



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

Université Abderrahmane Mira - Bejaia

Faculté Des sciences Economique Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des Sciences de Gestion

Memoire de Fin d'étude

En vue de l'obtention d'un diplôme de Master en Sciences de Gestion

Spécialité : Management

Thème :

*L'impact de la Digitalisation sur les services
bancaires : Cas d'agence BADR 360 de kherrata*

Réalisées par :

- *SALEM Manel*
- *OUDJIFEN Bariza*

Encadrée par :

- *Dr .GHANEM Yasmina*

Les members de jury:

- *Dr. IDIR Mohammed*
- *Dr. LAHLOU Hafsa*

Année Universitaire :2023/2024

Remerciement

Avant tout, nous tenons à exprimer notre profonde gratitude au ALLAH Tout-Puissant qui nous a accordé la force, la détermination et la patience nécessaires pour mener à bien ce travail.

Nous remercions chaleureusement notre promotrice, Dr « GHANEM Yasmina », pour son encadrement précieux et ses conseils avisés. Son expertise et sa bienveillance ont été d'un grand soutien tout au long de notre parcours. Nous adressons également nos sincères remerciements aux membres du jury pour l'honneur qu'ils nous font en acceptant d'évaluer notre travail. Nous sommes reconnaissants de leur temps et de leur expertise.

Un grand merci au personnel de la banque "BADR de Kherrata" pour leur accueil chaleureux et leur aide précieuse. Nous tenons particulièrement à remercier le directeur d'agence Mr. « IRZI Hakimi » « Mr.SALI Nourdine » « Mr. BEDOUHENE Moumene » et « Mme. BRHAMI Nawel » pour leur soutien indéfectible et pour leurs précieux conseils.

Enfin, nous tenons à exprimer toute notre gratitude à nos parents pour leur amour inconditionnel et leur soutien indéfectible tout au long de notre vie. Ils ont toujours cru en nous et nous ont encouragés à poursuivre nos rêves. Nous remercions également nos amis chers qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail. Leur amitié et leur soutien nous ont été d'une grande force. Ce travail est le fruit de la collaboration et du soutien de nombreuses personnes. Nous leur sommes tous infiniment reconnaissants.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail

A mes chers parents, ce travail vous doit beaucoup, qu'il soit pour vous le témoignage de ma reconnaissance infinie pour ces années de compréhension et d'effort communs.

A ma chère petite sœur Ouassila , a toute ma famille sans exception et mes chères amies.

A tous ceux qui ont contribué de près ou de loin, à la réalisation de ce travail.

Manel

Dédicace

*Je dédie ce modeste travail
A mes très chers parents,
A mes frères et mes sœurs,
A famille ma grande,
A mes enseignants,
A mes chères amies, et très grande merci à ma binôme Manel
A ma promotion de management 2024*

Bariza

La liste des abréviations :

AN : Agence du Numérique française

BADR : La Banque de Développement Agricole et Rural

CRM: Customer Relationship Management

CMS: Content Management System

CIB : Cartes interbancaires

CNI : Carte Nationale d'Identité

DAB : Distributeurs automatiques de billets

DSI : Direction des Systèmes d'Information

FinTech : Finance technologie.

GED : Gestion électronique des documents

GAB : Guichets automatiques de billets

IOT : L'Internet des objets

IA : Intelligence artificielle

UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

PDCA : Plan-Do-Check-Act

PME : Petite moyenne entreprise

QVT : La qualité de vie au travail

RH : Les Ressources Humaines

RPA : Robotique Process Automation

TPE : Terminaux de paiement électronique

LISTE DES FIGURES

Figure n°1 : Digitalisation	6
Figure n°2 :Les étapes de la transformation digital.....	13
Figure n° 3 : Cycle PDCA	13
Figure n° 4 :Les 3 piliers pour une équipe agile performante	13
Figure n° 5 : Les types de la banque	
Figure n° 6 : l’organigramme de la banque BADR « agence 360 »	53
Figure n°7 : la carte CIB Gold	59
Figure n°8 : La carte Mastercard classique.....	60
Figure n°9 : MasterCard Titanium.....	61
Figure n°10 : Les tâches quotidiennes effectuées le plus souvent à l’aide d’outils digitaux par les employés.....	65
Figure n°11 : la contribution de la digitalisation dans le travail des employés	66
Figure n°12 : l’accompagnement de la banque pour ses employés dans la transition vers la digitalisation	67
Figure n°13 : Investissements de la banque dans le digital.....	68
Figure n° 14 : Impact de la digitalisation sur la collaboration entre les employés	68
Figure n° 15 :Impact de la Digitalisation sur la Charge de Travail	69
Figure n°16 : La perception de l'amélioration de la qualité de service grâce à la digitalisation.....	70
Figure n°17 :L’avenir des métiers à l’ère de la digitalisation	70
Figure n° 18 : Les opinions des employés sur la digitalisation à la banque.....	71
Figure n°19 : Recommandation des employés pour la stratégie de digitalisation de la banque.....	72
Figure n ° 20 : Tranche d’âge des clients	72
Figure n°21 : La répartition des clients par leur genre	73
Figure n°22 : Catégorie socioprofessionnelle des clients.....	73
Figure n°23 : Les Services Digitaux les plus utilisés par les clients de la BADR.....	74
Figure n° 24 : l’utilisation des services digitaux de la BADR en fonction de la catégorie socioprofessionnelle.....	75
Figure n° 25 : Utilisation des services bancaires en ligne de la BADR.....	76
Figure n°26 : l’utilisation des services en ligne en fonction de la tranche d’âge des	

clients.....	77
Figure 27 : l'utilisation des services digitaux de la BADR en fonction du genre des clients.....	78
Figure n° 28 :La fréquence de l'utilisation des services bancaires en ligne de la BADR par les clients.....	79
Figure n°29 : Croisement entre la fréquence de l'utilisation et les services digitaux.....	80
Figure n° 30 : la préférence entre les opérations bancaires en ligne et en agence	81
Figure n° 31 :Niveau de satisfaction des clients.....	82
Figure n° 32 :Les principaux avantages des services digitaux selon les clients	82
Figure n° 33 : Amélioration des services digitaux.....	84
Figure n°34 : Difficultés dans l'utilisation des services bancaires	85
Figure n°35 : La sécurité des services digitaux	85
Figure n°36 : L'utilisation des services digitaux à la venir	86
Figure n°37 : Le changement de la relation entre les clients et la banque.....	87
Figure n° 38 : La relation entre les clients et les services digitaux de la banque BADR	88
Figure n° 39 :Contact humain ou les outils digitaux selon les clients.....	89
Figure n° 40 : Amélioration de la relation client à l'ère de la digitalisation.....	89

LISTE DES TABLEAUX

Tableaux n°1 : La déférence entre la digitalisation et la numérisation	
Tableau n°2 : Répartition des employés selon leurs l'ancienneté et le poste occupé.....	66
Tableaux n°3 : Les avantages en fonction de la fréquence d'utilisation des services bancaires en ligne de la BADR.....	85

Sommaire

Remerciement	
Dédicace	
Liste des abréviations	
Liste des figures	
Introduction Générale	1
Chapitre I: Corpus théorique sur la digitalisation.....	4
Introduction	4
Section 01 : : La digitalisation et son importance	4
Section 02 : Le processus de la digitalisation.....	10
Section 03 : Les outils et les enjeux de la digitalisation.....	18
Conclusion	
Chapitre II: La digitalisation dans le secteur bancaire algérien	18
Introduction.....	18
Section 01 : Généralité sur les banques.....	28
Section 02 : La digitalisation des services bancaires.....	35
Section 03 : Les banques Algérie à l'aire de la digitalisation.....	41
Conclusion.....	48
Chapitre III: La digitalisation bancaire au sein de la banque Kherrata- La BADR.....	49
Introduction.....	50
Section 01 : La présentation de l'organisme d'accueil.....	50
Section 02 : Services digitaux de la banque Kherrata.....	56
Section 03 : Analyse et interprétation des résultats.....	64
Conclusion.....	94
Conclusion générale.....	96
Référence bibliographique	
Table de matières	
Annexes	
Résumé	

*Introduction
générale*

Introduction générale

Introduction générale

L'évolution du paysage économique mondial est profondément influencée par la révolution numérique qui a pris son essor dès les premières années du nouveau millénaire. La digitalisation, portée par l'avènement de l'internet et les avancées technologiques fulgurantes, a remodelé fondamentalement la manière dont les entreprises interagissent avec leur clientèle, mènent leurs activités et développent leurs services. Parmi les secteurs les plus profondément impactés par cette transformation nous avons présenté les services financiers , et plus spécifiquement, celui des banques.

Traditionnellement, les banques ont été les gardiennes des transactions financières, des épargnes et des prêts, jouant ainsi un rôle vital dans le développement économique en facilitant les échanges monétaires. Cependant, avec l'avènement du numérique, ce rôle traditionnel a subi une métamorphose sans précédent. Les institutions financières ont dû s'adapter à un nouvel environnement où la rapidité, l'accessibilité et l'innovation technologique sont devenus des critères essentiels de compétitivité.

C'est dans ce contexte dynamique que ce travail s'inscrit, cherchant à explorer les différentes facettes de la digitalisation dans le secteur bancaire algérien, avec un accent particulier sur le cas de la BADR et de son agence à Kherrata. À travers une analyse approfondie, nous nous pencherons sur l'importance, les processus et les outils de la digitalisation dans les services bancaire. De plus, nous examinerons les implications de cette transformation sur les clients de la banque, en nous appuyant sur des données empiriques recueillies à travers un questionnaire dédié.

La problématique centrale de notre travail est la suivante : ***Quel est l'impact de la digitalisation sur les services bancaires?***

Pour explorer cette question, nous identifierons deux sous-problèmes :

- Quels sont les services bancaires spécifiques qui bénéficient le plus de la digitalisation?
- Comment la digitalisation améliore-t-elle la communication entre les clients et la banque ?

Introduction générale

À partir de ces sous-problèmes, nous formulons les hypothèses suivantes :

- **H1** : La digitalisation renforce l'efficacité l'accessibilité des services bancaires .
- **H2** : La digitalisation favorise une meilleure communication entre la banque et ses clients, ainsi qu'un partage accru entre ses employés.

Objectif de la recherche :

L'objectif de cette recherche est de comprendre l'impact de la digitalisation sur les services bancaires de la Banque de Développement Agricole et Rural (BADR) de Kherrata, en examinant les services, les outils et les implications de cette transformation sur les clients et les employés de la banque. Cette étude vise à fournir une analyse approfondie de la façon dont la BADR de Kherrata a abordé la digitalisation de ses services bancaires , ainsi que les résultats attendus et les défis rencontrés lors de cette transformation.

Méthodologie de la recherche :

Pour mener à bien notre travail et répondre aux questions précédentes, nous divisons le mémoire en deux chapitres théoriques et un chapitre pratique.

Le premier chapitre présente le corpus théorique de la digitalisation ,Ce chapitre pose les bases conceptuelles de la digitalisation, en explorant ses définitions, ses impacts et ses enjeux dans le contexte actuel. Il présente également les différentes étapes du processus de digitalisation et les outils et les enjeux .

Le second chapitre s'intéresse à explore la transformation digitale du secteur bancaire algérien, en analysant ses moteurs, ses composantes et ses impacts sur les banques et les clients.

Le troisième chapitre étudie l'impact de la digitalisation sur la BADR de kherrata , où nous présenterons l'organisme d'accueil dans la première section, ensuite Explorer l'expérience de la BADR (Banque de l'Agriculture et du Développement Rural) de Kherrata en matière de digitalisation, en analysant ses services digitaux, leur impact sur les services bancaire .

Chapitre01 :
Le corpus théorique
sur la digitalisation

Introduction

La digitalisation, un terme devenu omniprésent dans le monde des affaires et de la technologie, représente une évolution incontournable pour les organisations cherchant à rester compétitives et à s'adapter aux demandes changeantes de leurs clients. Ce premier chapitre se consacre à explorer la nature de la digitalisation et son rôle dans la transformation des entreprises.

En effet, les technologies digitales ont révolutionné nos modes de vie et nos façons de travailler, offrant des opportunités sans précédent en matière d'analyse, de réduction des coûts et d'engagement client. Ainsi, ce chapitre se décompose en trois sections distinctes.

Dans la première section, nous commencerons par définir l'histoire de la digitalisation, puis nous clarifierons la définition de la digitalisation et de la transformation digitale.

La deuxième section examinera en détail le processus de la digitalisation, mettant en lumière les étapes et les piliers fondamentaux de cette transformation numérique.

Enfin, la dernière section explorera les outils et les enjeux essentiels de la transformation digitale, offrant un aperçu des technologies émergentes et des défis que rencontrent les organisations dans leur quête pour s'adapter à un monde de plus en plus digitalisé.

Section1 : La digitalisation et son importance

La digitalisation est devenue essentielle pour les organisations modernes, transformant les processus, les modèles d'affaires et les interactions. Elle offre des opportunités d'optimisation, de réactivité et de compétitivité accrues. Cette section présente un aperçu historique de la digitalisation et en propose une définition claire.

1.1- Historique et développement du digital

La digitalisation, un processus de transformation des activités par l'utilisation des technologies numériques, trouve ses racines dans les années 1950 avec l'invention des premiers ordinateurs. Ces machines, initialement conçues à des fins scientifiques et militaires, ont progressivement envahi le monde des affaires, permettant l'automatisation de tâches simples et la gestion de

données volumineuses.¹

L'avènement de l'internet dans les années 1990 a marqué un tournant majeur dans l'histoire de la digitalisation. Cette nouvelle technologie a ouvert la voie à une communication instantanée et à l'échange d'informations à l'échelle mondiale. Les entreprises ont rapidement compris le potentiel de l'internet et ont commencé à créer des sites web pour présenter leurs produits et services.²

Le Web 1.0, caractérisé par des sites web statiques et unilatéraux, a permis la diffusion de l'information sur un large public. Les entreprises utilisaient principalement Internet pour diffuser des informations sur leurs produits et services, sans possibilité d'interaction directe avec les clients.³

Cette ère a été marquée par l'apparition de moteurs de recherche comme AltaVista et Yahoo, qui permettaient aux utilisateurs de trouver facilement des informations sur Internet. Cependant, la plupart des sites web étaient créés par des professionnels et ne proposaient pas de contenu interactif ou généré par les utilisateurs.

L'arrivée du Web 2.0 au début des années 2000 a bouleversé le paysage numérique. Cette nouvelle phase de l'internet a mis l'accent sur l'interactivité, la collaboration et le contenu généré par les utilisateurs. Les blogs, forums, wikis et réseaux sociaux ont permis aux utilisateurs de partager leurs expériences, leurs opinions et leurs créations, favorisant ainsi l'échange et la collaboration.

Le Web 2.0 a également facilité la digitalisation des entreprises en introduisant des outils collaboratifs comme Google Docs, Dropbox et Slack. Ces outils ont permis aux entreprises de travailler de manière plus efficace et collaborative, en dépit de la distance géographique.

Au cours de la dernière décennie, la digitalisation s'est intensifiée avec l'essor des technologies mobiles, des applications cloud, de l'intelligence artificielle et de *l'Internet des objets* (IoT). Ces technologies ont permis une automatisation plus poussée, une meilleure analyse des données et

¹Campbell-Kelly, M., Aspray, W. F., Yost, J. R., Tinn, H., &Díaz, G. C. (2023). *Computer: A history of the information machine*. Routledge (p 1-36).

²Abbate, J. (1999). *Inventing the Internet*. MIT Press (p 176).

³Berners-Lee, T. (1999). *Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor*. Harper San Francisco (p 55).

une personnalisation accrue des services.⁴

Aujourd'hui, la digitalisation ne se limite plus à la simple numérisation des documents ou à l'automatisation des tâches. Elle implique une transformation complète des modèles d'affaires, des processus opérationnels et de l'expérience client. Les entreprises qui réussissent cette transformation numérique gagnent en agilité, en efficacité et en compétitivité.

1.2- La digitalisation

La transformation digitale, aussi appelée digitalisation, transition numérique ou e-transformation, désigne un phénomène complexe et multidimensionnel qui implique l'adoption et l'intégration des technologies numériques dans tous les aspects de la société.

Figure n°1: La digitalisation



Source : <https://www.linkedin.com/pulse/introduction-%C3%A0-la-digitalisation-adama?originalSubdomain=fr>

Selon Vial (2019) définit la digitalisation comme suit « La digitalisation est un phénomène complexe et multidimensionnel qui implique l'adoption et l'intégration des technologies numériques dans tous les domaines de la société.»⁵

Selon Barabel (2015) «La digitalisation est un processus continu qui, par l'innovation, introduit de nouveaux outils, processus et services qui transforment la vie des individus et le travail, notamment en intégrant les technologies numériques dans tous les aspects des opérations

⁴O'Reilly, T. (2007). What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software [Electronic resource] (p 17)

⁵Vial (2019), La transformation numérique des entreprises: Enjeux, méthodes et outils (2e éd.), Dunod, p. 15.

commerciales, y compris l'utilisation des Smartphones comme outils de travail. Cependant, lorsque l'on parle de transformation digitale, on va au-delà du concept de ces nouvelles technologies puisqu'on touche directement à tous les aspects de l'entreprise.

Par conséquent, elle désigne les changements associés à l'intégration des technologies numériques dans toutes les activités et tous les métiers des organisations. »⁶

Selon McKinsey Global Institute (2016) « La transformation digitale est l'utilisation des technologies numériques pour créer ou modifier des processus, produits et services commerciaux existants, et pour créer de nouveaux modèles commerciaux et sources de revenus.»⁷

D'après MIT Sloan School of Management (2019) « La transformation digitale est le processus d'utilisation des technologies numériques pour changer radicalement la façon dont une organisation fonctionne et pour créer de nouvelles opportunités commerciales.»⁸

Et d'après Riemaer (2013) « La transformation digitale concerne les changements induits par le développement des technologies numériques qui se produisent à un rythme effréné, qui bouleversent la manière dont est créée la valeur, les interactions sociales, la conduite des affaires et, plus généralement, notre façon de penser.»⁹

La digitalisation est un moteur clé de l'innovation et de la compétitivité, essentiel pour les organisations cherchant à prospérer dans un environnement numérique en constante évolution.

1-3 L'importance de la digitalisation

La digitalisation est devenue cruciale à l'ère du numérique, jouant un rôle vital dans la survie et la prospérité des entreprises. En effet, elle transforme les modes de fonctionnement traditionnels, facilitant l'intégration des technologies numériques dans tous les aspects de

⁶Barabel (2015), La transformation numérique des entreprises: Enjeux, méthodes et outils (2e éd.), Dunod, Paris p. 15.

⁷McKinsey Global Institute (2016):<https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-digital-transformation> Consulté le 25 /05 /2024 à 14h :48 .

⁸MIT Sloan School of Management (2019):<https://sloanreview.mit.edu/tag/digital-transformation/> Consulté le 25 /05 /2024 à 15h :00.

⁹Riemaer (2013): La transformation numérique: une révolution en marche, Éditions EMS, p. 13.

l'entreprise. Cela comprend la gestion des opérations internes, les relations avec les clients, et la communication entre les différentes parties prenantes.

Elle sert de catalyseur pour la transformation, influençant de manière significative les organisations, leurs processus, les modèles économiques, ainsi que les interactions internes et externes. Par exemple, l'automatisation des processus administratifs réduit les erreurs humaines et augmente l'efficacité, tandis que les plateformes de commerce électronique permettent d'atteindre une clientèle plus large et d'offrir des services personnalisés.

En adoptant une stratégie digitale adéquate, les entreprises peuvent exploiter diverses opportunités. Cela inclut l'amélioration de la productivité grâce à l'usage de logiciels de gestion performants, l'analyse de grandes quantités de données pour prendre des décisions plus éclairées, et l'utilisation des réseaux sociaux pour mieux comprendre les besoins des clients et interagir avec eux de manière plus directe et personnelle.

Ces opportunités permettent aux entreprises d'atteindre de nouveaux niveaux d'efficacité, de réactivité et de compétitivité. Par exemple, une entreprise qui adopte des outils de collaboration en ligne peut répondre plus rapidement aux demandes des clients et s'adapter plus facilement aux changements du marché.

En effet, la digitalisation n'est plus une simple option, mais une nécessité pour maintenir sa pertinence dans un environnement en perpétuelle évolution. Les entreprises qui ne s'engagent pas dans ce processus risquent de se retrouver dépassées par leurs concurrents plus agiles et technologiquement avancés. La digitalisation permet donc non seulement de rester compétitif, mais aussi de se préparer aux défis futurs en adoptant une approche proactive et innovante.

1-4 Les Composants de la digitalisation

✓ La dématérialisation

La dématérialisation consiste à convertir les informations et les documents physiques en formats numériques. Cela inclut la numérisation de documents papier, la mise en place de systèmes *de gestion électronique des documents (GED)* et l'utilisation de signatures électroniques.¹⁰

¹⁰Jean-Michel Franco, *La dématérialisation : Enjeux, méthodes et outils*, Dunod, 2010, p 1,20

✓ L'automatisation

L'automatisation implique l'utilisation de technologies pour effectuer des tâches répétitives et routinières sans intervention humaine. Cela inclut des logiciels de gestion de processus, des robots logiciels (RPA - Robotic Process Automation) et des systèmes d'intelligence artificielle (IA).

✓ La portabilité

La portabilité permet aux utilisateurs d'accéder aux informations et aux applications depuis n'importe quel appareil connecté à Internet, qu'il s'agisse d'un ordinateur de bureau, d'un ordinateur portable, d'une tablette ou d'un smartphone.¹¹

1-5 La numérisation

La numérisation est le processus de conversion d'informations analogiques en données numériques. Cela implique l'utilisation de divers équipements et techniques pour transformer des documents, des images, des sons et d'autres types de données physiques en formats numériques, qui peuvent être stockés, traités et transmis par des systèmes informatiques.

Agence du Numérique française (AN) : "La numérisation consiste à convertir des supports physiques (papier, film, audio, etc.) en fichiers numériques (images, documents, sons, vidéos, etc.) afin de les stocker, les traiter, les partager et les diffuser plus facilement."¹²

Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

(UNESCO) : "La numérisation est le processus par lequel les matériaux non numériques, comme les documents écrits, les photographies, et les enregistrements audio ou vidéo, sont convertis en format numérique. Ce processus inclut la capture des données physiques via des scanners ou des caméras numériques, et la création de fichiers numériques qui peuvent être archivés, consultés et partagés électroniquement."¹³

¹¹ <https://blog.calexagroup.com/digitalisation-rh/> Consulté le 27 /05 /2024 à 9h :35.

¹² <https://www.numerique.gouv.fr/> Consulté le 27 /05 /2024 à 10h :00.

¹³ <https://unesdoc.unesco.org/> Consulté le 27 /05 /2024 à 11h :49.

1-6 La différences entre la digitalisation et la numérisation**Tableaux n°1 : La déférence entre la digitalisation et la numérisation**

Caractéristique	Numérisation	Digitalisation
Définition	Conversion d'informations analogiques en un format numérique exploitable par des systèmes informatiques	Transformation des processus métier et des modèles économiques en tirant parti des technologies numériques et des opportunités qu'elles offrent
Objectif	Représentation binaire d'entités physiques, facilitant le stockage, la gestion, la manipulation et la transmission des données.	Amélioration de l'efficacité, de la productivité, de la flexibilité et de la valeur ajoutée grâce à l'intégration des technologies numériques dans l'ensemble des activités de l'entreprise.
Portée	Champ d'action limité à la conversion des données, sans remise en question des processus existants	Vision globale et stratégique, englobant la refonte des processus, la création de nouveaux produits et services, et l'évolution des modes de collaboration et de prise de décision.
Impact	Optimisation du stockage, de l'archivage et de la recherche d'informations.	Transformation profonde du fonctionnement de l'entreprise, amélioration de l'expérience client, création de nouveaux modèles de revenus et modification des relations avec les parties prenantes
Exemples	Numérisation de documents papier, conversion de fichiers audio en format numérique, création d'images numériques.	Mise en place de plateformes de e-commerce, développement d'outils d'analyse de données pour une meilleure connaissance client, utilisation de l'intelligence artificielle pour l'automatisation des tâches.
Relation	Étape préliminaire et indispensable à la digitalisation, fournissant la matière première sous forme de données numériques.	S'appuie sur la numérisation pour la réalisation de son plein potentiel, en exploitant intelligemment les données et en les intégrant dans de nouveaux processus métiers

Source : établi par nous même

Section2 : Le processus de la digitalisation

Après avoir exploré l'importance de la digitalisation, cette section se concentre sur le processus de transformation digitale.

Nous commencerons par décomposer les étapes clés de la digitalisation, notamment la numérisation, l'automatisation, l'optimisation et la transformation organisationnelle. Ensuite, nous examinerons les différents modèles de digitalisation qui peuvent être adoptés par les entreprises.

Nous aborderons également les piliers essentiels à une transformation réussie, tels que le rôle du dirigeant, la participation des collaborateurs et l'environnement de travail.

Enfin, nous discuterons des objectifs de la digitalisation, en soulignant les avantages stratégiques et opérationnels qu'elle peut apporter à la gestion des ressources humaines et des carrières.

2.1- Les étapes de la transformation

La transformation digitale est un processus complexe et essentiel pour les entreprises souhaitant rester compétitives dans l'ère du numérique. Elle implique une refonte en profondeur de l'organisation, des processus et de la culture d'entreprise pour adopter les technologies digitales et en tirer parti pour créer de la valeur.

Pour réussir cette transformation, il est crucial de suivre une démarche structurée et cohérente qui comprend plusieurs étapes essentielles :¹⁴

¹⁴Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2015). *La transformation digitale : Saisir les opportunités du numérique pour transformer votre entreprise*. Dunod. p. 50-52, 60-62, 95-97, 105-107, 110-112, 125-127, 135-137, 155-157, 170-172, 185-187.

Figure n°2 : Les étapes de la transformation digital.

Source : établi par nos soins

Étape 1 : Lancement de la transformation digitale

1.1 Définition d'une vision et d'objectifs SMART

- ✓ **Vision stratégique** : La vision stratégique de la transformation digitale consiste à formuler clairement comment cette transformation s'aligne avec les objectifs à long terme de l'entreprise et contribue à sa mission et sa stratégie globale. Elle permet de comprendre les enjeux du numérique et comment ils peuvent impacter l'entreprise, orientant ainsi toutes les actions vers un but commun.
- ✓ **Objectifs SMART** : Les objectifs SMART sont des objectifs *spécifiques*, *mesurables*, *atteignables*, *réalistes* et *temporellement* définis. Ils guident la transformation digitale en fournissant des cibles concrètes et quantifiables à atteindre, avec des indicateurs de performance clairs pour suivre leur progression

1.2 Réalisation d'audits interne et externe

- ✓ **Audit interne** : L'audit interne implique un diagnostic approfondi de l'état actuel de l'entreprise en matière de maturité digitale. Cela inclut l'évaluation des forces et faiblesses en termes de compétences digitales, de processus numériques, d'infrastructures informatiques et de culture digitale, permettant de dresser un état des lieux précis de la situation interne.
- ✓ **Audit externe** : L'audit externe consiste à analyser les pratiques des concurrents et les tendances du marché pour identifier les meilleures pratiques et les opportunités. Cela inclut la réalisation d'un benchmark concurrentiel et la veille technologique, afin de se tenir informer des innovations et des évolutions du numérique.

1.3 Planification stratégique et budgétisation

- ✓ **Allouer un budget spécifique** : Il s'agit de dédier des ressources financières à la transformation digitale, en tenant compte des coûts des technologies, des formations, de la communication et du changement de management. Un budget réaliste et adapté est essentiel pour soutenir les initiatives de transformation.
- ✓ **Planification stratégique** : La planification stratégique développe un plan d'action détaillé avec des étapes, des responsabilités, des échéances et des ressources nécessaires. Ce plan doit être flexible et adaptable pour tenir compte des changements et des imprévus, garantissant une mise en œuvre efficace de la transformation.

Étape 2 : Optimisation de l'organisation de l'entreprise

2.1 Promotion d'une nouvelle culture digitale :

- ✓ **Partage de la vision** : Communiquer clairement la vision de la transformation digitale à tous les niveaux de l'organisation, impliquant tous les collaborateurs pour créer une compréhension commune des enjeux et des objectifs de la transformation.
- ✓ **Formation continue** : Mettre en place des programmes de formation pour doter les employés des compétences digitales nécessaires à la réussite de la transformation, couvrant les outils numériques, les processus digitaux, la sécurité informatique et le travail collaboratif.

✓ **Communication** : Assurer une communication constante et transparente tout au long de la transformation digitale, partageant les avancées, les défis rencontrés et les leçons apprises pour maintenir l'engagement et la motivation des équipes.¹⁵

2.2 Application du cycle PDCA (Plan-Do-Check-Act)

Le cycle PDCA (*Plan-Do-Check-Act*), illustré à la figure 3, est un modèle de gestion en quatre étapes utilisées pour le contrôle et l'amélioration continue des processus et produits au sein des entreprises.

La première étape, "*Planifier*" (*Plan*), consiste à définir les objectifs et les processus nécessaires pour obtenir des résultats conformes aux attentes.

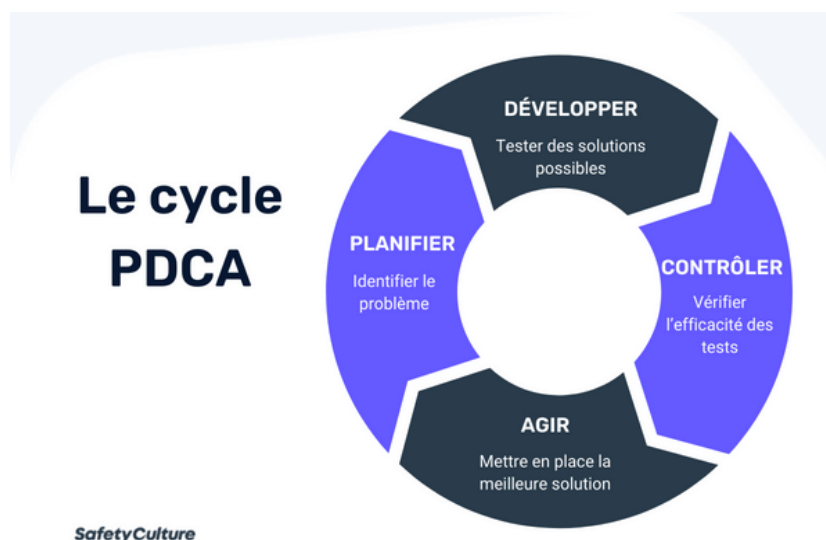
La deuxième étape, "*Faire*" (*Do*), implique la mise en œuvre des processus planifiés.

La troisième étape, "*Vérifier*" (*Check*), concerne l'évaluation des résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés, en identifiant les écarts et les opportunités d'amélioration.

Enfin, la quatrième étape, "*Agir*" (*Act*), se concentre sur l'application des actions correctives basées sur les évaluations précédentes pour améliorer les processus.

La figure 3 présente de manière graphique et séquentielle ce cycle, démontrant comment chaque étape s'enchaîne et contribue à une boucle de rétroaction continue pour l'amélioration des performances organisationnelles.

