

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



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

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de
MASTER EN SCIENCES ECONOMIQUES

Option : Economie Monétaire et Bancaire

L'INTITULE DU MEMOIRE

L'EFFET DE L'E-BANKING SUR LA PERFORMANCE FINANCIERE DES BANQUES EN ALGERIE CAS DES BANQUES DE LA WILAYA DE BEJAIA

Présenté Par :

- M. Khaled BENNACER
- Mlle. Feriel ABIDER

Dirigé Par :

Mme. **SEBAHI Dalila**

Date de soutenance : 26/06/2024

Jury :

Président : M. GANA Brahim

Examineur : M. HANI Lamine

Rapporteur : Mme. SEBAHI Dalila

Année universitaire : 2023/2024

Remerciements

Nous commençons par exprimer notre profonde reconnaissance envers Dieu, qui nous a octroyé le courage et la persévérance nécessaires pour mener à bien ce travail.

Nous tenons à adresser nos remerciements les plus sincères à notre encadrante, Madame **Sebahi**. Son soutien inébranlable, ses conseils éclairés et sa présence bienveillante ont été des éléments essentiels dans la réussite de ce projet.

Nos remerciements vont également aux membres du jury pour avoir accepté d'examiner notre travail.

Enfin, nous tenons à remercier chaleureusement toutes les personnes qui, par leur soutien, ont contribué, de près ou de loin, à l'aboutissement de ce mémoire.

À toutes ces personnes, nous exprimons notre plus profonde gratitude et notre sincère reconnaissance.

Feriel & Khafed

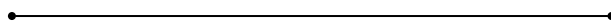
Dédicaces

*Je dédie ce travail
à mes parents, dont le soutien indéfectible et les nombreux
sacrifices m'ont permis d'arriver jusqu'ici.
À ma famille, pour leur encouragement constant et leur amour
inconditionnel, qui m'ont donné la force de persévérer.
À mes amis, pour leur aide précieuse et leur soutien moral tout
au long de ce projet, leur confiance en moi ont été une source de
réconfort et de motivation.*

Feriel

*Je dédie ce travail
à la mémoire de mon père, dont l'amour et les enseignements
continuent de m'inspirer chaque jour.
À ma mère, pour son soutien indéfectible et son amour
inconditionnel.
À mes frères, pour leur encouragement constant et leur
camaraderie.
À mes amis, pour leur présence et leur soutien tout au long de ce
parcours.*

Khaled



Liste des Abréviations

ATM	Automated Teller Machine (Guichet Automatique de Banque)
AT	Algérie Télécom
BADR	Banque Algérienne de Développement Rural
BDL	Banque de Développement Local
BEA	Banque Extérieure d'Algérie
BNA	Banque Nationale d'Algérie
CAR	Capital-Asset Ratio (Ratio de rentabilité des capitaux propres par rapport aux actifs)
CCP	Compte Chèque Postal
CEFRIO	Centre Facilitant la Recherche et l'Innovation dans les Organisations
CIB	Carte interbancaire
CNEP	Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance
CNMA	Caisse Nationale de Mutualité Agricole
COMI	Comité Monétique Interbancaire
CPA	Crédit Populaire d'Algérie
DAB	Distributeur Automatique de Billets
E-Banking	Electronic Banking (banque en ligne)
EMV	Europay Mastercard Visa
FEM	Forum Économique Mondial
GAB	Guichets Automatiques de Banque
GSM	Global System for Mobile Communications
LTE	Long-Term Evolution (technologie de réseau mobile)
MP	Marge des Profits
PDA	Personal Digital Assistant
PIB	Produit Intérieur Brut
PNB	Produit Net Bancaire
PME	Petites et Moyennes Entreprises
RA	Rendement de l'Actif
RE	Résultat d'Exploitation
RBE	Résultat Brut d'Exploitation
RMI	Réseau Monétaire Interbancaire

Liste des Abréviations

RN	Résultat Net
ROA	Return On Assets
ROE	Return On Equity
SATIM	Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique
SMS	Short Message Service
SVA	Services à Valeur Ajoutée
STK	SIM Application Toolkit
TIC	Technologies de l'Information et de la Communication
TPE	Terminal de Paiement Électronique
WAP	Wireless Application Protocol
WWW	World Wide Web

Sommaire

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE I : GENERALITES SUR L'E-BANKING	5
Introduction au chapitre I	5
Section 1 : les TIC (technologie d'information et de la communication) dans le secteur bancaire	5
Section 02 : Présentation de l'E-Banking.....	11
Section 03 : L'état de l'e-banking en Algérie	22
Conclusion.....	27
CHAPITRE II : CADRE THEORIQUE DE LA PERFORMANCE BANCAIRE.....	30
Introduction au chapitre II.....	30
Section 1 : Définitions et critères de la performance bancaire.....	30
Section 2 : Les déterminants de la performance bancaire.....	37
Section 3 : La mesure de la performance Et la Rentabilité	41
Conclusion	50
CHAPITRE III : ETUDE ET ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE : cas des banques de la wilaya de Bejaia.....	52
Introduction au chapitre III	52
Section 1 : Présentation de la méthodologie du travail.....	52
Section 2 : Analyse de l'e-Banking dans les Banques : Utilisation, Motivations et Avantages	52
Section 3 : Défis, Obstacles et Perspectives d'Avenir de l'eBanking dans les Banques ...	52
Conclusion.....	70
CONCLUSION GENERALE	72
Bibliographie
Annexes

Introduction Générale

La transformation technologique dans le domaine des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) a profondément modifié le secteur financier à l'échelle mondiale, entraînant une transformation radicale des modes de fonctionnement des banques. Dans ce contexte, l'e-Banking émerge comme une force majeure, redéfinissant la relation entre les banques et leurs clients tout en remodelant les opérations bancaires traditionnelles. Cette transition vers le numérique a suscité un débat intense sur son impact sur la performance financière des institutions bancaires, stimulant ainsi l'intérêt des chercheurs et des praticiens du secteur financier.

L'émergence de l'e-Banking, impulsée par la prolifération des technologies de l'information et de la communication, a instauré de nouveaux paradigmes dans le secteur bancaire. Les banques, en réponse à cette évolution, ont adopté des plateformes en ligne pour offrir une gamme étendue de services, allant de la consultation de comptes à la réalisation de transactions financières. Cette transition numérique a été motivée par la quête d'efficacité opérationnelle, la réduction des coûts et l'amélioration de l'expérience client.

Toutefois, l'impact de l'e-Banking sur la performance financière des banques demeure un sujet de débat. Certains avancent que l'e-Banking peut conduire à une amélioration significative de l'efficacité opérationnelle, à une augmentation des revenus et à une fidélisation accrue de la clientèle. En revanche, d'autres soulignent les coûts initiaux élevés associés à la mise en œuvre de ces technologies, ainsi que les nouveaux risques juridiques, financiers et opérationnels qui en découlent.

Dans ce contexte dynamique, il est impératif de mener une analyse approfondie pour comprendre pleinement comment l'e-Banking influence la performance financière des banques. Une telle étude pourrait fournir des insights précieux aux décideurs, aux régulateurs et aux chercheurs intéressés par les implications de la transformation numérique dans le secteur financier.

En Algérie, les banques ont pris conscience de l'importance stratégique des technologies modernes et se sont engagées dans l'intégration de l'e-Banking dans leurs pratiques et règles de fonctionnement. L'adoption de l'e-Banking est devenue une nécessité pour fidéliser les clients, attirer de nouveaux clients et répondre aux exigences d'un environnement en mutation. Toutefois, cela nécessite également de garantir un niveau élevé de sécurité et de qualité des services offerts, ce qui constitue une préoccupation majeure pour les clients.

L'Algérie dispose des infrastructures humaines et technologiques nécessaires pour déployer et gérer efficacement l'e-Banking. Cette modernisation permettra aux banques d'offrir à leurs clients, en particulier aux entreprises, des services en ligne plus innovants et adaptés aux besoins du marché actuel. Ainsi, cette étude se propose d'explorer en profondeur les ramifications de l'e-Banking sur la performance financière des banques, offrant ainsi un éclairage précieux sur les défis et les opportunités qui découlent de cette révolution numérique.

Problématique

Dans un contexte de mutations constantes, le secteur bancaire en Algérie se trouve confronté à l'adaptation aux changements induits par l'avènement d'Internet, ayant profondément impacté divers aspects de la vie humaine, y compris les services bancaires. L'introduction des nouvelles technologies de l'information et de la communication, notamment à travers l'e-Banking, suscite des questionnements essentiels quant à son influence sur la performance des banques algériennes. Ainsi, la problématique centrale de cette étude est :

« Quels sont les effets de l'e-Banking sur la performance des institutions bancaires en Algérie ? »

Pour répondre à cette question, plusieurs sous-questions sont à considérer :

- ❖ Quels sont les facteurs qui ont stimulé l'émergence et le développement de l'e-Banking en Algérie ?
- ❖ Quels avantages l'e-Banking offre-t-il aux banques en termes de performance financière et de satisfaction client dans le contexte algérien ?

Hypothèses

H1 : L'adoption de l'e-Banking réduit les coûts opérationnels, augmente la rentabilité et optimise les processus financiers des banques algériennes.

H2 : L'e-Banking offre aux banques algériennes une commodité accrue et un accès facilité aux services bancaires, améliorant ainsi la satisfaction et la fidélisation des clients tout en leur conférant un avantage concurrentiel grâce à des services innovants qui attirent une clientèle plus large et technophile.

Méthodologie de recherche

Afin de répondre à ces questions, une approche méthodologique mixte a été adoptée. Dans un premier temps, une analyse théorique et empirique a été menée pour établir un corpus conceptuel solide, impliquant une recherche documentaire approfondie à partir de diverses sources telles que des ouvrages spécialisés, des revues académiques et des ressources en ligne. Ensuite, une enquête sur le terrain a été entreprise, comprenant des questionnaires destinés aux Banques ainsi que des entretiens avec le personnel bancaire, afin de recueillir des perspectives pratiques sur l'e-Banking en Algérie.

Plan de Travail

Ce mémoire est structuré en trois chapitres distincts. Le premier chapitre, intitulé « Généralités sur l'e-Banking », traite des fondements et des caractéristiques de cette technologie, ainsi que des facteurs favorisant son développement en Algérie. Le deuxième chapitre, intitulé « Cadre théorique de la performance bancaire », se subdivise en trois sections : la première se concentre sur les critères de performance financière des banques, tandis que la deuxième examine les déterminants spécifiques de la performance financière dans le contexte de l'e-Banking. Et la troisième section traite de la mesure de la performance et de la rentabilité. Enfin, le troisième chapitre est consacré à une étude de cas sur l'e-Banking en Algérie, permettant d'analyser son influence concrète sur le secteur bancaire du pays.

Chapitre I :
Généralités sur l'E-banking

Introduction

Les avancées technologiques, notamment dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC), ont profondément transformé notre quotidien. Les ordinateurs et leurs périphériques, ainsi que les téléphones fixes et mobiles, font désormais partie intégrante de notre environnement. Les TIC permettent la production, la transformation et l'échange d'informations en grande quantité et en temps réel, facilitant ainsi la communication et les transactions à travers le monde.

Dans le secteur bancaire, les TIC jouent un rôle de plus en plus crucial. L'e-Banking, en particulier, a connu une adoption massive, devenant un élément essentiel de la vie quotidienne. Il répond efficacement aux divers besoins des consommateurs en matière de disponibilité, leur offrant la possibilité de réaliser facilement et efficacement des opérations bancaires courantes.

Ce chapitre est structuré en trois sections. La première section examinera l'impact des TIC dans le secteur bancaire. La deuxième section se penchera sur les concepts fondamentaux de l'e-Banking, tandis que la troisième section abordera spécifiquement l'e-Banking en Algérie.

Section 1 : les TIC (technologie d'information et de la communication) dans le secteur bancaire

Les progrès dans les technologies de l'information et de la communication (TIC) se manifestent aujourd'hui à travers une accélération significative dans la production et les services. En plus d'introduire de nouvelles activités, les TIC jouent un rôle essentiel dans la manière dont nous interagissons socialement, travaillons et progressons dans notre carrière.

1.1 Définition des TIC

L'entreprise utilisant les TIC va sortir du support physique vers un support immatériel¹ Selon le grand dictionnaire terminologique les TIC sont un « *Ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évoluée du multimédia et des télécommunications qui ont permis l'émergence de moyens de communication plus efficaces, en améliorant le traitement, la mise en mémoire, la diffusion et l'échange de l'information.* »²

¹ Anciennement dénommé NTIC

² Office Québec. (2009) retrieve, From www.systemesdinformation.fr/glossaire.html

« Les technologies de l'information et de la communication se définissent comme une technologie qui, initialement, a beaucoup de marge d'amélioration et, en fin de compte, est, utilisée dans une grande proportion des activités productrices, car ses usages sont multiples et présentent de fortes et nombreuses complémentarités avec d'autres technologies existantes ou à venir » **Lipsey et al. (1998)**³

Charpon donne la définition suivante des TIC : « TIC, technologie de l'information et de la communication : expression aux contours assez flous, apparu avec le développement des réseaux de communication, désignant tout ce qui tourne autour d'internet et de multimédia. Elle recouvre également la notion de convivialité accrue de ces produits et services destinés à un large public de non-spécialistes. Au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audiovisuel, les TIC s'adressent au plus grand nombre. »⁴

1.2 Importance des TIC pour la banque

Le secteur bancaire est un domaine qui utilise beaucoup les TIC. En effet, ces technologies sont très utilisées dans les télécommunications, dans les moyens de paiement et même dans la fonction principale de services par la banque à distance.

1.2.1 Les raisons d'introduction des TIC par la banque

A. La recherche de meilleures méthodes de gestion

Avec la montée en puissance de la demande de services personnalisés et l'importance croissante de l'accessibilité à ces services, les distributeurs automatiques de billets et la banque en ligne ont émergé comme de nouveaux canaux de distribution, exploitant Internet et les réseaux électroniques.

Ces développements transforment profondément le paysage du commerce interentreprises, favorisant la collaboration en ligne, l'intégration de la chaîne d'approvisionnement, l'automatisation des processus d'achat et les négociations en ligne. Cependant, la mise en place d'une distribution multicanal représente un défi de taille pour de nombreuses entreprises, souvent difficile à surmonter.

³ LIPSEY R.G; Carowth, MIT press camprige 51998a, «what requires expansion», inhelpman. E. (1998), General purpose Technologies and Economic Growth, MIT PRESSCAMBRIDGE, Massachussts.

