire financier en tant que fournisseur de liquidité	18
3. L'intermédiaire financier et l'asymétrie de l'information	18
4. Les autres fonctions de l'intermédiaire financier.....	19
Conclusion.....	20
Chapitre 02: L'impact des Nouvelles Technologies d'Information et de Communication sur l'activité bancaire.....	21
Introduction.....	22
Section 01: Généralités sur les TIC.....	23
1. Définition et caractéristiques des TIC.....	23
1.1. Définition des TIC.....	23
1.2. Caractéristiques des TIC.....	23
2. Les supports de communication des nouvelles technologies	24
3. Les TIC un atout concurrentiel pour les entreprises	25
Section 02: L'intégration des TIC dans l'activité des banques	26
1. L'informatisation et l'automatisation du secteur bancaire	26
1.1. Les rôles essentiels du système d'information.....	26
1.2. Les objectifs clés du système d'information	27
2. L'intégration des nouvelles technologies par les banques.....	27
2.1. La banque à distance.....	27
2.2. La monnaie électronique.....	28
2.3. Les DAB/GAB	29
2.4. Les TPE.....	29
2.5. L'e- Banking	30
3. Les technologies bancaires de l'avenir	30
Section 03 : L'impact des nouvelles technologies sur la banque.....	31
1. Les motivations des banques pour adopter les TIC.....	31
2. L'impact des TIC sur l'activité bancaire.....	32
2.1. L'incidence technologique sur la fonction de la production.....	32
2.2. L'influence de la technologie sur la fonction de distribution.....	33
2.3. L'effet de la technologie sur l'efficacité des produits et la rentabilité bancaire.....	33
2.4. L'impact des nouvelles technologies sur la démarche marketing.....	34
2.4.1. L'impact des TIC sur le marketing mix	35
Conclusion.....	36
Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête.....	38
Introduction.....	39
Section 01 : Présentation du réseau bancaire de la wilaya de Bejaia	40
1. Présentation du paysage bancaire de la wilaya de Bejaia	40
2. Organisation du réseau bancaire public dans la wilaya de Bejaia.....	40
3. Organisation du réseau bancaire privé dans la wilaya de Bejaia.....	42
Section 02 : présentation de l'enquête et la démarche méthodologique.....	43
1. Le processus de sélection de l'échantillon (banques.....)	43
2. Le Questionnaire (banques)	44

3. Le processus de sélection de l'échantillon (clients).....	44
4. Le Questionnaire (clients)	45
Section 03: Analyse et interprétation des résultats de l'enquête	46
1. Analyse et interprétation des résultats de l'enquête sur les banques.....	46
1.1. Informations générales	46
1.1.1. Expérience dans le secteur bancaire.....	46
1.1.2. Clientèle ciblée par les banques.....	46
1.1.3. Effectifs actuels des agences bancaires:	47
1.2. Utilisation des nouvelles technologies dans l'agence bancaire	47
1.2.1. Les services technologiques utilisés par les banques.....	47
1.2.2. Utilisation des cartes bancaire.....	48
1.2.2.1. Nombre de porteurs de cartes.....	48
1.2.2.2. Développement des cartes bancaires.....	48
1.2.3. Nombre de GAB/DAB disponibles dans chaque agence.....	49
1.2.3.1. Fréquence d'utilisation des GAB/DAB.....	49
1.2.3.2. Développement des GAB/DAB	50
1.2.4. Nombre de TPE par agence	50
1.2.4.1. Développement des TPE	51
1.2.5. Utilisation des outils de communication	51
1.2.6. Disposition d'un site web	51
1.3. L'apport des NTIC sur les agences bancaires	52
1.3.1. L'avis des banques sur la perception des clients vis-à-vis de l'utilisation des TIC.....	52
1.3.2. L'impact des NTIC sur l'amélioration de l'efficacité et la rapidité des services bancaires.....	52
1.3.3. L'impact des Nouvelles technologies sur le mode de travail des agences.....	53
1.3.4. Les difficultés rencontrées lors de l'utilisation des Technologies dans les agences.....	54
1.3.5. L'impact de l'adoption des TIC sur la clientèle des agences.....	55
1.4. Perspectives d'avenir et innovations	55
1.4.1. Les perspectives d'avenir en terme d'utilisation des NTIC dans les agences.....	55
1.4.2. Les innovations technologiques les plus intéressantes à l'avenir.....	56
1.4.3. Stratégie d'adaptation aux nouvelles technologies.....	56
1.4.4. L'avis globale sur l'impact des NTIC sur les agences.....	56
2. Analyse et interprétation des résultats de l'enquête sur les clients.....	57
2.1. Niveau de Connaissance des TIC bancaires.....	57
2.2. L'utilisation des nouvelles technologies par les clients.....	58
2.2.1. Utilisation des cartes bancaires.....	58
2.2.2. Utilisation des DAB/GAB.....	58
2.2.2.1. Difficultés rencontrées lors de l'utilisation des DAB/GAB.....	59
2.2.3. Utilisation des TPE par les clients.....	59
2.2.4. Utilisation des services en ligne par les clients.....	60
2.3. L'avis des clients sur la sécurité des informations personnelles lors de l'utilisation de services bancaires en ligne.....	61
2.4. L'avis des clients sur l'influence des NTIC sur les services bancaires.....	61
2.5. L'Avis des clients sur les service en lignes des banques.....	62
2.6. L'avis des clients sur les conséquences des NTIC sur l'emploi.....	62
2.7. L'impact des nouvelles technologies sur la relation entre les banques et les clients.....	63
2.8. L'avis global des clients de la Wilaya de Bejaia sur leur expérience avec les NTIC	63
Conclusion	64
Conclusion générale	65
Bibliographie	
Liste des annexes	
Listes des tableaux, figures, schémas.	

Résumé

Les innovations intervenues ces dernières années dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC) ont eu un impact considérable sur le fonctionnement des activités bancaires. Les moyens traditionnels ont cédé la place à des innovations plus technologiques, en particulier, les innovations tels que la banque à distance et les paiements électroniques. En s'adaptant de mieux en mieux aux TIC, les comportements des clients évoluent également. Dans le secteur bancaire, la nécessité d'utiliser les TIC est évidente, comme moyen d'accroître la compétitivité et la productivité et d'attirer et de fidéliser les clients.

Mots clés: TIC, activités bancaires, paiements électroniques, expérience client.

Summary

The innovations that have taken place in recent years in the field of information and communication technologies (ICT) have had a considerable impact on the functioning of banking activities. Traditional means have given way to more technological innovations, in particular, innovations such as remote banking and electronic payments. By adapting better and better to ICT, customer behaviors are also evolving. In the banking sector, the need to use ICT is obvious, as a way to increase competitiveness and productivity and to attract and retain customers.

Keywords: ICT, banking activities, electronic payments, customer experience.

ملخص

لا شك أن الابتكارات التي شهدتها مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السنوات الأخيرة قد أثرت بشكل كبير على أداء الأنشطة المصرفية. لقد أفسحت الطرق التقليدية المجال للابتكارات التكنولوجية الأكثر تطوراً، ولا سيما الابتكارات مثل البنوك عن بعد والمدفوعات الإلكترونية. بتكيفهم مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل أفضل وأفضل، يتطور سلوك العملاء أيضاً. في قطاع البنوك، فإن ضرورة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واضحة كوسيلة لزيادة التنافسية والإنتاجية، وجذب ولاء العملاء.

الكلمات الرئيسية: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أنشطة مصرفية، المدفوعات الإلكترونية، تجربة العملاء.