Figure n°3 : Le cycle PDCA



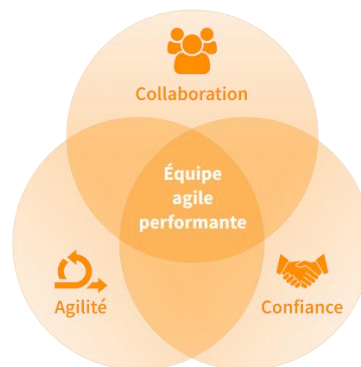
Source : <https://safetyculture.com/fr/listes-de-verification/modele-cycle-pdca/>

¹⁵Ross, J. W., Beath, C. M., & Mocker, M. (2020), *Conçu pour le numérique : Comment architecturer votre entreprise pour un succès durable*. Eyrolles. p. 72-74, 80-82, 90-92, 100-102, 120-122, 130-132, 150-152, 160-.

- ✓ **Planifier** : Définir la stratégie, les objectifs et le processus de transformation digitale.
- ✓ **Développer** : Mettre en œuvre le plan de transformation digitale.
- ✓ **Contrôler** : Évaluer la performance de la transformation digitale.
- ✓ **Agir** : Adapter et améliorer les processus en fonction des résultats et des retours.

2.3 Développement d'une entreprise agile et performante

Figure n°4 : Les 3 piliers pour une équipe agile performante



Source : <https://www.tuleap.org/fr/agile/4-etapes-pour-creer-une-equipe-agile-performante>

- ✓ **Adopter l'agilité** : Promouvoir des pratiques de travail agiles pour s'adapter rapidement aux changements, permettant à l'entreprise de réagir de manière efficace aux évolutions de l'environnement.
- ✓ **Collaboration** : Favoriser le travail collaboratif et l'échange d'informations entre les équipes, améliorant ainsi la synergie et l'innovation.
- ✓ **Prise de décision rapide** : Améliorer la rapidité et l'efficacité de la prise de décision grâce à une meilleure circulation de l'information, permettant une réponse plus rapide aux opportunités et aux défis.

Étape 3 : Exploitation des technologies pour créer de la valeur ajoutée

3.1 Intégration des outils technologiques

- ✓ **Améliorer la productivité** : Utiliser les technologies pour automatiser les processus et augmenter l'efficacité opérationnelle de l'entreprise.

- ✓ **Développer de nouveaux produits et services** : Innover grâce aux technologies digitales pour créer des offres nouvelles et améliorer les produits et services existants.
- ✓ **Faciliter la collaboration** : Utiliser des outils numériques pour améliorer la collaboration entre les équipes, renforçant la cohésion et l'efficacité.

Étape 4 : Expansion des activités et amélioration de l'expérience client

4.1 Optimisation de l'expérience client

- ✓ **Connaissance client** : Utiliser les technologies pour mieux connaître les clients, comprendre leurs besoins et attentes, et personnaliser les interactions avec eux, améliorant ainsi leur satisfaction et fidélité.
- ✓ **Service client optimisé** : Offrir des canaux de communication digitale plus efficaces et des solutions en ligne, facilitant l'accès aux services et améliorant la qualité de l'assistance.

4.2 Innovation continue :

- ✓ **Favoriser l'innovation** : Développer de nouveaux produits et services performants grâce aux technologies digitales, répondant mieux aux attentes des clients et aux évolutions du marché.
- ✓ **Explorer les nouvelles technologies** : S'appuyer sur *l'intelligence artificielle*, le *Big Data*, *l'Internet des Objets (IoT)* et *la blockchain* pour explorer de nouvelles idées et solutions innovantes, transformant les opportunités technologiques en avantages concurrentiels.

Pour réussir la transformation digitale, les entreprises doivent adopter une démarche structurée combinant vision stratégique, appropriation des technologies digitales, développement des compétences des collaborateurs, amélioration de la culture d'entreprise et adaptation continue. En suivant ces étapes essentielles et en adoptant une approche agile, les entreprises peuvent transformer leur organisation et se positionner durablement dans l'économie numérique.

2.2- Les piliers de la transformation digitale

La transformation numérique repose sur trois éléments clés : *la technologie*, *l'organisation* et *la culture*.

Cependant, les organisations fonctionnent souvent différemment dans ces trois domaines. D'après notre expérience, la technologie et l'organisation sont souvent priorisées car les entreprises ont une plus grande maturité dans ces domaines et mettent en œuvre des pratiques plus pertinentes. C'est pourquoi ces aspects sont souvent considérés comme les plus importants. En revanche, la dimension culturelle est moins tangible et ne relève pas du domaine d'expertise de la *Direction des Systèmes d'Information* (DSI), elle est donc souvent négligée et traitée avec moins d'efficacité.¹⁶

➤ ***Le pilier technologique***

La technologie joue un rôle crucial dans la transformation digitale des entreprises, en facilitant et en soutenant les changements nécessaires. Elle permet d'automatiser les processus, de développer de nouveaux produits et services, et d'améliorer la collaboration et la communication.

Cependant, l'axe technologique présente également des défis importants.

Le choix des technologies adéquates est crucial pour assurer la réussite de la transformation. Il faut anticiper les tendances technologiques et opter pour des solutions durables qui ne deviendront pas obsolètes en quelques années. L'adoption de nouvelles technologies, en particulier pour la disruption, comporte des risques inhérents qu'il faut prendre en compte.

L'expertise technologique est indispensable pour piloter efficacement l'axe technologique de la transformation digitale. La DSI doit disposer des compétences nécessaires ou faire appel à des partenaires fiables. Un cahier des charges clair et un schéma directeur à jour sont également essentiels pour une gestion optimale de cet axe.

En conclusion, la technologie est un pilier incontournable de la transformation digitale, mais il doit être géré avec prudence et expertise pour maximiser ses bénéfices et minimiser les risques. Il est important de faire des choix éclairés, de s'adapter aux évolutions rapides du marché et de

¹⁶Bampoky, B. (2017). Les fondamentaux d'une transformation digitale pour les entreprises africaines. *Question (s) de management*, (3),p 39-45.

disposer des compétences nécessaires pour piloter cet axe crucial.

➤ ***Le pilier organisationnel : Moteur du changement***

Le pilier organisationnel est essentiel pour réussir une transformation digitale. Il s'agit de mettre en place la structure et les processus nécessaires pour soutenir le changement. Cela implique de définir l'organisation cible, de clarifier la valeur attendue, de spécifier les nouveaux rôles et processus, et de gérer le changement.

La gestion du changement est une étape clé du pilier organisationnel. Il s'agit de préparer et d'accompagner les collaborateurs tout au long de la transformation, en les informant, en les formant et en les motivant. Cela permet de minimiser les résistances et de favoriser l'adhésion au nouveau projet.

Une pratique courante dans les entreprises consiste à cultiver en interne certaines compétences associées au pilier organisationnel. Ce faisant, ils sont en mesure d'établir un groupe d'individus appelés « *agents de changement* » qui possèdent la capacité de diriger efficacement des projets dans ce domaine.¹⁷

➤ ***Le pilier culturel : Clé de l'adhésion***

Le pilier culturel est tout aussi important que le pilier organisationnel pour la réussite d'une transformation digitale. Il s'agit de développer une culture digitale favorable à l'adoption des nouveaux outils et pratiques numériques.

La maturité numérique de l'entreprise est un facteur déterminant du succès de la transformation. Cela se traduit par la culture digitale générale, la relation entre la DSI et les métiers, et l'expertise des collaborateurs.

Les croyances et valeurs de l'entreprise peuvent faciliter ou freiner la transformation digitale. Il est important de les identifier et de les prendre en compte pour élaborer une stratégie adéquate. Les pratiques et comportements existants, tant individuels que collectifs, doivent être analysés et adaptés pour favoriser l'adoption des nouveaux outils et pratiques numériques.

¹⁷EL YAACOUBI, Y., & BENNANI, H. (2022). Transformation digitale: quelles reconfigurations pour les métiers de la banque de détail ? *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 5(1).

- ❖ Trois entités jouent un rôle crucial dans le pilier culturel
- ✓ *Les Technologies de l'Information* (DSI) doivent s'impliquer dans la gestion du facteur humain et collaborer avec les autres services pour assurer une transition fluide.
- ✓ *Les Ressources Humaines* (RH) sont responsables de l'accompagnement au changement et de l'évolution des profils des collaborateurs.
- ✓ Le commanditaire doit clairement définir ses besoins et s'impliquer activement dans la communication et la mobilisation des équipes.

Le facteur humain est souvent négligé dans les transformations digitales, ce qui peut conduire à l'échec. Il est essentiel de prendre en compte cet aspect dès le début du projet et de mettre en place des actions concrètes pour accompagner les collaborateurs.

S'intéresser au facteur humain dès le début de la transformation digitale permet d'évaluer la pertinence des options stratégiques et de prévenir les freins potentiels. Cela contribue à faire de la transformation une véritable réussite.

2.3- Les objectifs de la digitalisation

Les objectifs de la digitalisation sont multiples et varient en fonction des entreprises et de leurs besoins spécifiques. Cependant, on peut identifier plusieurs objectifs communs :

- **Améliorer l'efficacité et la productivité**

- ✓ **Automatiser les tâches manuelles et répétitives** : permettant aux collaborateurs de se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.
- ✓ **Optimiser les processus opérationnels** : en fluidifiant les échanges d'informations et en réduisant les erreurs.
- ✓ **Réduire les coûts** : en automatisant des tâches, en optimisant les stocks et en améliorant la gestion des ressources.
- ✓ **Accélérer les délais de production et de livraison** : en automatisant des étapes clés et en optimisant la chaîne logistique.

- **Renforcer l'innovation et la créativité**
 - ✓ **Développer de nouveaux produits et services** : en s'appuyant sur les données et les technologies numériques.
 - ✓ **Explorer de nouveaux marchés** : en utilisant les canaux numériques pour atteindre de nouveaux clients.
 - ✓ **Améliorer l'expérience client** : en personnalisant les interactions et en offrant des services innovants.
- **Améliorer la communication et la collaboration**
 - ✓ **Favoriser le travail collaboratif** : en permettant aux équipes de travailler ensemble à distance sur des projets communs.
 - ✓ **Renforcer le sentiment d'appartenance à l'entreprise** : en créant une communauté digitale inclusive.
- **Accroître la satisfaction client**
 - ✓ **Personnaliser l'expérience client** : en analysant les données et en proposant des offres et des services adaptés.
 - ✓ **Offrir un service client de qualité** : en utilisant des outils digitaux pour répondre rapidement et efficacement aux demandes des clients.
 - ✓ **Fidéliser les clients** : en leur offrant une expérience positive et en les récompensant de leur fidélité.
- **Prendre de l'avance sur la concurrence**
 - ✓ **S'adapter aux changements du marché** : en utilisant les technologies numériques pour identifier de nouvelles opportunités et répondre aux nouveaux besoins des clients.
 - ✓ **Se démarquer de la concurrence** : en proposant des produits, services et expériences innovantes.
 - ✓ **Assurer la croissance à long terme** : en investissant dans la transformation digitale et en développant une culture digitale forte.

La transformation numérique est un processus complexe et multiforme qui englobe différentes étapes, modèles, piliers et objectifs.

Pour réussir la numérisation, une planification minutieuse et une mise en œuvre stratégique sont essentielles à chaque étape de la transformation. Différents modèles de numérisation offrent diverses approches adaptées aux besoins spécifiques des organisations. Les piliers de la transformation numérique, notamment la technologie, les données, les processus et les compétences relationnelles, constituent la base solide sur laquelle repose cette évolution.

Les objectifs de la digitalisation, qu'il s'agisse d'améliorer l'efficacité opérationnelle, d'optimiser l'expérience client ou de créer de nouvelles opportunités commerciales, soulignent l'importance de cette approche pour la croissance et la compétitivité des entreprises dans un paysage de plus en plus numérique.

En somme, la digitalisation est un vecteur essentiel de modernisation et d'innovation, indispensable pour naviguer avec succès dans le paysage économique contemporain.

Section3 : Les outils et les enjeux de la digitalisation

La digitalisation n'est pas seulement une question de technologie. C'est aussi une question de changement organisationnel et culturel. Pour réussir sa transformation digitale, une entreprise doit disposer des bons outils et comprendre les enjeux de ce processus.

Cette section explorera les différents outils et technologies disponibles pour les entreprises qui souhaitent se digitaliser. Nous examinerons également les principaux enjeux de la digitalisation, tels que la gestion du changement, la sécurité des données et l'impact sur l'emploi.

3.1- Les outils de la digitalisation

- **Suites Collaboratives** : Les suites collaboratives sont des ensembles d'outils logiciels conçus pour permettre la communication, la collaboration et le partage d'informations au sein d'une organisation. Elles offrent généralement une gamme d'applications telles que la messagerie électronique, le traitement de texte, le stockage de fichiers et la planification des réunions, facilitant ainsi le travail en équipe et la gestion des projets.

- ✓ **Microsoft 365 (ex-Office 365)**: Word, Excel, PowerPoint, Teams, SharePoint, OneDrive, Exchange¹⁸
- ✓ **Google Workspace (anciennement G Suite)**: Gmail, Calendar, Meet, Chat, Agenda¹⁹
- ✓ **ZohoWorkplace** : Messagerie, collaboration, gestion de projets, gestion de la clientèle²⁰

❖ **Plateformes de Communication**

Les plateformes de communication sont des outils logiciels permettant aux individus et aux groupes de communiquer entre eux de manière efficace, que ce soit en temps réel ou de manière asynchrone. Elles incluent souvent des fonctionnalités telles que la messagerie instantanée, la visioconférence, le partage de fichiers et la gestion des tâches, facilitant ainsi la collaboration et la coordination des activités.

- ✓ **Slack** : Messagerie instantanée, partage de fichiers, appels vocaux et vidéos²¹
- ✓ **Microsoft Teams** : Messagerie instantanée, partage de fichiers, appels vocaux et vidéo, intégration avec les produits Microsoft²²
- ✓ **Zoom** : Visioconférences, webinaires²³

❖ **Plateformes Intranet Nouvelle Génération**

Les plateformes intranet nouvelle génération sont des solutions logicielles intégrées conçues pour faciliter la communication interne, la collaboration et le partage de connaissances au sein d'une organisation. Elles offrent souvent une interface centralisée où les employés peuvent accéder à des informations, des outils et des ressources pertinentes pour leur travail, favorisant ainsi l'efficacité et la productivité.

- ✓ **Jalop**: Espace de travail centralisé, communication interne, collaboration, partage de connaissances²⁴

¹⁸<https://learn.microsoft.com/en-us/microsoft-365/?view=o365-worldwide> Consulté le 28 /05 /2024 à 13h :49.

¹⁹<https://support.google.com/a/answer/1047213?hl=en> Consulté le 27 /05 /2024 à 14h :15.

²⁰<https://www.zoho.com/contactus.html> Consulté le 27 /05 /2024 à 14h :20.

²¹<https://slack.com/help> Consulté le 28 /05 /2024 à 14h :30.

²²<https://support.microsoft.com/en-us/teams> Consulté le 28 /05 /2024 à 14h :35.

²³<https://support.zoom.com/hc/en> Consulté le 28 /05 /2024 à 14h :45.

²⁴<https://jalopnik.com/how-to-securely-contact-jalopnik-1825725757> Consulté le 28 /05 /2024 à 15h :00.

- ✓ **HumHub**: Espace de travail centralisé, communication interne, collaboration, partage de connaissances, gestion de projets, réseautage social²⁵
- ✓ **Bitrix24**: Collaboration, gestion de projets, CRM, gestion de la clientèle²⁶

❖ Outils CRM (Customer Relationship Management)

Les outils CRM sont des logiciels conçus pour aider les entreprises à gérer leurs interactions avec les clients, les prospects et les partenaires commerciaux. Ils permettent de suivre les contacts, les ventes, les campagnes marketing et les activités de service client, facilitant ainsi la gestion des relations avec la clientèle et l'amélioration de l'expérience client.

- **Salesforce** : Vente, marketing, service client, analyse commerciale²⁷
- **Zoho CRM**: Vente, marketing, service client, analyse commerciale (prix plus abordable que Salesforce)²⁸
- **HubSpot CRM**: Vente, marketing, service client (gratuit pour les petites entreprises)²⁹

❖ Outils de Gestion de Contenus (CMS - Content Management System)

Les outils de gestion de contenus sont des logiciels permettant de créer, de modifier et de gérer le contenu d'un site web ou d'une application mobile. Ils offrent souvent des fonctionnalités telles que la création de pages, la gestion des médias, la publication de contenu et la gestion des utilisateurs, facilitant ainsi la gestion et la mise à jour des informations en ligne.

- **WordPress**: Open-source, facile à utiliser, blogs, sites web personnels³⁰
- **Drupal**: Puissant, flexible, complexe à utiliser, sites web d'entreprise³¹
- **Adobe Experience Manager**: Évolutif, sécurisé, grandes entreprises³²

²⁵<https://docs.humhub.org/> Consulté le 28/05 /2024 à 15h :55.

²⁶<https://helpdesk.bitrix24.com/> Consulté le 28 /05 /2024 à 16h :00 .

²⁷<https://help.salesforce.com/s/> Consulté le 28 /05 /2024 à 16h :23.

²⁸<https://www.zoho.com/crm/help/> Consulté le 28 /05 /2024 à 16h :35.

²⁹<https://academy.hubspot.com/> Consulté le 28 /05 /2024 à 18h :49.

³⁰https://codex.wordpress.org/Main_Page Consulté le 28/05 /2024 à 19h :00.

³¹<https://www.drupal.org/documentation> Consulté le 28 /05 /2024 à 20h :55.

³²<https://experienceleague.adobe.com/en/docs/experience-manager> Consulté le 28 /05 /2024 à 23h :49.

❖ Outils de Stockage en Ligne

Les outils de stockage en ligne sont des services permettant de sauvegarder, de partager et d'accéder à des fichiers et des données via Internet. Ils offrent souvent des fonctionnalités telles que le stockage sécurisé, la synchronisation automatique, le partage de fichiers et la collaboration en temps réel, facilitant ainsi le travail à distance et la collaboration entre les membres d'une équipe.

- **Dropbox:** Stockage, partage, accès aux fichiers en ligne³³
- **Google Drive:** Stockage, partage, accès aux fichiers en ligne, intégration avec *Google Docs*³⁴ et *Gmail*
- **Microsoft OneDrive:** Stockage, partage, accès aux fichiers en ligne, intégration avec *Windows* et *Office 365*³⁵

❖ Outils de Gestion de Projets

Les outils de gestion de projets sont des logiciels permettant de planifier, d'organiser et de suivre les activités liées à la réalisation d'un projet. Ils offrent souvent des fonctionnalités telles que la création de tâches, la gestion des ressources, le suivi des délais et la génération de rapports, facilitant ainsi la gestion efficace des projets et des équipes.

- **Asana:** Planification, organisation, suivi des tâches et projets³⁶
- **Trello:** Tableau Kanban, visualisation et gestion de projets³⁷
- **Jira:** Conçu pour les équipes de développement logiciel, peut être utilisé pour d'autres types de projets³⁸

❖ Outils de Gestion de Recrutement :

Les outils de gestion de recrutement sont des logiciels permettant de gérer le processus de recrutement des candidats, depuis la publication des offres d'emploi jusqu'à l'intégration des nouveaux employés. Ils offrent souvent des fonctionnalités telles que la diffusion des annonces,

³³<https://help.dropbox.com/> Consulté le 28/05 /2024 à 23h :00.

³⁴<https://support.google.com/drive/?hl=en> Consulté le 28/05 /2024 à 23h :05.

³⁵<https://support.microsoft.com/en-us/onedrive> Consulté le 28/05 /2024 à 23h :30.

³⁶<https://academy.asana.com/page/your-asana-start-guide> Consulté le 29 /05 /2024 à 09h :49.

³⁷<https://trello.com/power-ups/5b97e9450f54a3562b2ff848/contalist> Consulté le 29 /05 /2024 à 10h :00.

³⁸<https://confluence.atlassian.com/> Consulté le 29 /05 /2024 à 10h :30.

le suivi des candidatures, la gestion des entretiens et l'analyse des performances, facilitant ainsi le recrutement et la sélection des meilleurs talents.

- **Greenhouse:** Diffusion des offres d'emploi, suivi des candidatures, gestion des entretiens³⁹
- **BambooHR:** Recrutement, intégration, gestion des performances⁴⁰
- **Workday Recruiting:** Grandes entreprises, solution de recrutement évolutive et sécurisée

❖ Outils de Comptabilité

Les outils de comptabilité sont des logiciels permettant de gérer les finances et la comptabilité d'une entreprise. Ils offrent souvent des fonctionnalités telles que la gestion des factures, le suivi des dépenses, la génération de rapports financiers et la conformité réglementaire, facilitant ainsi la gestion financière et la prise de décision.

- **QuickBooks:** Facile d'utilisation, petites entreprises⁴¹
- **Xero:** Alternative à QuickBooks, fonctionnalités similaires, prix plus abordable⁴²
- **Sage Business Cloud Accounting:** Petites et moyennes entreprises, solution de comptabilité complète

❖ Outils de Gestion de Paie

Les outils de gestion de paie sont des logiciels permettant de gérer les processus de paie et de gestion des ressources humaines d'une entreprise. Ils offrent souvent des fonctionnalités telles que le calcul des salaires, la gestion des congés, la génération des bulletins de paie et la conformité aux réglementations en matière de paie, facilitant ainsi la gestion administrative du personnel et le respect des obligations légales.

- **ADP Payroll:** Un des fournisseurs de services de paie les plus populaires
- **Paychex Flex:** Fonctionnalités similaires à ADP Payroll, prix plus abordable⁴³

³⁹<https://www.greenhouse.com/careers> Consulté le 29 /05 /2024 à 10h :35.

⁴⁰<https://www.bamboohr.com/resources/> Consulté le 29 /05 /2024 à 11h :00.

⁴¹<https://quickbooks.intuit.com/fr/> Consulté le 29 /05 /2024 à 11h :15.

⁴²<https://www.xero.com/fr/> Consulté le 29 /05 /2024 à 11h :20.

⁴³<https://www.paychex.com/support/> Consulté le 29 /05 /2024 à 11h :30.

- **Gusto:** Petites entreprises, solution de gestion de la paie simple et abordable⁴⁴

3.2- Les enjeux de la digitalisation

La digitalisation des entreprises est un processus complexe et multidimensionnel qui implique des changements à tous les niveaux de l'organisation. Pour réussir cette transformation, il est crucial de comprendre les enjeux qui en découlent.

La digitalisation des entreprises n'est pas un simple changement technologique. C'est une transformation profonde qui touche tous les aspects de l'organisation, des ressources humaines aux pratiques organisationnelles, en passant par l'impact sociétal et environnemental. Pour réussir cette transition, il est crucial d'anticiper et de comprendre les enjeux qui en découlent.

- **Enjeux RH : Adapter les compétences et accompagner les collaborateurs**

L'arrivée du numérique bouscule les habitudes de travail et exige des collaborateurs de nouvelles compétences. Des formations adaptées et un apprentissage continu sont essentiels pour les accompagner dans cette évolution.⁴⁵

- ✓ **Adhérer au digital**

Implique de créer une culture digitale au sein de l'entreprise et de motiver les collaborateurs à adopter les nouveaux outils et pratiques. Cela passe par une communication claire et transparente sur les enjeux de la digitalisation, ainsi que par la mise en place de programmes de formation et de soutien.

- ✓ **Le recrutement**

Doit également s'adapter à l'ère du numérique. Les entreprises doivent identifier les compétences digitales nécessaires et recruter des talents capables de les mettre en œuvre. Cela peut nécessiter de repenser les profils de poste et d'utiliser de nouveaux outils de sourcing et de sélection.

⁴⁴<https://www.gusto.com/> Consulté le 29 /05 /2024 à 13h :49.

⁴⁵Janand I, A. (2011). Les métiers de risk management au sein de la banque: un enjeu RH. *Revue management et avenir*, (8), 342-361.

✓ La formation

Est un élément clé de la réussite de la digitalisation. Des formations doivent être proposées aux collaborateurs pour qu'ils se familiarisent avec les outils digitaux et acquièrent les compétences requises. Ces formations peuvent être dispensées en présentiel ou à distance, et doivent être adaptées aux besoins et au niveau de chaque collaborateur.

✓ L'automatisation des tâches répétitives

Permet de libérer du temps pour des missions plus stratégiques et à plus forte valeur ajoutée. Cela peut contribuer à améliorer la motivation et la productivité des collaborateurs.

✓ La qualité de vie au travail (QVT)

Peut également être améliorée par le numérique. En offrant plus de flexibilité et d'autonomie aux collaborateurs, les entreprises peuvent favoriser leur bien-être et leur engagement.

• Enjeux sociétaux : Responsabilité et transparence

La digitalisation soulève des questions importantes en matière de protection des données personnelles, de cybersécurité et d'impact environnemental. L'entreprise doit adopter une démarche responsable et transparente pour garantir la confiance de ses parties prenantes.⁴⁶

✓ Le traitement des données personnelles

Doit se faire dans le respect des réglementations en vigueur, telles que le RGPD en Europe. Cela implique de recueillir le consentement des personnes concernées, de mettre en place des mesures de sécurité adéquates et de garantir la transparence sur l'utilisation des données.

✓ La cyber sécurité

Est un enjeu crucial pour toute entreprise qui opère en ligne. Il est essentiel de mettre en place des mesures de protection robustes pour protéger les données et les systèmes informatiques contre les cybers attaques. Cela inclut la mise en place de pare-feu, la formation des collaborateurs aux bonnes pratiques de sécurité et la mise à jour régulière des logiciels.

⁴⁶Scialom, L. (2021). La responsabilité sociétale des banques centrales. *Revue d'économie financière*, (4), 215-226.

✓ L'écoresponsabilité

Deviens une préoccupation croissante pour les entreprises. Les technologies digitales peuvent être utilisées pour réduire l'impact environnemental, par exemple en optimisant la consommation d'énergie, en réduisant les déchets et en privilégiant les solutions dématérialisées.

• Enjeux techniques et organisationnels : Maturité et collaboration

La réussite de la digitalisation dépend de la capacité de l'entreprise à intégrer les nouveaux outils et technologies dans son système d'information et à adapter ses processus organisationnels.⁴⁷

✓ La continuité d'activité

Doit être assurée pendant la transformation digitale. Cela implique de planifier les changements en amont, de minimiser les perturbations pour les collaborateurs et les clients et de mettre en place des solutions de secours en cas de problème.

✓ L'interconnectivité des systèmes

Est essentielle pour permettre une circulation fluide des données et une meilleure collaboration entre les différents services de l'entreprise. Cela peut nécessiter de mettre en place des passerelles entre les différents systèmes ou de migrer vers une architecture plus moderne.

✓ La gestion et la gouvernance des données

doivent être claires et efficaces. Cela implique de définir une politique de gestion des données, de mettre en place des procédures de contrôle et de garantir la qualité et la sécurité des données.

✓ La collaboration en ligne

Peut faciliter la communication et le travail en équipe, quel que soit le lieu où se trouvent les collaborateurs. Cela passe par l'utilisation d'outils collaboratifs tels que les visioconférences, les messageries instantanées et les outils de partage de documents.

⁴⁷Abdou, D. (2015). *Les facteurs individuels et organisationnels affectant l'acceptation du E-learning: étude empirique au sein d'une structure bancaire* (Doctoral dissertation, Pau).

✓ Le choix des outils et des plateformes

Doit être adapté aux besoins et aux objectifs de l'entreprise. Il est important de prendre en compte des facteurs tels que le coût, la fonctionnalité, la stabilité et la sécurité lors de la sélection des outils digitaux. Il ne s'agit pas de multiplier les solutions sans réflexion, mais plutôt de choisir des outils qui répondent à des besoins spécifiques et qui peuvent être intégrés de manière harmonieuse au système d'information existant.

La digitalisation des entreprises est un processus complexe et multidimensionnel qui nécessite une réflexion approfondie et une approche stratégique. En comprenant les enjeux RH, sociétaux et techniques et organisationnels, les entreprises peuvent mettre en place une transformation digitale réussie et durable. Cette transformation permettra non seulement d'améliorer l'efficacité et la compétitivité de l'entreprise, mais aussi de répondre aux attentes des clients et de s'inscrire dans une démarche plus responsable vis-à-vis de la société et de l'environnement.

3.3- Les défis et les avantages de la digitalisation

La digitalisation, c'est-à-dire l'utilisation des technologies numériques pour transformer les processus et les activités, présente à la fois des défis et des avantages pour les entreprises et les individus.

➤ Avantages**✓ Amélioration de l'efficacité et de la productivité**

La digitalisation peut automatiser des tâches manuelles répétitives, libérant ainsi du temps pour des activités plus stratégiques. Elle peut également améliorer la communication et la collaboration entre les employés, ce qui peut conduire à une meilleure prise de décision et à une exécution plus rapide des tâches.

✓ Réduction des coûts

La digitalisation peut réduire les coûts opérationnels en automatisant des tâches, en optimisant les processus et en réduisant les erreurs. Elle peut également permettre aux entreprises de mieux gérer leurs stocks et leurs ressources.

✓ Meilleure satisfaction des clients

La digitalisation peut améliorer la satisfaction des clients en offrant un service plus rapide et plus efficace, en personnalisant les interactions et en facilitant les achats et le support client.

✓ Augmentation de la compétitivité

Les entreprises qui adoptent la digitalisation sont mieux placées pour concurrencer celles qui ne le font pas. Elles peuvent être plus innovantes, plus agiles et plus réactives aux changements du marché.

✓ Création de nouvelles opportunités

La digitalisation peut créer de nouvelles opportunités pour les entreprises, telles que la possibilité de développer de nouveaux produits et services, d'atteindre de nouveaux marchés et de créer de nouveaux modèles d'affaires.⁴⁸

❖ Défis**✓ Coût de la mise en œuvre**

La mise en œuvre de technologies numériques peut être coûteuse, en particulier pour les petites entreprises. Il peut y avoir des coûts liés à l'achat de logiciels, de matériel, de formation et de maintenance.

✓ Changement organisationnel

La digitalisation peut entraîner des changements importants dans la façon dont une entreprise fonctionne, ce qui peut rencontrer de la résistance de la part des employés. Il est important de gérer le changement de manière efficace pour que les employés soient impliqués et soutiennent la transformation.

✓ Problèmes de sécurité

Les technologies numériques peuvent être vulnérables aux cyberattaques, ce qui peut entraîner des pertes financières et une atteinte à la réputation. Il est important de mettre en place des mesures de sécurité adéquates pour protéger les données et les systèmes.

✓ Fracture numérique

La digitalisation peut aggraver la fracture numérique, c'est-à-dire la différence d'accès et d'utilisation des technologies numériques entre les personnes et les groupes. Il est important de veiller à ce que tous aient la possibilité de participer à l'économie numérique.

⁴⁸Negro, Y. (2000), « Les compétences commerciales à l'épreuve de l'appropriation des technologies modernes de l'information et de la communication : le cas de la distribution en milieu bancaire », La Revue des sciences de Gestion, 190/191, Paris p59-72.

Impact sur l'emploi:

La digitalisation peut entraîner des pertes d'emplois dans certains secteurs, car des tâches sont automatisées. Il est important de mettre en place des programmes de formation et de requalification pour aider les travailleurs à s'adapter aux changements du marché du travail.

La digitalisation est essentielle pour les entreprises modernes, permettant d'améliorer l'efficacité, de réduire les coûts et d'augmenter la satisfaction client. Cependant, elle ne se limite pas à l'adoption de nouvelles technologies : elle implique des changements organisationnels et culturels majeurs. Les entreprises doivent gérer les enjeux liés à la formation des collaborateurs, à la sécurité des données et à l'impact sur l'emploi. En surmontant ces défis, elles peuvent bénéficier des nombreuses opportunités offertes par la digitalisation, telles que l'innovation accrue et la compétitivité renforcée.