⁴Chapron B. (2006), Evaluation des systèmes d'informations pour une optimisation du management des forces de ventes : Glossaire. [en ligne]. <http://www.systemesdinformation.fr/glossaire.html>

Pour répondre à ces défis, les banques cherchent à accroître leurs investissements dans les nouvelles technologies afin d'améliorer leur efficacité, leur productivité et leurs capacités de traitement des informations, notamment en analysant l'efficacité des marchés, en menant des campagnes de communication ciblées et en répondant à la demande des clients.

B. La maîtrise des coûts et la réalisation des économies d'échelle

La rentabilité bancaire est négativement affectée par les charges d'exploitation (les frais généraux ou les frais de structure) notamment celles des réseaux qui lui pèsent lourdement. Afin de palier à cette situation et des charges d'exploitation.⁵

L'impact des technologies de l'information sur l'offre de produits et de services est particulièrement fort lorsque les biens et les services sont numérisés (par exemple : les logiciels, la presse, les services financiers ...). Dans les autres cas, elles permettent de créer de nouveaux types d'offre (par exemple : la communication par mail ...).

C. Faire face à la concurrence

Les banques ont connu de profondes mutations au cours des vingt dernières années, se traduisant notamment par un renforcement important de l'intensité concurrentielle. Dans ce contexte plus difficile, elles doivent trouver des solutions pour rester compétitives dans un environnement de plus en plus concurrentiel. Les banques exercent une variété d'activités innovantes, et le développement des différents types de technologies de l'information favorise la promotion de l'innovation dans le domaine bancaire. La banque est étroitement liée aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, telles que le développement de l'internet et l'usage de la messagerie, qui sont favorables pour réduire les coûts d'exploitation des banques, et qui constituent de facto un cycle technologique de base. Les nouvelles technologies ont été adoptées et développées de manière à contrecarrer et faire face à la concurrence. En effet, elles représentent un moyen pour la banque d'acquérir un avantage concurrentiel, lui permettant non seulement d'augmenter sa part de marché, mais aussi de conquérir de nouveaux marchés (LAMOULINE, 1998), tout en essayant de préserver et de fidéliser ses clients potentiels.⁶

⁵ CAPIEZ Alain. (2001), « *Nouvelles technologie est performance, le cas de la banque à distance* », article 22^{ème} congrès de l'AFC, Université d'Angers, France.

⁶ BELABDI Mohamed. (2010), « Détermination du profit des utilisateurs d'internet-banking au Québec » Mémoire de fin d'études, Université du Québec à Montréal.

D. L'amélioration des relations avec la clientèle

L'évolution de l'activité bancaire a été marquée par une transformation significative dans les canaux de commercialisation des produits et services. De nouveaux moyens de contact ont été développés pour instaurer un lien plus étroit entre les clients et leur banque, renforçant ainsi la fidélité à l'institution. Cette évolution s'est manifestée par :

- Une plus grande implication des clients dans les opérations en libre-service, illustrée notamment par la disponibilité des distributeurs automatiques 24h/24. Ces services sont accessibles dans des lieux où une assistance humaine serait difficilement réalisable autrement.
- La mise en place de fichiers clients centralisés grâce à des systèmes de dossiers informatisés, accessibles via un appel téléphonique gratuit. Ces fichiers permettent aux unités opérationnelles de maintenir des niveaux de service élevés, en fournissant des informations, en prenant des réservations et en gérant les problèmes et les réclamations.
- L'enregistrement des informations clients dans des bases de données facilement accessibles.

Cette stratégie présente plusieurs avantages majeurs, notamment en permettant une meilleure segmentation du marché en fonction des comportements habituels des clients, en aidant à prendre des décisions plus éclairées sur la tarification, et en permettant de cibler de manière plus précise les efforts de vente et de publicité.

Cette évolution témoigne d'une adaptation constante du secteur bancaire aux besoins et aux attentes changeants de sa clientèle, tout en exploitant les possibilités offertes par les avancées technologiques pour améliorer la qualité des services proposés.

1.3 Etats des lieux des TIC dans le secteur bancaire en Algérie

La crise économique mondiale de 2008 a eu des répercussions majeures sur l'ensemble du secteur financier, entraînant des conséquences importantes. De nombreuses institutions financières ont été contraintes de mettre un terme à leurs activités, tandis que d'autres ont cherché des solutions alternatives, telles que le renforcement de leur collaboration avec le gouvernement. Dans ce contexte économique mondial difficile, les entreprises financières ont dû se réinventer pour s'adapter aux exigences d'un marché de plus en plus mondialisé.

Face à ces défis, les institutions financières se tournent de plus en plus vers les technologies de l'information et de la communication (TIC) pour encourager l'innovation et répondre aux besoins changeants des consommateurs. En effet, dans un monde de plus en plus connecté, les TIC offrent aux entreprises financières la possibilité de proposer des produits et des services innovants tout en garantissant la sécurité des transactions pour les utilisateurs.

1.3.1 Les TIC en Algérie

En Algérie, cette tendance est également observable. Les banques algériennes cherchent à moderniser leurs services et à tirer parti des avantages offerts par les TIC pour rester compétitives sur le marché mondial. Cela se traduit par une augmentation de l'adoption des technologies numériques dans leurs opérations quotidiennes, telles que la banque en ligne et les paiements mobiles. Ces initiatives visent à offrir aux clients des services plus efficaces, sécurisés et accessibles, tout en répondant aux exigences réglementaires et aux normes de sécurité. En somme, les TIC sont devenues un élément essentiel de la stratégie de développement des banques algériennes, les aidant à rester pertinentes dans un environnement financier en constante évolution.

L'Algérie a réalisé de nouveaux progrès dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC), notamment en matière d'adoption des TIC, de téléphonie mobile à haut débit et du nombre d'utilisateurs d'internet, selon le rapport du Forum Économique Mondial (FEM) sur la compétitivité mondiale pour l'année 2019.

En effet, l'Algérie occupe désormais la 76^{ème} place au niveau mondial en termes d'adoption des TIC, ayant gagné 7 places en une année, passant ainsi de la 83^{ème} place en 2018 à la 76^{ème} place en 2019. Quant à l'indicateur relatif à l'abonnement à la téléphonie mobile, l'Algérie se positionne à la 61^{ème} place à l'échelle mondiale en 2019, progressant par rapport à la 66^{ème} place en 2018 et la 109^{ème} place en 2016, ce qui représente une avancée de 48 positions depuis 2016.⁷

⁷ DALEY Nathalie. (2003), « *Les TIC et la banque de détail Perspectives et enjeux* » Article sur Cairn.info Consulté en Avril 2024

1.3.2 La place des TIC dans le domaine de la banque en Algérie

Les avancées technologiques dans tous les secteurs économiques ont incité les autorités bancaires algériennes à investir progressivement dans les technologies de l'information et de la communication (TIC). Ces investissements visent à renforcer la compétitivité des produits financiers et à étendre les réseaux, favorisant ainsi le développement financier du pays. Grâce aux TIC, les banques sont désormais en mesure de proposer un service disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. L'informatique joue un rôle crucial dans la facilitation de la prise de décision, grâce à l'utilisation de logiciels adaptés. Il suffit d'entrer les données nécessaires pour effectuer rapidement et sans erreur les calculs requis. Ces technologies simplifient également la gestion de la facturation, le stockage des informations et la gestion des paiements.

Les progrès technologiques ont permis aux banques de développer de nouveaux réseaux de paiement, en particulier dans l'environnement en ligne. Cette initiative vise à promouvoir une gestion des paiements efficace, considérée comme le cœur de métier de la banque, à protéger les utilisateurs contre les pertes financières, à maintenir la confiance dans le système de paiement et à garantir son bon fonctionnement de manière sécurisée et efficace.

1.3.3 Les avantages des TIC pour les banques

L'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) au sein d'une banque présente plusieurs avantages :

- Réduction des coûts.
- Amélioration du développement économique et de l'emploi.
- Amélioration des services administratifs proposés.
- Automatisation des tâches et fiabilité accrue des informations.
- Réalisation de gains de productivité.
- Changement de comportement en matière de travail, de gestion des affaires personnelles et de prise de décisions éclairées basées sur l'information.
- Orientation de l'activité vers de nouveaux produits ou services.
- Renforcement des décisions individuelles par le biais des TIC dans les domaines économique et social.

Section 02 : Présentation de l'E-Banking

Au fil des décennies écoulées, de profonds changements ont affecté notre monde, portés par les avancées technologiques, scientifiques, culturelles et sociales. Ces évolutions ont également laissé leur empreinte sur le secteur bancaire, qui connaît une transformation significative.

L'avènement d'Internet, en particulier, avec la généralisation du haut débit et des réseaux interactifs, a bouleversé les interactions entre les banques, leurs clients et les autres acteurs du marché financier. Parallèlement, de nouvelles opportunités se sont présentées dans divers secteurs d'activité, avec l'émergence de technologies innovantes.

Cependant, c'est dans le domaine bancaire que ces changements ont été les plus marqués, en grande partie grâce à l'e-Banking. Après avoir analysé l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur les banques, nous allons maintenant explorer en détail le concept de l'e-Banking et ses implications.

2.1 Quelques définitions du concept E-Banking

L'E-Banking, également appelé banque d'Internet, est un canal de prestation de services bancaires qui a émergé avec le développement d'Internet et du World Wide Web (www) dans la seconde moitié des années 1990. Les banques ont progressivement adopté les canaux électroniques pour recevoir des instructions et proposer des produits et services à leurs clients. Cette forme de banque englobe divers supports de communication tels que le PC Banking, l'Internet Banking, le Mobile Banking, le TV Banking, l'Online Banking, le Home Banking, le Remote Electronic Banking, le WAP Banking et le Phone Banking.

Le concept d'E-Banking varie selon les sources consultées. **Coupulisky** et **Wolf** définissent le e-Banking comme les opérations bancaires par Internet, impliquant l'utilisation des ordinateurs ainsi que d'autres dispositifs comme le mobile banking et le TV banking.⁸

Diniz qualifie l'e-banking de service permettant aux clients de réaliser des transactions bancaires via Internet, en utilisant divers moyens tels que les PC, les téléphones ou les minitel.⁹

⁸COPULSKY, J. R et WOLF, M. J. (1997), « *Relationship. Marketing positioning. For the future* ». journal.of.business strategy.

⁹DINIZ, E. (1998), « *web Banking in USA* », journal of internet Banking and commerce, vol.3, n° 2, P. 19 -41

L'accent est principalement mis sur l'utilisation d'Internet dans les transactions bancaires. En général, l'e-Banking est l'utilisation de l'Internet par une institution financière pour offrir à ses clients une gamme de services bancaires, allant de la simple vitrine commerciale à la gestion à distance de transactions financières.

Selon le **Federal Financial Institutions Examination Council**, les opérations bancaires électroniques sont définies comme la livraison automatisée de produits et de services traditionnels et nouveaux aux clients par voie de transmission électronique interactive. Ces opérations incluent l'accès aux comptes, le traitement des affaires et l'obtention d'informations sur les produits et services financiers.

En 2008, une étude menée par le CEFRIO a révélé qu'au Québec, 43,0 % des adultes ont réalisé des opérations bancaires en ligne. De plus, le niveau de confiance des adultes québécois envers les sites transactionnels des institutions financières se situe à 7,2 sur une échelle de 10.

2.2 Les services de l'E-Banking

- A. L'accès aux comptes : qui permet une vue synthétique des comptes avec solde global, d'observer les nouvelles transactions comme les chèques liquidés, les récents dépôts et retraits ;
- B. Les virements d'un compte à un autre : Le E-Banking offre la possibilité de transférer des fonds d'un compte à un autre d'une façon très simple et au temps réel ;
- C. Le paiement des factures on line : les banques permettent à leurs clients de payer des factures online chaque mois et de transférer électroniquement des fonds dans les comptes des créditeurs.
- D. D'autres services : tels que l'achat des certificats des dépôts, des applications de carte de crédit, les demandes de crédit comme l'auto-emprunt, le prêt personnel, l'éducationnel.

2.3 L'e-Banking et ses formes

En fonction des capacités techniques (Voix, Data, Internet, SMS, WAP, Fax) et de la diversité des terminaux mobiles (PC, téléphone portable, PDA, Smartphone¹⁰) on peut classer le E-Banking selon plusieurs canaux¹¹ :

- Le guichet automatique (ATM)

¹⁰ Ou bien téléphone intelligent, est un téléphone portable couplé à un PDA (Personal Digital Assistant)

¹¹BOUTEKDJIRET Imen. (2009), « Conception et réalisation d'une solution sms banking pour trust bank algeria ». Mémoire de fin d'études, Ecole Nationale Supérieure D'informatique (ESI) Oued-Smar, Alger

- Le Phone Banking
- L'Internet Banking
- Le STK Banking
- Le WAP Banking
- Le SMS Banking

Ces différents canaux de distribution à distance sont en expansion, mais ils semblent répondre à des besoins distincts. Par conséquent, chaque canal offre des opportunités spécifiques en termes de création de valeur pour le client.

2.3.1 Guichet automatique de banque (GAB)

Le DAB, présent dans de nombreuses agences bancaires, est un automate auquel on peut accéder en utilisant une carte bancaire et en saisissant un code confidentiel. Il permet aux titulaires de compte de consulter leur solde, de demander un chéquier, de faire des virements internes à la même banque et de retirer des espèces, même s'il appartient à un réseau différent grâce à la fonctionnalité de DAB intégrée.

Fonctionnant en libre-service 24 heures sur 24, le DAB assure une transmission sécurisée des données.

2.3.2 Banque par téléphone (Phone Banking)

Le Phone Banking, tel que défini par Pousttchi & Schuring en 2004, consiste à effectuer des opérations bancaires via les réseaux de téléphonie mobile à l'aide d'appareils mobiles tels que les téléphones portables ou les PDA. Il s'inscrit dans la lignée du développement des canaux de distribution à distance et de la banque multicanal. Ainsi, le Mobile Banking regroupe les applications 'SMS Banking' et 'WAP Banking', tandis qu'une troisième application, le 'Java Banking', est en cours de développement.¹²

2.3.3 Banque sur Internet (Internet Banking)

L'Internet Banking est une solution adoptée rapidement par les établissements désireux non seulement de maintenir la proximité avec leur clientèle, mais également de se conformer aux pratiques des banques en ligne et autres institutions financières digitales. Son fonctionnement

¹² BARNES S. et CORBITT B. (2003), « *Mobile banking : concept and potential* ». International journal of mobile communications, Vol. 1 N°. 3, P. 273-288

repose sur la connectivité des infrastructures bancaires et des clients eux-mêmes. Ainsi, il n'est plus nécessaire de se rendre en agence, car la connectivité permet d'effectuer diverses opérations bancaires en ligne, telles que des virements, des demandes de crédit, des renouvellements de chéquier, des oppositions de carte bancaire et des placements en super livret ou en bourse. Toutes ces transactions peuvent donc être effectuées en ligne.¹³

2.3.4 Le SIM Application Toolkit Banking (STK-Banking)

Les avancées dans les capacités de stockage des cartes à puce ont considérablement élargi les fonctionnalités des téléphones mobiles, permettant aux opérateurs de téléphonie mobile d'offrir une gamme croissante de services à valeur ajoutée. Sur le plan commercial, l'introduction du SIM Toolkit a facilité le déploiement de nouveaux services à valeur ajoutée (SVA). Parmi ceux-ci, le STK-BANKING occupe une place centrale dans la compétition entre les opérateurs de téléphonie mobile à l'échelle mondiale.