Conclusion

La digitalisation, au-delà d'une simple tendance technologique, représente une transformation profonde et essentielle des entreprises. Ce chapitre a exploré les fondements théoriques de cette évolution, soulignant son importance historique et son impact significatif.

Nous avons d'abord défini la digitalisation, retraçant son évolution et son rôle clé dans l'optimisation des processus et l'amélioration des produits et services. Ensuite, le processus de digitalisation a été détaillé, mettant en lumière les étapes clés et les différents modèles d'application, qu'ils concernent les processus, les produits ou les services.

Les outils de digitalisation, particulièrement dans le secteur bancaire, ont été examinés, ainsi que les enjeux associés, tels que l'amélioration de l'efficacité opérationnelle et de l'expérience client. Enfin, les défis et avantages de la digitalisation ont été abordés, soulignant l'importance d'une adoption stratégique pour tirer parti de ses bénéfices tout en surmontant les obstacles.

En résumé, la digitalisation est un levier stratégique incontournable pour les organisations modernes, nécessitant une compréhension claire et une approche bien définie pour réussir cette transformation.

Chapitre02:
La digitalisation dans
le secteur bancaires

Introduction

Le secteur bancaire algérien, à l'instar de ses homologues mondiaux, entame une mutation profonde sous l'impulsion de la digitalisation. Cette transformation s'inscrit dans un contexte marqué par l'évolution des attentes des clients, l'émergence de nouvelles technologies et l'intensification de la concurrence.

Ce chapitre s'engage à explorer les contours de la digitalisation dans le secteur bancaire algérien. En premier lieu, il sera question de cerner les généralités sur les banques, en définissant les différents types d'établissements bancaires et en soulignant leurs fonctions principales.

Par la suite, nous nous pencherons sur la définition même de la digitalisation et ses enjeux spécifiques pour le secteur bancaire. Seront également présentés les outils digitaux qui transforment l'offre et les modes de fonctionnement des banques.

Enfin, nous analyserons l'état de la digitalisation dans les banques algériennes, en mettant en lumière les missions assignées au système bancaire algérien, son évolution récente et les différents acteurs qui le composent.

Ce chapitre dressera un panorama complet de la digitalisation dans le secteur bancaire algérien, en soulignant ses apports, ses défis et ses perspectives d'avenir.

Section 01 : Généralisation sur la banque

L'industrie bancaire est en pleine mutation, sous l'impulsion de la transformation digitale. Cette section s'intéresse à ce phénomène en pleine expansion, en explorant les concepts clés, les outils utilisés, les enjeux et les avantages et inconvénients de la digitalisation des services bancaires.

1.1- La définition de la banque

Selon la **loi n° 00-10 du 20 février 2000 relative à la monnaie et au crédit**, une banque est "un établissement financier qui a pour activité habituelle de recevoir des fonds du public, sous forme de dépôts ou d'autres instruments assimilables, et de les employer, pour son propre compte ou pour le compte de ses clients, en opérations de crédit ou en placements."⁴⁹

⁴⁹ Loi n° 00-10 du 20 février 2000 relative à la monnaie et au crédit <https://www.bank-of-algeria.dz/cadre-legislatif-et-reglementaire/> Consulté le 15 /05 /2024 à 08h :49.

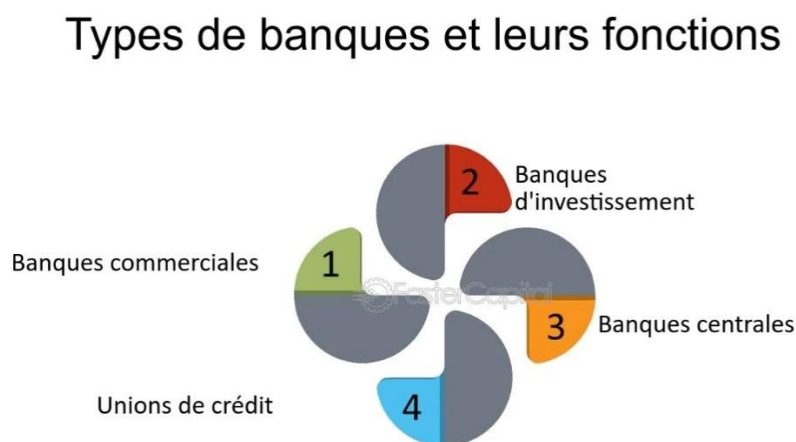
En d'autres termes, les banques jouent un rôle crucial dans l'intermédiation financière en collectant l'épargne des ménages et en la redistribuant sous forme de crédits aux entreprises et aux particuliers. Elles contribuent ainsi au financement de l'économie et à la stimulation de la croissance.

Établissement financier qui, recevant des fonds du public, les emploie pour effectuer des opérations de crédit et des opérations financières, et est chargé de l'offre et de la gestion des moyens de paiement.

1.2- Les types de banques

Le secteur bancaire algérien est composé d'une variété d'institutions financières, chacune jouant un rôle distinct dans l'économie et répondant aux besoins financiers spécifiques des individus et des entreprises. Connaître les différents types de banques et d'institutions financières vous permettra de choisir celle qui correspond le mieux à vos besoins et attentes.

Figure n°5 : Type de la banque et leurs fonctions



La source : <https://fastercapital.com/fr/sujet/les-diff%C3%A9rents-types-de-banques-d%27investissement.html>

➤ **Les banques commerciales : Au cœur des services bancaires quotidiens**

Les banques commerciales, également appelées banques de détail, sont les institutions bancaires les plus répandues en Algérie. Elles constituent le point d'ancrage des services bancaires de base pour les particuliers et les entreprises, offrant une gamme complète de produits et services, notamment :⁵⁰

⁵⁰Ministère des Finances de l'Algérie. (2023). *Les banques commerciales : Au cœur des services bancaires*

- ✓ **Comptes bancaires et moyens de paiement** :Dépôts, chèques, cartes bancaires, virements, etc.
- ✓ **Crédits et prêts** :Financements immobiliers, prêts à la consommation, crédits aux entreprises, etc.
- ✓ **Épargne et placements** :Comptes d'épargne, certificats de dépôt, produits d'investissement, etc.
- ✓ **Gestion de patrimoine** :Conseils financiers, gestion de portefeuille, etc.

Au sein des banques commerciales, on distingue plusieurs catégories :

- **Banques traditionnelles**: Offrant un large éventail de services bancaires dans des agences physiques.
- **Banques en ligne**: Proposant des services bancaires via des plateformes digitales, souvent avec des frais moins élevés.
- **Banques mobiles**: Axées sur les services bancaires accessibles via des applications mobiles.

➤ **Les banques d'affaires : Partenaires des grandes entreprises**

Les banques d'affaires s'adressent principalement aux grandes entreprises et aux institutions financières. Elles offrent des services spécialisés tels que :⁵¹

- ✓ **Conseils stratégiques et financiers**: Accompagnement dans la définition des orientations stratégiques et la prise de décisions financières.
- ✓ **Fusions-acquisitions (M&A)**: Assistance dans les opérations de rapprochement d'entreprises.
- ✓ **Souscription et placement d'actions et d'obligations**: Levée de fonds pour les entreprises sur les marchés financiers.
- ✓ **Gestion de trésorerie**: Optimisation des flux financiers des entreprises.

quotidiens. Éditions Alger Banque, p. 1-20

⁵¹Chambre de Commerce et d'Industrie d'Algérie. (2021). *Partenaires des grandes entreprises : Les services des banques d'affaires*. Algérie Éditions, p. 50-75.

➤ **Les banques d'investissement : Maîtres des marchés financiers**

Les banques d'investissement opèrent sur les marchés financiers, achetant et vendant des titres financiers tels que des actions, des obligations et des produits dérivés. Elles jouent un rôle crucial dans :⁵²

- ✓ **Le financement des entreprises:** Accompagnement des entreprises dans leurs levées de fonds et leurs opérations sur les marchés financiers.
- ✓ **La gestion de portefeuilles:** Investissement et gestion des fonds de clients institutionnels et de particuliers fortunés.
- ✓ **Le conseil en investissement:** Recommandations d'investissement sur la base d'analyses financières et de recherches approfondies.

➤ **La Banque d'Algérie : Gardienne de la stabilité financière**

La Banque d'Algérie est l'institution centrale du système bancaire algérien. Elle assume des missions essentielles pour la stabilité et le bon fonctionnement de l'économie, notamment :⁵³

- ✓ **Émission de la monnaie nationale:** Fabrication et mise en circulation de la monnaie algérienne.
- ✓ **Régulation du système bancaire:** Supervision des activités des banques et des institutions financières.
- ✓ **Politique monétaire:** Mise en œuvre de mesures pour contrôler l'inflation et assurer la stabilité des prix.
- ✓ **Gestion des réserves de change:** Détention et gestion des réserves de change du pays.

1.3- Les fonctions de la banque

Les banques jouent un rôle crucial dans le fonctionnement de l'économie algérienne en exerçant quatre fonctions principales :⁵⁴

⁵²Autorité des Marchés Financiers d'Algérie. (2020). *Maîtres des marchés financiers : Les banques d'investissement en Algérie*. Algérie Finance Press, p. 30-55.

⁵³Banque d'Algérie. (2020). *Annual Report 2020*. Retrieved from www.bank-of-algeria.dz. Consulté le 10 /05 /2024 à 04h :00

⁵⁴Ministère de l'Économie et des Finances d'Algérie. (2022). *Politique monétaire et régulation : Le rôle central de la Banque d'Algérie*. Algérie Économique, p. 15-40.

1. La collecte des dépôts : Mobiliser l'épargne pour financer l'économie

➤ **Définition**

La collecte des dépôts est l'activité fondamentale des banques qui consiste à recevoir des fonds du public sous différentes formes, tels que des comptes courants, des dépôts à terme, des livrets d'épargne, des certificats de dépôt, etc. Ces fonds constituent la ressource principale pour financer les activités de crédit et d'investissement des banques. ⁵⁵

➤ **Rôle crucial**

Les banques jouent un rôle central dans la collecte de l'épargne des ménages et des entreprises, contribuant ainsi à :

- ✓ Mobiliser l'épargne et la canaliser vers des investissements productifs.
- ✓ Financer les besoins des ménages en matière de logement, de consommation et d'éducation.
- ✓ Soutenir les entreprises dans leurs projets de développement et de création d'emplois.
- ✓ Contribuer à la stabilité financière du pays en réduisant la circulation fiduciaire.

➤ **Fonctionnement**

Les banques proposent une gamme de produits d'épargne adaptés aux besoins et aux profils de leurs clients, offrant des rémunérations compétitives pour inciter à l'épargne. La sécurité des dépôts est garantie par des réglementations strictes et des systèmes de protection des dépôts.

➤ **Impact**

La collecte des dépôts par les banques est essentielle pour le fonctionnement de l'économie algérienne, en permettant :

- ✓ Le financement de l'investissement et de la croissance économique.
- ✓ La stimulation de la consommation des ménages.
- ✓ Le soutien à la création d'emplois et à la réduction du chômage.
- ✓ Le renforcement de la stabilité financière du pays.

⁵⁵Bounoua, H. (2017). *Banking intermediation in Algeria: Factors influencing deposits* [Doctoral dissertation, UniversitéSaadDahlab Blida].

2. La gestion des moyens de paiement : Faciliter les transactions quotidiennes

➤ **Définition**

La gestion des moyens de paiement est la fonction essentielle des banques qui consiste à mettre à disposition de leurs clients des outils et des services permettant d'effectuer des transactions financières de manière simple, sécurisée et rapide.⁵⁶

➤ **Rôle essentiel**

Les banques assurent la gestion efficace des moyens de paiement, permettant aux individus et aux entreprises d'effectuer des paiements, des transferts d'argent et d'autres transactions financières en toute confiance.

➤ **Moyens de paiement**

Les banques proposent une large gamme de moyens de paiement, tels que :

- ✓ **Espèces** : Billets et pièces de monnaie.
- ✓ **Chèques** : Ordres de paiement émis par les clients sur leurs comptes bancaires.
- ✓ **Cartes bancaires** : Permettent des retraits d'espèces, des paiements chez les commerçants et des achats en ligne.
- ✓ **Virements électroniques** : Transferts d'argent entre comptes bancaires.
- ✓ **Paiements mobiles** : Solutions innovantes utilisant des smartphones et des technologies sans contact.

➤ **Fonctionnement**

Les banques mettent en place l'infrastructure nécessaire pour le traitement des transactions, garantissant la sécurité et la fiabilité des opérations. Elles développent également des solutions innovantes pour répondre aux besoins évolutifs des clients et faciliter leur quotidien.

Impact: La gestion efficace des moyens de paiement par les banques contribue à :

- ✓ Fluidifier les échanges économiques et stimuler l'activité commerciale.
- ✓ Réduire l'utilisation de l'argent liquide et promouvoir l'inclusion financière.
- ✓ Accroître la transparence et la traçabilité des transactions financières.
- ✓ Améliorer le confort et la sécurité des consommateurs lors de leurs paiements.

⁵⁶Association des Banques et Établissements Financiers d'Algérie. (2023). *La gestion des moyens de paiement : Faciliter les transactions quotidiennes*. Alger: ABEF, pp. 5-15

3. L'octroi de crédit : Financer les projets et soutenir la croissance

➤ Définition

L'octroi de crédit est une fonction essentielle des banques qui consiste à mettre à disposition de leurs clients des fonds sous forme de prêts, leur permettant de financer des projets personnels ou professionnels.

➤ Rôle crucial

Les banques jouent un rôle central dans l'octroi de crédit, contribuant à :

- ✓ Financer les investissements des entreprises et soutenir leur croissance.
- ✓ Permettre aux ménages d'accéder à des biens durables tels que des logements, des voitures ou des meubles.
- ✓ Soutenir la consommation des ménages et stimuler l'activité économique.
- ✓ Contribuer à l'inclusion financière en permettant aux personnes non bancarisées d'accéder au crédit.

➤ Fonctionnement

Les banques évaluent la solvabilité des emprunteurs avant d'accorder des crédits, en analysant leur capacité à rembourser les dettes. Elles proposent une variété de produits de crédit adaptés aux besoins spécifiques de leurs clients, tels que des prêts immobiliers, des prêts à la consommation, des crédits aux entreprises, etc.

➤ Impact

L'octroi de crédit par les banques est essentiel pour le développement économique et social de l'Algérie, en permettant :

✓ La création d'emplois et la réduction du chômage

En finançant les investissements des entreprises, les banques contribuent à la création de nouveaux emplois, ce qui permet de réduire le chômage et d'améliorer le niveau de vie de la population.

✓ L'inclusion financière

L'octroi de crédit permet aux personnes non bancarisées d'accéder à des services financiers formels, ce qui favorise leur inclusion dans le système financier et leur participation à l'économie.

✓ Le développement économique local

En finançant les projets des petites et moyennes entreprises (PME), les banques contribuent au développement économique local et à la diversification de l'économie.

✓ La réduction de la pauvreté

L'accès au crédit peut aider les ménages pauvres à financer des activités génératrices de revenus, ce qui peut les aider à sortir de la pauvreté.

4. L'activité financière des banques : Gérer les risques et créer de la valeur**➤ Définition**

L'activité financière des banques est un ensemble d'opérations complexes visant à gérer les risques financiers et à créer de la valeur pour la banque et ses clients.⁵⁷

➤ Rôle important:

Au-delà de la collecte de dépôts, du paiement et du crédit, les banques mènent des activités financières plus sophistiquées pour

✓ Gérer les risques financiers:

Les banques sont exposées à différents risques financiers tels que le risque de crédit (défaillance d'un emprunteur), le risque de taux d'intérêt et le risque de change. Elles mettent en place des stratégies de gestion des risques pour minimiser l'impact de ces événements.

✓ Créer de la valeur pour la banque et ses clients:

Les banques cherchent à rentabiliser leurs activités en investissant une partie des fonds collectés sur les marchés financiers. Elles proposent également des produits financiers à leurs clients, tels que des fonds d'investissement et des produits dérivés, permettant de réaliser des profits.

➤ Fonctionnement

Les banques disposent de services spécialisés en gestion des risques et en salle des marchés. Ces services analysent les risques financiers, mettent en place des stratégies de couverture et effectuent des transactions sur les marchés financiers pour le compte de la banque ou de ses clients.

⁵⁷Banque d'Algérie. (2020). *Annual Report 2020*. Retrieved from www.bank-of-algeria.dz. Consulté le 08 /05 /2024 à 05h :30

➤ Impact

L'activité financière des banques contribue à :

- ✓ La stabilité financière du système bancaire algérien en gérant efficacement les risques financiers.
- ✓ La création de valeur pour la banque et ses clients en générant des profits et en offrant des produits financiers performants.
- ✓ Le développement du marché financier algérien en participant activement aux transactions sur les marchés financiers.

En conclusion, la numérisation du secteur bancaire algérien redéfinit profondément la manière dont les services financiers sont fournis et consommés. Cette transition vers les plateformes numériques offre aux clients d'énormes opportunités en termes de commodité et d'accessibilité, tout en créant également des défis en matière de sécurité et de protection des données. Néanmoins, ce changement offre un énorme potentiel pour améliorer l'efficacité des opérations bancaires et renforcer l'inclusion financière dans tout le pays. Enfin de compte, la digitalisation des banques représente un changement majeur qui façonnera l'avenir du secteur financier algérien, offrant de nouvelles perspectives et des avantages tangibles aux particuliers et aux entreprises.

Section 02 : La digitalisation des services bancaire

La numérisation des services bancaires représente un changement majeur dans le paysage financier, redéfinissant la manière dont les banques interagissent avec leurs clients et exploitent leurs activités. Ce processus de changement profond est motivé par la pénétration croissante des technologies numériques, offrant aux clients une plus grande accessibilité, des services innovants et des expériences plus personnalisées.

Dans cette section, nous explorons en détail les définitions, les outils, les enjeux, ainsi que les avantages et inconvénients de la digitalisation bancaire, en se concentrant sur les opportunités et les défis qu'elle apporte au secteur financier algérien.

2.1- Définition du concept de la digitalisation dans les banques :

La transformation digitale des banques est un processus de changement profond qui consiste à adopter des technologies numériques pour :⁵⁸

- ✓ Automatiser et simplifier les processus bancaires
- ✓ Développer de nouveaux produits et services innovants
- ✓ Améliorer l'expérience client
- ✓ Renforcer la compétitivité

En d'autres termes, il s'agit de passer d'un modèle bancaire traditionnel, basé sur des interactions physiques et des processus manuels, à un modèle numérique où les clients peuvent effectuer leurs opérations bancaires à distance, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, via des plateformes en ligne, des applications mobiles et d'autres canaux numériques.

2.2- Outils et enjeux de la digitalisation bancaire

La digitalisation des services bancaires a révolutionné le secteur financier traditionnel, introduisant une multitude d'outils et de canaux de distribution innovants qui transforment la façon dont les clients accèdent aux services bancaires. Pour mieux comprendre cette transformation en profondeur, il est essentiel d'explorer en détail les définitions précises de ces éléments clés.

2.2.1- Les outils de la digitalisation bancaire

1. Les outils de gestion de l'information : Maîtriser les données pour mieux servir les clients

a) Big Data (littéralement "méga-données", "grosses données" ou "données massives")

Le Big Data désigne des ensembles de données volumineux et complexes, souvent hétérogènes et non structurées, qui dépassent les capacités de traitement traditionnelles. Ces données peuvent provenir de sources diverses telles que les transactions bancaires, les interactions des clients, les réseaux sociaux et les appareils connectés.⁵⁹

⁵⁸Benghozi, P.-J., & Paris, T. (2018). *La Transformation Digitale des Banques*. Dunod. p. 45-47.

⁵⁹Mahmood, Z. (2018). *Big Data dans l'industrie des services financiers : Opportunités, défis et stratégies*. p. 23.

▪ **Avantages du Big Data pour les banques**

- ✓ **Amélioration de la connaissance client:** Analyse des comportements, des préférences et des besoins des clients pour des offres personnalisées.
- ✓ **Détection des fraudes:** Identification des transactions suspectes et des comportements à risque pour une meilleure protection des clients.
- ✓ **Optimisation des opérations:** Analyse des processus internes pour améliorer l'efficacité et réduire les coûts.
- ✓ **Développement de nouveaux produits et services:** Anticipation des tendances du marché et création d'offres innovantes répondant aux besoins des clients.

b) Blockchain

La blockchain est une technologie de registre distribué qui permet de stocker et de transférer des informations de manière sécurisée et transparente. Elle fonctionne comme un grand livre public et décentralisé, accessible à tous les participants du réseau. Chaque transaction est enregistrée dans un bloc, puis horodatée et cryptographiquement liée au bloc précédent, créant une chaîne de blocs immuable.⁶⁰

▪ **Applications de la blockchain dans le secteur bancaire**

Paiements et transferts d'argent: Transactions sécurisées, rapides et peu coûteuses, sans intermédiaires.

Suivi de la chaîne d'approvisionnement: Traçabilité des produits et des biens depuis leur origine jusqu'au client final pour une meilleure transparence.

Gestion des identités numériques: Création d'identités numériques sécurisées et contrôlées par les utilisateurs.

Financement décentralisé (DeFi): Développement de nouveaux produits et services financiers sans intermédiaires bancaires traditionnels.

c) Cloud Computing (informatique en nuage)

Le Cloud Computing désigne la fourniture de services informatiques (serveurs, stockage, bases de données, logiciels, etc.) via Internet. Les banques peuvent ainsi accéder à des ressources

⁶⁰Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *La révolution blockchain : comment la technologie derrière Bitcoin change l'argent, les affaires et le monde*. Penguin. p. 24.

informatiques puissantes et évolutives à la demande, sans avoir à investir dans des infrastructures physiques coûteuses.⁶¹

▪ **Bénéfices du Cloud Computing pour les banques:**

- ✓ **Réduction des coûts:** Accès aux ressources informatiques à la demande et paiement à l'utilisation.
- ✓ **Flexibilité et scalabilité:** Adaptation rapide des ressources informatiques aux besoins changeants de la banque.
- ✓ **Accessibilité accrue:** Accès aux services bancaires depuis n'importe où et à tout moment.
- ✓ **Innovation accélérée:** Développement et déploiement rapides de nouveaux produits et services.

2. Les canaux de distribution multi-canal : Accessibilité et proximité pour tous les clients

a) Cartes bancaires:

Les cartes bancaires sont des instruments de paiement qui permettent aux clients d'effectuer des transactions chez les commerçants, de retirer des espèces et de réaliser des paiements en ligne. Elles sont dotées d'une puce et d'un code confidentiel pour assurer la sécurité des transactions.⁶²

❖ **Types de cartes bancaires:**

- ✓ **Cartes à débit:** Liées au compte courant du client, le débit est immédiat.
- ✓ **Cartes à crédit:** Fonctionnement à crédit avec un paiement différé, généralement assorti d'intérêts.
- ✓ **Cartes prépayées:** Chargement d'un montant prédéfini, idéales pour contrôler les dépenses.

b) Automates bancaires (DAB, GAB, TPE)

Les automates bancaires permettent aux clients d'effectuer des opérations bancaires courantes telles que des retraits d'espèces, des consultations de solde, des virements et des dépôts de

⁶¹Michael, A. et al. (2010). *Un aperçu de l'informatique en nuage*. Communications of the ACM, 53(4), 50-58. p. 52.

⁶²Bolt, W., & Humphrey, D. B. (2007). Economies d'échelle dans les réseaux de paiement, SEPA et remplacement de l'argent liquide. *Review of Network Economics*, 6(4). p. 453.

chèques. Ils sont accessibles 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, généralement dans les agences bancaires, les centres commerciaux et les lieux publics.

❖ **Types d'automates bancaires**

- ✓ **Guichets automatiques de billets (GAB)**: Transactions bancaires de base.
- ✓ **Distributeurs automatiques de billets (DAB)** : Retraits d'espèces uniquement.
- ✓ **Terminaux de paiement électronique (TPE)** : Acceptation des paiements par carte bancaire chez les commerçants.

c) Sites web et applications mobiles

Les sites web et les applications mobiles bancaires constituent des plateformes digitales accessibles 24/7 qui permettent aux clients de gérer leurs finances en toute simplicité et depuis n'importe où.

❖ **Fonctionnalités des sites web et applications mobiles bancaires**

- ✓ Consultation des comptes et soldes en temps réel.
- ✓ Réalisation de virements et transferts d'argent.
- ✓ Paiement de factures et impôts.
- ✓ Recharge de téléphones mobiles et cartes prépayées.
- ✓ Demande de nouveaux produits et services bancaires.
- ✓ Accès à des services de gestion budgétaire et d'épargne.
- ✓ Communication avec la banque par messagerie instantanée ou chat.

d) Téléphone et agences bancaires

Pour les clients qui privilégient une interaction humaine, de nombreuses banques continuent de proposer une assistance téléphonique et un réseau d'agences physiques. Ces canaux permettent des interactions plus personnalisées et un conseil sur des sujets financiers complexes.

▪ **Services disponibles par téléphone et en agence**

- ✓ Assistance pour la gestion des comptes et des opérations bancaires.
- ✓ Prise de rendez-vous avec un conseiller bancaire pour un entretien personnalisé.
- ✓ Souscription à des produits et services bancaires plus complexes (crédits immobiliers, placements financiers, etc.).
- ✓ Résolution de problèmes techniques ou de situations bancaires délicates.

2.2.2- Les enjeux de la digitalisation bancaire

Les enjeux de la digitalisation bancaire regroupent les **défis** et les **opportunités** auxquels les banques sont confrontées dans un environnement en constante évolution. Ces enjeux concernent différents aspects du secteur bancaire, tels que :⁶³

➤ **Modèles d'affaires:** Développer de nouveaux modèles d'affaires innovants et rentables pour répondre aux attentes des clients et à la concurrence accrue.

➤ **Expérience client:** Offrir une expérience client fluide, personnalisée et omnicanale, en tirant parti des outils digitaux et des canaux de distribution multi-canal.

➤ **Gestion des données:** Maîtriser et exploiter efficacement les données clients pour améliorer la prise de décision, la personnalisation des produits et services, et la gestion des risques.

➤ **Cybersécurité:** Renforcer la cybersécurité pour protéger les données clients et les systèmes informatiques contre les menaces croissantes.

➤ **Innovation:** S'adapter rapidement aux nouvelles technologies et tendances du marché pour rester compétitif et proposer des solutions innovantes aux clients.

➤ **Réglementation:** Respecter les réglementations en constante évolution tout en tirant parti des nouvelles possibilités offertes par la digitalisation.

➤ **Inclusion financière:** Promouvoir l'inclusion financière en rendant les services bancaires plus accessibles aux populations non bancarisées.

Les enjeux de la digitalisation bancaire sont multiples et complexes. Ils exigent des banques une transformation profonde de leurs modèles d'affaires, de leurs technologies et de leur culture d'entreprise. Pour réussir cette transformation, les banques doivent s'adapter aux attentes changeantes des clients, exploiter les nouvelles technologies de manière innovante et gérer les risques associés à la digitalisation.

⁶³Lang, K. J. (2019). *Caledonian Coast: Ecological Transformation and Conservation of Scottish Waters and Shores*. The Ohio State University.

2.3- Les avantages et les inconvénients de la digitalisation bancaire

a) Avantages de la digitalisation bancaire:

➤ **Accessibilité et commodité:** Les services bancaires en ligne et mobiles permettent aux clients d'effectuer des opérations bancaires de routine à tout moment et en tout lieu, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, éliminant ainsi les contraintes horaires et géographiques des agences physiques.

➤ **Gain de temps et d'efficacité:** La digitalisation automatise de nombreuses tâches manuelles, réduisant les files d'attente et simplifiant les processus bancaires. Les clients peuvent effectuer des paiements, consulter leurs soldes, transférer des fonds et gérer leurs comptes en quelques clics, optimisant leur temps et leur productivité.

➤ **Meilleure gestion financière:** Les outils digitaux offrent une vue d'ensemble centralisée des finances, permettant aux clients de suivre leurs dépenses, de créer des budgets, de définir des alertes et de prendre des décisions financières éclairées.

➤ **Personnalisation et flexibilité:** Les banques en ligne proposent souvent des produits et services sur mesure, adaptés aux besoins et aux objectifs financiers spécifiques de chaque client.

➤ **Réduction des coûts:** Les banques digitales, ayant des frais de fonctionnement moins élevés, peuvent proposer des tarifs plus compétitifs pour les services bancaires, tels que les frais de compte et les taux d'intérêt.

➤ **Innovation et services à valeur ajoutée:** La digitalisation ouvre la voie à l'innovation, permettant aux banques de développer de nouveaux produits et services, tels que les paiements sans contact, les services de gestion de patrimoine et les solutions de financement alternatives.

➤ **Inclusion financière:** Les services bancaires digitaux peuvent faciliter l'accès aux services financiers pour les populations non bancarisées, favorisant l'inclusion financière et la participation à l'économie formelle.

b) Inconvénients de la digitalisation bancaire:

➤ **Fracture numérique:** La dépendance à l'égard des technologies numériques peut exclure les personnes n'ayant pas accès à Internet ou à des appareils digitaux, creusant ainsi la fracture numérique et limitant l'accès aux services financiers.

➤ **Cybersécurité et risques de fraude:** Les plateformes digitales présentent des risques accrus de cyberattaques et de fraude, nécessitant des mesures de sécurité robustes et une vigilance constante de la part des clients et des banques.

➤ **Manque d'interaction humaine:** L'absence d'interaction physique avec les conseillers bancaires peut limiter l'accès à des conseils personnalisés et à un soutien émotionnel, particulièrement importants pour des opérations complexes ou des situations sensibles.

➤ **Difficultés techniques:** Des problèmes de connexion Internet, des pannes de plateformes ou des erreurs techniques peuvent perturber l'accès aux services bancaires et causer des désagréments aux clients.

➤ **Dépendance aux technologies:** Une trop grande dépendance aux technologies digitales peut fragiliser les clients en cas de défaillances techniques ou de changements dans les plateformes et applications bancaires.

➤ **Exclusion des personnes handicapées:** Les interfaces digitales peuvent ne pas être accessibles à tous, notamment aux personnes souffrant de handicaps physiques ou visuels, limitant leur capacité à utiliser pleinement les services bancaires en ligne.

En conclusion, la digitalisation des services bancaires est un phénomène incontournable qui redéfinit profondément la manière dont les banques interagissent avec leurs clients et exercent leurs activités. Bien que cette transformation offre de nombreux avantages, tels que

l'accessibilité accrue, l'innovation et l'inclusion financière, elle pose également des défis importants, notamment en matière de cybersécurité, de fracture numérique et de dépendance aux technologies. Pour réussir dans ce nouvel environnement numérique, les banques doivent adopter une approche proactive, en investissant dans des technologies robustes, en renforçant la confiance des clients et en plaçant l'expérience client au cœur de leur stratégie.

Section 03 : Les banques en Algérie à l'ère de la digitalisation

Le secteur bancaire en Algérie a connu une évolution significative au fil des décennies, façonnant ainsi le paysage financier et économique du pays. Dans cette section, nous allons examiner en détail la situation actuelle des banques en Algérie, en mettant en lumière le rôle crucial de la Banque d'Algérie, les transformations majeures qu'a connues le système bancaire algérien, ainsi que la diversité des acteurs qui contribuent à sa dynamique. Nous analyserons également les défis et les perspectives d'avenir de ce secteur vital pour l'économie nationale.

3.1- La Banque d'Algérie

La Banque d'Algérie est l'institution centrale du système bancaire algérien. Elle est chargée de veiller à la stabilité du système financier, à la protection des intérêts des déposants et au développement de l'économie nationale. Ses missions principales sont les suivantes :⁶⁴

•**Émission de la monnaie** : La Banque d'Algérie a le monopole exclusif de l'émission de la monnaie nationale, le dinar algérien. Cette prérogative lui permet de contrôler la quantité de monnaie en circulation et de veiller à sa valeur, un élément clé pour la stabilité économique du pays.

•**Supervision des banques** : La Banque d'Algérie exerce une surveillance étroite de l'activité des banques établies sur le territoire national. Elle s'assure que ces institutions respectent rigoureusement les réglementations en vigueur, notamment en matière de solvabilité, de liquidité et de gestion des risques. Cette supervision rigoureuse contribue à maintenir la solidité financière du système bancaire et à protéger les intérêts des déposants.

⁶⁴ Banque d'Algérie: <https://www.bank-of-algeria.dz/>

•**Mise en œuvre de la politique monétaire** : La Banque d'Algérie est chargée de mettre en œuvre la politique monétaire définie par les autorités algériennes. Elle utilise divers instruments, tels que la fixation des taux d'intérêt directeurs et l'encadrement du crédit, pour influencer l'évolution de la masse monétaire et soutenir les objectifs économiques du pays.

•**Gestion des réserves de change** : La Banque d'Algérie gère les réserves de change du pays, constituées de stocks de devises étrangères. Ces réserves servent à assurer la convertibilité du dinar algérien et à intervenir sur le marché des changes pour stabiliser sa valeur. Une gestion prudente des réserves de change est essentielle pour protéger l'économie algérienne des fluctuations externes.

•**Contribution à la politique économique du pays** : La Banque d'Algérie ne se limite pas à ses missions régaliennes de supervision et de régulation du système bancaire. Elle joue également un rôle de conseil auprès du gouvernement sur les questions économiques et financières. Son expertise et ses analyses contribuent à l'élaboration de politiques publiques éclairées et à la promotion d'une croissance économique durable.

3.2 Évolution du système bancaire algérien :

Le système bancaire algérien a connu une transformation profonde depuis son indépendance en 1962. Cette transformation s'est déroulée en plusieurs étapes :⁶⁵

•**Nationalisation des banques (1966)** : Dans les premières années suivant l'indépendance de l'Algérie en 1962, l'État a pris le contrôle du système financier en nationalisant les banques. Cette décision visait à centraliser le pouvoir économique et à orienter les ressources financières vers les priorités nationales.

•**Libéralisation progressive du secteur bancaire (à partir des années 1990)**

Face aux défis économiques et à la nécessité d'une plus grande efficacité, l'Algérie a engagé une libéralisation progressive du secteur bancaire à partir des années 1990. Cette ouverture s'est traduite par la création de nouvelles banques privées, l'arrivée d'acteurs étrangers et l'introduction de la concurrence dans le secteur.

⁶⁵ABOURA, A., & CHAHIDI, M. Le système bancaire algérien: Evolution historique, libéralisation du secteur et défis de modernisation (p 2).

• **Adoption des normes internationales (à partir des années 2000) :** Soucieuse de s'intégrer dans l'économie mondiale et d'offrir un environnement bancaire stable et transparent, l'Algérie a progressivement adopté les normes internationales en matière de supervision bancaire et de réglementation financière. Cette harmonisation avec les standards internationaux a permis de renforcer la confiance des investisseurs et de favoriser la participation du pays aux échanges financiers internationaux.

• **Digitalisation du secteur bancaire (à partir des années 2010) :** L'avènement des technologies numériques a profondément bouleversé le paysage bancaire mondial, et l'Algérie n'a pas échappé à cette tendance. Depuis les années 2010, le secteur bancaire algérien s'est engagé dans une transformation digitale en développant des services bancaires en ligne et mobiles. Cette digitalisation vise à améliorer l'accessibilité des services bancaires, à réduire les coûts d'exploitation et à offrir une expérience client plus moderne et personnalisée.

3.3 État des lieux du système bancaire algérien

Analyse du système bancaire algérien actuel

Le système bancaire algérien présente aujourd'hui un paysage dynamique et diversifié, caractérisé par la présence d'acteurs multiples et une offre de produits et services en constante évolution. Cependant, il est également confronté à des défis importants qu'il faudra relever pour poursuivre sa croissance et contribuer pleinement au développement économique du pays. ⁶⁶

Points forts du système bancaire algérien

- **Solidité financière :** Les banques algériennes bénéficient d'une assise financière solide, avec des niveaux de capitalisation adéquats et une rentabilité satisfaisante. Cette situation leur permet de faire face aux aléas économiques et de soutenir la croissance du crédit.
- **Réseau bancaire dense :** Le système bancaire algérien dispose d'un réseau d'agences bancaires dense et bien réparti sur l'ensemble du territoire national. Cette accessibilité géographique facilite l'accès aux services bancaires pour la population et contribue à l'inclusion financière.
- **Gamme diversifiée de produits et services :** Les banques algériennes proposent une gamme diversifiée de produits et services répondant aux besoins variés de la clientèle, tant des

⁶⁶ Association Algérienne des Banques et Etablissements Financiers: <https://www.abef-dz.org/>

particuliers que des entreprises. Cela permet de répondre aux attentes d'une économie en pleine mutation et de soutenir le développement des secteurs productifs.

❖ **Défis auxquels est confronté le système bancaire algérien**

• **Concurrence accrue :**

L'ouverture progressive du marché bancaire algérien à la concurrence internationale a intensifié la compétition entre les acteurs du secteur. Cette situation oblige les banques à rationaliser leurs coûts, à innover et à améliorer la qualité de leurs services pour se démarquer et fidéliser leur clientèle.

• **Inclusion financière limitée :**

Malgré les efforts déployés, l'inclusion financière demeure un défi majeur en Algérie. Une part importante de la population, notamment en zone rurale, n'a toujours pas accès aux services bancaires de base. Cette situation limite les opportunités de développement économique et social et nécessite des actions ciblées pour favoriser l'inclusion financière.

• **Transformation digitale en cours :**

La digitalisation du secteur bancaire est un processus en cours qui présente des enjeux majeurs pour les banques algériennes. Il s'agit de s'adapter aux nouvelles technologies, de développer des services bancaires en ligne et mobiles performants et de répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée.

Perspectives d'avenir pour le système bancaire algérien :

Malgré les défis à relever, les perspectives d'avenir du système bancaire algérien sont encourageantes. Les opportunités de croissance sont nombreuses, notamment dans les domaines suivants :

• **Financement de l'économie :**

Les banques algériennes peuvent jouer un rôle crucial dans le financement de la croissance économique du pays, en soutenant les investissements des entreprises et en contribuant au développement des infrastructures.

• **Inclusion financière :**

L'élargissement de l'accès aux services bancaires à l'ensemble de la population représente un enjeu majeur pour le développement économique et social de l'Algérie. Les banques ont un rôle

important à jouer dans la mise en place de solutions innovantes et adaptées aux besoins spécifiques des populations non bancarisées.⁶⁷

- **Diversification des produits et services**

L'évolution des besoins des clients et les mutations économiques nécessitent une diversification continue des produits et services bancaires. Les banques algériennes doivent innover et proposer des solutions nouvelles et adaptées aux attentes d'une clientèle de plus en plus exigeante.

3.4- Les acteurs du secteur bancaire Algérien

Le système bancaire algérien se distingue par la présence d'une variété d'acteurs, chacun apportant sa contribution spécifique au dynamisme et à la complémentarité du secteur. Cette diversité permet de répondre aux besoins variés de la clientèle et de soutenir le développement économique du pays.

1. Les banques commerciales : acteurs centraux du système bancaire algérien

Les banques commerciales constituent les acteurs majeurs du système bancaire algérien. Elles offrent une gamme complète de produits et services bancaires à la clientèle, tant aux particuliers qu'aux entreprises. Leurs activités couvrent un large éventail d'opérations, notamment :⁶⁸

- **Gestion des comptes courants et des dépôts**

Les banques commerciales assurent la gestion des comptes courants et des dépôts de leur clientèle, permettant ainsi aux individus et aux entreprises de conserver leurs fonds en toute sécurité et de réaliser des transactions financières.

- ✓ **Distribution de crédits**

Les banques commerciales jouent un rôle crucial dans le financement de l'économie en accordant des crédits à la clientèle. Ces crédits peuvent prendre diverses formes, tels que des prêts immobiliers, des prêts à la consommation, des crédits aux entreprises, etc., et contribuent à soutenir l'investissement et la croissance économique.

⁶⁷Nadia, B., & Garcia-Bardidia, R. (2021). L'impact du digital sur la clientèle des services bancaires cas de la BEA d'Oran The impact of the digital on banking services customers: Case of the BEA Oran. *Revue Innovation Volume, 11(01A)*, 814-830.

⁶⁸ Banque Nationale d'Algérie: <https://www.bna.dz/>

✓ Mise à disposition de moyens de paiement

Les banques commerciales proposent divers moyens de paiement à leur clientèle, tels que les cartes bancaires, les chèques et les virements électroniques. Ces outils facilitent les transactions quotidiennes et permettent aux individus et aux entreprises d'effectuer des paiements de manière simple, sécurisée et efficace.

✓ Offre de services bancaires spécialisés

En plus des produits et services bancaires traditionnels, les banques commerciales développent également des services spécialisés répondant aux besoins spécifiques de certains segments de clientèle, comme la gestion de patrimoine, le financement des projets internationaux ou le conseil financier.

2. Les banques privées algériennes : moteurs de l'innovation et de la diversification

Les banques privées algériennes, créées et détenues par des investisseurs privés algériens, apportent une contribution précieuse à la diversification du paysage bancaire algérien. Elles se distinguent par leur dynamisme, leur innovation et leur capacité à s'adapter rapidement aux évolutions du marché.⁶⁹

➤ Dynamisme et innovation

Les banques privées algériennes se caractérisent par leur esprit d'entreprise et leur volonté d'innover. Elles n'hésitent pas à développer de nouveaux produits et services, à adopter des technologies de pointe et à proposer des solutions bancaires originales pour répondre aux besoins spécifiques de leur clientèle.

➤ Spécialisation et expertise

Certaines banques privées algériennes choisissent de se spécialiser dans des domaines précis, tels que la banque d'affaires, la gestion de fortune ou le financement des petites et moyennes entreprises. Cette spécialisation leur permet d'acquérir une expertise reconnue et de se positionner comme des acteurs de référence dans leur domaine d'activité.

⁶⁹BENABDALLAH, S. Analyse du système bancaire algérien: entre banques publiques et banques privées, Quelle place pour le financement de l'économie Algérienne?

➤ **Contribution à la concurrence et à l'efficacité du système bancaire**

La présence des banques privées algériennes renforce la concurrence dans le secteur bancaire, ce qui incite l'ensemble des acteurs à améliorer la qualité de leurs services et à proposer des prix plus compétitifs. Cette dynamique contribue à une plus grande efficacité du système bancaire et à une meilleure satisfaction des besoins des clients.

3. Autres acteurs du système bancaire algérien : complémentarité et inclusion financière

En plus des banques commerciales et des banques privées algériennes, d'autres acteurs complètent le paysage bancaire algérien et contribuent à l'inclusion financière d'une frange plus large de la population :

➤ **Institutions de microfinance**

Les institutions de microfinance jouent un rôle crucial dans l'inclusion financière en offrant des services bancaires de base à des populations souvent exclues du système bancaire traditionnel, notamment en milieu rural ou périurbain. Elles proposent des micro-crédits, des comptes d'épargne et des transferts d'argent, permettant à ces populations d'accéder à des services financiers essentiels et de participer davantage à l'économie nationale.

➤ **Bureaux de change**

Les bureaux de change assurent la conversion de devises étrangères, un service essentiel pour les transactions internationales et pour les personnes qui voyagent à l'étranger. Ils contribuent à la fluidité des échanges commerciaux et à la facilitation des mouvements de capitaux.

➤ **Sociétés de transfert d'argent**

Les sociétés de transfert d'argent permettent aux migrants de transférer des fonds à leurs familles restées au pays. Ces transferts de fonds constituent une source de revenus importante pour les ménages algériens.

❖ **Impact de la diversité des acteurs du secteur bancaire algérien**

La présence d'une variété d'acteurs dans le système bancaire algérien présente plusieurs avantages :

➤ **Meilleure adéquation entre l'offre et la demande**

La diversité des acteurs permet de proposer une gamme plus large de produits et services bancaires, adaptés aux besoins spécifiques de différents segments de clientèle. Les banques commerciales répondent aux besoins des grandes entreprises et des particuliers, tandis que les institutions de microfinance ciblent une clientèle non bancarisée et les banques privées peuvent se spécialiser dans des segments de marché plus pointus.

➤ **Innovation et dynamisme accrus**

La concurrence entre les différents acteurs du secteur bancaire stimule l'innovation et le développement de nouveaux produits et services. Les banques sont en permanence incitées à améliorer leur efficacité, à optimiser leurs coûts et à proposer des solutions bancaires toujours plus performantes pour fidéliser leur clientèle.

➤ **Inclusion financière renforcée :**

La présence d'acteurs spécialisés dans l'inclusion financière, comme les institutions de microfinance, permet de toucher des populations jusque-là exclues du système bancaire traditionnel. L'accès aux services financiers de base favorise l'épargne, l'investissement et la participation de ces populations à l'économie formelle.

❖ **Défis liés à la diversité des acteurs du secteur bancaire algérien :**

Si la diversité des acteurs présente des avantages indéniables, elle peut également poser certains défis

➤ **Coordination et régulation**

La présence d'acteurs multiples nécessite une bonne coordination et une régulation efficace du secteur bancaire pour garantir la stabilité financière et protéger les intérêts des clients.

➤ **Accès équitable aux infrastructures et aux technologies**

Tous les acteurs du système bancaire ne disposent pas forcément des mêmes ressources et des mêmes infrastructures technologiques. Il est important de veiller à un accès équitable aux

technologies de l'information et de la communication pour garantir des conditions de concurrence justes et favoriser l'inclusion financière.

➤ **Éducation financière de la population**

La diversification des produits et services bancaires nécessite une éducation financière accrue de la population pour lui permettre de comprendre les offres et de faire des choix éclairés.

En conclusion, le système bancaire algérien se caractérise par la présence d'acteurs variés et complémentaires, chacun jouant un rôle important dans le financement de l'économie, l'inclusion financière et la satisfaction des besoins des clients. La diversité des acteurs est une source de dynamisme et d'innovation, mais elle nécessite également une régulation efficace et une éducation financière de la population pour en tirer pleinement profit.

Conclusion

La digitalisation du secteur bancaire algérien est en pleine expansion, stimulée par les avancées technologiques, les attentes des clients et les impératifs de développement économique. Cette transformation numérique affecte le secteur à plusieurs niveaux : elle modifie les modes d'interaction avec la clientèle, optimise les processus internes, diversifie l'offre de produits et services, et favorise l'inclusion financière.

Bien que la digitalisation offre d'importantes opportunités, elle présente aussi des défis à relever, notamment en matière de renforcement de la sécurité informatique, de développement des compétences digitales, et de réduction de la fracture numérique.

En conclusion, la digitalisation se révèle être un levier de transformation crucial pour le développement du secteur bancaire algérien et son rôle dans la croissance économique et l'inclusion financière du pays. Les banques algériennes ont l'occasion de tirer parti de cette transformation pour moderniser leurs services, répondre aux attentes de leurs clients et contribuer à l'émergence d'une économie plus inclusive et performante en Algérie.

***Chapitre03: la digitalisation
bancaire au sein de la banque
Kherrata – La BADR***

Introduction

La digitalisation des services bancaires constitue une révolution dans le secteur financier mondial, et la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) à Kherrata n'échappe pas à cette tendance. Face aux exigences croissantes des clients pour des services plus rapides, plus sécurisés et plus accessibles, la BADR a entrepris une transformation numérique profonde pour moderniser son offre et améliorer l'expérience client.

Ce chapitre explore la mise en œuvre et l'impact de la digitalisation au sein de la banque Kherrata - la BADR. Nous commencerons par présenter l'organisme d'accueil, en décrivant son historique, sa mission et ses objectifs stratégiques, afin de comprendre le cadre dans lequel cette transformation numérique s'inscrit.

Enfin, nous analyserons l'impact de la digitalisation sur les clients de la banque, en nous appuyant sur des données et de l'étude de cas pour évaluer les bénéfices et les défis de cette transition. Cette section nous permettra de comprendre comment la digitalisation a influencé la satisfaction et la fidélité des clients.

À travers cette étude, nous mettrons en lumière les progrès réalisés par la BADR dans son parcours de digitalisation, ainsi que les perspectives futures pour continuer à innover et répondre aux attentes de ses clients dans un environnement bancaire en constante évolution.

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil

La BADR est l'un des principaux acteurs bancaires en Algérie, elle est un partenaire de premier rang dans le développement de l'économie nationale et du secteur de l'agriculture en particulier.

De ce fait, elle demeure la première banque de proximité du monde agricole et rural par l'étendue de son réseau d'agences. Cette première section a pour objet de présenter la Banque d'Agriculture et de Développement Rural (BADR) d'une manière générale, sa forme juridique, son organisation ainsi que ses missions.

1.1 Historique et Évolution de la BADR :

La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural est une institution financière, nationale, créée par décret n° 82-106 du 13 mars 1982

Elle est une société par action au capital social de 2.200.000.000 DA, chargée de fournir aux entreprises publiques économiques conseils et assistance dans l'utilisation et la gestion des

moyens de paiement mis à leur disposition, et ce, dans le respect du secret bancaire. En vertu de la loi 90 /10 du 14 avril 1990, relative à la monnaie et au crédit, la BADR est devenue une personne morale effectuant les opérations de réception des fonds du public, les opérations d'octroi des crédits, ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et de gestion. Depuis 1999, le capital social de la BADR a augmenté et atteint le seuil de 33.000.000.000 DA.

1.2 Les étapes de l'évolution de la BADR :

Sachant que c'est une banque publique, elle a pour mission, le développement du secteur agricole et la promotion du monde rural. Les trois grandes étapes qui caractérisent l'évolution de la BADR sont :

1982-1990:

Au cours de ces huit années, la BADR a eu pour objectif, d'asseoir sa présence dans le monde rural en ouvrant de nombreuses agences dans les zones à vocation agricole. Elle a acquis une notoriété et une expérience certaine dans le financement de l'agroalimentaire et de l'industrie mécanique agricole. Cette spécialisation s'inscrivait alors dans un contexte d'économie planifiée où chaque banque publique avait son champ d'intervention.

1991-1999:

La loi 90/10/ ayant mis un terme à la spécialisation des banques, la BADR a élargi son champ d'intervention à d'autres secteurs d'activité, et notamment, vers les PME/PMI, tout en restant un partenaire privilégié du secteur agricole.

2000-2024:

L'étape actuelle se caractérise par la nécessaire implication des banques publiques dans la relance des investissements productifs et la mise en adéquation de leur activité et du niveau de leur prestation avec les principes de l'économie de marché. En matière d'investissement dans le financement de l'économie, la BADR a considérablement augmenté le volume des crédits consentis aux PME/PMI du secteur privé (toutes branches confondues) tout en accroissant son aide au monde agricole et para agricole.

Le programme d'action quinquennal de la BADR, visant à moderniser la banque, à améliorer les services et à assainir les finances et la comptabilité, constitue une initiative louable pour s'adapter aux profonds changements économiques et sociaux et répondre aux attentes des clients. Les investissements importants réalisés par la banque en ressources humaines et matérielles au cours des 30 dernières années pour répondre aux attentes et aspirations des acteurs des secteurs représentés démontrent son engagement dans l'amélioration continue et son

rôle d'acteur clé du développement économique de l'Algérie.

1.3 Un aperçu sur les principaux aspects du programme :

- **Modernisation de la banque** : cela implique probablement l'adoption des technologies numériques pour améliorer l'expérience client, rationaliser les opérations et améliorer l'efficacité. Cela pourrait inclure des initiatives telles que :
- **Services bancaires numériques** : expansion des services bancaires en ligne et mobiles pour fournir un accès pratique et sécurisé aux comptes, aux transactions et aux produits financiers.
- **Mise à niveau du système bancaire de base** : mise en œuvre d'un système bancaire de base moderne et robuste pour soutenir les opérations et la clientèle croissantes de la banque.
- **Analyse des données** : tirer parti de l'analyse des données pour obtenir des informations sur le comportement des clients, les tendances du marché et la gestion des risques, permettant ainsi une meilleure prise de décision.
- **Amélioration des services** : Cela pourrait englober un large éventail d'initiatives visant à améliorer la qualité et la gamme de produits et services proposés aux clients, y compris :
- **Produits sur mesure** : Développer des solutions financières personnalisées qui répondent aux besoins spécifiques des différents segments de clientèle, tels que les particuliers, PME, et les grandes entreprises.
- **Service client amélioré** : Améliorer la réactivité du service client, accessibilité et une expérience globale grâce à la formation, technologie, et l'optimisation des processus.
- **Produits innovants** : Présentation de produits financiers nouveaux et innovants qui répondent aux besoins émergents des clients et aux tendances du marché.
- **Assainissement financier et comptable** : Cela implique de renforcer la situation financière de la banque, améliorer les pratiques de gestion des risques, et assurer le respect des exigences réglementaires.

❖ Les mesures clés pourraient inclure :

1. **Réduction des prêts non performants** : Gérer et réduire activement le portefeuille de prêts non performants de la banque afin d'améliorer sa santé et sa stabilité financières.
2. **Adéquation des fonds propres** : Veiller à ce que la banque maintienne des réserves de fonds propres adéquates pour absorber les pertes potentielles et soutenir ses plans de croissance.

3. **Cadre de gestion des risques** : Renforcer le cadre de gestion des risques de la banque pour identifier, évaluer ,et atténuer divers risques financiers. La mise en œuvre réussie de ce programme d'action quinquennal positionne la BADR comme une institution moderne et centrée sur le client, et financièrement solide, bien équipée pour naviguer dans un paysage économique en évolution et contribuer au développement durable de l'Algérie.

Afin de se mettre au diapason des profondes mutations économiques et sociales et répondre aux attentes de la clientèle, la BADR a mis en place un programme d'actions quinquennal, axé notamment sur la modernisation de la banque, l'amélioration des prestations, ainsi que l'assainissement comptable et financier.

La BADR n'a pas lésiné, durant ces 30 dernières années d'existence, sur les moyens, humains et matériels, pour être à la hauteur des attentes et aspirations des acteurs des secteurs représentant la matrice de la population algérienne.

1.4 Missions et objectifs de la BADR

En gros, la BADR a été créée pour réaliser un ensemble de missions et/ou de tâches, et vise à la réalisation d'un certain nombre d'objectifs. A ce titre, les principales missions et objectifs importants de la BADR peuvent être résumés comme suit :

a) Les missions de la BADR

La BADR, banque publique, a pour mission le développement du secteur agricole et la promotion du secteur du monde rural. Elle propose une série complète de produits et services financiers et bancaires.

▪Ses principales missions sont :

-Le traitement de toutes les opérations de crédits, de change et de trésorerie.

-L'ouverture des comptes à toute personne faisant la demande.

-La réception des dépôts à vue et à terme.

-La participation à la collecte de l'épargne.

-La contribution au développement du secteur agricole, agro-alimentaire, agroindustriel et artisanal.

Le contrôle, avec les autorités de tutelle, de la conformité des mouvements financiers des entreprises domiciliées

b) Objectif de la BADR

- L'augmentation des ressources aux meilleurs coûts et rentabilisation de celles-ci par des crédits productifs et diversifiés dans le respect des règles.
- La gestion rigoureuse de la trésorerie de la banque tant en dinars qu'en devises.
- L'assurance d'un développement harmonieux de la banque dans les domaines d'activités là concernant.
- L'extension et le redéploiement de son réseau
- La satisfaction de ses clients en leur offrant des produits et services susceptibles de répondre à leur besoin.
- L'adaptation d'une gestion dynamique en matière de recouvrement.
- Le développement commercial par l'introduction de nouvelles techniques managériales telles que le marketing, et l'insertion d'une nouvelle série de produits.

Présentation de l'agence d'accueil

L'agence BADR de Kherrata du code (360) constitue une décentralisation géographique et un prolongement siège. Elle a été créée par un décret exécutif

N°159-87 le 21 mars 1987, mais elle a commencé ses activités le 25 mai 1987. Elle est à la

Elle exploite une superficie de 189 m, louée par L'OPGI KHERRATA). Ce choix d'implantation est jugé stratégique par la direction régionale de la wilaya.

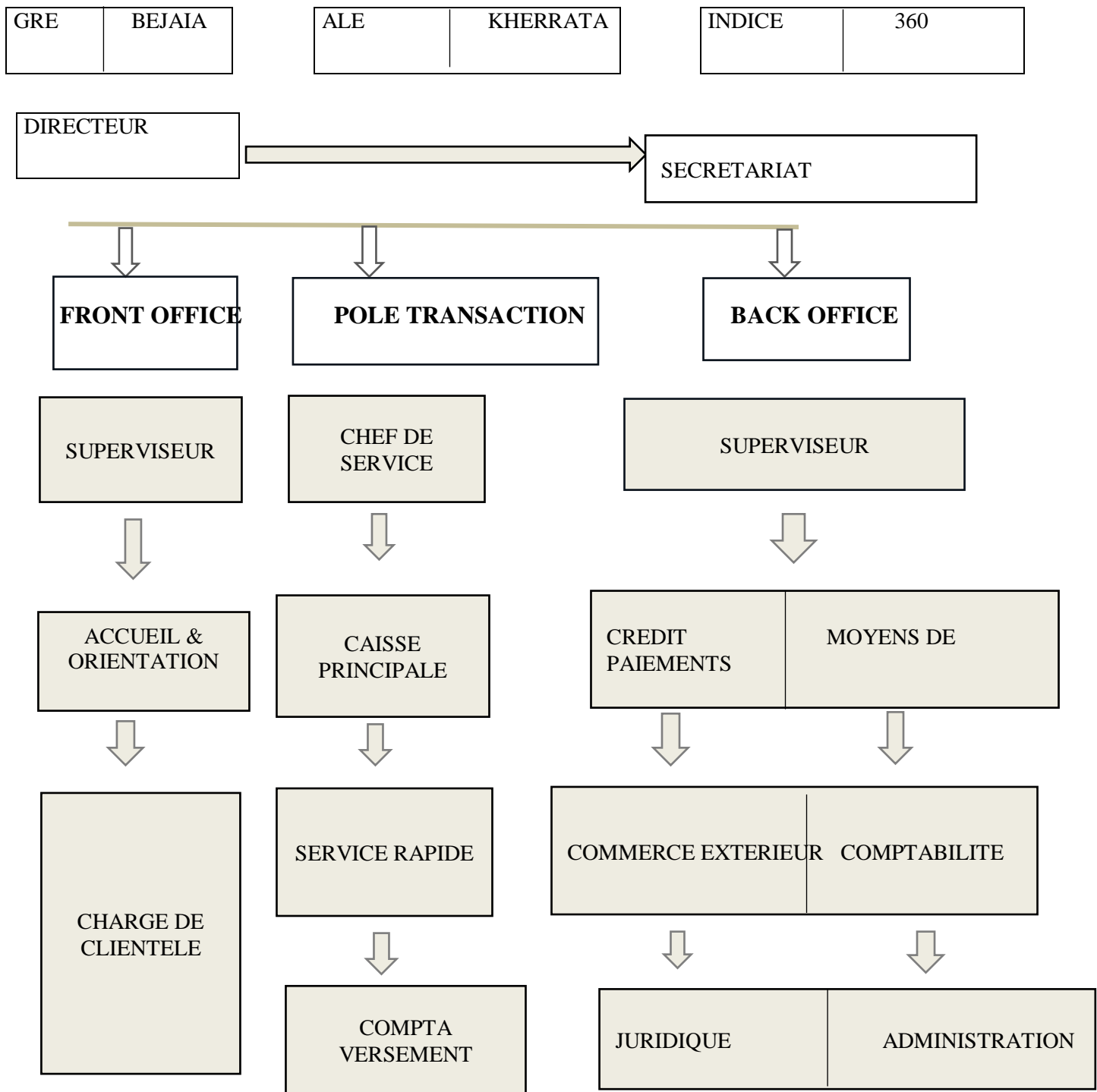
Les fonctions de l'agence

Les fonctions de cette agence sont assurées par 15 éléments répartis selon l'organigramme. Les comptes gérés dans cette agence sont de l'ordre de 6480 comptes

place du : Chahid Allik Lamari au centre-ville de Kherrata, (52 Km du chef-lieu de la Wilaya répartis comme ainsi :

- 486 comptes du chèque.
- 1126 comptes courants commerciaux.
- 4523 comptes livret d'épargne.
- 345 comptes, épargne, junior

Figure n° 06: l'organigramme de la banque BADR « agence 360 »



Section 02 : Les Services digitaux de la banque Kherrata

Dans le cadre de sa stratégie de digitalisation, la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) de Kherrata propose une gamme étendue de services digitaux visant à moderniser et faciliter l'expérience bancaire de ses clients. Ces services, innovants et sécurisés, offrent une accessibilité accrue et un gain de temps significatif. Dans cette section, nous présenterons en détail les différents outils et plateformes mis à disposition par la BADR pour répondre aux besoins variés de ses clients, qu'ils soient particuliers ou entreprises, avec des données chiffrées illustrant leur utilisation à l'agence de Kherrata.

2.1 BADR SMS

Ce service vous permet de recevoir des notifications SMS en temps réel sur l'activité de votre compte, y compris les mises à jour du solde, les alertes de transaction et les messages de sécurité.

2.2 BADR net

Un service bancaire en ligne complet pour les clients de la BADR Est un portail bancaire en ligne révolutionnaire conçu par la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) pour offrir à ses clients une expérience bancaire moderne, sécurisée et accessible. Ce service complet met à la disposition des clients une panoplie d'outils et fonctionnalités pratiques, leur permettant de gérer leurs finances à tout moment et en tout lieu, depuis leur ordinateur personnel ou appareil mobile.

2.2.1 Les fonctionnalités principales de la <<BADR net>> :

“ BADR net” se distingue par sa richesse fonctionnelle, offrant aux clients un large éventail d'opérations bancaires qu'ils peuvent effectuer en ligne d'opérations bancaires qu'ils peuvent

effectuer en ligne :

- ✓ **Gestion des comptes** : Accéder à une vue détaillée de soldes et mouvements de compte en temps réel, pour tous comptes bancaires BADR.
- ✓ **Consultation des opérations** : Retracer l'historique complet de transactions sur une période de 30 jours, avec la possibilité de filtrer par date, montant, type d'opération et autres critères.
- ✓ **Téléchargement des relevés** : Exporter relevés de compte aux formats Excel, PDF ou CSV pour une gestion hors ligne simplifiée et un archivage sécurisé.
- ✓ **Consultation des cours de change** : Rester informé des fluctuations des taux de change des devises étrangères pour les transactions internationales.
- ✓ **Messagerie sécurisée** : Échanger des messages et recevoir des notifications importantes de la banque directement sur la plateforme BADR net, pour une communication fluide et sécurisée.
- ✓ **Transfert sécurisé de fichiers** : Envoyer des fichiers de virements et de prélèvements électroniques en toute sécurité

2.2.2 Les avantages de l'utilisation de la <<BADR net>>:

En adoptant "BADR net", les clients BADR profitent de nombreux avantages qui transforment leur expérience bancaire :

- ✓ **Gain de temps** : Réduire le temps d'attente dans les files et effectuer les opérations bancaires courantes en quelques clics .
- ✓ **Sécurité** : BADR net garantit un environnement hautement sécurisé pour protéger les informations bancaires et les transactions, grâce à des technologies de pointe et des protocoles de sécurité stricts.
- ✓ **Commodité** : Effectuer les opérations bancaires au rythme des clients , sans soucier des horaires d'ouverture d'agence, et avec une flexibilité inégalée dans la gestion de finances.
- ✓ **Suivi des finances** : Garder une trace précise de dépenses et de l'historique financier grâce à des outils d'analyse et de reporting avancés, permettant de mieux maîtriser les finances.