Le STK-BANKING est un service qui permet aux clients d'un opérateur de téléphonie mobile d'accéder aux informations de leurs comptes bancaires via une application logée sur la carte SIM. La mise en place d'un tel service nécessite que l'opérateur de téléphonie signe des accords avec différentes banques et collabore étroitement avec elles pour mettre en place les différents composants de la plateforme.

a) Les principaux composants du STK-BANKING

Les principaux éléments du STK-BANKING comprennent :

- Un terminal mobile GSM équipé d'une carte SIM toolkit, dans laquelle est installée l'application cliente. Cette application propose divers services (consultation de solde, historique des transactions, demande de chéquier, etc.) aux clients via une interface utilisateur et un menu. Avant d'accéder à ces services, l'utilisateur doit s'authentifier, généralement lors de son abonnement au service. Toutes les communications entre le terminal mobile et les systèmes d'information de la banque sont sécurisées via des messages courts cryptés.
- L'application serveur agit comme une passerelle entre le terminal mobile et les sources d'information telles que les bases de données des différentes banques. Cette application effectue

¹³ BOUCHELIT Rym, (2015), « Les perspectives de l'e-banking dans la stratégie E-Algérie 2013 ». Thèse de doctorat, UNIVERSITE Tlemcen.

les traitements sur les données bancaires et renvoie les résultats au client. Elle peut être hébergée chez les banques qui souhaitent protéger leurs données client ou chez les opérateurs qui veulent offrir des services spécifiques à leurs abonnés. Dans certains cas, elle peut également être hébergée par un tiers pour les opérateurs qui souhaitent proposer une variété de services applicatifs sans avoir à placer une plateforme chez chaque fournisseur d'information.

2.3.5 Le WAP Banking

Le WAP Banking est un service qui permet aux clients d'un opérateur de téléphonie mobile d'accéder aux informations de leurs comptes bancaires via une application hébergée sur un serveur web.

De manière similaire à l'utilisation du Web, les applications WAP sont basées sur une architecture client-serveur. Le terminal mobile est équipé d'un navigateur léger (semblable à Internet Explorer ou Netscape Navigator) qui communique avec un serveur WAP. Étant donné les limitations des ressources des terminaux mobiles actuels, le traitement des données est principalement effectué côté serveur.

Les architectures WAP reposent sur quatre composants technologiques essentiels, chacun jouant un rôle lors du transfert des données via le protocole WAP. Pour la mise en place d'un service WAP Banking, nous avons besoin :

- D'un serveur web et applicatif proposant du contenu au format WAP (notamment WML). Ce serveur héberge l'application permettant aux clients de réaliser différentes opérations telles que la consultation de leur solde ou l'historique de leurs transactions, en direction de la banque.
- La passerelle ou serveur WAP : elle est chargée de convertir les données reçues en paquets conformes au protocole HTTP pour pouvoir dialoguer avec des serveurs Web et vice-versa.
- Le réseau de l'opérateur ; l'utilisation par le client d'un terminal WAP c'est à dire qui héberge un navigateur WAP. Le terminal n'a d'utilité, vis à vis du WAP, que par l'existence de son navigateur WAP. Le navigateur se charge en effet de décoder les informations transmises par la passerelle WAP.

2.3.6 Le SMS Banking

Représente une extension de l'E-Banking qui associe le SMS et le téléphone mobile. Ainsi, les clients bancaires peuvent gérer leurs comptes, consulter leurs soldes, demander des chèquiers, effectuer des virements, régler des factures et réaliser d'autres opérations bancaires en utilisant simplement leur téléphone mobile.

Pousttchi & Schuring (2004)¹⁴ identifient quatre principales situations d'utilisation du Mobile Banking :

- La demande de solde d'un compte par un client qui envisage une dépense potentielle et qui n'est pas certain en temps réel de l'état de son compte.
- Le suivi des mouvements sur le compte.
- Le paiement instantané via le téléphone mobile.
- Gestion du compte lorsque le client dispose du temps alors qu'il est en situation de mobilité (dans un train par exemple).

2.4 Les avantages pour les banques

La plupart des banques en ligne offrent une gamme étendue de moyens de communication, allant du téléphone classique (avec des plages horaires très flexibles) aux e-mails, en passant par le chat en ligne ou même la webcam.

a) L'e-Banking offre une rapidité accrue et permet de gagner un temps considérable

Le fait que les clients effectuent la majorité de leurs opérations par voie électronique entraîne un gain de temps significatif pour les employés de la banque. L'organisation des banques a été pensée de manière à minimiser les interactions avec des personnes physiques. Si un client a besoin d'assistance, il utilisera d'abord les différents systèmes électroniques disponibles, grâce aux automates dans un premier temps, puis avec l'avènement du web par la suite. Cette organisation a conduit à une diminution de la fréquentation des guichets. Les banques ont ainsi pu progressivement éliminer toutes les opérations à faible valeur ajoutée, telles que l'encodage manuel des virements. Cela explique la transformation des métiers des employés, qui se recentrent désormais sur des services à plus forte valeur ajoutée.¹⁵

¹⁴ MOHAMMADI, H. (2015) « Étude de l'utilisation des services bancaires mobiles en Iran ». Revue internationale du marketing bancaire, 33, P. 733-759.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2014-0114>

¹⁵ DENOEL Cédric. (2008), « L'e-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? » Master en Sciences de Gestion, Ecole de gestion de l'université de Liège.

A l'heure actuelle, le client réalise le plus souvent le travail en encodant lui-même ses opérations. Cette automatisation a pour résultat une accélération du temps de traitement des opérations.

b) L'e-Banking est meilleur et il offre de nouvelles possibilités

A l'origine, les sites web des banques étaient réduits à de simples vitrines destinées à présenter l'entreprise. Par la suite, ils ont évolué vers de véritables outils transactionnels avec lesquels la clientèle peut obtenir des informations sur les produits bancaires proposés, suivre ses comptes, effectuer des opérations liées à la gestion de ceux-ci, voire contracter des prêts ou réaliser des opérations d'investissements. Les premières sociétés présentes sur le web partaient du principe qu'elles développaient quelque chose (un site web, un software) dans l'optique que les gens l'utiliseraient, voire paieraient pour l'utiliser. Rappelons qu'au début, l'utilisation de l'e-banking fut mise à disposition sous forme payante par certaines banques en Europe. Ce canal est maintenant accessible gratuitement dans les banques.

2.4.3 Un outil de transmission de l'information

A un niveau d'interactivité basic, nous pouvons trouver notamment toute une série de brochures électroniques, de l'information sur l'institution financière concernée, ainsi que des offres promotionnelles ou spéciales (non ciblées), ou encore les moyens que le client a à sa disposition pour contacter la banque. A un degré intermédiaire d'interactivité, nous retrouvons les moteurs de recherche offrant la possibilité de télécharger divers rapports, ainsi que des formulaires de recrutement et des liens vers des sites externes. A un échelon d'interactivité avancé, les sites web utilisent cette fois des ressources personnalisées en plus d'options auxquels on peut souscrire, de la publicité ciblée, ou des groupes de discussion.

A. Un outil pour véhiculer des transactions bancaires

Dans les niveaux d'interactivité les plus élémentaires, nous rencontrons des applications permettant l'ouverture de comptes à distance, ainsi que d'autres permettant de formuler des demandes pour différents produits et services proposés par la banque (telles que des demandes de cartes de débit/crédit, de prêts, d'options d'investissement, etc.).

À un niveau d'interactivité plus avancé, nous retrouvons les banques qui privilégient les transactions via Internet, notamment celles dépourvues d'agences physiques. À ce stade,

certaines banques font également la promotion de l'utilisation de l'e-cash comme moyen de favoriser les transactions en ligne. Cela inclut la possibilité de régler directement des factures sur des sites d'e-commerce sans nécessiter de carte de crédit ni de virement différé dans le temps.

B. Un outil pour améliorer la relation clientèle

Dans une phase d'interaction de base, les clients ont à leur disposition l'e-mail et les formulaires de contact pour formuler des suggestions ou des réclamations. Lorsque l'interaction atteint un niveau intermédiaire, des outils publicitaires sont proposés pour aider les clients à prendre des décisions financières. Ces outils comprennent des calculateurs et des simulateurs permettant de déterminer le profil d'investisseur du client, de simuler les rendements d'un investissement sur une période déterminée, ou encore de recommander les produits/services les plus appropriés, entre autres.

Au niveau d'interaction avancé, le web offre des possibilités de collecte de données sur les clients de la banque. Ces informations sont ensuite utilisées pour développer de nouveaux produits et services ou adapter ceux déjà proposés. De plus, dans certains cas, des technologies plus avancées telles que la vidéoconférence peuvent être utilisées à ce niveau.

2.4.4 L'e-Banking est moins cher et réduit les coûts de transaction

Les services de banque à distance augmentent les revenus d'exploitation des services bancaires grâce à la réduction des coûts moyens de transaction (réduits de 50 % par téléphone et de 93 % par Internet, selon Unisys 1997), à la délocalisation des activités de télé-service qui diminue les frais de structure, ainsi qu'aux produits cachés (frais de connexion à Internet pour des opérations gratuites au guichet).

Selon DEYOUNG (2003)¹⁶, l'Internet a considérablement réduit le coût de livraison de la plupart des services financiers. La rentabilité d'une entreprise dépend en partie de ses coûts, notamment des coûts de transaction qui sont primordiaux. Les technologies numériques ont joué un rôle majeur dans la réduction des coûts de compilation, de traitement et de distribution de l'information. En se concentrant sur l'e-Banking, on constate que ces coûts sont substantiellement inférieurs à ceux des autres canaux de distribution.

¹⁶ATOUI Nadjib. (2017), « Conception et Réalisation d'un Système E-Banking pour les Transactions Electroniques » Mémoire de Fin d'études, UNIVERSITE FERHAT ABBES de SETIF 1.

2.5 Les avantages pour les clients

Les avantages offerts par l'e-Banking sont largement similaires à ceux du commerce électronique en général. L'e-Banking permet aux clients de bénéficier des avantages suivants :

2.5.1 Disponibilité permanente (Anytime)

Les contraintes liées aux heures et aux jours d'ouverture des agences bancaires sont éliminées avec l'e-Banking. Les clients peuvent réaliser leurs opérations à tout moment, 24 heures sur 24.

2.5.2 Offre transfrontalière (Anywhere)

Au-delà de la dépersonnalisation et de l'automatisation, les systèmes d'information bancaire basés sur Internet se distinguent par leur capacité à transcender les barrières géographiques dans les relations client-fournisseur. L'Internet réduit l'importance du facteur géographique dans la production de services financiers et l'entretien de relations financières. Les clients peuvent donc effectuer facilement des opérations bancaires depuis leur domicile ou depuis des terminaux bancaires dans le monde entier, pourvu qu'ils disposent d'une connexion Internet. Les files d'attente aux guichets ou aux distributeurs automatiques sont ainsi évitées.

2.5.3 Multiplicité des fonctionnalités (Anything)

Les fonctionnalités et les possibilités offertes aux clients, qu'elles soient transactionnelles ou non, sont de plus en plus nombreuses. Les applications se sont enrichies au fil du temps, proposant désormais un large éventail d'informations et de fonctions permettant une gestion bancaire de plus en plus complète.

2.6 L'apport de l'e-Banking pour les entreprises

Les produits e-Banking disponibles se concentrent principalement sur les solutions de collecte et de paiement, offrant aux particuliers des outils tels que la consultation de comptes et les transferts à distance. Cependant, les entreprises peuvent également bénéficier des avantages de l'e-Banking, notamment en termes d'efficacité des paiements. Les entreprises peuvent soumettre simplement un fichier à la banque contenant les informations sur les bénéficiaires et les montants à payer, ce qui leur permet de se concentrer sur leur activité principale et d'accroître leur productivité.

De nos jours, les entreprises peuvent effectuer toutes leurs opérations bancaires électroniquement, de la gestion des flux de trésorerie à la demande de crédits en ligne. Les PME

en ligne sont également plus rentables et génèrent des revenus plus élevés que celles utilisant uniquement des canaux traditionnels. Grâce à Internet, les PME peuvent rechercher et comparer les produits bancaires, les taux d'intérêt et les conditions, et choisir les prêteurs qui répondent le mieux à leurs besoins. En utilisant l'e-Banking, les PME peuvent également postuler en ligne pour des crédits, des cartes de crédit, des prêts hypothécaires, réduisant ainsi la nécessité de visites physiques en agence.

En fin de compte, l'e-Banking offre aux entreprises une plus grande flexibilité et une visibilité accrue sur leur trésorerie, améliorant ainsi leur efficacité et leur compétitivité sur le marché.

2.7 Les inconvénients de l'e-Banking

Absence d'agence :

- Le besoin d'interaction humaine, défini comme le désir de maintenir un contact personnel lors d'une rencontre de service, est historiquement ancré.
- Traditionnellement, les rencontres de service impliquaient des interactions interpersonnelles entre les clients et les fournisseurs de services, favorisant le développement de relations interpersonnelles. Cependant, l'utilisation de l'e-Banking, par sa nature même, élimine cette interaction interpersonnelle.
- Actuellement, l'utilisation de l'e-banking, par définition, élimine cette interaction interpersonnelle. L'absence prolongée du contact interpersonnel est soupçonnée d'éroder l'attachement émotionnel du client envers l'entreprise, augmentant ainsi la probabilité d'abandon.

Le manque de Confiance

- La notion de confiance intervient, elle concerne l'assurance qu'ont les parties dans la transaction à réaliser. De plus, elle inclut aussi la problématique de la vie privée. Un défi à relever reste encore pour les prestataires de services financiers en ligne : celui de la gestion des risques nouveaux dus à l'apparition de cette forme de distribution.

L'insécurité

- La complexité concerne la facilité de réaliser une transaction. L'un des défis inhérents à toute solution informatique est sa capacité à s'adapter à l'évolution rapide de ce domaine. L'un des points les plus critiques concerne particulièrement la sécurité des applications.

Chapitre I : Généralités sur l'E-Banking

La sécurité des services en ligne est compromise à travers deux réseaux du système bancaire :

- Des réseaux internes et externes. Du côté interne, le risque d'insécurité est surtout généré suite à l'utilisation frauduleuse du système informatique par un employé de la banque qui, profitant de sa position au sein de la banque, peut manipuler les informations et effectuer des opérations douteuses sur différents comptes.
- La banque peut aussi être victime d'une action de piraterie, cela consiste à voler les informations confidentielles des clients et de leurs comptes, et à les utiliser, par la suite, à des fins frauduleuses. D'un autre côté, la banque peut être elle-même sujette aux menaces des virus informatiques qui peuvent attaquer son système et son réseau.
- La sécurité doit perpétuellement être à la pointe afin d'éviter tout piratage ou interception des données. Le cryptage des données, la sécurisation des pages web, l'emploi de certificats, etc., sont des nécessités.

Pour que cette sécurité implique, il faut :

- ✓ Assurer la disponibilité des services et des données.
- ✓ Éviter l'interception non autorisée des communications.
- ✓ Confirmer que les données envoyées, reçues ou stockées sont complètes et non modifiées.
- ✓ Protéger les systèmes informatiques contre les attaques des logiciels malveillants.
- ✓ Garantir une authentification fiable capable de confirmer l'identité supposée des émetteurs, des acheteurs, des entreprises, c'est-à-dire l'ensemble des utilisateurs.

Limites

- Gros retrait immédiat impossible, les retraits se limitent aux distributeurs et sont donc limités.
- La banque à distance ne représente pas une banque traditionnelle car si elle plaît à une clientèle active qui est les jeunes, elle ne plaît pas aux adultes. Et, il s'est avéré que le consommateur, au fur et à mesure qu'il avance en âge, manifeste une plus grande résistance aux changements.

Autres contraintes

- L'internet reste lent, le haut débit n'est pas généralisé, les temps de téléchargement peuvent s'avérer longs. Par ailleurs, l'ergonomie des sites est souvent insuffisante et la navigation est parfois complexe.

Section 03 : L'état de l'e-banking en Algérie

La volonté politique de développer l'e-banking s'est manifestée dès le début des années 90 avec la création de la SATIM en 1995, la "Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique". De plus, le secteur bancaire a entamé un processus de modernisation en mettant en place de nouveaux réseaux, grâce à l'acquisition de nouveaux matériels et de nouvelles technologies de communication.

La réussite de ce processus de modernisation repose sur l'efficacité du réseau de télécommunications, qui constitue le principal support technique du nouveau réseau monétique. En effet, ce réseau de télécommunications facilite le fonctionnement des échanges et permet le traitement de toutes les opérations de paiement ainsi que les échanges de données interbancaires et intrabancaires.

3.1 La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique, La SATIM

3.1.1 Naissance de (SATIM) :

La SATIM¹⁷ est l'opérateur monétique interbancaire en Algérie pour les cartes domestiques et internationales. Actuellement, la monétique se compose d'un réseau national comprenant : CCP, CNEP-Banque, BNA, BDL, CNMA, BEA, BADR, CPA, El Baraka, Société Générale, BNP, AGB, Natixis, Gulf Bank, Arab Bank, Abc Bank, Housing Bank, et Fansa-banque.

Les actions entreprises par la SATIM pour l'e-banking ne se sont fait sentir qu'à partir de 2002, soit 7 ans après sa création. Entre 2002 et 2005, différentes actions ont été entreprises pour la mise en place d'un système de paiement interbancaire, notamment le développement d'un réseau monétaire interbancaire (RMI) assurant la sécurité et l'interopérabilité du système de retrait et de paiement sur DAB et TPE.

L'adoption, entre 2003 et 2004, d'un système de paiement par carte conforme aux normes EMV, et la création d'un comité monétique interbancaire (COMI) en 2005, ont marqué cette période.

Concernant la deuxième phase, entre 2006 et 2008, d'importants efforts ont été déployés pour

¹⁷REMOUCHE Khaled, et ALEM Abdelkrim. (2004) « *Principes secteur de l'économie : finance* », Edition eBizguide, p109.

- Le développement du système de paiement interbancaire (CIB) qui a vu le lancement du pilote du système en 2006.
- Sa généralisation en 2007.
- Des efforts d'extension en 2008.

Durant cette période, le système de la SATIM offrait deux principaux services :

Le retrait d'argent à partir des DAB et le règlement des transactions à partir des terminaux de paiement électronique (TPE) acquis par les commerçants.

Les institutions du secteur monétaire proposaient à la clientèle deux types particuliers de cartes électroniques.

- **Les cartes de retrait** : Leur fonctionnalité se limite au retrait d'argent aux distributeurs automatiques de billets (DAB) et à la consultation de compte.

- **Les cartes de paiement** : Elles offrent des fonctionnalités étendues telles que le paiement des factures d'achats sur terminaux de paiement électronique (TPE), ainsi que l'accès aux services bancaires via internet et téléphone.

Pendant la troisième période, à partir de 2008, la SATIM a orienté ses actions vers le développement progressif des services proposés par les banques sur leurs sites internet (consultation des soldes, demandes de chéquiers, de relevés d'identité bancaire, virements, etc.), ainsi que via les téléphones portables, et l'introduction des systèmes de paiement en ligne.

Les efforts considérables déployés par Algérie Poste dans ce domaine ont également été notables, se traduisant par différents projets, notamment la généralisation des cartes de retrait électronique à l'ensemble des clients, la mise à disposition de cartes de paiement CIB, l'élargissement du réseau de DAB, et le développement progressif de services accessibles à la clientèle via internet et téléphone mobile.

3.1.2 Mission de SATIM

Les principales missions de la SATIM sont les suivantes¹⁸ :

- Promouvoir les moyens de paiement électronique.

¹⁸RAFABA Brahim, (2020), « *La monétique en Algérie, développement et perspectives* » Journal d'études en économie et Management. V. 03 N°. 06 Page 300. Université Dr Moulay T, SAIDA,(Algérie).
<file:///C:/Users/qd/Downloads/la-mon%C3%A9tique-en-alg%C3%A9rie%20-d%C3%A9veloppement-et-perspectives.pdf>

- Développer la monétique interbancaire.
- Accompagner les banques dans la mise en place et le développement des produits monétiques.
- Prendre en charge et gérer les infrastructures et les aspects techniques.
- Participer à la définition des normes, des règles techniques, et des règles de gestion et de tarification des produits monétiques.
- Personnaliser les chèques et les cartes de paiement et de retrait d'espèces.

3.2 Algérie Poste

Algérie Poste a été la première institution à entreprendre un projet pilote dans le domaine de l'e-banking. Ce projet a permis la construction de 110 distributeurs automatiques de billets (DAB) et la distribution de 200 000 cartes de retrait entre 1997 et 2005. Cependant, il convient de noter la taille réduite du réseau et le nombre insignifiant de cartes distribuées par rapport au nombre important de clients de cette société.

De plus, les fonctionnalités limitées proposées aux clients pendant cette période, car les cartes délivrées permettaient uniquement le retrait d'argent aux DAB. Le paiement des transactions auprès des commerçants ou en ligne était impossible.

Malgré les déclarations du ministre des Finances à l'époque, M. A. Benkhelifa, selon lesquelles les paiements par carte bancaire devraient être élargis avant fin 2016, les résultats sont restés insignifiants après plusieurs années.

3.2.1 Les cartes d'Algérie Poste

Dans le cadre de son développement, Algérie Poste a proposé deux types de cartes monétiques :

- ✚ **La carte interbancaire de crédit (carte CCP) :** Cette carte est délivrée systématiquement à l'ensemble des titulaires de compte CCP actifs. Elle permet d'effectuer :
 - Toutes les opérations disponibles sur les DAB d'Algérie Poste et quelques opérations sur les GAB des banques.
 - Toutes les opérations financières au niveau des guichets des bureaux de poste à l'aide d'un lecteur de carte connecté au poste de travail.

Les cartes interbancaires de paiement CIB classique et GOLD :

Ces deux cartes monétiques, conformes aux normes EMV (Europay Mastercard Visa), sont délivrées sur demande du client.

La carte CIB classique permet d'accéder à toutes les opérations disponibles sur les distributeurs automatiques de billets (DAB) / guichets automatiques de banque (GAB) d'Algérie Poste et des banques. Elle permet également le règlement des achats de biens et services auprès des commerçants adhérents au réseau monétique interbancaire (RMI) de la SATIM et équipés de terminaux de paiement électronique (TPE).

Quant à la carte CIB GOLD, elle offre les mêmes services que la carte classique, mais avec des plafonds de retrait et de paiement plus élevés (source : site d'Algérie Poste).

La carte Edahabia

La carte Edahabia est une carte de paiement et de retrait électroniques conforme au système EMV (Europay Mastercard Visa). Elle garantit la sécurité des transactions à ses porteurs et permet d'effectuer diverses opérations de retrait et de paiement sur le compte CCP (Compte Chèque Postal), sur les guichets automatiques de banques (GAB) ainsi que sur les terminaux de paiement électronique (TPE). Cette carte a été lancée par Algérie Poste en 2017.

Les services offerts par Edahabia incluent :

- L'achat de divers articles et produits exposés dans la boutique en ligne d'Algérie Poste et de ses partenaires.
- Le règlement des factures de consommation d'électricité, de gaz et d'eau.
- Le rechargement du crédit des communications via la téléphonie mobile.
- Le retrait d'argent à partir d'un distributeur CCP et GAB.
- Ainsi que d'autres services qui seront intégrés prochainement.

L'application mobile Baridimob

Est une application mobile développée par Barid Bank, une banque algérienne. Cette application permet aux clients de Barid Bank d'accéder à divers services bancaires à partir de leur appareil mobile, offrant ainsi une expérience bancaire pratique et sécurisée. Voici quelques-unes des fonctionnalités courantes disponibles dans l'application Baridimob :

- **Consultation des soldes de compte** : Les utilisateurs peuvent vérifier le solde de leurs comptes bancaires en temps réel, y compris les comptes courants, les comptes épargne, etc.
- **Gestion des transactions** : Les clients peuvent effectuer des transactions bancaires telles que les virements entre leurs propres comptes ou vers des tiers, le paiement de factures, etc.
- **Recharge de crédit téléphonique** : L'application permet également aux utilisateurs de recharger le crédit de leur téléphone portable directement depuis leur compte bancaire.
- **Historique des transactions** : Les clients peuvent consulter l'historique de leurs transactions passées, y compris les dépôts, les retraits, les virements, etc.
- **Localisation des agences** : L'application peut aider les clients à localiser les agences et les distributeurs automatiques de billets (DAB) de Barid Bank les plus proches.
- **Sécurité** : Baridimob offre des fonctionnalités de sécurité avancées, telles que l'authentification à deux facteurs, pour garantir la sécurité des transactions bancaires en ligne.

En résumé, Baridimob est une application bancaire polyvalente qui permet aux clients de Barid Bank de gérer leurs finances en toute simplicité depuis leur téléphone portable, offrant un accès pratique et sécurisé à une gamme de services bancaires essentiels.

3.3 Les terminaux de paiement électronique (TPE)

Les terminaux de paiement électronique sont des dispositifs qui permettent d'effectuer les opérations suivantes :

- Le paiement des achats de biens et services par la carte CIB chez les commerçants adhérents au réseau monétique interbancaire.
- Le cash advance (avances de fonds) sur les TPE installés dans les agences.
- Le paiement de factures.

3.4 Les prestations monétiques sur le DAB

Les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) sont des dispositifs permettant le retrait d'espèces avec contrôle du solde CCP en ligne, et le libre-service bancaire délivré uniquement aux porteurs de cartes émises par Algérie Poste sur le parc de GAB d'Algérie Poste. Les prestations monétiques disponibles sur les DAB comprennent :

- ❖ La consultation du solde du compte.
- ❖ La commande de carnets de chèques.

- ❖ L'édition du relevé des 10 dernières opérations effectuées sur le compte.
- ❖ Le virement du compte CCP du porteur sur un autre compte CCP.
- ❖ Le paiement de factures.
- ❖ L'édition du relevé d'identité postale (RIP).
- ❖ L'adhésion au service de recharge de compte prépayé Mobilis par débit du compte CCP (l'adhésion est nécessaire pour pouvoir effectuer des recharges à l'aide du mobile).
- ❖ La recharge de comptes prépayés Mobilis par prélèvement du compte CCP (source : site d'Algérie Poste).

3.5 Algérie Télécom et le réseau internet 4G en mode fixe (LTE) aux clients résidentiels

Le réseau Internet à très haut débit 4G en mode fixe (LTE) d'Algérie Télécom (AT) est désormais accessible aux clients résidentiels, après avoir d'abord concerné les entreprises puis les cybercafés. Ce service révolutionnaire permet aux utilisateurs d'accéder à Internet à haut débit à travers une connexion fixe.

Le service 4G LTE offre un accès Internet rapide et fiable au prix de 3500 DA, comprenant un modem et une carte SIM 4G LTE, ainsi qu'un volume de téléchargement de 5 giga-octets pour une durée de validité d'un mois, comme précisé dans le journal 'Le Temps en 2014'.

Cette avancée technologique permet aux clients résidentiels de bénéficier d'une connectivité Internet de qualité supérieure, leur permettant de profiter d'une expérience en ligne fluide et sans interruption. Avec la croissance continue des besoins en matière de connectivité, l'introduction du réseau 4G LTE fixe représente une étape importante dans la modernisation des infrastructures de télécommunication en Algérie, offrant aux utilisateurs un accès rapide et stable à Internet depuis le confort de leur domicile.

Conclusion

En résumé, les banques en Algérie font toujours face à des défis importants, notamment en raison de problèmes technologiques et organisationnels. Elles accusent un retard significatif dans l'adoption des nouvelles technologies en raison de systèmes vieillissants et d'infrastructures obsolètes.

Parallèlement, les consommateurs algériens semblent peu familiers avec les services bancaires en ligne, en partie en raison d'un manque de sensibilisation et de communications

Chapitre I : Généralités sur l'E-Banking

adaptées. De nombreux clients préfèrent encore les méthodes traditionnelles, comme se rendre en agence, pour leurs transactions bancaires.