2.2.3 Abonnement et utilisation de BADR Net

Pour souscrire à BADR Net et profiter de ses nombreux avantages, les clients BADR doivent simplement se rendre dans leur agence bancaire habituelle et en faire la demande. Une fois inscrit, les clients reçoivent leur identifiant de connexion avec lequel ils pourraient accéder à la plateforme BADR Net via le site web de la banque.

3.3 My BADR : Vers une expérience bancaire mobile révolutionnaire pour les clients de la BADR

La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) se prépare à lancer son application mobile tant attendue, My BADR, conçue pour offrir aux clients une expérience bancaire moderne, simple et sécurisée. Cette application révolutionnaire s'inscrit dans la stratégie digitale ambitieuse de la banque, visant à placer l'innovation et la satisfaction client au cœur de ses priorités.

3.3.1 My BADR : Plus qu'une simple application bancaire

My BADR va bien au-delà des fonctionnalités de base d'une application bancaire, elle ambitionne d'être un véritable assistant financier personnel, offrant aux clients une gamme de

services innovants pour mieux gérer leurs finances :

➤ **Gestion de budget et planification financière**

My BADR permettra aux clients de définir des objectifs d'épargne, de créer des budgets personnalisés et de suivre leurs dépenses pour une meilleure maîtrise de leurs finances.

➤ **Analyse des habitudes de consommation**

L'application fournira aux clients des rapports détaillés sur leurs dépenses, en les aidant à identifier les domaines où ils peuvent économiser et prendre des décisions financières éclairées.

➤ **Offres et promotions personnalisées**

My BADR propose des offres et des promotions personnalisées en fonction des besoins et des habitudes de consommation des clients.

➤ **Actualités financières et conseils personnalisés**

L'application permettra aux clients de rester informés des actualités financières et de recevoir des conseils personnalisés pour les aider à prendre des décisions financières judicieuses.

3.3.2 Lancement de << My BADR >>: raisons et motivations

Le lancement de My BADR répond à plusieurs besoins et enjeux majeurs pour la BADR :

- **Répondre aux attentes des clients**

Les clients d'aujourd'hui sont de plus en plus habitués à utiliser des applications mobiles pour gérer leurs finances. My BADR répond à cette demande croissante en offrant une solution mobile pratique et conviviale.

- **Renforcer la proximité avec les clients**

My BADR permet à la BADR d'être plus proche de ses clients en leur offrant un accès instantané à leurs comptes et services bancaires, où qu'ils soient et quand ils le souhaitent.

- Améliorer l'expérience client

L'interface intuitive et la navigation simplifiée de My BADR offre une expérience utilisateur bien supérieure à celle des autres solutions bancaires mobiles, rendant les opérations bancaires plus rapides, plus faciles et plus agréables.

- Exploiter le potentiel des smartphones

Les smartphones sont devenus des appareils puissants et omniprésents. My BADR tire parti de ce potentiel en offrant aux clients une application mobile riche en fonctionnalités et performante.

- Se démarquer de la concurrence

Dans un paysage bancaire en constante évolution, l'innovation est essentielle pour se démarquer. My BADR positionne la BADR comme une banque à l'avant-garde de la technologie, en offrant à ses clients une expérience bancaire mobile de pointe.

- Préparer l'avenir des services bancaires

Le mobile est le futur des services bancaires. My BADR permet à la BADR de se préparer à cet avenir en adoptant une approche centrée sur le mobile et en offrant aux clients une expérience bancaire moderne et évolutive.

4.4 Les cartes bancaires

Les cartes bancaires constituent un des outils digitaux les plus importants et les plus utilisés. Plusieurs types de cartes sont disponibles :

4.4.1 Les cartes CIB

La carte CIB est une carte interbancaire reconnaissable par le logo CIB de l'interbancaire monétique imprimée sur la carte. Elle arbore également le logo et la dénomination de la banque émettrice. Elle constitue un moyen de paiement et de retrait interbancaire

4.4.2 Types de carte CIB**a) Carte CIB Classique**

La carte CIB Classique est une carte de paiement et de retrait interbancaire de base conçue pour

les clients, principalement les salariés, qui recherchent une solution pratique et abordable pour leurs transactions quotidiennes. Elle offre les fonctionnalités suivantes :

- Paiements sur terminaux de paiement électronique (TPE) chez les commerçants
- Paiements en ligne sur les sites web marchands
- Retraits d'espèces aux distributeurs automatiques de billets (DAB) et guichets automatiques bancaires (GAB) du réseau BADR
- Consultation du solde du compte sur les DAB/GAB du réseau BADR
- Plafond de retrait et de paiement moyen équivalent à 80% du revenu déclaré sur le contrat

b) Carte CIB Gold

La carte CIB Gold est une carte de paiement et de retrait interbancaire haut de gamme qui offre des fonctionnalités et des avantages supplémentaires par rapport à la carte CIB Classique. Elle est conçue pour les clients qui recherchent une carte premium avec des plafonds de

dépenses plus élevés, des récompenses et des services d'assistance exclusifs.

Les fonctionnalités de la carte CIB Gold incluent

- Tous les avantages de la carte CIB Classique
- Plafond de retrait et de paiement plus élevé
- Assurance voyage et assistance médicale
- Offres et réductions exclusives auprès de partenaires commerciaux
- Services d'assistance clientèle premium

Figure n°07 : la carte CIB Gold



Source: Information fournie par la banque

c) La Master Card

est une carte internationale de paiement et de retrait en devise, destinée aux clients physiques de nationalité algérienne ou étrangère résidant en Algérie, qui possèdent un compte en Dinars et un compte en devises (Euros), ou à leurs mandataires autorisés à gérer ces comptes. La validité de la carte est de 2 ans.

Pour émettre une carte MasterCard, le chargé clientèle doit vérifier que le client a la capacité juridique requise (19 ans et plus) en se basant sur la Carte Nationale d'Identité (CNI). De plus, le client doit disposer d'un compte en devise pour couvrir les transactions effectuées avec la carte MasterCard, ainsi que d'un compte en Dinars pour les commissions et les frais de personnalisation de la carte. Il est également nécessaire de s'assurer que le compte en Dinars du client est suffisamment approvisionné pour couvrir les frais de la carte et de la gestion du compte. Si ce n'est pas le cas, le client peut être invité à effectuer un premier versement de 30 000,00 DA.

Il existe deux types de MasterCard : la MasterCard Classique et la MasterCard Titanium, qui

offrent des caractéristiques et des avantages spécifiques à leurs détenteurs :

c-1) MasterCard Classique

- Cette carte est adossée à un compte avec un solde minimum requis.
- Les frais d'acquisition de la carte sont définis par la banque émettrice.
- La durée de validité de la carte est généralement de 2 ans, renouvelable automatiquement sauf résiliation du contrat par le client.
- Un plafond de retrait hebdomadaire est fixé pour les retraits d'espèces aux distributeurs automatiques de billets.
- Un plafond de paiement hebdomadaire est également défini pour les transactions chez les commerçants.
- La carte MasterCard Classique offre des fonctionnalités de base pour les opérations de paiement et de retrait.

Figure n°08 : La carte Mastercard classique



Source: Information fournie par la banque

c-2) MasterCard Titanium

- Cette carte est également adossée à un compte avec un solde minimum requis, généralement plus élevé que pour la MasterCard Classique.
- Les frais d'acquisition de la carte Titanium peuvent être différents de ceux de la carte Classique.
- La durée de validité de la carte Titanium est également de 2 ans, renouvelable automatiquement sauf résiliation du contrat par le client.
- Le plafond de retrait et de paiement de la carte Titanium est généralement plus élevé que celui de la carte Classique, offrant ainsi une capacité financière supérieure pour les détenteurs.
- La MasterCard Titanium peut offrir des avantages supplémentaires tels que des assurances

voyage, des services de conciergerie, des programmes de fidélité exclusifs, etc.

Figure n°09 : MasterCard Titanium



Source: Information fournie par la banque

4.5 Les automates bancaires

Sont des équipements électroniques conçus pour permettre aux clients d'effectuer des opérations bancaires sans l'intervention directe du personnel de la banque. Ces dispositifs offrent aux clients la possibilité de réaliser différentes transactions bancaires de manière autonome, ce qui leur confère plus de flexibilité et de commodité dans la gestion de leurs finances. Parmi les types d'automates bancaires courants, on trouve les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB), les Guichets Automatiques Bancaires (GAB) et les Terminaux de Paiement Électronique (TPE)

4.6 Les distributeurs automatiques de billets (DAB)

Sont des dispositifs électroniques qui offrent aux clients la possibilité de retirer des espèces de manière autonome. Ces appareils sont installés par les établissements de crédit, les centres de chèques postaux ou d'autres entités, y compris les grands émetteurs de cartes. Les clients peuvent retirer des sommes d'argent de leurs comptes en utilisant une carte bancaire et un code confidentiel pour authentifier leur identité. Les DAB offrent aux clients une grande flexibilité et accessibilité pour effectuer des retraits d'espèces à tout moment, sans avoir besoin de se rendre à une agence bancaire physique.

4.7 Les guichets automatiques de billets (GAB)

Sont des dispositifs électroniques essentiels installés à l'intérieur des agences bancaires pour offrir aux clients une autonomie totale dans leurs opérations bancaires. Les détenteurs de cartes bancaires peuvent accéder à une gamme de services 24 heures sur 24, sans avoir besoin de

l'assistance du personnel de la banque. Ces services incluent la consultation de compte, la commande de chéquier, les virements de compte à compte, la remise de chèques, ainsi que les opérations de versement et de retrait d'espèces. En utilisant leur carte bancaire et leur code confidentiel, les clients peuvent effectuer ces opérations en toute sécurité et commodité grâce aux GAB.

4.8 Un terminal de paiement électronique (TPE)

Est un appareil électronique conçu pour lire les données d'une carte bancaire, enregistrer une transaction et communiquer avec un serveur d'authentification à distance. Le TPE garantit un traitement sécurisé, rapide et efficace des transactions de paiement. Pour utiliser un TPE, un commerçant doit établir un contrat avec sa banque, définissant un montant maximal de transaction au-delà duquel une autorisation est requise, ainsi que les commissions prélevées par la banque sur chaque paiement effectué.

Les avantages du TPE incluent sa grande sécurité, sa facilité d'utilisation, sa compacité, son gain de temps, sa modernité et son efficacité en tant que moyen de paiement. De plus, le TPE est compatible avec toutes les cartes bancaires, offrant ainsi une solution de paiement polyvalente pour les commerçants et les clients.

Les services digitaux offerts par la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) de Kherrata illustrent l'engagement de la banque à moderniser l'expérience bancaire de ses clients. En intégrant des solutions telles que BADR SMS, BADR Net, et My BADR, ainsi que des cartes bancaires avancées et des automates bancaires performants, la BADR de Kherrata répond efficacement aux besoins variés de ses clients. Les chiffres d'utilisation élevés témoignent de l'adoption croissante et de la satisfaction des clients vis-à-vis de ces services innovants. En facilitant l'accès aux services bancaires, en augmentant la sécurité des transactions et en améliorant la commodité, la BADR de Kherrata se positionne comme un leader dans le secteur bancaire digital, offrant à ses clients une gestion financière simplifiée et efficace.

Section 3 : Analyse et interprétation des résultats

Pour une meilleure évaluation de l'impact de la digitalisation sur les services bancaires nous avons mené une enquête par questionnaire auprès de deux échantillons différents les

employés de l'agence BADR Kherrata et les clients de l'agence. Cette approche nous a permis de cibler spécifiquement les employés et les clients de l'agence BADR KHERRATA, ce qui va nous permettre de renforcer la pertinence et la précision de nos résultats.

Le questionnaire est un outil de recherche puissant qui permet de recueillir des informations de manière structurée et systématique. Dans notre cas, nous avons opté pour une enquête quantitative aléatoire

Le premier questionnaire a pour objectif de voir à quel point la digitalisation a permis de faciliter le travail des employés au sein de l'agence. Le second a pour objectif d'évaluer la satisfaction des clients quant à l'intégration des services digitaux

Pour ce faire, dans un premier point nous allons présenter la méthodologie et stratégie d'investigation empirique

3.1 Méthodologies et Stratégies d'Investigation Empirique

Dans le cadre de notre recherche nous avons opté pour une approche empirique en utilisant un questionnaire comme outil principal de collecte de données.

3.2 Sélection de la Population d'Étude

Pour répondre à notre question de recherche, nous avons ciblé les employés et les clients de l'agence BADR KHERRATA lors de notre enquête. Notre échantillon était composé d'une dizaine d'employés de différents niveaux hiérarchiques et de 50 clients de diverses catégories socioprofessionnelles.

Pour les clients nous essayé d'interroger le maximum durant notre présence à l'agence. C'était un peu difficile mais on a quand même eu la réponse de 50 clients.

Pour les employés nous avons interrogé les 10 employés de l'agence.

3.3 Analyse et interprétation des résultats c'est le même titre avec la section

Après avoir analysé les réponses obtenues grâce à notre enquête par questionnaire auprès des employés de l'Agence BADR KHERRATA, nous avons synthétisé les résultats obtenus. Ces résultats nous ont permis de comprendre l'impact de la digitalisation sur les services bancaires, répondant ainsi à notre question de recherche

3.4. La digitalisation dans le quotidien professionnel des employés :

Les employés interrogés occupent des postes différents avec une ancienneté qui diffère d'un employé à un autre. Le tableau n°1 suivant résume les informations identifiant les employés

interrogés.

Une fois les données recueillies, nous avons utilisé Microsoft Office Excel pour effectuer un tri à plat, ce qui nous a permis d'obtenir des résultats chiffrés pour une analyse ultérieure. De plus, nous avons utilisé une méthode de croisement de variables pour détecter d'éventuelles influences mutuelles.

3.4.1 Identification du répondant: Nous avons identifié les personnes interrogées.

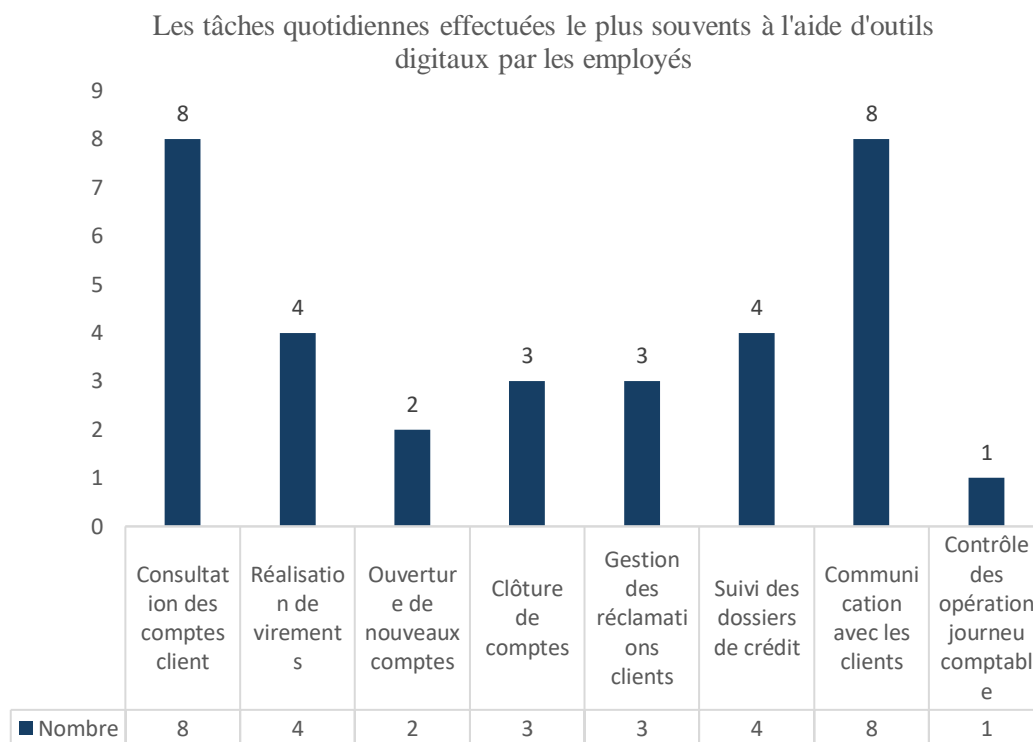
Tableau n°2 : Répartition des employés selon leurs l'ancienneté et le poste occupé

Le poste occupé	Ancienneté dans le poste
Directeur	7 ans
Assistante clientèle	2 ans
Charge de clientèle	4 ans
Superviseure principale	25 ans
Charge de clientèle	8 mois
Charge des études juridique	14 ans
Assistant de crédit	18 mois
Comptable	8 ans
Caissier	2 ans
Guichetier	5 ans

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le tableau présente la répartition des employés de l'Agence BADR KHERRATA selon leur ancienneté et leur poste occupé. Nous remarquons les plus anciens postes sont occupés par la superviseure principale 25 ans et la chargée d'études juridiques 14 ans. En revanche, les postes les plus récents sont occupés par la chargée de clientèle 8 mois et l'assistant de crédit 18 mois. Le reste des employés ayant entre 2 et 5 ans d'ancienneté

Figure n°10 : Les tâches quotidiennes effectuées le plus souvent à l'aide d'outils digitaux par les employés

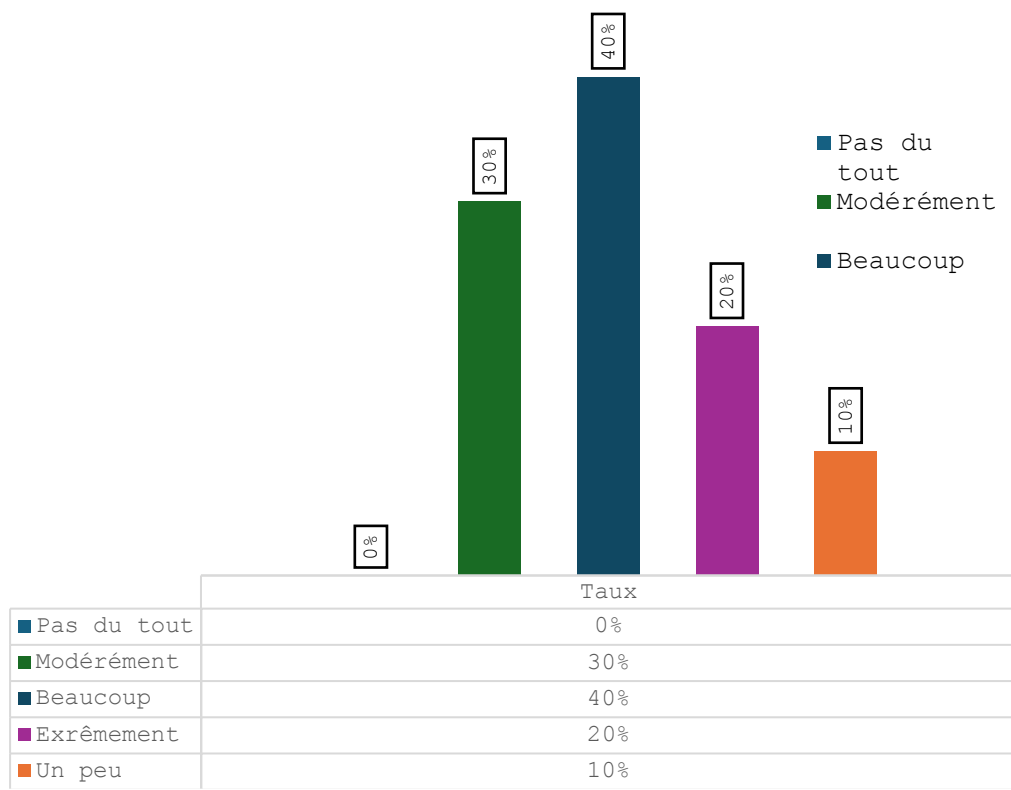


Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique met en évidence l'omniprésence des outils digitaux dans l'accomplissement des tâches quotidiennes des employés de banque. Les résultats révèlent les tendances suivantes, La consultation des comptes clients et la communication avec les clients sont les tâches les plus répandues, avec 8 réponses chacune. Cela souligne le rôle crucial des outils digitaux dans la gestion des informations client et les interactions avec la clientèle. La réalisation de virements et le suivi des dossiers de crédit sont également des tâches courantes, avec 4 réponses chacune. Ceci indique que les outils digitaux facilitent les transactions financières et le suivi du crédit client. L'ouverture de nouveaux comptes (2 réponses), la clôture de comptes (3 réponses) et la gestion des réclamations clients (3 réponses) sont effectuées moins fréquemment à l'aide d'outils digitaux. Cela suggère que ces processus peuvent encore impliquer une part importante d'interactions humaines. Le contrôle des opérations comptables quotidiennes (1 réponse) est la tâche la moins utilisée.

Figure n°11 : la contribution de la digitalisation dans le travail des employés

La contribution de la digitalisation dans le travail des employés

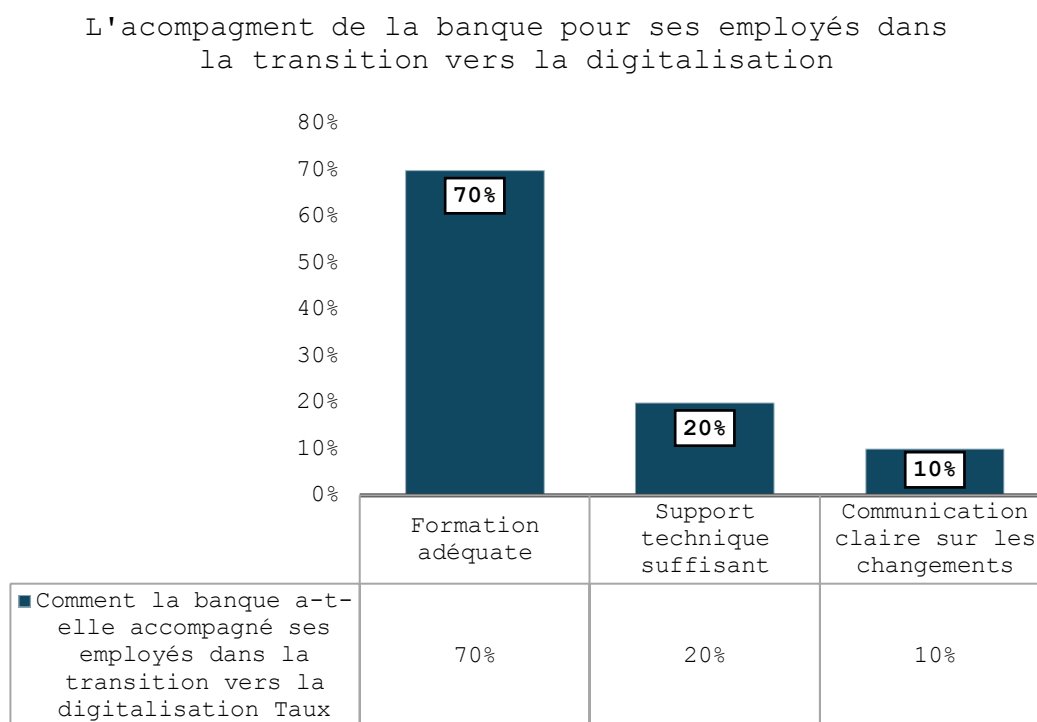


Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique montre que 40 % estiment que la contribution a été "beaucoup" et 20 % qu'elle a été "extrêmement" signifiée que ces employés estiment que la digitalisation a contribué positivement à leur travail. Les 30% a été modérément est moyens estiment la digitalisation des services bancaires et 10% des employés est un peu que signifier la minorité ne voit pas l'apport des outils digitaux

Ces pourcentages reflètent la perception des employés quant aux niveaux de difficulté. Il est intéressant de noter que la majorité des employés considèrent que l'adoption d'outils digitaux présente des défis significatifs.

Figure n°12 : L'accompagnement de la banque pour ses employés dans la transition vers la digitalisation



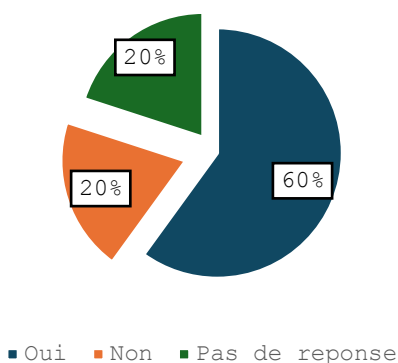
Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphe montre que la formation adéquate est le type d'accompagnement le plus apprécié par les employés, avec 70% d'entre eux déclarant qu'ils ont reçu une formation adéquate. Le support technique suffisant est le deuxième type d'accompagnement le plus apprécié, avec 20% d'employés déclarant qu'ils ont reçu un support suffisant. La communication claire sur les enjeux est le type d'accompagnement le moins apprécié, avec seulement 10% d'employés déclarant qu'ils ont reçu une communication claire.

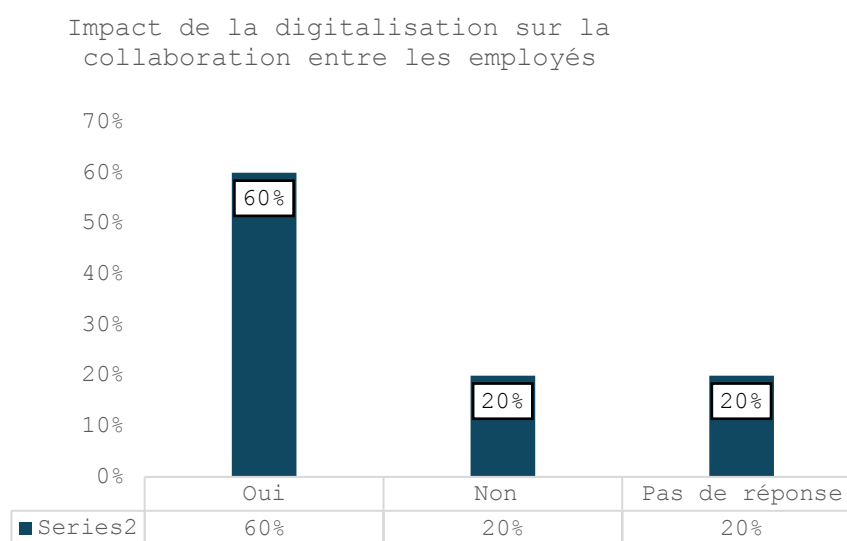
Les résultats du graphe suggèrent que les employés de la banque apprécient particulièrement les formations qui leur permettent d'acquérir les compétences nécessaires pour travailler efficacement dans un environnement numérique. Ils apprécient également le support technique qui leur permet de résoudre les problèmes informatiques qu'ils peuvent rencontrer. La communication claire sur les enjeux de la digitalisation semble être le type d'accompagnement le moins apprécié, ce qui peut suggérer que les employés ont besoin de plus d'informations sur les raisons pour lesquelles la banque investit dans la digitalisation et sur les avantages qu'elle peut apporter aux employés.

Figure n°13 : Investissements de la banque dans le digital

Investissements de la banque dans le digital

**Source :** établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique montre que 60% des répondants pensent que la banque a investi suffisamment dans les outils et infrastructures numériques, tandis que 20% pensent qu'elle n'a pas investi suffisamment et 20% n'ont pas d'opinion. Donc nous constatons que les résultats du graphe suggèrent que la majorité des répondants pensent que la banque a fait un bon investissement dans les outils et infrastructures numériques. Cependant, il existe une minorité significative de répondants qui pensent que la banque n'a pas investi suffisamment. Aussi, il est important de noter qu'il y a également un nombre important de répondants qui n'ont pas d'opinion sur la question

Figure n° 14: Impact de la digitalisation sur la collaboration entre les employés**Source :** établi par nous-mêmes à partir des données collectées

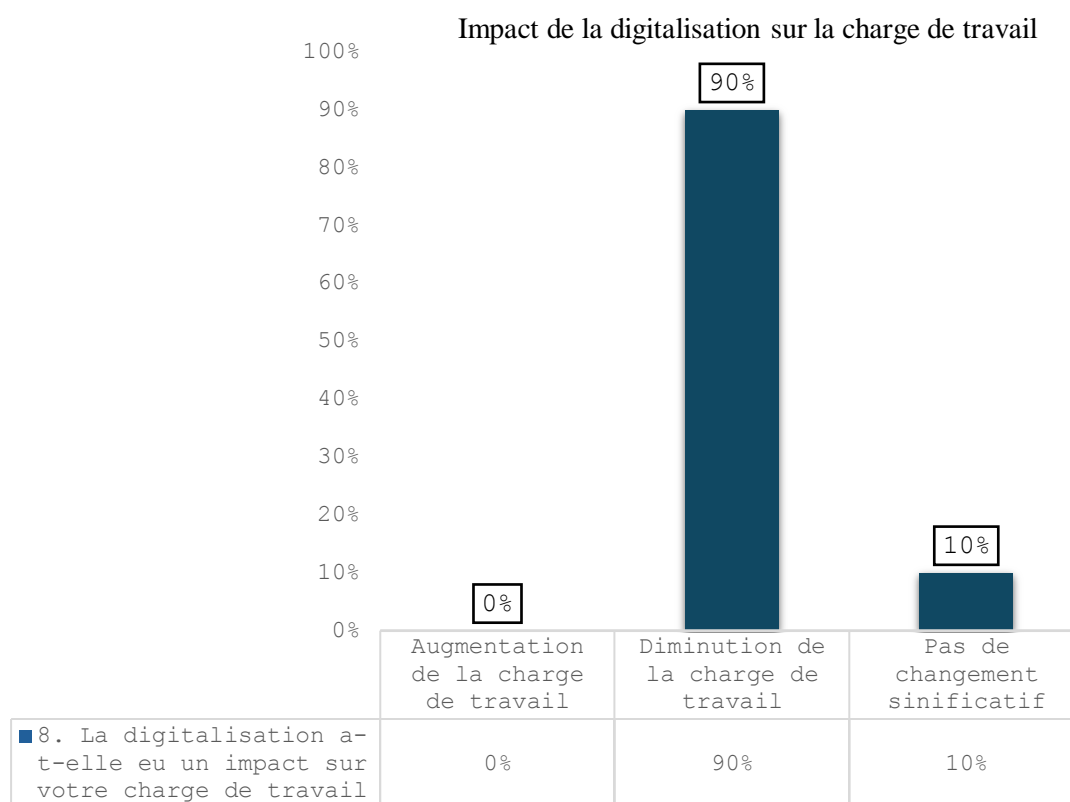
Le graphique montre que 60 % des employés ont répondu "Oui", ce qui indique que la majorité

des employés perçoivent un changement dans leur collaboration à la suite de la digitalisation. Ce changement peut être positif ou négatif, selon les expériences individuelles.