Pour surmonter ces obstacles, les banques doivent investir dans la modernisation de leurs systèmes et intensifier leurs efforts de sensibilisation auprès des clients. Des campagnes de communication ciblées mettant en avant la sécurité et la facilité des services en ligne pourraient encourager une adoption plus large de ces technologies. De plus, il est essentiel d'améliorer l'accessibilité et la convivialité des plateformes en ligne pour répondre aux attentes des clients et renforcer leur confiance dans ces nouvelles solutions.

Chapitre II :

Cadre théorique sur la performance bacaire

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

Introduction

Dans ce chapitre consacré à la performance bancaire, nous entamons notre étude en établissant un cadre général autour du concept de performance. Nous définissons les notions fondamentales et identifions les critères essentiels pour évaluer la performance dans le contexte spécifique des institutions financières.

Dans la première section, nous explorons les diverses dimensions de la performance ainsi que les critères utilisés pour la mesurer. Nous examinons des aspects tels que l'efficacité opérationnelle et la rentabilité financière, mettant en évidence leur importance pour évaluer le succès d'une institution financière.

La deuxième section est consacrée aux déterminants spécifiques de la performance bancaire. Nous analysons les facteurs internes et externes qui influent sur la performance des banques, en mettant l'accent sur des éléments tels que la capitalisation et la liquidité du marché, ainsi que les économies d'échelle.

Enfin, dans la troisième section, nous examinons les méthodes de mesure de la performance, en mettant particulièrement l'accent sur la rentabilité. Nous étudions les outils utilisés par les institutions financières pour évaluer leur performance financière.

Section 1 : définitions et critères de la performance bancaire

Dans cette section, nous définissons les notions fondamentales de la performance bancaire et identifions les critères essentiels pour son évaluation. Nous abordons des aspects tels que l'efficacité opérationnelle et la rentabilité financière, en soulignant leur importance pour mesurer le succès des institutions financières.

1.1 Définition de la Performance

La Performance, un terme vaste et crucial, résiste à une définition simpliste en raison de sa profondeur et de sa complexité. S'appuyant sur la richesse des théories qui l'entourent, nous pouvons l'appréhender à travers trois prismes distincts¹ :

¹ DERBALI Abdelkader, (2010), « Performance bancaire en période de crise », Mastère en finance et banque. Université de Sousse Tunisie.

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

- **Résultat d'actions coordonnées et cohérentes**

La Performance émerge comme le fruit d'efforts harmonisés, mobilisant divers moyens tels que les ressources humaines et financières. Cela sous-entend l'existence d'un potentiel organisationnel, incarné par les compétences du personnel, les avancées technologiques, et la structure organisationnelle.

- **Évaluation par comparaison aux objectifs**

L'évaluation de la Performance s'effectue par une confrontation avec des objectifs préalablement définis, à travers une batterie d'indicateurs, tant quantitatifs que qualitatifs. Cette comparaison instaure un contexte compétitif, où l'objectif est de surpasser les réalisations antérieures ou de répondre voire dépasser les objectifs fixés. Ce processus implique une interprétation subjective, sujette à des jugements de valeur variant selon les parties prenantes impliquées (actionnaires, dirigeants, employés).

- **Reflet du succès des actions entreprises**

La Performance, intrinsèquement positive, se révèle comme un concept relatif, se définissant par le succès d'une comparaison. Elle se déploie dans un champ d'objectifs multiples et se teinte de subjectivité, influencée par l'évaluateur.

Pour Philippe LORINO, la Performance se définit comme "tout ce qui contribue, et exclusivement ce qui contribue, à l'amélioration du rapport valeur-coût. En revanche, ne constitue pas nécessairement de la Performance ce qui réduit les coûts ou accroît la valeur de manière isolée." Elle se manifeste également comme "tout ce qui, et uniquement ce qui, concourt à la réalisation des objectifs stratégiques"².

1.2 Les critères de performance

La performance ne se limite pas à évaluer simplement un résultat, mais elle englobe également la manière dont ce résultat est atteint, en tenant compte des conditions et des objectifs de réalisation. Ainsi, elle se divise en deux aspects distincts : l'efficacité et l'efficience, chacun revêtant une importance particulière et pouvant être évalué indépendamment.

² LORINO P, (1988), « *Méthodes et pratiques de la performance* », Edition d'organisation, Paris, pp. 18-20.

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

1.2.1 L'efficacité

Dans le domaine de la gestion, l'efficacité est souvent évoquée pour évaluer la relation entre le résultat obtenu et les objectifs fixés. Par exemple, une banque est considérée comme efficace lorsqu'elle atteint les objectifs définis par ses dirigeants. L'efficacité représente une préoccupation primordiale pour les responsables, puisqu'elle indique que les actions entreprises ont permis de répondre aux principaux axes stratégiques. L'efficacité se mesure par le meilleur rapport possible entre le degré de réalisation des objectifs et les moyens mis en œuvre pour les atteindre. Incarnant ainsi la capacité à obtenir un résultat

1.2.2 L'efficience

D'un autre côté, l'efficience vise à maximiser la quantité produite à partir d'une quantité fixée de ressources, ou à minimiser la quantité de ressources consommées pour une production donnée. En d'autres termes, elle mesure l'absence de gaspillage dans l'utilisation des ressources (humaines, techniques, financières, etc.), tout en maintenant un niveau d'efficacité. Selon STERN et EL-ANSARY, l'efficience englobe trois concepts principaux³ :

- ✓ **La productivité** : qui cherche à optimiser l'utilisation des ressources physiques engagées, en établissant le rapport entre la production réalisée et le volume de facteurs utilisés.

Productivité= quantité de sortants/quantité d'entrants

- ✓ **La profitabilité** : qui évalue le rendement d'un profit par rapport aux coûts qui lui sont associés.

Profitabilité= résultat d'exploitation/coût d'exploitation

- ✓ **La rentabilité** : La rentabilité se concentre sur l'optimisation des ressources financières engagées dans une entreprise. Elle se mesure par le rapport entre le profit réalisé et les capitaux investis pour l'obtenir, représentant ainsi le bénéfice distribuable par rapport aux capitaux propres.

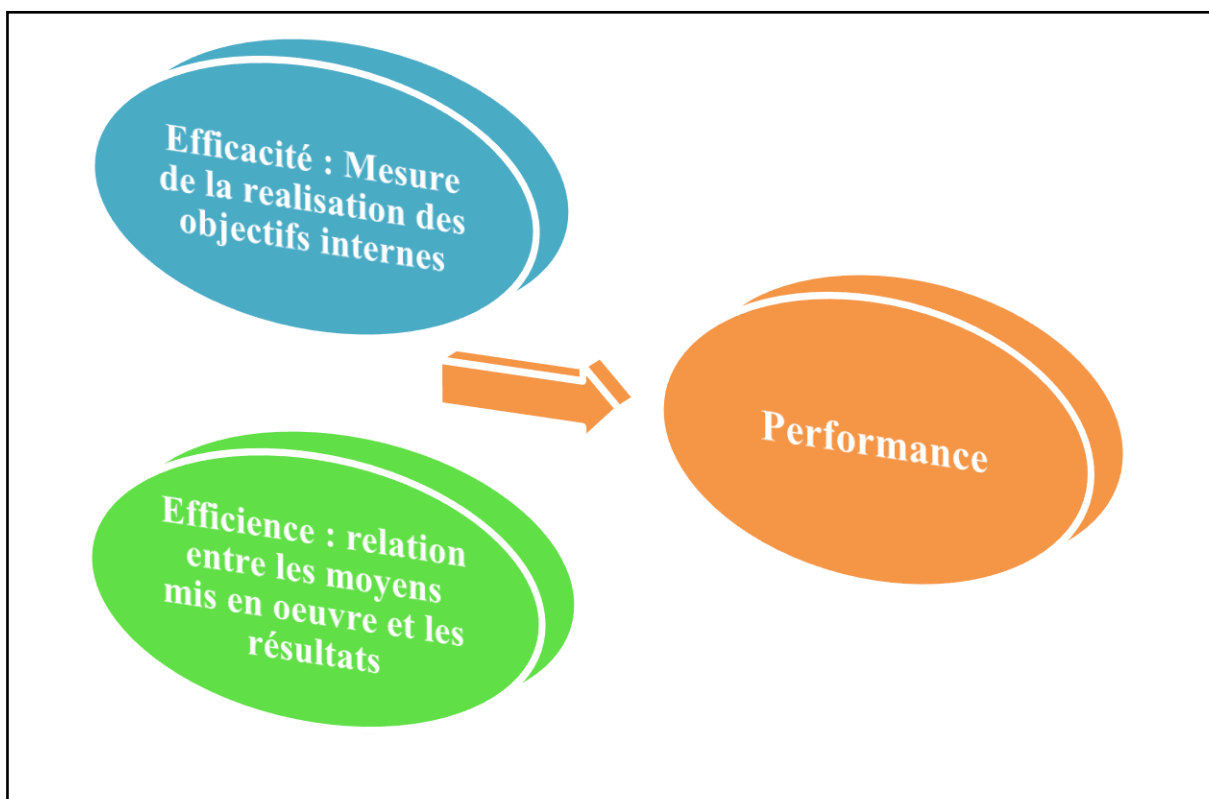
³ HERBI I, AIT MAMMAR L. (2012), « Evaluation et pilotage de la performance financière Cas : BNP Paribas El-Djazair et Société Générale Algérie » Mémoire de fin d'études, Ecole supérieure de commerce, Alger

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

Rentabilité= profit/capital investi

La notion de performance intègre à la fois l'efficacité et l'efficience, bien que ces deux concepts ne soient pas nécessairement interdépendants. En d'autres termes, si l'efficacité se concentre sur l'atteinte des objectifs fixés, l'efficience se concentre sur la meilleure manière d'y parvenir, en optimisant l'utilisation des ressources disponibles.

Figure N°1 : Le concept d'efficacité, d'efficience et de performance.⁴



Source : BESCOS P.L, (1997), « *Contrôle de gestion et Management* », Montchrestien, 4ème édition, Paris, Page 42.

1.3 Types de performance

La performance d'une organisation est évaluée de manière distincte selon les parties prenantes impliquées : clients, salariés, actionnaires, managers et prêteurs de fonds, chacun ayant des objectifs propres à réaliser (acteurs de performance internes et externes). Parmi ces différentes perspectives, on distingue notamment :

⁴ BESCOS P.L, (1997), « *Contrôle de gestion et Management* », Montchrestien, 4ème édition, Paris, Page 42.

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

1.3.1 La performance externe

Celle-ci est généralement destinée aux parties prenantes en relation contractuelle avec l'organisation, en particulier les actionnaires et les institutions financières. Son évaluation se focalise sur les résultats actuels ou futurs et nécessite la production et la communication d'informations financières. De plus, elle engendre une analyse financière approfondie des grands équilibres et donne lieu à des interactions entre les différentes parties prenantes.

1.3.2 La performance interne

La performance interne se rapporte à la capacité de l'organisation à atteindre les objectifs définis par ses dirigeants. Elle englobe l'ensemble du personnel et toutes les activités de l'organisation, de l'approvisionnement à la commercialisation en passant par la production et l'administration.

Au sein de l'institution bancaire, **Venkatrom** et **Romanujan** (1986) ont distingué trois conceptions concernant le concept de la performance : la performance financière, la performance opérationnelle et la performance organisationnelle. Aussi, **Lallé** (1992) a ajouté d'autres types de performances telles que la performance économique, technique, managériale, commerciale et sociale.

1.3.3 La performance économique

La performance économique se réfère généralement à la capacité de l'organisation à réduire ses coûts tout en maximisant le chiffre d'affaires, le profit, la rentabilité des investisseurs et le produit net. Cette forme de performance comporte deux composantes distinctes :

- Une composante à court terme évaluée à partir d'indicateurs de résultats immédiats spécifiquement sélectionnés pour rendre compte de l'activité de l'entreprise.
- Une composante à moyen et long terme correspondant à des objectifs de création de potentiel, relatifs à des actions qui auront des effets positifs dans le futur : formation du personnel, adoption de nouvelles techniques ou innovation produit.

1.3.4 La performance sociale

Au sein des organisations, la performance sociale est souvent définie comme étant le rapport entre un effort social et l'attitude des salariés. Cependant, mesurer quantitativement ce type de performance est souvent complexe. Selon **BAYED.M** (1992), la performance sociale est

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

définie comme le niveau de satisfaction atteint par l'individu participant à la vie de l'organisation. En effet, elle consiste en la réduction des dysfonctionnements qui affectent les conditions de vie au travail dans leur ensemble. L'évaluation de la performance sociale dépend des conditions de travail des salariés et des actions mises en œuvre par l'organisation pour les améliorer.

1.3.5 La performance financière

La performance financière renvoie à la capacité de l'organisation à gérer ses opérations de manière optimale, c'est-à-dire à convertir efficacement les intrants en extrants. Elle se caractérise par la manière dont l'organisation formule sa stratégie, la communique et fixe des objectifs, tout en utilisant de manière efficiente les ressources humaines, matérielles et financières disponibles.

1.3.6 La performance technique

Dans la littérature moderne, la performance technique désigne la façon dont l'organisation utilise efficacement les ressources disponibles, ainsi que le degré d'innovation dans le système de gestion, le processus de production et les produits et services proposés. Cette performance repose sur deux facteurs principaux : le facteur humain et le facteur technique. Ainsi, l'organisation est encouragée à maximiser la profitabilité, la croissance des ventes et l'augmentation de la productivité, tout en utilisant efficacement le travail et le capital disponibles. Elle est mesurée selon plusieurs critères, notamment la veille technologique, les bilans périodiques des innovations et les ajustements réguliers des procédures en fonction du développement de l'entreprise et de ses projets.

1.3.7 La performance managériale

Selon FRIOUI.M (2001), la performance managériale se définit par la capacité du manager et de l'équipe dirigeante à atteindre les objectifs fixés. Elle implique cinq critères d'évaluation :

- La direction des subordonnés, comprenant le développement, l'assistance et l'autorité.
- L'entrepreneuriat, englobant l'efficience, l'efficacité et la proactivité.
- Le leadership, qui inclut la logique de raisonnement, la confiance en soi et les compétences en communication.
- La gestion des ressources humaines, couvrant la gestion des processus et des groupes.
- D'autres compétences telles que le contrôle de soi, l'objectivité relative, l'énergie et la capacité d'adaptation.

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

1.3.8 La performance organisationnelle

KALIKA.M (1988) définit la performance organisationnelle comme étant les mesures directement liées à la structure organisationnelle, et non à ses conséquences sociales ou économiques.

Cette performance repose sur quatre facteurs :

- Le respect de la structure formelle.
- Les relations entre les services.
- La qualité de la circulation de l'information.
- La flexibilité de la structure.

1.3.9 La performance stratégique

Dans le cadre de la structure organisationnelle moderne, la performance stratégique revêt une importance primordiale. Pour cela, l'entreprise doit définir des objectifs stratégiques appropriés, tels que l'amélioration de la qualité des produits, l'adoption de stratégies de marketing innovantes ou l'intégration de technologies de fabrication plus performantes. Il est essentiel pour une organisation de communiquer ces objectifs stratégiques à son personnel et de veiller à leur transformation en objectifs opérationnels pour atteindre la performance stratégique.

Cette forme de performance est généralement associée à :

- La capacité à remettre en question les avantages stratégiques acquis.
- La mise en place d'un système de volontés visant le long terme.
- La capacité de l'organisation à développer un avantage compétitif durable.
- La recherche de sources de valeur créatrices de marge.
- L'excellence à tous les niveaux de l'organisation.

1.3.10 La performance commerciale

La performance commerciale se définit comme la capacité d'une organisation à répondre aux besoins de sa clientèle en proposant des produits et services conformes à leurs attentes. L'objectif principal est de satisfaire les besoins des clients tout en tenant compte des stratégies des concurrents et en assurant la conservation et l'expansion d'une part de marché plus importante. La mesure de cette performance fait appel à plusieurs indicateurs, notamment :

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

- La part de marché.
- La fidélisation de la clientèle.
- La satisfaction des clients.
- La rentabilité par client, par produit, par marché, etc.

Section 2 : Les déterminants de la performance bancaire

Les facteurs qui influent sur la performance bancaire peuvent être catégorisés en déterminants internes et externes. Les déterminants internes, également connus sous le nom de déterminants micro-économiques, sont ceux qui sont propres à la banque elle-même. En revanche, les déterminants externes sont des variables qui reflètent l'environnement économique et juridique dans lequel la banque exerce ses activités.

2.1 Les déterminants internes⁵

2.1.1 La taille

Les effets de la taille sur la performance des banques suscitent un débat animé parmi les chercheurs, avec des perspectives divergentes. Certaines études, regroupées dans le premier ensemble, soutiennent un effet positif de la taille sur la performance. Parmi elles, les travaux de Short (1979) et Passoirs et al. (2007) avancent que les banques de grande taille bénéficient d'économies d'échelle, ce qui réduit leurs coûts. De plus, ces banques peuvent généralement lever des fonds à des coûts moindres.

Dans le deuxième ensemble, d'autres chercheurs soulignent les effets négatifs de la taille, argumentant que la gestion devient plus complexe à mesure que la taille de la banque augmente. Ils notent également que la croissance rapide peut souvent se faire au détriment des marges et de la performance. De Jonghe conclut que les petites banques sont plus résilientes face à des conditions économiques difficiles, tandis que BARROS affirme qu'elles sont plus susceptibles d'obtenir de bonnes performances et moins susceptibles de subir des performances médiocres, tandis que l'inverse est vrai pour les grandes banques.

Le troisième ensemble d'auteurs, représenté par Goddard et al. (2004) et Micco et al. (2007), ne trouve pas de lien statistiquement significatif entre la taille et la performance des banques.

⁵ SANDERSON Abel & LE ROUX Pierre. (2016), « *Determinants of Banking Sector Profitability in Zimbabwe* ». International Journal of Economics and Financial Issues, 6(3), P. 845-854.

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

Ces chercheurs contestent l'argument des économies d'échelle et soutiennent que peu de coûts peuvent être réduits simplement en augmentant la taille.

2.1.2 La liquidité

La mesure de la liquidité dans les banques est souvent basée sur le ratio des prêts par rapport aux actifs. Plus ce ratio est élevé, moins la banque dispose de liquidités, car les fonds sont engagés dans des prêts à diverses échéances. En cas de besoin immédiat de liquidités, la banque ne peut pas compter sur ces prêts, car ils ne seront remboursés que plus tard. La majorité des chercheurs constatent une corrélation positive entre ce ratio et la performance, ce qui implique une relation négative entre la liquidité et la performance.

La liquidité joue un rôle crucial dans la rentabilité bancaire, et différentes définitions sont utilisées pour la caractériser. Par exemple, on peut la définir comme la somme des billets et de la monnaie centrale détenus par les établissements de crédit. Une définition similaire indique que la liquidité d'une banque se réfère à sa capacité à financer ses actifs et à rembourser ses engagements (le passif).

2.1.3 La capitalisation⁶

La capitalisation des banques est généralement évaluée à travers le ratio de rentabilité des capitaux propres par rapport aux actifs, communément appelé ratio CAR (capital-asset ratio).

À première vue, on pourrait penser qu'un ratio CAR élevé entraîne une diminution du retour sur capitaux propres (ROE), en raison de deux mécanismes :

- Un ratio élevé indique un niveau de risque plus faible.
- Une augmentation du ratio peut signifier une diminution de l'endettement, ce qui entraîne une réduction de l'avantage fiscal lié aux charges d'intérêts.

Cependant, la plupart des études démontrent que les banques les plus performantes sont celles qui maintiennent un niveau élevé de capitaux propres par rapport à leurs actifs.

Voici les principales explications avancées par les chercheurs pour justifier ces résultats :

- Un niveau élevé de capitaux propres réduit le risque de faillite encouru par les banques, leur permettant ainsi d'investir dans des actifs plus risqués, mais

⁶ ABOBAKR, MG (2018), « *Bank specific, industry concentration, and macroeconomic determinants of Egyptian banks' profitability* », *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 8(1), P. 380-397

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

potentiellement plus rentables, tout en maintenant un niveau de risque constant. Cela se traduit par une meilleure performance.

- Une forte capitalisation envoie un signal positif au marché quant à la solvabilité et au faible risque de crédit de la banque. En conséquence, ces banques peuvent réduire leurs coûts de financement, par exemple en payant des taux d'intérêt plus bas sur leur dette.
- En utilisant davantage de capitaux propres (qui sont plus coûteux que la dette) pour financer des projets, la banque indique au marché sa confiance dans ces projets et leur potentiel de rentabilité.
- Enfin, une banque fortement capitalisée n'a pas besoin d'emprunter autant pour financer un niveau d'actifs donné par rapport à une banque faiblement capitalisée.

Ces éléments soulignent l'importance de maintenir des niveaux élevés de capitaux propres pour assurer la performance et la solidité financière des banques.

2.1.4 Le montant des dépôts bancaires

L'examen de la relation entre la performance bancaire et le volume des dépôts révèle deux résultats contradictoires. D'une part, un niveau élevé de dépôts peut améliorer la performance car ces fonds sont plus stables et moins coûteux que les fonds empruntés. Cependant, d'autre part, ces dépôts nécessitent des équipes importantes et des départements spécialisés pour leur gestion, ce qui entraîne des coûts élevés.

Parmi les chercheurs ayant exploré cette relation, Demirgüç-Kunt et Huizinga (1999) ont constaté que les coûts élevés associés aux dépôts ont un impact négatif sur la performance des banques, soutenant ainsi le deuxième argument. En résumé, bien que les dépôts puissent offrir des avantages en termes de stabilité et de coût, les coûts de gestion associés peuvent peser sur la performance globale des banques.

2.1.5 Le degré de diversification

Il se mesure par le ratio : résultats hors intérêts liés aux prêts sur les résultats opérationnels. Une seule étude démontre et conclut l'effet positif de la diversification sur la performance, toutes les autres études aboutissent au résultat inverse et suggèrent que ce mouvement vers des résultats non liés aux intérêts n'a pas amélioré les couples risque-rentabilité.

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

2.2 Les déterminants externes

2.2.1 La concentration du marché

Selon une étude menée par Molyneux et Thornton (1992) sur l'impact de cette concentration sur la performance des banques, un niveau élevé de concentration dans le secteur bancaire peut conduire à des profits monopolistiques. Ils ont constaté que le ratio de concentration bancaire avait un effet positif et statistiquement significatif sur la performance des banques.

Une autre étude, réalisée par Short (1979), suggère que les banques opérant dans des marchés fortement concentrés sont susceptibles de s'engager dans des pratiques de collusion. De manière générale, une corrélation positive entre la concentration du marché et les profits est attendue, en ligne avec l'hypothèse du pouvoir de marché, qui postule qu'un pouvoir de marché élevé conduit à des profits monopolistiques.

2.2.2 Le type d'appartenance

En ce qui concerne le type de propriété des banques, la majorité des études se penchent sur les différences de performance entre le secteur public et le secteur privé. Certaines recherches soutiennent que les banques publiques affichent une performance inférieure à celle des banques privées. Bourke (1989) a obtenu des résultats qui présentaient à la fois des corrélations positives et négatives. D'autre part, Molyneux et Thornton (1992) ont observé une relation positive et significative entre cette variable et la rentabilité.

2.2.3 L'inflation

Concernant l'impact de l'inflation sur la performance des banques⁷, Revell (1979) souligne que l'effet de l'inflation sur la rentabilité dépend de la rapidité avec laquelle les revenus et les dépenses des banques augmentent par rapport à l'inflation.

Cette relation avec les bénéfices dépend ainsi de la précision de l'anticipation de l'inflation. En anticipant correctement, une banque peut augmenter ses taux de prêt à l'avance, ce qui lui permet d'accroître ses revenus plus rapidement que ses coûts d'exploitation, générant ainsi des profits accrus.

⁷ AFANASIEFF, T., LHACER, P., NAKANE, M., (2002). « *The Determinants of Bank Interest Spreads in Brazil* ». Banco Central di Brazil Working Papers.

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

2.2.4 La croissance du Produit Intérieur Brut (PIB)

Cet indicateur mesure le niveau de croissance de l'activité économique, ce qui a un impact positif sur la performance des banques. En effet, une croissance de l'activité économique entraîne généralement une augmentation des investissements, ce qui se traduit par une demande accrue de crédits.

Plus les prêts accordés par les banques sont importants, plus leur performance s'améliore. Cette relation a été confirmée par la plupart des chercheurs ayant étudié cette dynamique, notamment Goddard et ses collaborateurs (2004).

2.2.5 La concurrence

En ce qui concerne l'influence de la concurrence sur la performance des banques, les avis sont partagés. Cependant, cette variable est généralement reconnue comme un élément crucial de la performance bancaire.

Rhoades (1980) a examiné comment l'arrivée de nouvelles entreprises affecte la concurrence sur le marché, concluant à l'absence de lien significatif entre l'entrée de nouveaux acteurs et le niveau de concurrence. Compte tenu de la difficulté à mesurer précisément l'impact de la concurrence, la plupart des chercheurs préfèrent intégrer cette variable dans le cadre plus global de la réglementation du secteur bancaire.

Section 3 : La mesure de la performance Et la Rentabilité

3.1 La mesure de la performance bancaire⁸

La mesure de la performance représente un ensemble de méthodes de contrôle visant à garantir que les diverses entités responsables au sein de l'organisation respectent les normes établies par chacune d'elles, et à appliquer des récompenses ou des sanctions lorsque les réalisations divergent sensiblement des normes fixées. L'évaluation des performances implique la prise en compte de diverses notions et conditions de mesure, ainsi que la mise en œuvre d'un système de motivation pour le personnel.

En substance, la mesure de la performance consiste en un processus par lequel les dirigeants s'assurent que les ressources sont acquises et utilisées de manière efficiente et efficace pour

⁸ IFEACHO, C. & NGALAWA, H. (2014). « *Performance of the South African Banking Sector since 1994* ». The Journal of Applied Business Research, 30(4), P. 1183-1195

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

atteindre les objectifs de l'entité. Elle repose sur un système d'information et est conçue pour gérer une entité en mesurant et en contrôlant les risques et les performances dans un environnement caractérisé par l'incertitude.

La mesure de la performance peut prendre différentes formes⁹ :

- Financière : Elle se traduit en unités monétaires ou est liée à des aspects financiers tels que la mesure des profits, du Produit Net Bancaire (PNB), etc.
- Non financière : Elle s'exprime en unités autres que monétaires et ne découle pas de transactions basées sur des unités monétaires.

De plus, la performance peut être évaluée soit rétrospectivement, en mesurant le niveau de performance atteint ou la réalisation des objectifs, à l'aide d'indicateurs de résultats ou de reporting, soit préventivement, en mesurant la progression vers la réalisation des objectifs afin de permettre des actions correctives, à l'aide d'indicateurs de suivi ou de pilotage.

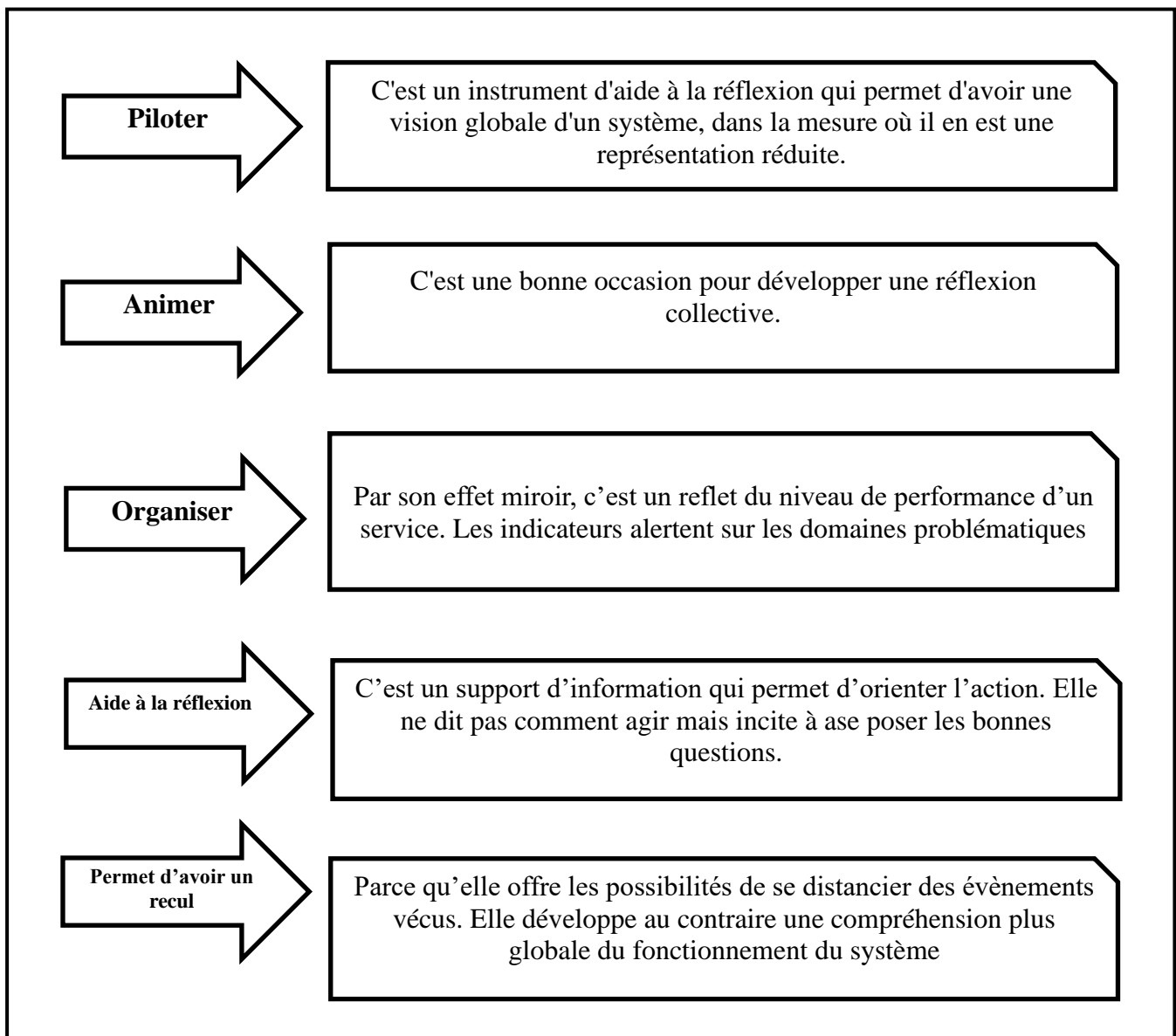
3.1.1 Objectifs de mesure de la performance

Les principes de la mesure de performance sont fondamentaux pour une évaluation efficace des entités, mais ils ne sont pas toujours faciles à mettre en œuvre. Ils doivent être objectifs, concrets, simples et compréhensibles.