20 % des employés ont répondu "Non", ce qui suggère qu'ils n'ont pas constaté de changement significatif dans leur collaboration à la suite de la digitalisation. Cela peut s'expliquer par le fait que leur travail n'a pas été autant impacté par les outils numériques ou qu'ils s'adaptent bien aux nouvelles technologies.

20 % des employés n'ont pas répondu, ce qui peut être dû à une incompréhension de la question ou à un manque d'implication dans le sujet.

Figure n° 15: Impact de la digitalisation sur la charge de travail

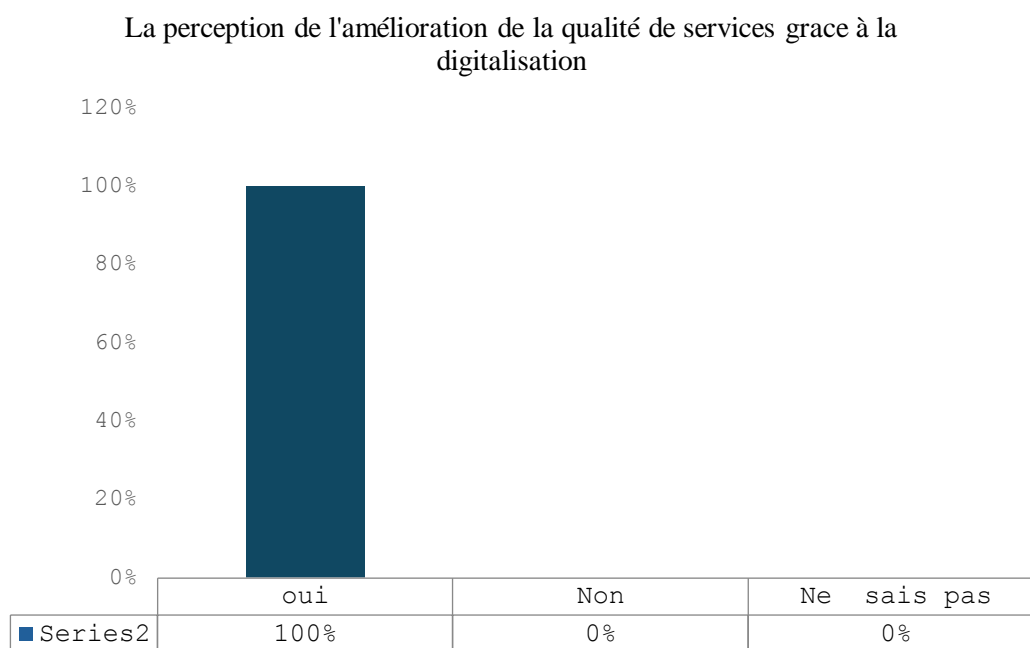


Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique représente l'impact de la digitalisation sur la charge de travail.

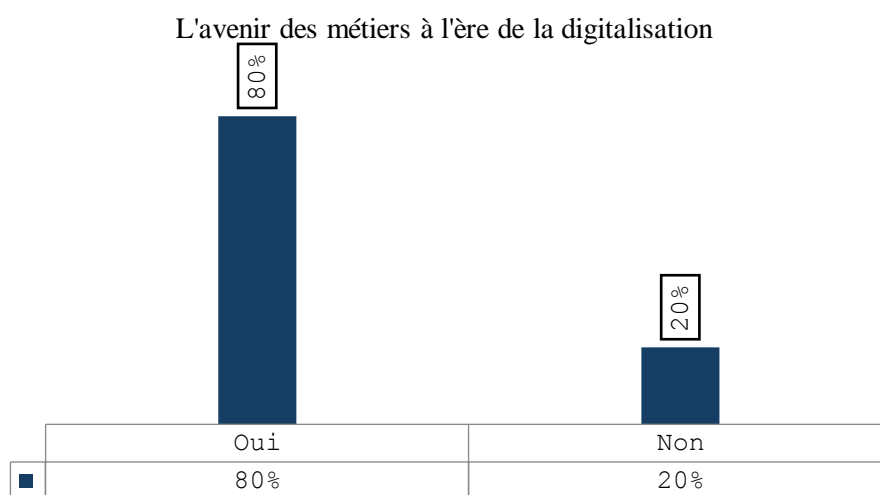
Selon les données, 90% des employés de la banque ont constaté une diminution de leur charge de travail grâce à la digitalisation, tandis que 10% n'ont pas constaté de changement significatif. Aucune personne n'a signalé une augmentation de la charge de travail.

Cela suggère que la digitalisation a eu globalement un impact positif sur la gestion de la charge de travail. Ce qui indique l'impact positif potentiel de la digitalisation sur l'efficacité et la productivité au travail.

Figure n°16 : La perception de l'amélioration de la qualité de service grâce à la digitalisation

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Cette figure montre que la totalité des employés 100% perçoivent que la digitalisation a amélioré la qualité de service offert aux clients. Il n'y a aucune réponse négative 0% et aucun employé n'a exprimé son incertitude 0%.

Figure n°17 :L'avenir des métiers à l'ère de la digitalisation

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

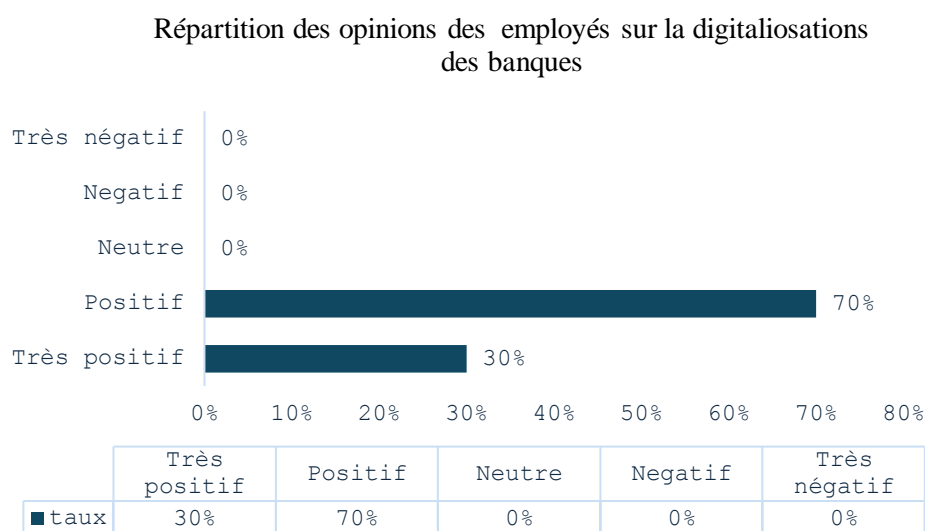
L'analyse du graphique met en évidence que la majorité des employés 80% perçoivent une amélioration de la qualité de service grâce à la digitalisation. Cette perception positive est contrebalancée par une minorité des employés 20% qui n'ont pas constaté d'amélioration, voire

qui ont observé une dégradation du service. Il est important de noter qu'aucun répondant n'a exprimé son incertitude quant à l'impact de la digitalisation.

Les résultats du graphique suggèrent que la digitalisation a eu un impact positif sur la qualité de service pour la majorité des employés. Cependant, il est important de noter qu'une minorité d'employés n'a pas perçu d'amélioration, voire a observé une dégradation du service. Il est important de comprendre les raisons de cette perception négative et de prendre des mesures pour améliorer l'expérience de ces employés.

3.4.5 Avis des employés sur la digitalisation à la banque :

Figure n° 18: Répartition des opinions des employés sur la digitalisation à la banque

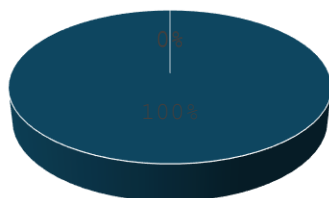


Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique illustre la répartition des opinions des employés sur l'impact de la digitalisation sur la qualité de service bancaire. L'analyse du graphique met en évidence que la majorité des employés 100% ayant une opinion positive sur la digitalisation à la banque. Parmi ces employés, 30% ont une opinion "très positive" et 70% une opinion "positive". Il est important de noter qu'aucune réponse négative n'a été enregistrée, ce qui indique une absence totale des employés déçus par la digitalisation dans le contexte bancaire. Les résultats de ce graphique révèlent un accueil unanimement favorable à la digitalisation par les employés de la banque.

Figure n°19 : Recommandation des employés pour la stratégie de digitalisation de la banque

Recommandation des employée pour la
stratégie de la digitalisation de la
banque



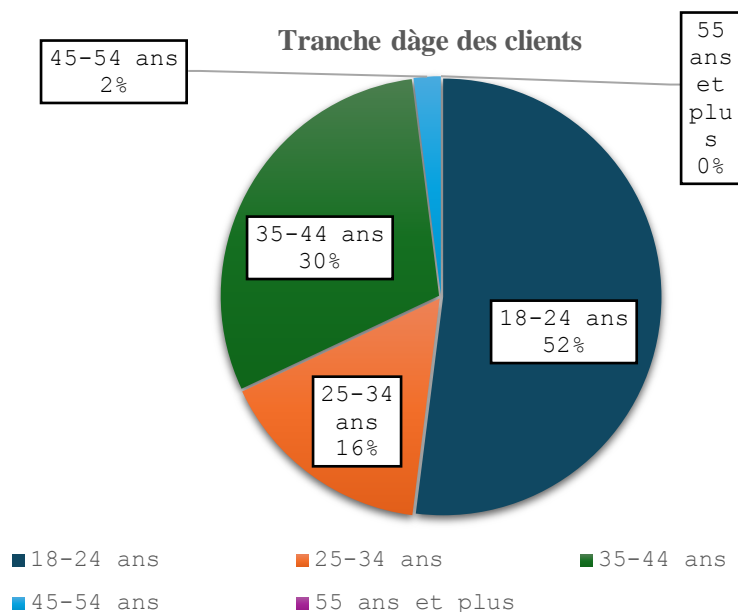
■ oui ■ non

Source ; établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique montre que 100 % des répondants recommanderaient à d'autres banques de suivre la même voie en matière de digitalisation. Cela signifie que tous les employés qui ont répondu à l'enquête sont satisfaits de la stratégie de digitalisation de la banque et qu'ils pensent qu'elle devrait être un modèle pour d'autres banques. Ce résultat est très positif pour la banque. Il montre que la banque a réussi à mobiliser ses employés autour de sa stratégie de digitalisation. Cela est important car le succès de toute stratégie de transformation dépend de l'adhésion des employés

4. Les clients quant à la digitalisation des services de la banque BADR

(Agence Kherrata)

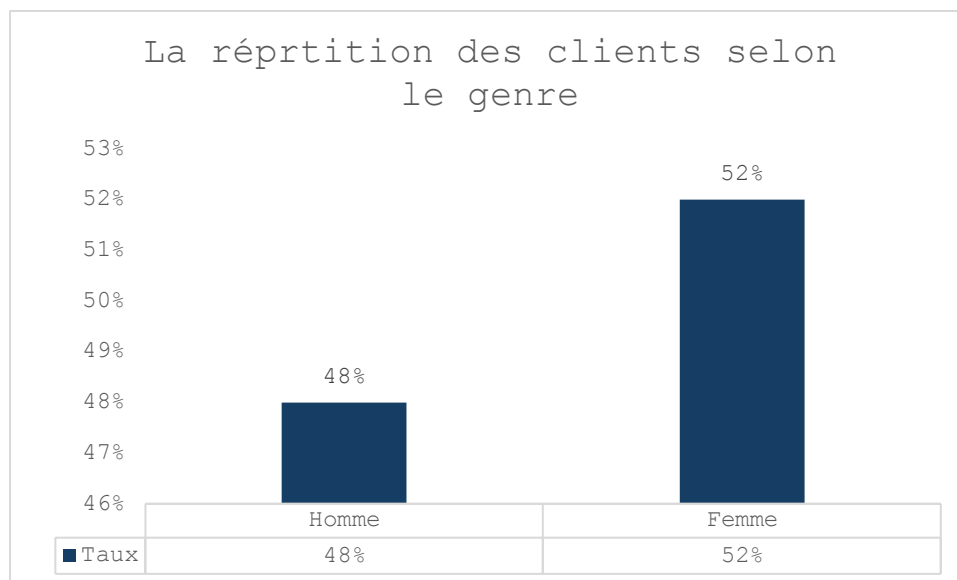
Figure n ° 20: Tranche d'âge des clients

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Au sein de notre clientèle, les jeunes adultes occupent une place prépondérante. En effet, la

tranche d'âge des 25-34 ans est la plus représentée, avec 32% des clients. Les 18-24 ans et les 35-44 ans suivent de près, avec 28% chacun. La tranche des 45-54 ans rassemble 12% de la clientèle, tandis que celle des 55 ans et plus n'est pas du tout représentée.

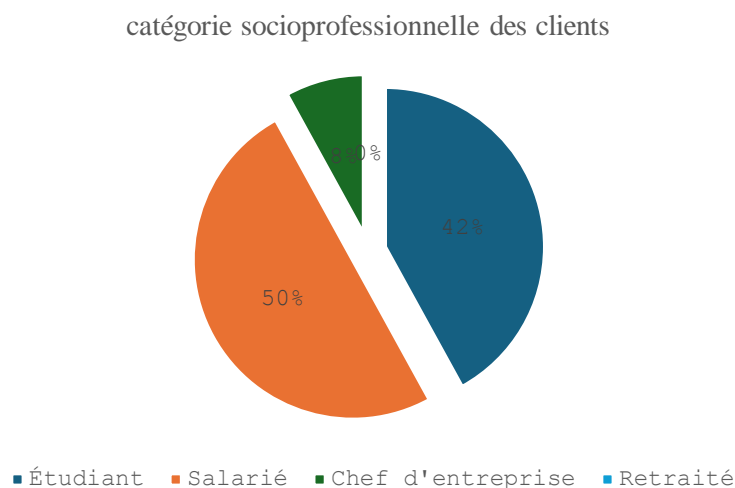
Figure n°21 : La répartition des clients par leur genre



Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique présente la répartition des clients de la banque en fonction de leur genre. Nous observons une légère majorité de femmes 52%, contre 48% d'hommes. Cependant l'écart entre les deux genres est relativement faible, ce qui suggère une clientèle assez équilibrée.

Figure n°22 : Catégorie socioprofessionnelle des clients

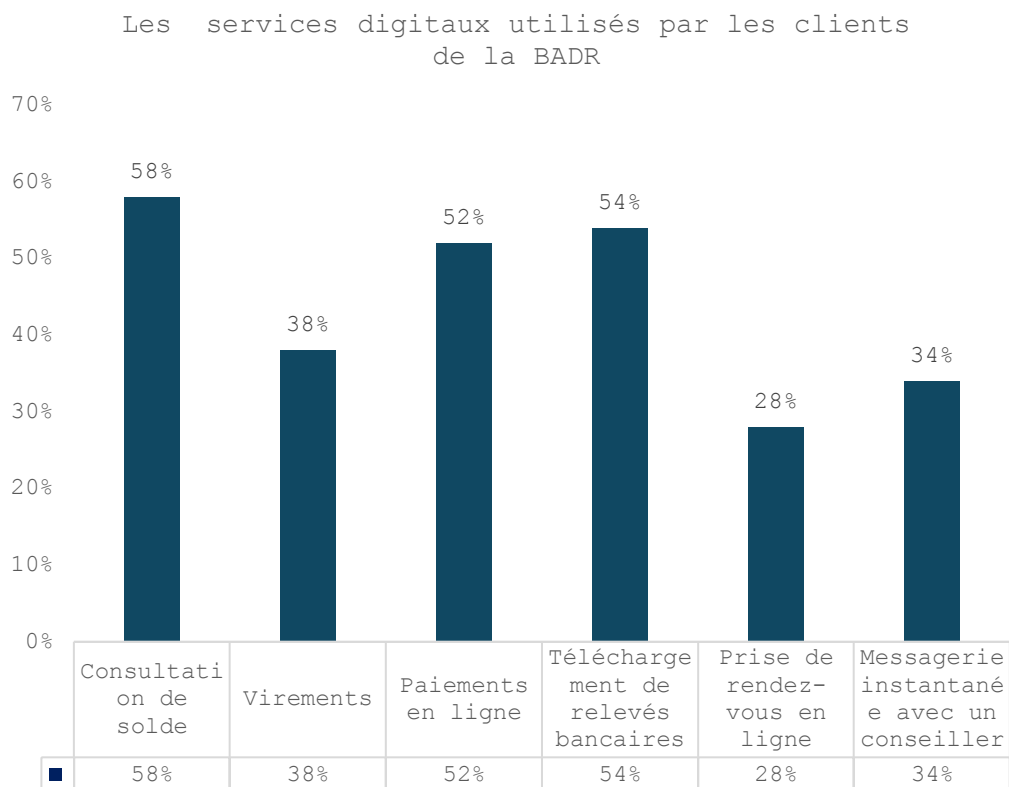


Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Selon le graphique nous pouvons en déduire que les étudiants constituent la plus grande part de l'échantillon, représentant la moitié des interrogés. Les salariés viennent ensuite, avec 42% de

la population. Et les chefs d'entreprise sont moins nombreux, représentant seulement 8%.

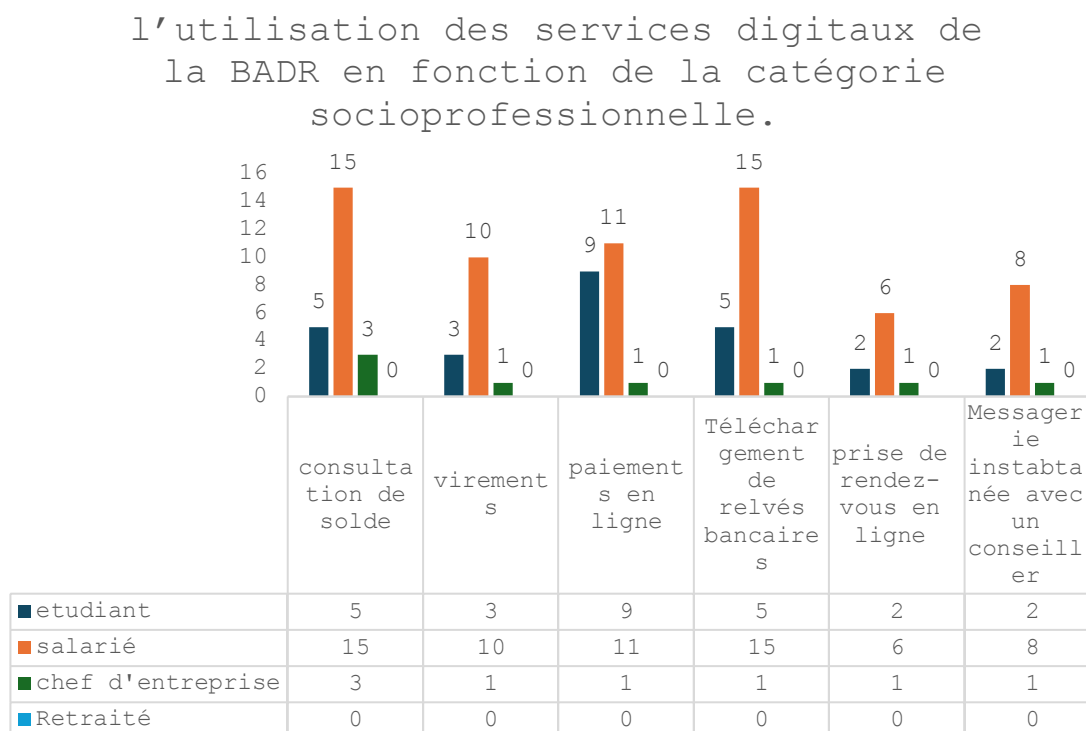
Figure n°23 : Les services digitaux les plus utilisés par les clients de la BADR



Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Selon le graphique nous remarquons les services numériques les plus populaires parmi les clients de la banque BADR sont la consultation du solde du compte courant 58 % et le téléchargement des relevés bancaires 52 %. Cela suggère que les clients apprécient la commodité et l'accessibilité de ces services pour gérer leurs finances. Utilisation du paiement en ligne: L'utilisation du paiement en ligne est de 38 %, ce qui correspond à un niveau d'adoption modéré. Cela pourrait indiquer que certains clients préfèrent encore utiliser des méthodes de paiement traditionnelles ou qu'il existe des obstacles à l'adoption des services de paiement en ligne. Les taux d'utilisation de la prise de rendez-vous en ligne et de la messagerie avec un conseiller sont tous deux d'environ 30 %. Cela suggère que ces services sont modérément populaires mais qu'ils ne sont peut-être pas aussi essentiels pour les besoins bancaires quotidiens que d'autres services comme la consultation des soldes et le téléchargement des relevés.

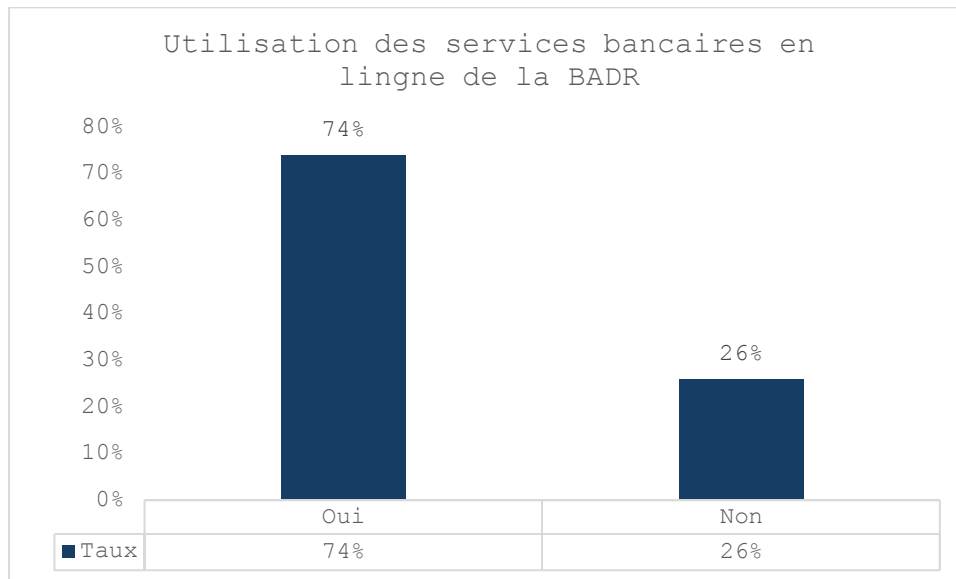
Figure n° 24 : l'utilisation des services digitaux de la BADR en fonction de la catégorie socioprofessionnelle.



Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

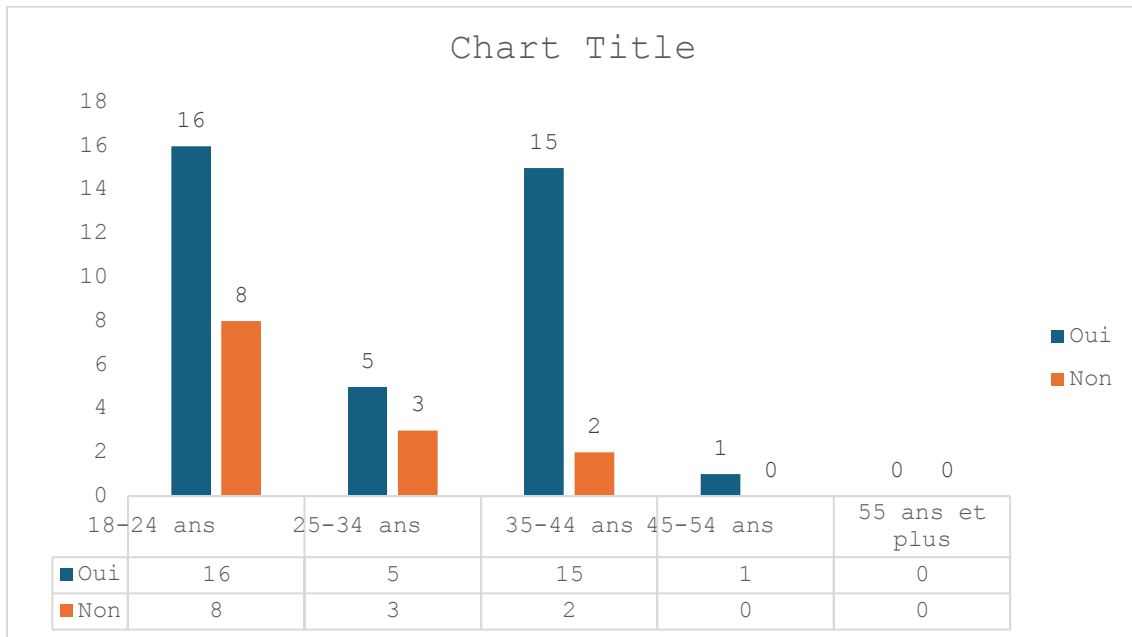
Le graphique indique que les salariés présentent les taux d'utilisation les plus élevés pour tous les services digitaux, à l'exception de la prise de rendez-vous avec un conseiller. Cela s'explique par leur familiarité avec les technologies numériques et leur besoin d'effectuer des transactions financières rapides et pratiques. Et Les étudiants affichent des taux d'utilisation élevés pour la consultation de solde, les paiements en ligne et la messagerie instantanée. Cela reflète leur appétence pour les solutions digitales et leur mode de vie connecté.

En revanche, Les chefs d'entreprise présentent des taux d'utilisation inférieurs pour la plupart des services digitaux. Cela peut s'expliquer par leur âge, leurs habitudes de consommation ou un accès moins fréquent aux technologies. Et les retraités sont les moins enclins à utiliser les services digitaux de la BADR. Cela peut s'expliquer par leur âge, leur familiarité moindre avec les technologies numériques ou un accès limité à internet.

Figure n° 25 : Utilisation des services bancaires en ligne de la BADR

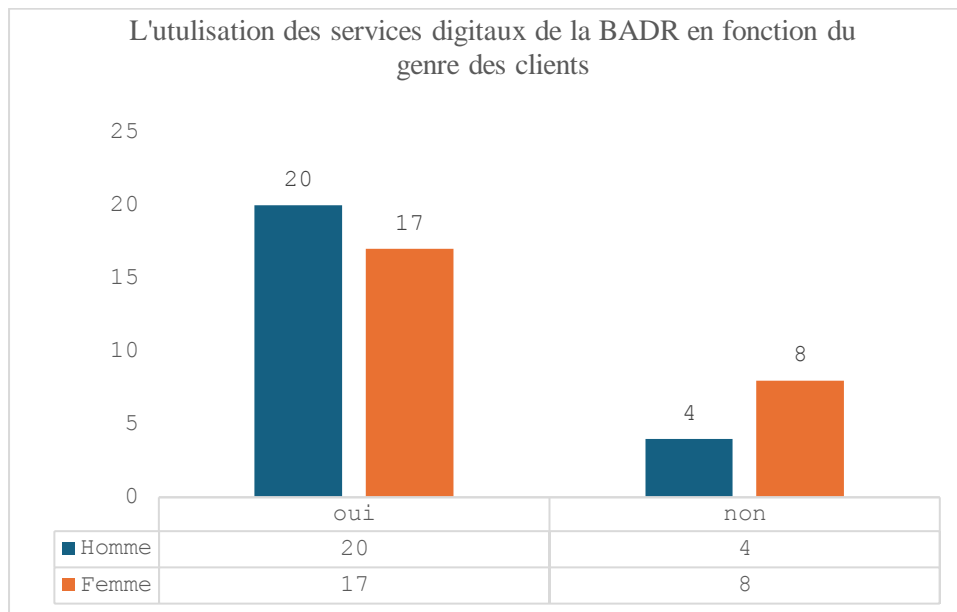
Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Les données du graphique montrent que les services bancaires en ligne de la BADR sont largement utilisés par ses clients 74%. Cela est probablement dû à la commodité et à la flexibilité offerte par ces services. Les clients peuvent utiliser les services bancaires en ligne pour effectuer un certain nombre d'opérations . Cependant, il est important de noter qu'un nombre non négligeable de clients n'utilisent pas encore les services bancaires en ligne 26%. La BADR devrait continuer à promouvoir ses services bancaires en ligne et à sensibiliser ses clients aux avantages de ces services.

Figure n°26 : l'utilisation des services en ligne en fonction de la tranche d'âge des clients

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique présente le nombre de clients ayant utilisé les services en ligne en fonction de leur tranche d'âge. Nous observons qu'il y a une forte utilisation chez les jeunes générations (18-24 ans et 35-44 ans) 16 et 15 utilisent davantage les services bancaires en ligne. En revanche, l'adoption est plus faible dans les autres tranches d'âge chez les 25-34 ans et les plus de 45 ans 1 utilisateur Points clés . C'est-à-dire les services bancaires en ligne sont devenus un mode d'accès aux services bancaires privilégié par les jeunes générations, tandis que les tranches d'âge plus élevées adoptent cette technologie plus lentement.

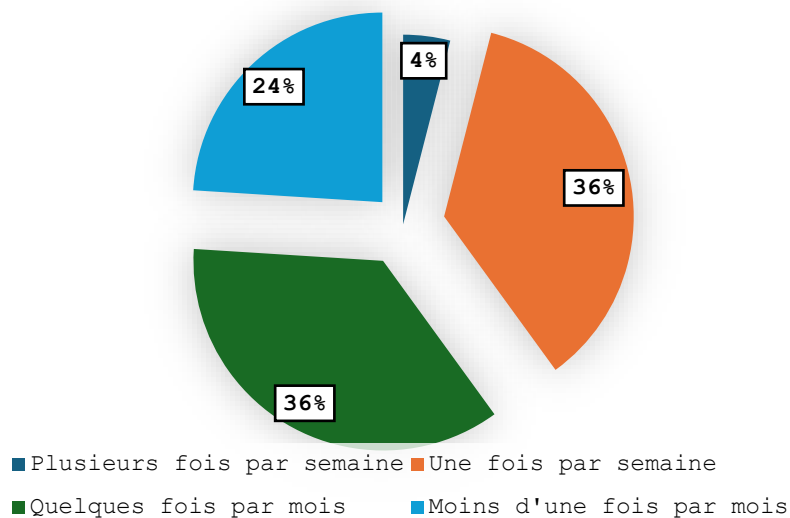
Figure 27 : L'utilisation des services digitaux de la BADR en fonction du genre des clients.

Source : établi par nous-mêmes à partir donnée collecter

Le graphique présente une analyse croisée de l'utilisation des services bancaires en ligne en fonction du genre. Les données indiquent une disparité notable entre les hommes et les femmes en matière d'adoption des services bancaires en ligne. Nous remarquons 20 hommes utilisent les services bancaires en ligne, contre 17 femmes. Cela suggère que les hommes sont plus susceptibles d'utiliser les services bancaires en ligne que les femmes.

En revanche, 8 femmes n'utilisent pas les services bancaires en ligne, contre 4 hommes qui n'utilisent pas ces services. Cela suggère que les femmes sont moins susceptibles d'utiliser les services bancaires en ligne que les hommes.

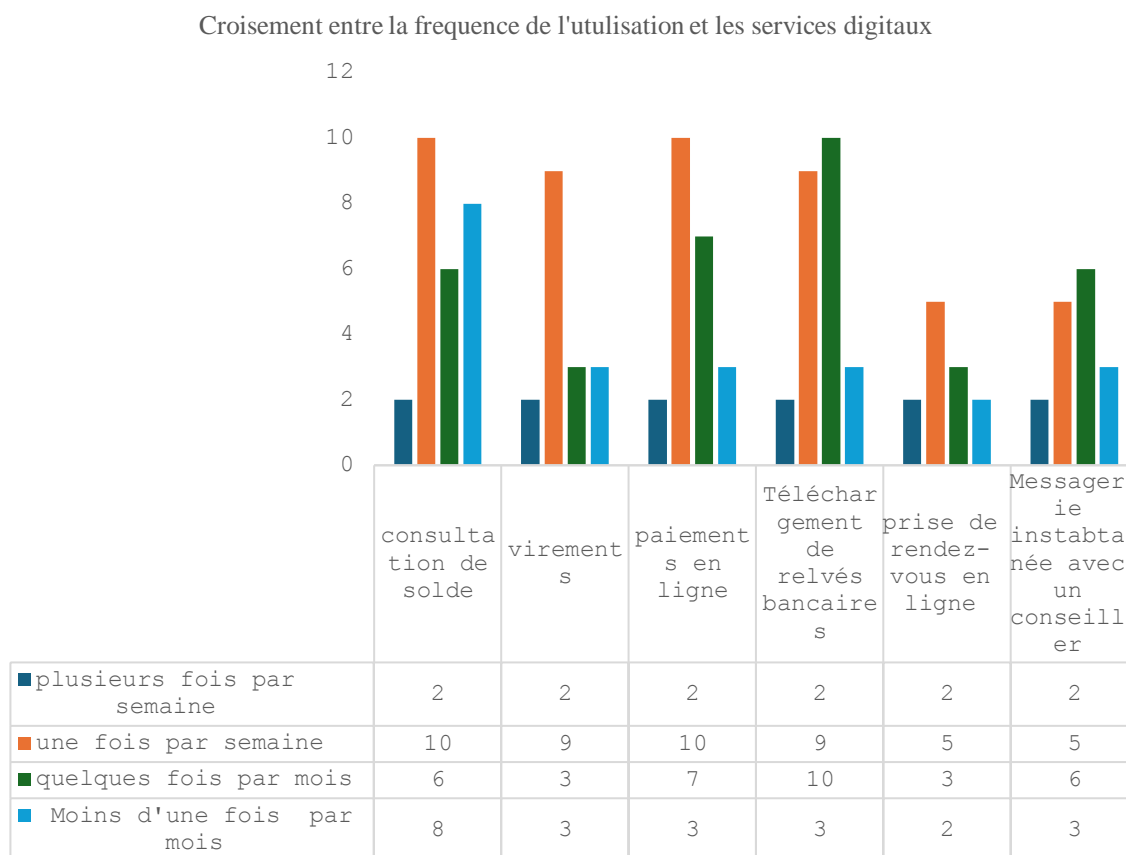
Figure n° 28:La fréquence de l'utilisation des services bancaires en ligne de la BADR par les clients



Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

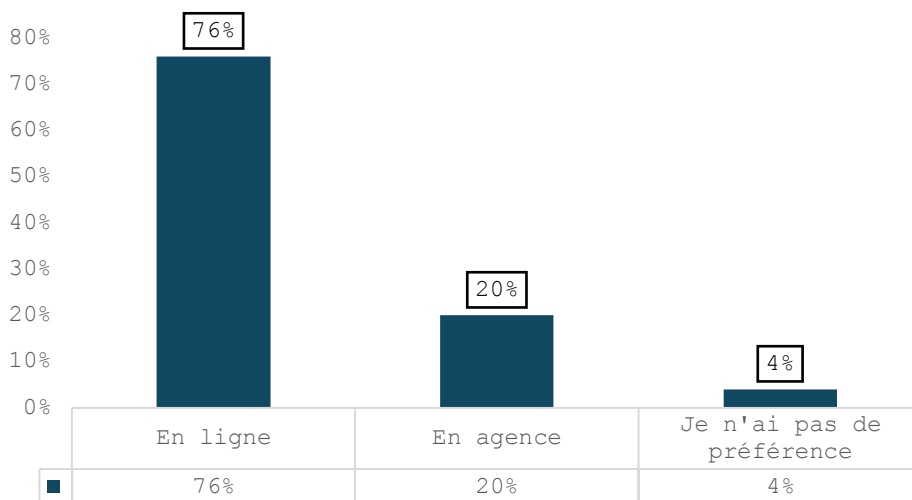
D'après les données fournies, une analyse de l'utilisation des services bancaires en ligne de la BADR par ses clients révèle une tendance claire vers l'adoption de ces services.

36% des clients utilisent les services bancaires en ligne une fois par semaine et quelques fois par mois, ce qui démontre leur importance croissante dans la gestion financière des clients de la banque. On observe 24% d'entre eux accédant aux services plusieurs fois par semaine et seulement 4% des clients déclarent les utiliser moins d'une fois par mois, indiquant une marginalisation progressive des utilisateurs non-fréquents.

Figure n°29 : Croisement entre la fréquence de l'utilisation et les services digitaux

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique présente une analyse croisée de l'utilisation des services bancaires en ligne en fonction de la fréquence. Nous observons que la consultation du solde est le service le plus utilisé, et ce, pour toutes les fréquences. Cela indique que les clients accordent une grande importance à la vérification régulière de leur solde. Le téléchargement de relevé bancaire est également populaire, en particulier pour une utilisation hebdomadaire et mensuelle. Cela suggère que les clients apprécient l'accès à leurs relevés pour suivre leurs finances. Les paiements en ligne sont un autre service fréquemment utilisé, surtout pour une utilisation hebdomadaire et mensuelle. Cela implique que les clients adoptent de plus en plus les paiements en ligne pour leur commodité. La messagerie instantanée avec un conseiller, la prise de rendez-vous en ligne et les virements sont utilisés moins fréquemment. Cela suggère que si l'interaction directe avec les représentants bancaires n'est pas aussi courante, il existe tout de même une demande pour ces services, en particulier pour des besoins ou des préférences spécifiques.

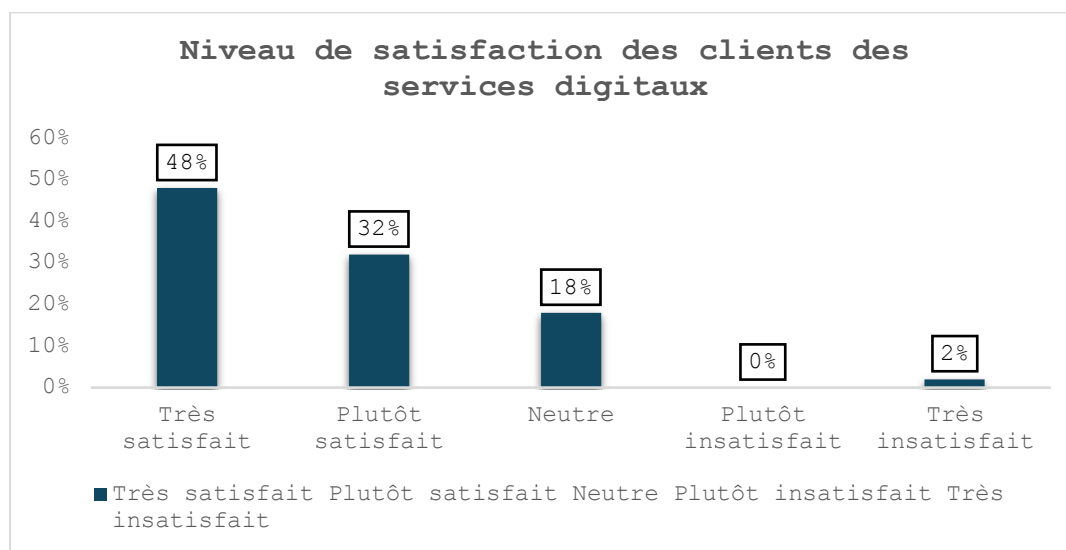
Figure n° 30: la préférence entre les opérations bancaires en ligne et en agence

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Les résultats du graphique indiquent que les opérations bancaires en ligne deviennent de plus en plus populaires auprès des clients sont 76%. Cela s'explique probablement par la commodité et la flexibilité qu'offre ce mode de transaction. Les clients peuvent effectuer leurs opérations bancaires à tout moment et n'importe où, sans avoir à se déplacer en agence.

De plus, les opérations bancaires en ligne sont souvent plus rapides et plus économiques que les opérations en agence. Les banques encouragent souvent les clients à utiliser les canaux en ligne en proposant des frais et des taux d'intérêt plus avantageux.

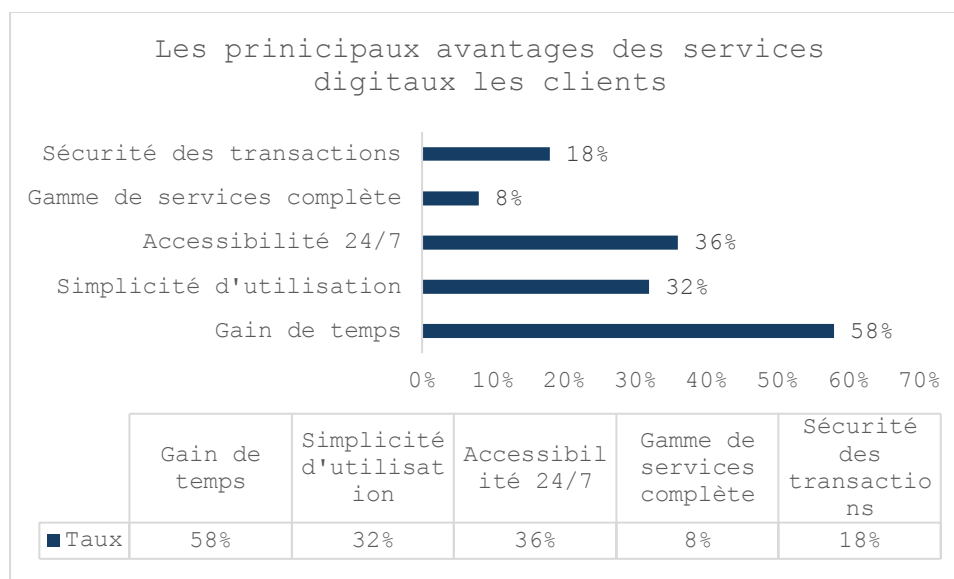
Cependant, il est important de noter qu'un nombre important de clients 20% préfère toujours se rendre en agence pour effectuer leurs opérations bancaires. Cela peut être dû à plusieurs facteurs, tels que la nécessité d'une assistance personnelle, la complexité de l'opération ou le simple fait de préférer le contact humain.

Figure n° 31:Niveau de satisfaction des clients des services digitaux

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique montre le pourcentage de personnes qui sont très satisfaites, plutôt satisfaites, neutres, plutôt insatisfaites et très insatisfaites des services digitaux proposés par la banque. Les données sont présentées en pourcentage.

Nous observons qu'une grande partie des interrogés 48% sont très satisfaites de leurs relations. Un tiers des interrogés 32% sont plutôt satisfaites de leurs relations. 18% des interrogés sont neutres, c'est-à-dire n'ont pas d'opinion quant à leurs relations. Uniquement 2% des interrogés révèlent qu'ils sont insatisfaites de leurs relations.

Figure n° 32:Les principaux avantages des services digitaux selon les clients

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

D'après la figure les principaux avantages des services digitaux de la BADR selon les clients

sont gain de temps avec 58 % des clients apprécient de pouvoir effectuer leurs opérations bancaires rapidement et facilement depuis chez eux ou n'importe où ailleurs, sans avoir à se rendre en agence. 38% des clients apprécient de pouvoir accéder à leurs comptes et d'effectuer des transactions à tout moment de la journée ou de la nuit, 7 jours sur 7 (Accessibilité 24/7). 36% les clients trouvent que les services digitaux de la BADR sont plus simples à utiliser et à comprendre, même pour ceux qui ne sont pas familiers avec les technologies numériques (Simplicité d'utilisation). 14 % des clients interrogés sont rassurés par les mesures de sécurité mises en place par la BADR pour protéger leurs transactions en ligne. 6% des clients apprécient le fait que les services digitaux de la BADR leur permettent d'effectuer une large gamme d'opérations bancaires, telles que la consultation des soldes, le virement de fonds, le paiement de factures et la demande de crédit (Gamme de services complète).

Il est intéressant de noter que les trois avantages les plus cités par les clients sont liés à la commodité et à la facilité d'utilisation des services digitaux de la BADR

Tableaux n°3 : Les avantages en fonction de la fréquence d'utilisation des services bancaires en ligne de la BADR

Les avantages en fonction d'utilisation des services bancaires en ligne de la BADR	Plusieurs fois par semaine	Une fois par semaine	Quelques fois par mois	Moins d'une fois par mois
Gain de temps	2	10	11	6
Simplicité d'utilisation	2	4	6	7
Accessibilité 24/7	2	6	9	2
Gamme de services complète	2	1	0	1
Sécurité des transactions	2	5	0	0

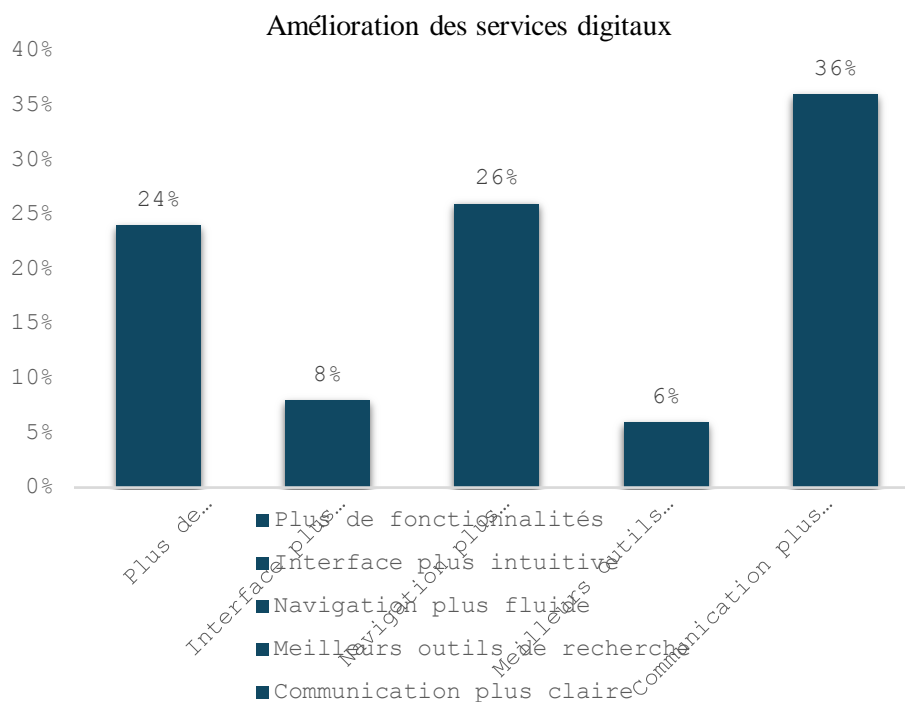
Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le tableau permet d'analyser les avantages perçus des services digitaux de la banque BADR par les clients, en fonction de la fréquence d'utilisation et Nous observons Gain de temps Cet avantage est le plus apprécié par les clients, avec une et une fréquence d'utilisation importante. Cela met en évidence l'importance de la rapidité et de l'efficacité des services digitaux pour les clients. Simplicité d'utilisation: La simplicité d'utilisation est également un avantage important pour les clients, avec et une fréquence d'utilisation notable. Cela suggère que les clients apprécient une plateforme digitale facile à utiliser et à comprendre. L'accessibilité 24/7 est un autre avantage important, avec et une fréquence d'utilisation modérée. Cela indique que les clients apprécient la possibilité d'accéder aux services bancaires à tout moment et en tout lieu. La gamme de services semble être un domaine où la banque peut s'améliorer, car pour cet

avantage est la plus basse.

Bien que la sécurité des transactions soit importante pour les clients, pour cet avantage est modérée. Cela suggère que la banque peut davantage rassurer les clients sur la sécurité de ses plateformes digitales.

Figure n° 33: Amélioration des services digitaux



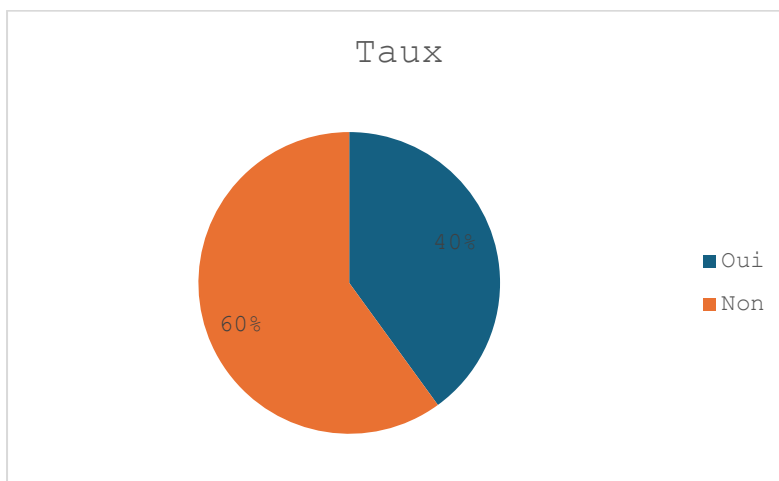
Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Nous avons demandé aux clients quels sont leurs suggestions pour améliorer les services digitaux de la BADR. Pour cela

D'après les résultats de l'enquête, les aspects des services numériques de la BADR que les clients souhaitent voir améliorés le plus sont les suivants .Communication plus claire (36%) Cela suggère que les clients rencontrent des difficultés à comprendre les informations présentées sur les plateformes numériques de la BADR ou que le style de communication est peu clair ou confus. Navigation plus fluide (28%) Cela implique que les clients peuvent rencontrer des problèmes pour trouver les informations dont ils ont besoin sur les plateformes numériques de la BADR ou que la structure de navigation est peu intuitive ou lourde. Plus de fonctionnalités (24%) Cela suggère que les clients peuvent trouver que les services numériques actuels de la BADR manquent de certaines fonctionnalités ou qu'ils ont des demandes de fonctionnalités spécifiques qui amélioreraient leur expérience globale. Interface plus intuitive

(8%) :Cela implique que les clients peuvent trouver l'interface actuelle des plateformes numériques de la BADR dépassée, peu attrayante ou difficile à utiliser. Meilleurs outils de recherche (6%) :Cela suggère que les clients peuvent rencontrer des difficultés pour rechercher des informations spécifiques sur les plateformes numériques de la BADR ou que la fonctionnalité de recherche est inefficace ou peu performante.

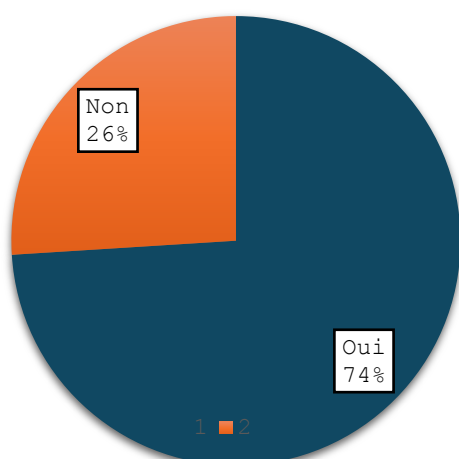
Figure n°34 : Difficultés dans l'utilisation des services bancaires



Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique montre que 60 % des personnes interrogées ont déclaré avoir rencontré des difficultés en utilisant les services bancaires, contre 40 % qui n'en ont pas .

Figure n°35 : la sécurité des services digitaux

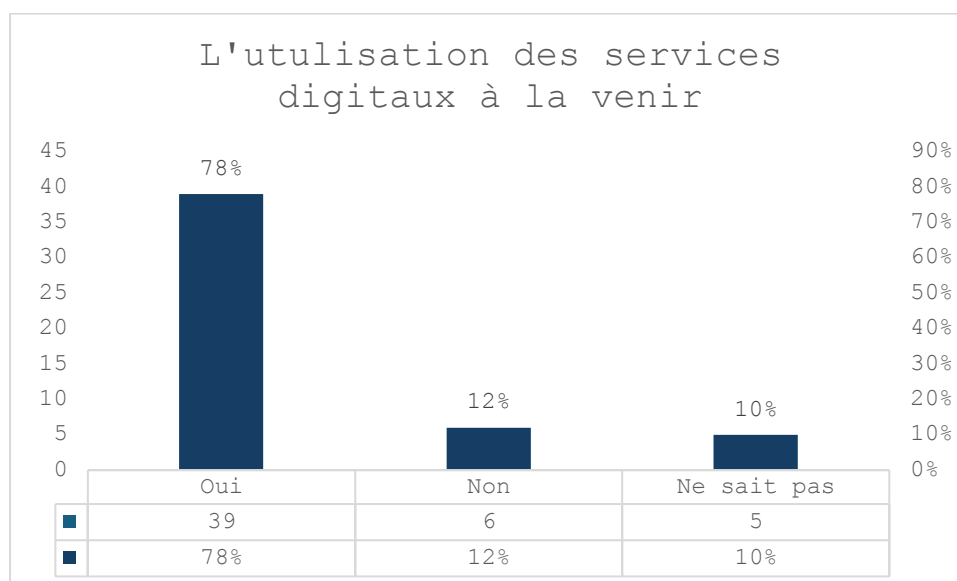


Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique n°36 montre la répartition des répondants selon leur niveau de préoccupation concernant la sécurité des services numériques. On constate que 74% des personnes interrogées

sont préoccupées par ce sujet, contre seulement 26% qui ne le sont pas

Figure n°36 : L'utilisation des services digitaux à la venir



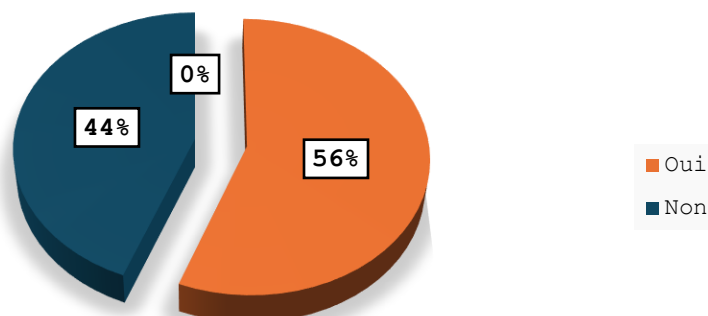
Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique présente les résultats auprès des clients de la BADR sur leur intention d'utiliser davantage les services bancaires en ligne à l'avenir. Les données indiquent une forte intention d'utilisation future. Oui 78% des clients sont susceptibles d'utiliser davantage les services bancaires en ligne à l'avenir. Cela peut s'expliquer par leur satisfaction actuelle avec ces services, leur perception de leur commodité et de leur efficacité, ou leur désir d'adopter de nouvelles technologies. Non 12% des clients sont moins susceptibles d'utiliser davantage les services bancaires en ligne à l'avenir. Cela peut s'expliquer par des préoccupations en matière de sécurité, une préférence pour les interactions bancaires traditionnelles ou un manque d'accès aux technologies. Ne sait pas 10% des clients sont indécis quant à leur intention d'utiliser davantage les services bancaires en ligne à l'avenir. Cela peut s'expliquer par un manque d'information sur ces services ou par une hésitation à adopter de nouvelles technologies

4.2. Relation client et digitalisation

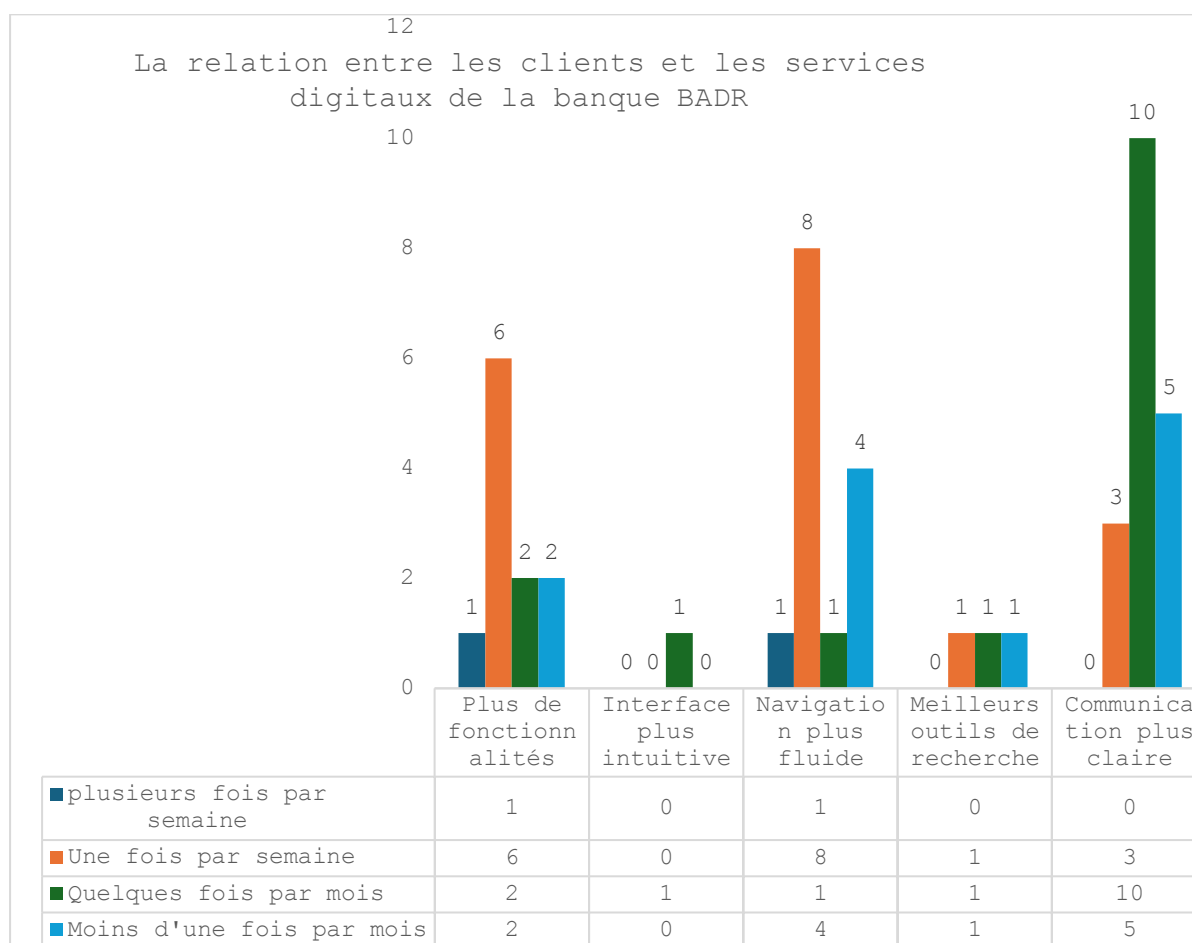
Figure n°37: Le changement de la relation entre les clients et la banque

Le changements de relation entre les clients et la banque



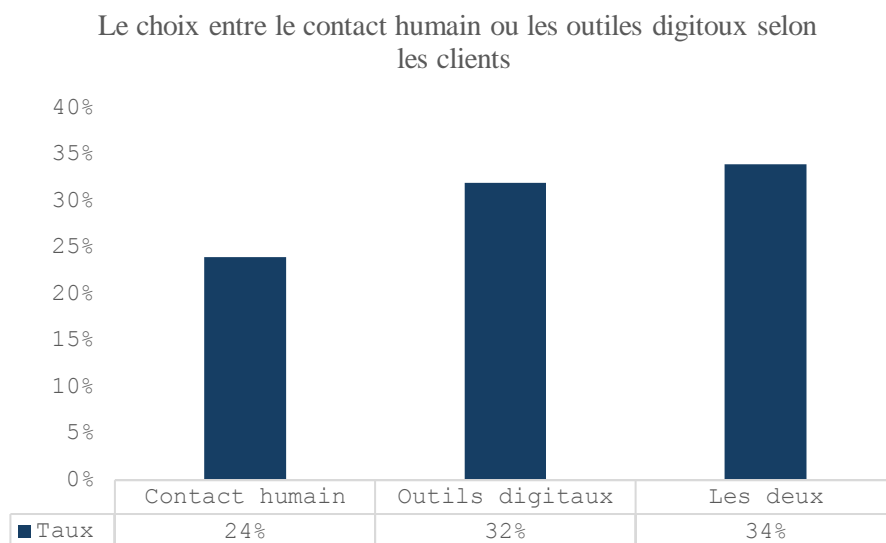
Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique montre que 56% de clients qui ont connu de changement majeur dans leur relation avec la banque représentent un segment important de la clientèle. Il est crucial de comprendre leurs motivations et leurs préférences pour mieux répondre à leurs besoins. Cependant les 44% de clients qui n'ont pas connu une évolution de leur relation avec la banque. Qui les utilise régulièrement pour effectuer des transactions et interagir avec la banque. Cela met en évidence l'importance croissante des services bancaires en ligne et mobiles.

Figure n° 38 : La relation entre les clients et les services digitaux de la banque BADR

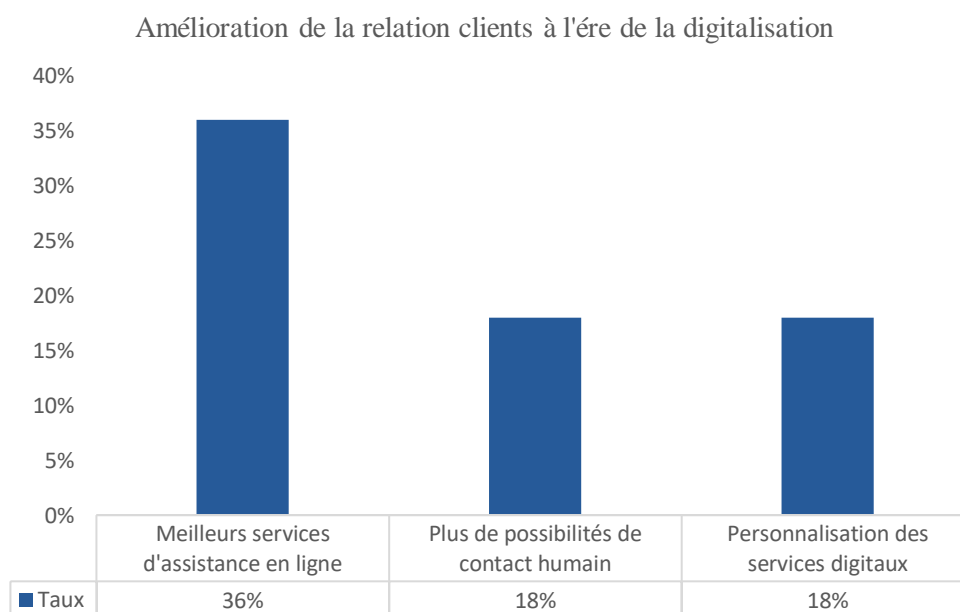
Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

D'après le graphique, les clients de la banque BADR formulent des suggestions d'amélioration des services numériques qui varient selon la fréquence d'utilisation de ces services. Nous observons les clients qui utilisent les services numériques plusieurs fois par semaine sont ceux qui demandent le plus de fonctionnalités supplémentaires. Cela suggère qu'il s'agit d'utilisateurs intensifs qui ont besoin d'une gamme plus large d'outils et d'options pour gérer leurs finances. En revanche, les clients qui utilisent les services numériques quelques fois par mois sont ceux qui demandent le plus une communication plus claire. Cela suggère qu'ils peuvent rencontrer des difficultés à comprendre les informations présentées sur les plateformes numériques ou qu'ils ont besoin d'une meilleure assistance pour naviguer dans les services. Tandis que, les clients qui utilisent les services numériques moins d'une fois par mois sont ceux qui demandent le plus une navigation plus fluide. Cela suggère qu'ils peuvent trouver la navigation sur les plateformes numériques difficile ou peu intuitive, ce qui les dissuade de les utiliser plus fréquemment.