⁹ BELHADJ Salah, (2020), « Les déterminants de la performance bancaire : Cas des banques Tunisiennes » Mémoire de fin d'études, Institut de Financement du Développement du Maghreb Arabe

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

Figure N°2 : Les objectifs de la mesure de la performance.



Source : KANIT A. (2002), « Élaboration d'un tableau de bord prospectif » Mémoire de magistère en Sciences Commerciales, Université de Batna, P.56.

3.1.2 Principes de mesure de la performance

Voici une présentation des principes de mesure de la performance sous forme de liste :

A. Principe de pertinence

La mesure de performance d'une entité est considérée comme pertinente si elle oriente le comportement du manager dans le sens des objectifs de l'organisation." Ce principe implique

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

que tous les objectifs individuels doivent converger vers un but commun, à savoir l'atteinte de la performance globale de l'organisation.

B. Principe de contrôlabilité

"Le principe de contrôlabilité stipule que la mesure de la performance d'un manager en charge d'une entité doit être construite sur la base des éléments qu'il peut maîtriser. "Ce principe repose sur l'hypothèse d'un partage clair et sans ambiguïté des responsabilités, exigeant des objectifs clairement établis pour être contrôlables.

C. Autres principes

- **Principe de fiabilité** : Assurant que les mêmes situations produisent les mêmes valeurs.
- **Principe de simplicité et lisibilité** : Assurant que les méthodes utilisées et les indicateurs choisis pour la mesure de la performance soient aisément compréhensibles.
- **Principe de sélectivité** : Assurant un meilleur choix des indicateurs à utiliser pour que les managers ne soient pas débordés avec des indicateurs inutiles.

3.2 La rentabilité

Considérée comme indicateur de performance, la rentabilité d'un point de vue stratégique, constitue l'évaluation comptable de la performance de la banque.

3.2.1 Définition de la rentabilité

La rentabilité peut être définie comme "un indicateur de la capacité d'une banque à supporter les risques et/ou à accroître ses fonds propres"¹⁰.

Ainsi, elle représente la capacité d'un capital investi à générer un revenu, soit le rapport entre un résultat et les moyens déployés pour l'obtenir.

Généralement, elle exprime ce rapport entre le résultat et les moyens employés pour l'atteindre¹¹. La rentabilité peut se présenter sous forme de rentabilité économique et financière. Cette diversité d'indicateurs découle de la nécessité pour la banque de répondre

¹⁰ GREUNING H.V. et BRATANOVIC S.B. (2004) « *Analyse et gestion du risque bancaire* », 1ère Edition Eska, Paris, p.81.

¹¹ MADIOU Lydia. (2015), « *Mesure et optimisation de rentabilité des banques par application du benchmarking et les méthodes d'enveloppement des données cas de la BNA* », thèse de magistère, SE, CG, UMMTO

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

aux attentes variées de ses différents partenaires (dirigeants, actionnaires, salariés et autorités de contrôle), qui ont des perceptions distinctes de la performance.

A. La rentabilité économique

La rentabilité économique permet d'évaluer si une opération générera un coût ou un excédent, mesurant ainsi l'efficacité des moyens de production déployés dans une activité. Elle est équivalente au résultat brut d'exploitation. Dans le domaine bancaire, elle analyse la viabilité financière des opérations en déterminant si elles engendrent des coûts ou des bénéfices, orientant ainsi les décisions d'investissement et de gestion des ressources pour maximiser les rendements tout en minimisant les dépenses.

B. La rentabilité financière

La rentabilité financière mesure la capacité d'une entreprise à rémunérer ses actionnaires, étant le rapport entre le résultat net et les capitaux propres investis après prise en compte du financement.

Elle est souvent représentée par le résultat net rapporté aux capitaux propres et permet d'évaluer l'aptitude de ces capitaux à générer un résultat net. Cette rentabilité intéresse directement les propriétaires de l'entreprise car elle relate l'excédent brut d'exploitation par rapport aux capitaux propres.

3.2.2 La mesure de la rentabilité bancaire¹²

Les autorités prudentielles utilisent divers moyens et instruments pour analyser et évaluer la rentabilité. Le principal objectif des banques et autres organisations est de rentabiliser leurs fonds en utilisant des outils permettant de mieux comprendre la formation de leur résultat.

Ces outils incluent l'analyse des soldes intermédiaires de gestion (SIG) et des ratios de rentabilité d'exploitation, ainsi que des ratios de rentabilité globale, basés sur les informations du compte de résultat.

3.2.2.1 La mesure de la rentabilité bancaire à travers les soldes intermédiaires de gestion

Permet d'identifier les éléments contribuant à la formation du résultat.

¹² TAHAMT Dyhia, (2023), « L'incidence financière de la mise en place des systèmes de paiement électronique sur la rentabilité. Cas : Algérie poste », Mémoire de fin d'études, UNIVERSITE MOULOUZ MAAMERI TIZI OUZOU.

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

Cette détermination repose sur quatre calculs intermédiaires : la détermination du Produit Net Bancaire (PNB), du Résultat Brut d'Exploitation (RBE), du Résultat d'Exploitation (RE) et enfin du Résultat Net (RN).

Cependant, cette démarche peut être complexe et limitée, d'où la nécessité de méthodes complémentaires telles que le calcul de ratios.

A. Le Produit Net Bancaire (PNB)

Le Produit Net Bancaire (**PNB**) est un indicateur qui donne un aperçu global des activités de la banque, incluant ses fonctions d'intermédiation et de marché, et détermine la marge brute dégagée par les établissements de crédit sur l'ensemble de leurs activités bancaires.

Il représente les produits d'exploitation bancaires moins les charges d'exploitation bancaires.

Le PNB mesure également la capacité de la banque à générer une marge d'intérêt reflétant son activité d'intermédiation financière, et indique dans quelle mesure les produits d'exploitation bancaires couvrent les charges d'exploitation.

Les produits d'exploitation incluent la marge d'intermédiation (les intérêts perçus sur les crédits accordés), les commissions de services, les plus-values issues des activités de marché, ainsi que les produits des opérations de trésorerie et interbancaires. Les charges d'exploitation comprennent les intérêts payés sur les dettes liées à l'activité d'intermédiation, ainsi que les moins-values réalisées sur les activités de marché.

$$\text{PNB} = \text{Produits d'exploitation bancaires} - \text{Charges d'exploitation bancaires}$$

B. Le résultat brut d'exploitation (RBE)

Ce solde représente la marge dégagée sur l'ensemble des activités de la banque après prise en compte des frais de structure. Il s'obtient en retranchant du PNB les frais généraux, qui englobent les dépenses nécessaires à la mise en œuvre des activités bancaires. Ces frais comprennent les charges générales d'exploitation ainsi que les dotations aux amortissements et provisions des immobilisations incorporelles et corporelles.

$$\text{RBE} = \text{PNB} - \text{Charges de fonctionnement}$$

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

C. Le résultat d'exploitation (RE)

C'est un indicateur qui présente la marge dégagée par la banque après prise en compte des frais de fonctionnement. La banque doit assumer les risques qu'elle a acceptés de prendre dans le cadre de son activité que ce soit le risque de crédit ou autres risques, le résultat d'exploitation s'écrira donc ;

$$\text{RE} = \text{RBE} - \text{coûts du risque}$$

D. Le résultat courant avant Impôt

Ce solde s'obtient à partir du résultat d'exploitation en déduisant les gains et pertes sur actifs immobilisés. Ce solde donne une synthèse des produits et charges liés à l'activité courante de la banque. Les actifs immobilisés correspondent généralement aux titres de participation, les parts dans les entreprises liées et les titres d'investissement.

$$\text{RCAI} = \text{Résultat d'exploitation} +/- \text{Résultat financier}$$

Avec le Résultat financier qui est : **Les produits financiers – Les charges financières.**

E. Le résultat net de l'exercice (RN)

Ce résultat s'obtient par la soustraction du résultat brute d'exploitation (RBE) d'un certain nombre de postes comptables et fiscaux. Ces postes se sont des amortissements d'exploitation ou des amortissements financiers, les dotations et reprises de provisions, des pertes et profits divers et les impôts. Le résultat net permet l'appréciation de la performance du centre de profit ainsi que sa comparaison aux concurrents internes et externes et l'analyse de son évolution sur plusieurs années. Aussi le résultat net permet d'apprécier la rentabilité de la banque.

$$\text{RN} = \text{RCAI} + \text{Produits exceptionnels} - \text{charges exceptionnels} - \text{IBS}$$

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

3.2.2.2 Mesure de la rentabilité bancaire à travers les ratios de rentabilité d'exploitation

L'analyse de la rentabilité par les ratios est un prolongement de la méthode des soldes intermédiaires de gestion, qui vise à mettre en forme les données comptables les plus significatives sous forme de rapports, tirés soit du bilan, soit du compte de résultat, pour servir de mesure de la rentabilité. Les ratios sont des rapports entre deux grandeurs, exprimés en pourcentage ou en coefficient. Ils offrent une perspective comparative ou une relation de cause à effet entre les éléments financiers.

A. Coefficient d'exploitation : Le coefficient d'exploitation indique la part du produit net bancaire absorbée par les frais généraux, il s'écrit comme suit :

$$\text{Le coefficient d'exploitation} = \frac{\text{frais généraux}}{\text{PNB}} < 65 \%$$

Le coefficient d'exploitation est en effet un indicateur crucial de l'efficacité de la gestion d'une banque. Un coefficient supérieur à 70 % est généralement considéré comme élevé, ce qui peut signaler soit des frais généraux excessifs par rapport au volume d'activité, indiquant une faible productivité, soit une baisse du produit net bancaire sans une réduction proportionnelle des coûts. En revanche, un coefficient inférieur à 65 % est généralement vu comme acceptable, indiquant une gestion plus efficace des coûts par rapport aux revenus générés. Cela étant dit, ces chiffres peuvent varier légèrement en fonction des normes et des conditions spécifiques du marché financier dans lequel opère la banque.

B. Les ratios de productivité par agent

Pour mieux évaluer l'efficacité de la main-d'œuvre dans le secteur bancaire, où les services constituent le principal produit, il est essentiel d'analyser les ratios de productivité par agent. Ces ratios fournissent une mesure clé de la performance individuelle des employés et aident à identifier les zones de force et de faiblesse dans la prestation de services bancaires.

$$\frac{\text{Crédit}}{\text{Effectif}} \text{ Et/ou } \frac{\text{Dépôts}}{\text{Effectif}} , \frac{\text{Produit net bancaire}}{\text{Effectif}}$$

C. Ratios de productivité par agence

Ces ratios permettent la comparaison entre les banques et aussi de juger l'efficacité d'un réseau bancaire. Il se calcule comme suit :

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

$$\text{Les crédits par agence} = \frac{\text{Crédits}}{\text{Nombre d'agences}}$$

$$\text{Les dépôts par agence} = \frac{\text{Dépôts}}{\text{Nombre d'agences}}$$

L'intérêt principal de cette méthode est qu'elle permet de réduire la multitude de chiffres contenus dans les états financiers au nombre limité de ratios plus facile à manipuler et à interpréter.

3.2.2.3 La mesure de la rentabilité bancaire à travers les ratios de rentabilité globale

Les ratios de rentabilité globale¹³ sont essentiels pour évaluer le rendement d'une banque et sa capacité à générer des bénéfices. Deux ratios clés, étroitement liés, sont souvent utilisés à cet effet. Voici comment ils sont calculés :

A. Le coefficient de rentabilité « Return On Equity ROE »

Ce ratio met en lumière le rendement perçu par les actionnaires et peut différer des besoins de l'analyse financière traditionnelle. Il focalise sur le rendement des investissements des actionnaires. Il peut être calculé de deux manières différentes¹⁴ :

$$\text{ROE} = \frac{\text{RésultatNet}}{\text{FondsPropres}}$$

Où :

$$\text{ROE} = \text{MP} \times \text{RA} \times \text{LF}$$

Avec :

MP : Marge des profits = bénéfices nets après impôt / Revenus totaux.

RA : Rendement de l'actif = Revenus totaux / Actifs totaux moyens.

LF : levier financier = actifs totaux moyens/ fonds propres moyens.

¹³CHAABANE Lila, (2019), « Contribution du contrôle de gestion dans la mesure de la performance dans une agence bancaire ». Mémoire, Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou.

¹⁴BELKACEM. B, AZZAZ. A, (2010), « Les déterminants de la performance financière des firmes bancaires », Mémoire licence, en SE, UMMTO.

Chapitre II : Cadre théorique de la performance bancaire

Cet indicateur peut parfois induire en erreur sur la véritable rentabilité, car sa baisse peut résulter de la volonté des dirigeants d'une institution financière de renforcer sa stabilité financière en augmentant ses fonds propres. De même, un ratio élevé peut masquer une insuffisance des fonds propres, ce qui souligne l'importance d'analyser les données financières dans leur contexte global pour en tirer des conclusions précises.