Figure n° 39: Le choix entre le contact humain ou les outils digitaux selon les clients

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique montre une tendance claire à l'utilisation des outils digitaux 32%. Il est intéressant de noter que le contact humain reste important pour de nombreuses personnes. Nous remarquons 34% de l'utilisation des outils digitaux et du contact humain qui dit complémentaire. En revanche 24% préfèrent toujours le contact humain pour cela nous peut dire qu'il est important de trouver un équilibre entre l'utilisation des outils digitaux et le contact humain. L'avenir de la communication est probablement hybride, avec une utilisation à la fois des outils digitaux et du contact humain.

Figure n° 40: Amélioration de la relation client à l'ère de la digitalisation

Source : établi par nous-mêmes à partir des données collectées

Le graphique montre que la majorité des clients 36% vont améliorer les services d'assistance en ligne. Cela suggère que les clients apprécient d'avoir accès à un support de qualité lorsqu'ils en ont besoin. Et 18% des clients vont améliorer la personnalisation des services digitaux. Cela suggère que certains clients apprécient de pouvoir personnaliser leurs expériences numériques, mais que ce n'est pas une priorité pour la majorité

Enfin, Un peu moins de clients 18% vont améliorer la possibilité d'avoir plus de contact humain. Cela suggère que certains clients préfèrent encore interagir avec des personnes réelles plutôt que d'utiliser des services numériques des clients. Tandis que 28% sont des cases vides

La digitalisation, levier de croissance et de fidélisation client si elle répond aux attentes des clients.

➤ **Synthèse de l'étude sur la digitalisation à la banque BADR**

Cette synthèse présente les résultats d'une étude menée auprès des employés et des clients de la banque BADR sur la digitalisation des services bancaires. L'étude a pour objectif d'analyser l'impact de la digitalisation sur la relation client, la collaboration entre les employés et l'efficacité des opérations bancaires.

❖ **Impact de la digitalisation sur les employés**

- ✓ La digitalisation a contribué positivement au travail des employés, en facilitant les tâches quotidiennes et en leur permettant d'acquérir de nouvelles compétences.
- ✓ La formation et le support technique sont les formes d'accompagnement les plus appréciées par les employés.
- ✓ La majorité des employés pensent que la banque a investi suffisamment dans les outils et infrastructures digitaux.
- ✓ La digitalisation a eu un impact positif sur la collaboration entre les employés.
- ✓ La digitalisation a permis de réduire la charge de travail des employés.
- ✓ La totalité des employés perçoivent une amélioration de la qualité de service grâce à la digitalisation.

❖ **Impact de la digitalisation sur les clients**

- ✓ Les services digitaux les plus populaires sont la consultation du solde du compte courant, le téléchargement des relevés bancaires et les paiements en ligne.
- ✓ L'adoption des services digitaux est plus forte chez les jeunes actifs et les étudiants.

- ✓ Les services bancaires en ligne sont devenus un mode d'accès aux services bancaires privilégié par les jeunes générations.
- ✓ La fréquence d'utilisation des services digitaux est la plus élevée pour la consultation du solde et le téléchargement des relevés bancaires.
- ✓ Les opérations bancaires en ligne deviennent de plus en plus populaires auprès des clients.
- ✓ La majorité des clients est satisfaite des services digitaux de la banque BADR.
- ✓ Les principaux avantages des services digitaux selon les clients sont le gain de temps, la simplicité d'utilisation, l'accessibilité 24/7 et la gamme de services complète.
- ✓ Les aspects des services numériques de la BADR que les clients souhaitent voir améliorés le plus sont la communication plus claire, la navigation plus fluide, plus de fonctionnalités, une interface plus intuitive et de meilleurs outils de recherche.
- ✓ La majorité des clients sont préoccupés par la sécurité des services digitaux.
- ✓ La majorité des clients sont susceptibles d'utiliser davantage les services bancaires en ligne à l'avenir.

❖ **Relation client et digitalisation**

- ✓ La digitalisation a entraîné un changement majeur dans la relation entre la banque et ses clients.
- ✓ Il existe une corrélation positive entre la relation des clients avec la banque BADR et leur utilisation des services digitaux de la banque.
- ✓ Les clients préfèrent une approche hybride de la communication, en utilisant à la fois les outils digitaux et le contact humain.
- ✓ Les clients souhaitent une amélioration des services d'assistance en ligne, de la personnalisation des services digitaux et de la possibilité d'avoir plus de contact humain.

❖ Points clés

- ✓ La digitalisation a contribué positivement au travail des employés de la banque BADR.
- ✓ Les services digitaux sont de plus en plus populaires auprès des clients de la banque BADR.
- ✓ La banque BADR a réussi à digitaliser ses services tout en maintenant une relation de qualité avec ses clients.

En gros , La digitalisation a eu un impact positif sur la banque BADR, tant pour les employés que pour les clients. Lorsque La banque a réussi à digitaliser ses services tout en maintenant une relation de qualité avec ses clients (satisfaction des clients).

En revanche , Il est important que la banque continue d'investir dans la digitalisation et d'améliorer ses services digitaux pour répondre aux besoins croissants des clients.

Conclusion

La BADR de Kherrata a réussi brillamment sa transformation digitale en proposant une gamme complète de services digitaux pour moderniser et simplifier l'expérience bancaire de ses clients. En mettant en place des plateformes telles que BADR SMS, BADR Net, et application My BADR, des cartes bancaires avancées et des automates performants, la banque a su répondre efficacement aux besoins variés de sa clientèle.

Grâce à une approche centrée sur les attentes des clients, la proximité, l'amélioration de l'expérience utilisateur, l'exploitation des smartphones, la différenciation par l'innovation et la préparation à l'avenir des services bancaires, la BADR s'est positionnée en tant que pionnière dans le secteur bancaire digital. Cette transformation a permis d'augmenter la satisfaction des clients, de renforcer leur fidélité et de simplifier la gestion de leurs finances.

En mobilisant ses employés autour de cette stratégie de digitalisation, la BADR a su garantir le succès de sa transition vers le numérique. Les résultats obtenus grâce à des enquêtes auprès des employés et des clients ont confirmé l'impact positif de la digitalisation sur les services bancaires. La BADR de Kherrata a démontré que la digitalisation est un levier essentiel pour renforcer la compétitivité des banques, améliorer la satisfaction des clients et assurer leur pérennité dans un environnement en constante évolution. Cette réussite souligne l'importance pour les institutions financières d'innover et d'investir dans des solutions digitales pour répondre aux besoins changeants de leur clientèle.

Conclusion générale

L'étude sur l'impact de la digitalisation sur les services bancaires, spécifiquement dans le cas de la Banque de Développement Agricole et Rural (BADR) à Kherrata, met en lumière plusieurs aspects cruciaux de cette transformation. En synthétisant les divers éléments étudiés, il est clair que la digitalisation a apporté des changements significatifs dans le fonctionnement et l'offre de services bancaires, tant pour les employés que pour les clients de l'agence.

Premièrement, la digitalisation a grandement amélioré l'efficacité des opérations bancaires. Les résultats montrent que l'adoption de technologies numériques a permis une automatisation des processus, réduisant ainsi les erreurs humaines et accélérant les transactions. Les outils numériques, tels que BADR SMS, BADR Net, ont optimisé la gestion des informations et facilité l'accès aux services bancaires pour les clients, répondant ainsi à la première hypothèse (H1) que la digitalisation renforce l'efficacité des opérations bancaires.

Deuxièmement, l'amélioration de la communication entre la banque et ses clients est un autre bénéfice notable de la digitalisation. Les services digitaux ont permis une interaction plus réactive et personnalisée, augmentant ainsi la satisfaction client. La disponibilité de multiples canaux de communication, comme les applications mobiles et les services en ligne, a rapproché les clients de la banque, permettant une meilleure compréhension et une réponse plus rapide à leurs besoins. Cela confirme notre seconde hypothèse (H2) selon laquelle la digitalisation favorise une meilleure communication entre la banque et ses clients, ainsi qu'un partage accru d'informations entre les employés.

Troisièmement, l'impact de la digitalisation sur les employés de la BADR a été largement positif. L'automatisation des tâches routinières a libéré du temps pour des activités à plus forte valeur ajoutée, telles que le conseil et la relation client. Les employés ont pu se concentrer davantage sur le développement de solutions innovantes et la gestion de relations personnalisées, ce qui a contribué à une amélioration générale de l'expérience client.

Cependant, il est également important de noter les défis rencontrés lors de cette transition. L'adaptation aux nouvelles technologies a nécessité des efforts significatifs en termes de formation et de changement de culture organisationnelle. Les employés ont dû acquérir de nouvelles compétences pour maîtriser les outils numériques, et l'intégration de ces technologies a demandé une réorganisation interne et une redéfinition des processus de travail.

En conclusion, la digitalisation a eu un impact profondément transformateur sur les services bancaires de la BADR à Kherrata, en apportant des améliorations notables en termes

d'efficacité opérationnelle, de satisfaction client et d'engagement des employés. Malgré les défis liés à cette transition, les avantages obtenus témoignent de l'importance de poursuivre sur cette voie, en continuant à investir dans les technologies numériques et en renforçant les compétences des employés. En embrassant pleinement la digitalisation, la BADR se positionne comme un acteur clé du secteur bancaire algérien, capable de répondre aux attentes de ses clients tout en contribuant au développement économique des régions rurales et agricoles.

Soucieuse de répondre toujours mieux aux attentes de ses clients, la BADR prévoit de lancer prochainement l'application My BADR. Cette application permettra aux clients d'accéder à un large éventail de services bancaires en ligne, de manière simple et intuitive. Elle offrira notamment la possibilité de consulter ses comptes, d'effectuer des virements, de payer ses factures, de recharger son téléphone mobile et bien plus encore. L'application My BADR devrait contribuer à renforcer la satisfaction des clients et à consolider la position de la BADR en tant que banque digitale de référence.

Bibliographie

Bibliographies

Ouvrages

- Abbate, J. (1999). *Inventing the Internet*. MIT Press.
- Barabel (2015). *La transformation numérique des entreprises: Enjeux, méthodes et outils* (2e éd.). Dunod.
- Berners-Lee, T. (1999). *Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor*. Harper San Francisco.
- Bampoky, B. (2017). *Les fondamentaux d'une transformation digitale pour les entreprises africaines*. Question(s) de management.
- Bolt, W., & Humphrey, D. B. (2007). *Economies d'échelle dans les réseaux de paiement, SEPA et remplacement de l'argent liquide*. Review of Network Economics.
- Campbell-Kelly, M., Aspray, W. F., Yost, J. R., Tinn, H., & Díaz, G. C. (2023). *Computer: A history of the information machine*. Routledge.
- Franco, J.-M. (2010). *La dématérialisation : Enjeux, méthodes et outils*. Dunod.
- Lang, K. J. (2019). *Caledonian Coast: Ecological Transformation and Conservation of Scottish Waters and Shores*. The Ohio State University.
- Mahmood, Z. (2018). *Big Data dans l'industrie des services financiers : Opportunités, défis et stratégies*.
- Michael, A. et al. (2010). *Un aperçu de l'informatique en nuage*. Communications of the ACM.
- O'Reilly, T. (2007). *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* [Electronic resource].
- Riemer (2013). *La transformation numérique: une révolution en marche*. Éditions EMS.
- Ross, J. W., Beath, C. M., & Mocker, M. (2020). *Conçu pour le numérique : Comment architecturer votre entreprise pour un succès durable*. Eyrolles. Paris.
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *La révolution blockchain : comment la technologie derrière Bitcoin change l'argent, les affaires et le monde*. Penguin.
- Vial (2019). *La transformation numérique des entreprises: Enjeux, méthodes et outils* (2e éd.). Dunod. Paris.
- Ross, J. W., Beath, C. M., & Mocker, M. (2020). *Conçu pour le numérique : Comment architecturer votre entreprise pour un succès durable*. Eyrolles, pp. 72-74, 80-82, 90-92, 100-102, 120-122, 130-132, 150-152, 160-162, 175-177, 190-192.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2015). *La transformation digitale : Saisir les opportunités du numérique pour transformer votre entreprise*. Dunod, Paris p. 50-52, 60-62, 95-97, 105-107, 110-112, 125-127, 135-137, 155-157, 170-172, 185-187.

Articles

- ABDOURA, A., & CHAHIDI, M. *Le système bancaire algérien: Evolution historique, libéralisation du secteur et défis de modernisation.*
- Abdou, D. (2015). *Les facteurs individuels et organisationnels affectant l'acceptation du E-learning: étude empirique au sein d'une structure bancaire* (Doctoral dissertation, Pau).
- Association des Banques et Établissements Financiers d'Algérie. (2023). *La gestion des moyens de paiement : Faciliter les transactions quotidiennes.* Alger: ABEF.
- Banque d'Algérie. (2020). *Annual Report 2020.* Retrieved from www.bank-of-algeria.dz.
- Bounoua, H. (2017). *Banking intermediation in Algeria: Factors influencing deposits* [Doctoral dissertation, Université Saad Dahlab Blida].
- Chambre de Commerce et d'Industrie d'Algérie. (2021). *Partenaires des grandes entreprises : Les services des banques d'affaires.* Algérie Éditions.
- EL YAACOUBI, Y., & BENNANI, H. (2022). *Transformation digitale: quelles reconfigurations pour les métiers de la banque de détail ?* *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 5(1).
- Janand 1, A. (2011). *Les métiers de risk management au sein de la banque: un enjeu RH.* *Revue management et avenir*, (8), 342-361.
- Jean-Michel Franco, *La dématérialisation : Enjeux, méthodes et outils*, Dunod, 2010, p 1,20.
- Ministère des Finances de l'Algérie. (2023). *Les banques commerciales : Au cœur des services bancaires quotidiens.* Éditions Alger Banque.
- Negro, Y. (2000). *Les compétences commerciales à l'épreuve de l'appropriation des technologies modernes de l'information et de la communication : le cas de la distribution en milieu bancaire.* *La Revue des sciences de Gestion*, 190/191, pp 59-72.
- Nadia, B., & Garcia-Bardidia, R. (2021). *L'impact du digital sur la clientèle des services bancaires cas de la BEA d'Oran* *The impact of the digital on banking services customers: Case of the BEA Oran.* *Revue Innovation Volume*, 11(01A), 814-830.
- Scialom, L. (2021). *La responsabilité sociétale des banques centrales.* *Revue d'économie financière*, (4), 215-226.

Sites

- <https://academy.asana.com/page/your-asana-start-guide> Consulté le 29 /05 /2024 à 09h :49.
- <https://academy.hubspot.com/> Consulté le 28 /05 /2024 à 18h :49.
- <https://www.abef-dz.org/> Consulté le 10 /05 /2024 à 04h :00
- <https://www.bank-of-algeria.dz/> Consulté le 08 /05 /2024 à 05h :30
- <https://www.bank-of-algeria.dz/cadre-legislatif-et-reglementaire/> Consulté le 15 /05 /2024 à 08h :49.
- <https://bamboohr.com/resources/> Consulté le 29 /05 /2024 à 11h :00
- <https://mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-digital-transformation/> Consulté le 25 /05 /2024 à 14h :48
- <https://blog.calexagroup.com/digitalisation-rh/> Consulté le 27 /05 /2024 à 9h :35
- https://codex.wordpress.org/Main_Page Consulté le 28/05 /2024 à 19h :00
- <https://confluence.atlassian.com/> Consulté le 29 /05 /2024 à 10h :30.
- <https://docs.humhub.org/> Consulté le 28/05 /2024 à 15h :55
- <https://dropbox.com/help/> Consulté le 28/05 /2024 à 23h :00.
- <https://experienceleague.adobe.com/en/docs/experience-manager> Consulté le 28 /05 /2024 à 23h :49.
- <https://greenhouse.com/careers> Consulté le 29 /05 /2024 à 10h :35.
- <https://gusto.com/> Consulté le 29 /05 /2024 à 13h :49
- <https://help.salesforce.com/s/> Consulté le 28 /05 /2024 à 16h :23
- <https://helpdesk.bitrix24.com/> Consulté le 28 /05 /2024 à 16h :00 .
- <https://jalopnik.com/how-to-securely-contact-jalopnik-1825725757> Consulté le 28 /05 /2024 à 15h :00.
- <https://learn.microsoft.com/en-us/microsoft-365/?view=o365-worldwide> Consulté le 28 /05 /2024 à 13h :49.
- <https://numerique.gouv.fr/> Consulté le 27 /05 /2024 à 10h :00
- <https://onedrive.support.microsoft.com/> Consulté le 28/05 /2024 à 23h :30.
- <https://paychex.com/support/> Consulté le 29 /05 /2024 à 11h :30.
- <https://quickbooks.intuit.com/fr/> Consulté le 29 /05 /2024 à 11h :15.
- <https://slack.com/help> Consulté le 28 /05 /2024 à 15h :49
- <https://sloanreview.mit.edu/tag/digital-transformation/> Consulté le 25 /05 /2024 à 15h :00.
- <https://support.google.com/drive/?hl=en> Consulté le 28/05 /2024 à 23h :05.
- <https://support.google.com/a/answer/1047213?hl=en> Consulté le 27 /05 /2024 à 14h :15.
- <https://support.microsoft.com/en-us/teams> Consulté le 28 /05 /2024 à 14h :35.

- <https://support.zoom.com/hc/en> Consulté le 28 /05 /2024 à 14h :45.
- <https://unesdoc.unesco.org/> Consulté le 27 /05 /2024 à 11h :49.
- <https://www.zoho.com/contactus.html> Consulté le 27 /05 /2024 à 14h :20.
- <https://www.zoho.com/crm/help/> Consulté le 28 /05 /2024 à 16h :35.

Annexes

Questionnaire Pour le client

Chers Clients,

Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études pour l'obtention du Diplôme de Master en Management, nous vous invitons à participer à cette enquête visant à explorer votre expérience avec les services bancaires digitaux et à mieux cerner vos attentes. Vos réponses nous seront précieuses pour comprendre l'impact de la digitalisation sur la relation client et les perspectives d'évolution des services bancaires.

NB : Veuillez cocher (x) les cases correspondantes et répondre aux questions ouvertes de manière détaillée.

I. Identification du répondant

- **Âge :**
 - 18-24 ans
 - 25-34 ans
 - 35-44 ans
 - 45-54 ans
 - 55 ans et plus
- **Genre :**
 - Homme
 - Femme
- **Catégorie socioprofessionnelle :**
 - Étudiant
 - Salarié
 - Chef d'entreprise
 - Retraité
 - Autre : _____

---II. Utilisation des services digitaux

1. Utilisez-vous les services bancaires en ligne de la BADR ?

- Oui
- Non
- Si non, passez directement à la question 5.

2. Quels services digitaux de la BADR utilisez-vous le plus souvent ? (Plusieurs choix possibles)

- Consultation de solde
- Virements
- Paiements en ligne
- Téléchargement de relevés bancaires
- Prise de rendez-vous en ligne
- Messagerie instantanée avec un conseiller
- Autre(s) : _____

3. À quelle fréquence utilisez-vous les services bancaires en ligne de la BADR ?

- Plusieurs fois par semaine
- Une fois par semaine
- Quelques fois par mois
- Moins d'une fois par mois

4. Préférez-vous effectuer vos opérations bancaires en ligne ou en agence ?

- En ligne
- En agence
- Je n'ai pas de préférence

III. Perception des services digitaux BADR

5. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait des services digitaux proposés par la BADR ?

- Très satisfait
- Plutôt satisfait
- Neutre
- Plutôt insatisfait
- Très insatisfait

6. **Quels sont les principaux avantages des services digitaux de la BADR selon vous ?**

- Gain de temps
- Simplicité d'utilisation
- Accessibilité 24/7
- Gamme de services complète
- Sécurité des transactions
- Autre(s) : _____

7. **Quels aspects des services digitaux de la BADR souhaiteriez-vous voir améliorés ?**

- Plus de fonctionnalités
- Interface plus intuitive
- Navigation plus fluide
- Meilleurs outils de recherche
- Communication plus claire
- Autre(s) : _____

8. **Avez-vous déjà rencontré des difficultés en utilisant les services bancaires en ligne de la BADR ?**

- Oui
- Non
- Si oui, veuillez décrire les difficultés rencontrées :

9. **La sécurité des services digitaux de la BADR est-elle un point important pour vous ?**

- Oui
- Non
- Si oui, dans quelle mesure ?

10. **Envisagez-vous d'utiliser davantage les services bancaires en ligne de la BADR à l'avenir ?**

- Oui
- Non
- Ne sait pas

IV. Relation client et digitalisation

11. Pensez-vous que la digitalisation a modifié votre relation avec votre banque ?

- Oui
- Non
- Si oui, de quelle manière ?

12. Préférez-vous avoir un contact humain avec un conseiller bancaire ou utiliser les outils digitaux ?

- Contact humain
- Outils digitaux
- Les deux

13. Comment la BADR pourrait-elle améliorer la relation client à l'ère de la digitalisation ?

- Meilleurs services d'assistance en ligne
- Plus de possibilités de contact humain
- Personnalisation des services digitaux

Questionnaire Pour employée

Chers Employés,

Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études pour l'obtention du Diplôme de Master en Management, nous vous invitons à participer à cette enquête visant à explorer l'impact de la digitalisation sur votre travail au sein de la banque. Vos réponses nous seront précieuses pour mieux comprendre les changements organisationnels induits par la digitalisation et votre perception de ces changements.

NB : Veuillez cocher (x) les cases correspondantes et répondre aux questions ouvertes de manière détaillée.

I. Identification du répondant

- **Le post occupé :**
- **Ancienneté dans le poste :**
- **Agence :**

II. La digitalisation dans votre quotidien professionnel

1. **Quelles sont les tâches quotidiennes que vous effectuez le plus souvent à l'aide d'outils digitaux ?** (Plusieurs choix possibles)
 - Consultation des comptes clients
 - Réalisation de virements
 - Ouverture de nouveaux comptes
 - Clôture de comptes
 - Gestion des réclamations clients
 - Suivi des dossiers de crédit
 - Communication avec les clients
 - Autre(s) : _____
2. **Dans quelle mesure pensez-vous que la digitalisation a facilité votre travail ?**
 - Pas du tout
 - Un peu
 - Modérément

- Beaucoup
 - Extrêmement
3. **Quels sont les principaux avantages de la digitalisation pour vous et pour la banque ?**
- _____
4. **Avez-vous rencontré des difficultés dans l'utilisation des outils digitaux ?**
- Oui
 - Non
 - Si oui, quelles sont les difficultés rencontrées ?

5. **Comment la banque a-t-elle accompagné ses employés dans la transition vers la digitalisation ?**
- Formation adéquate
 - Support technique suffisant
 - Communication claire sur les changements
 - Autre(s) : _____
6. **Pensez-vous que la banque a investi suffisamment dans les outils et infrastructures digitaux ?**
- Oui
 - Non
 - Si non, quelles sont les améliorations que vous souhaiteriez voir ?

7. **La digitalisation a-t-elle modifié la façon dont vous collaborez avec vos collègues ?**
- Oui
 - Non
8. **La digitalisation a-t-elle eu un impact sur votre charge de travail ?**
- Augmentation de la charge de travail
 - Diminution de la charge de travail
 - Pas de changement significatif
9. **Pensez-vous que la digitalisation a amélioré la qualité de service offerte aux clients ?**

- Oui
- Non
- Ne sais pas

10. Avez-vous des craintes concernant l'avenir de votre métier à l'ère de la digitalisation ?

- Oui
- Non
- Si oui, quelles sont vos craintes ?

III. Votre avis sur la digitalisation à la banque

11. Globalement, comment jugez-vous l'impact de la digitalisation sur la banque ?

- Très positif
- Positif
- Neutre
- Négatif
- Très négatif

12. Recommanderiez-vous à d'autres banques de suivre la même voie en matière de digitalisation ?

- Oui
- Non
- Sous certaines conditions :

13. Avez-vous des suggestions pour améliorer la mise en œuvre de la digitalisation à la banque ?

Remerciement

Dédicace	
Dédicace	
LISTE DES FIGURES	
LISTE DES TABLEAUX	
Sommaire	
Introduction générale	10
Chapitre01 :	3
Le corpus théorique sur la digitalisation	3
Introduction.....	4
Section1 : La digitalisation et son importance	4
1.1- Historique et développement du digital	4
1.2- La digitalisation	6
1-3 L'importance de la digitalisation	7
1-4 Les Composants de la digitalisation.....	8
1-5 La numérisation :	9
1-6 La différences entre la digitalisation et la numérisation :	10
Section2 : Le processus de la digitalisation	11
2.1- Les étapes de la transformation	11
Étape 1 : Lancement de la transformation digitale	12
Étape 2 : Optimisation de l'organisation de l'entreprise	13
Étape 3 : Exploitation des technologies pour créer de la valeur ajoutée	15
Étape 4 : Expansion des activités et amélioration de l'expérience client	16
2.2- Les piliers de la transformation digitale :	17
✓ Le pilier organisationnel : Moteur du changement	18
✓ Le pilier culturel : Clé de l'adhésion	18
2.3- Les objectif de la digitalisation.....	19
Section3 : Les outils et les enjeux de la digitalisation.....	21
3.1- Les outils de la digitalisation	21

3.2-	Les enjeux de la digitalisation	26
✓	Enjeux RH : Adapter les compétences et accompagner les collaborateurs	26
✓	Enjeux sociétaux : Responsabilité et transparence	27
✓	Enjeux techniques et organisationnels : Maturité et collaboration	28
3.3-	Les défis et les avantages de la digitalisation	29
	Conclusion	32
	Chapitre02:	33
	La digitalisation dans le secteur bancaire.....	33
	Introduction.....	34
	Section 01 : Généralisation sur la banque	34
1.1-	La définition de la banque	34
1.2-	Les types de banques	35
1.3-	Les fonctions de la banque	37
1.	La collecte des dépôts : Mobiliser l'épargne pour financer l'économie.....	38
2.	La gestion des moyens de paiement : Faciliter les transactions quotidiennes	39
3.	L'octroi de crédit : Financer les projets et soutenir la croissance.....	40
4.	L'activité financière des banques : Gérer les risques et créer de la valeur	41
	Section 02 : La digitalisation des services bancaire	42
2.1-	Définition du concept de la digitalisation dans les banques :	43
2.2-	Outils et enjeux de la digitalisation bancaire	43
2.2.1-	Les outils de la digitalisation bancaire.....	43
1.	Les outils de gestion de l'information : Maîtriser les données pour mieux servir les clients	43
2.	Les canaux de distribution multi-canal : Accessibilité et proximité pour tous les clients..	45
2.2.2-	Les enjeux de la digitalisation bancaire	47
2.3-	Les avantages et les inconvénients de la digitalisation bancaire	48
a)	<i>Avantages de la digitalisation bancaire:</i>	48
b)	<i>Inconvénients de la digitalisation bancaire:</i>	49

Section 03 : Les banques en Algérie à l'ère de la digitalisation	50
3.1- La Banque d'Algérie :.....	50
3.2 Évolution du système bancaire algérien :	51
3.3 État des lieux du système bancaire algérien :	52
3.4- Les acteur du secteur bancaire Algérien	54
1. Les banques commerciales : acteurs centraux du système bancaire algérien :	54
2. Les banques privées algériennes : moteurs de l'innovation et de la diversification : ...	55
3. Autres acteurs du système bancaire algérien : complémentarité et inclusion financière:	56
Conclusion	59
<i>Chapitre03: la digitalisation bancaire au sein de la banque Kherrata – La</i>	
<i>BARD</i>.....	60
Introduction.....	61
Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil	61
1.1 Historique et Évolution de la BADR :	61
1.2 Les étapes de l'évolution de la BADR :	62
1.3 Un aperçu sur les principaux aspects du programme :.....	63
1.4 Missions et objectifs de la BADR.....	64
a)Les missions de la BADR.....	64
b) Objectif de la BADR	65
Section 02 : Les Services digitaux de la banque Kherrata.....	67
2.1 BADR SMS	67
2.2 BADR net	67
2.2.1 Les fonctionnalités principales de la <<BADR net>> :	67
2.2.2 Les avantages de l'utilisation de la <<BADR net>>:.....	69
2.2.3 Abonnement et utilisation de BADRnet	69
3.3 My BADR	69
3.3.1 My BADR : Plus qu'une simple application bancaire.....	69
3.3.2 Lancement de << My BADR >>: raisons et motivations.....	70
4.4 Les cartes bancaires	71
4.4.1 Les cartes CIB	71

4.4.2 Types de carte CIB	71
a) Carte CIB Classique.....	71
b) Carte CIB Gold	72
c) La Master Card :	73
4 .5 Les automates bancaires :.....	75
4.6 Les distributeurs automatiques de billets (DAB).....	75
4.7 Les guichets automatiques de billets (GAB)	75
4.8 Un terminal de paiement électronique (TPE).....	76
Section 3 : Analyse et interprétation des résultats	76
3.1 Méthodologies et Stratégies d'Investigation Empirique	77
3.2 Sélection de la Population d'Étude	77
3.3 Présentation et interprétation des résultats	77
3.4. La digitalisation dans le quotidien professionnel des employés :	77
3.4. Identification du répondant:	78
3.4.5 Avis des employés sur la digitalisation à la banque :	85
4. Les clients quant à la digitalisation des services de la banque BADR (Agence Kherrata).....	86
4.2. Relation client et digitalisation	101
Synthèse de l'étude sur la digitalisation à la banque BADR.....	104
❖ Impact de la digitalisation sur les employés	104
❖ Impact de la digitalisation sur les clients	104
❖ Relation client et digitalisation	105
Conclusion	107
Conclusions générale	Error! Bookmark not defined.
Bibliographie	
<i>Annexes</i>	
<i>Résumé</i>	

Résumé

Les banques sont des piliers essentiels du développement économique, facilitant les transactions pour particuliers et entreprises grâce à une gamme de produits et services financiers. Pour améliorer l'efficacité et la qualité des services bancaires, les institutions financières adoptent progressivement les nouvelles technologies digitales. Cependant, en Algérie, le développement des services de paiement électronique reste freiné par une culture monétaire profondément enracinée, un manque de familiarité avec les pratiques bancaires modernes, et une méfiance persistante des clients envers les solutions de paiement numérique, comme les cartes bancaires. Ces défis doivent être surmontés pour que la digitalisation puisse pleinement transformer le secteur bancaire algérien.

Mot clé : Digitalisation, Services bancaires, FinTech, Paiement électronique, Inclusion financier, Culture digitale ,Innovation technologique .

Abstract

Banks are essential pillars of economic development, facilitating transactions for individuals and businesses through a range of financial products and services. To improve the efficiency and quality of banking services, financial institutions are gradually adopting new digital technologies. However, in Algeria, the development of electronic payment services is still hindered by a deeply ingrained cash culture, a lack of familiarity with modern banking practices, and a persistent distrust among clients towards digital payment solutions, such as bank cards. These challenges need to be addressed for digitalization to fully transform the Algerian banking sector.

Keywords: Digitalization, Banking services, Financial Technology, Electronic payment, Financial inclusion , Digital culture, Innovation technology.