B. Le coefficient de rendement « Return On Assets ROA »

Le retour sur l'actif (Return on Assets, ROA) est un indicateur clé qui exprime généralement le rendement des actifs d'une banque. Il mesure la rentabilité des actifs en rapportant le résultat net au total du bilan.

$$\text{ROA} = \text{RN} / \text{total du bilan.}$$

Cet indicateur présente des limites importantes. Tout d'abord, il considère tous les actifs de manière uniforme, alors que les risques associés à chaque actif peuvent varier considérablement. De plus, il ignore les activités hors bilan qui prennent de plus en plus d'importance ces dernières années.

Conclusion

Ce chapitre, consacré à la performance bancaire, a offert une exploration des divers aspects et enjeux liés à l'évaluation de la performance dans le secteur financier. Nous avons établi un fondement conceptuel en définissant les critères principaux utilisés pour mesurer la performance, mettant notamment en avant l'efficacité opérationnelle de la rentabilité financière.

A travers ce chapitre, il est devenu évident que la performance occupe une place cruciale dans le paysage bancaire, et sa juste évaluation revêt une importance capitale pour les acteurs du marché financier.

Comprendre les multiples dimensions de la performance ainsi que les facteurs qui l'influencent est essentiel pour les décideurs, leur permettant de prendre des décisions éclairées et de maintenir la compétitivité dans un environnement en perpétuelle évolution.

Chapitre III :

Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-banking :

Cas des banques de la Wilaya de Bejaïa

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Introduction

L'essor de l'e-Banking en Algérie a apporté des changements significatifs au mode de fonctionnement et d'organisation des institutions financières, bien que son impact ne soit pas aussi profond qu'ailleurs. Cette évolution a permis une expansion notable des canaux de distribution des produits bancaires et des interactions avec la clientèle, établissant ainsi un modèle de distribution multicanal en pleine croissance.

Dans cette étude, notre objectif est de mettre en lumière l'ampleur de l'adoption de ces technologies dans les opérations bancaires algériennes. Face à l'évolution rapide du secteur bancaire mondial, les banques en Algérie ont été contraintes de redoubler leurs investissements dans les nouvelles technologies et les pratiques innovantes, afin d'améliorer la qualité des services offerts et de garantir la satisfaction et la fidélisation de leur clientèle.

Ce dernier chapitre se concentre sur l'examen approfondi du niveau d'intégration de l'e-banking dans l'activité bancaire en Algérie, mettant en évidence les défis qui freinent encore son adoption. Pour ce faire, nous avons mené une étude sur le terrain en utilisant un questionnaire distribué à un échantillon représentatif de banques dans la wilaya de Bejaia.

Section 1 : présentation de la méthodologie du travail

L'étude menée en 2024 s'inscrit dans le cadre de notre mémoire de fin d'études et vise à éclairer l'impact croissant de l'e-Banking sur le paysage financier de la wilaya de Bejaia, en Algérie. Cette recherche se concentre sur la manière dont cette évolution technologique influe sur la santé financière des banques, qu'elles soient du secteur public ou privé, dans cette région spécifique.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Pour ce faire, nous avons choisi une méthodologie rigoureuse reposant sur un questionnaire (auto-administré). Ce questionnaire est conçu pour explorer en détail les différentes dimensions de l'e-Banking et ses implications sur les performances globales des institutions bancaires à Béjaïa. En déployant cette enquête auprès d'un éventail représentatif d'institutions bancaires de la région, notre objectif est de saisir les subtilités de l'e-Banking dans ce contexte particulier.

Nous aspirons à comprendre comment les banques de Bejaia adoptent et s'adaptent à cette transformation numérique, et comment cela se traduit dans leur efficacité opérationnelle et leur rentabilité.

1.2 Elaboration et administration du questionnaire

Nous avons choisi d'adopter une approche méthodologique basée sur l'utilisation de questionnaires pour notre étude sur l'intégration de l'e-banking dans les activités bancaires de la wilaya de Béjaïa. Ces questionnaires, composés d'une variété de questions fermées et à choix multiples, ont été distribués aux responsables des banques publiques et privées de la région. Notre objectif était de recueillir leurs points de vue sur la place de l'e-banking dans leurs opérations d'intermédiation bancaire. Nous avons mené cette enquête entre avril et mai 2024.

Cette approche méthodologique présente plusieurs avantages, notamment la possibilité de collecter un large éventail d'informations auprès des participants et d'atteindre un nombre significatif d'agences bancaires. Notre objectif principal était de comprendre l'importance et les motivations derrière l'intégration de l'e-banking dans le paysage bancaire algérien.

Pour ce faire, nous avons conçu un questionnaire comprenant 40 questions variées, réparties en 10 volets distincts. Cette structure nous a permis d'explorer en profondeur les différents aspects de l'e-banking dans le contexte spécifique de la wilaya de Béjaïa.

Voici une extraction des volets principaux :

- 1) Informations générales sur la banque
- 2) Utilisation de l'e-Banking
- 3) Motivations et avantages de l'e-Banking
- 4) Perception de l'impact de l'e-Banking sur la performance financière

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

- 5) Défis et obstacles liés à l'e-Banking
- 6) Perspectives d'avenir
- 7) Mesure de la performance financière
- 8) Réduction des coûts et optimisation des ressources
- 9) Perception des clients et fidélisation
- 10) Perspectives stratégiques

Ainsi, il fallait bien formuler nos questions pour en tirer le maximum d'informations exploitables et de les traiter de manière optimale par le logiciel SPHINX IQ.

1.2 La population et l'échantillon de l'enquête

Comme évoqué précédemment, notre enquête se concentre principalement sur une approche qualitative pour évaluer l'intégration de l'e-Banking dans les activités bancaires en Algérie. Dans cette optique, nous avons choisi d'étudier à la fois les banques publiques et privées. Ce choix est motivé par le constat que les banques publiques, représentant plus de 60 % du réseau bancaire national, accusent un retard significatif dans l'adoption de l'e-Banking par rapport à leurs homologues privées. Ainsi, notre objectif initial est de comprendre dans quelle mesure les banques algériennes, qu'elles soient publiques ou privées, intègrent l'e-Banking dans leur fonction d'intermédiation financière.

Cette approche nous permettra de saisir les défis et les opportunités auxquels sont confrontées ces institutions dans leur transition vers des pratiques bancaires plus numériques, tout en comparant leur situation pour dégager des tendances et des différences significatives entre les secteurs public et privé.

Pour définir notre échantillon, nous avons d'abord effectué un recensement exhaustif des banques publiques et privées présentes dans la wilaya de Béjaïa, ainsi que leur répartition géographique. Ensuite, nous avons choisi aléatoirement un échantillon de 14 agences bancaires, comprenant à la fois des agences des banques publiques et privées. Il est important de noter que le critère de localisation géographique n'a pas été strictement suivi dans le processus de sélection des agences. Cependant, les agences choisies représentent une couverture significative du territoire de la wilaya de Béjaïa, malgré quelques variations.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Tableau n°1 : Echantillon de banques répondant au questionnaire :

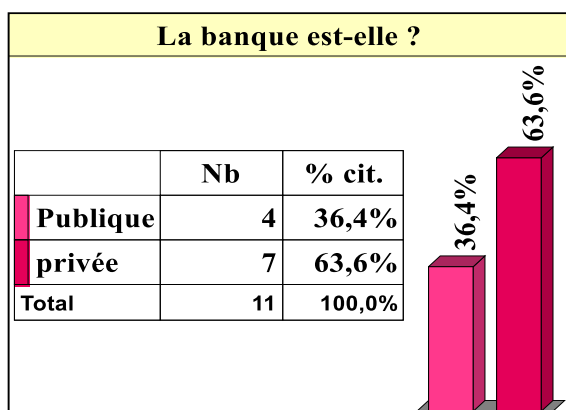
Nom de la Banque	Réponses	Nombre de réponses
CPA Bank	Oui	1
ABC Bank	Oui	1
BNA	Non	0
BEA	Oui	1
BDL Banque	Non	0
Cnep Banque	Oui	1
Trust Bank	Oui	1
Bnp Paribas	Oui	2
Gulf Bank Algérie AGB	Oui	1
NATIXIS Bank	Oui	1
Al SALAM Bank	Oui	1
La BADR Banque	Oui	1
Société Générale	Non	0
Total	11/14	11

À la clôture de notre enquête, nous avons pu collecter 14 questionnaires, parmi lesquels 3 ont été écartés en raison d'un remplissage incorrect. Ainsi, sur une population cible de 14 agences, nous avons travaillé avec les données de 11 agences. Cela correspond à un taux de non-réponse d'environ 21.42 %.

Ce taux de non-réponse se divise en deux catégories : d'une part, 14.28 % (deux agences bancaires) représentent des questionnaires annulés en raison de leur non-exploitableté, et d'autre part, 7.14 % (une agence bancaire) correspondent à des questionnaires non récupérés.

Source : D'après notre enquête.

Figure n°3 : Répartition de l'échantillon par statut



Comme le démontre la figure n°3, ces banques sont réparties entre 63,6% banques privées et 36,4% banques publiques, ce qui fait sept (07) banques privées et trois (04) banques publiques de notre échantillon d'étude.

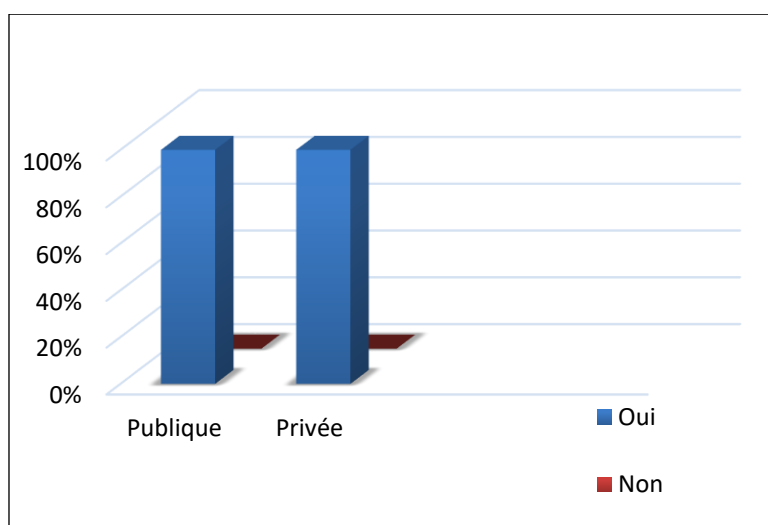
Source : Etablie à partir du logiciel Sphinx IQ.

Section 2 : Analyse de l'e-Banking dans les Banques : Utilisation, Motivations et Avantages

2.1 Disponibilité des services d'e-Banking dans les banques

D'après, la figure n°4 ci-dessous nous remarquons que toutes les banques étudiées, qu'elles soient privées ou publiques, ont adopté les services de l'e-banking. Cela montre que ces services sont devenus une norme dans l'industrie bancaire, offrant aux clients un accès facile à leurs comptes et transactions en ligne.

Figure n°4 : offrez-vous des services e-Banking ?



Source : D'après les données de notre enquête.

2.2 L'utilisation de l'e-banking

Le tableau n°2 ci-dessous présente la répartition des différents types de services d'e-banking offerts par les banques, classées en fonction de leur statut (publique ou privée).

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Tableau n°2 : Utilisation des moyens de E-Banking

	Disponibilité du service	Ancienneté du service		Fréquences d'utilisation du service	
		1 à 5ans	Plus de 5ans	Quotidienne	Occasionnelle
Banques publiques	Oui	4	0	4	0
Banques privées	Oui	0	7	6	1
Total des banques	11	4	7	10	1

Source : Etabli à partir du logiciel Sphinx IQ

Les chiffres indiquent que toutes les banques, qu'elles soient publiques ou privées, proposent les services d'e-Banking. Cela suggère une adoption généralisée de ces services dans l'ensemble du secteur bancaire, avec une disponibilité équivalente quelle que soit la nature de la banque.

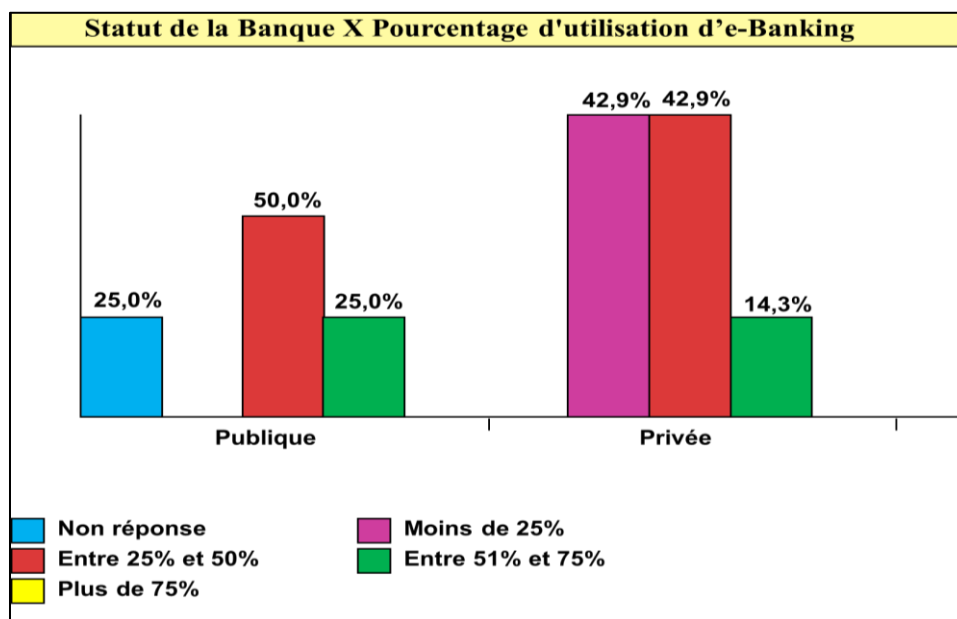
Les résultats du tableau n°2 indiquent également qu'il existe une nette préférence des banques privées pour l'adoption et l'utilisation du service d'E-Banking. En effet, 63.63% des banques privées ont une ancienneté de plus de 5 ans dans l'utilisation de ce service, tandis qu'aucune banque publique n'a déclaré une telle longévité.

De plus, les banques privées affichent une utilisation plus fréquente du service, avec 54.54% des transactions effectuées quotidiennement contre seulement 36.36% pour les banques publiques.

Cette tendance suggère que les banques privées sont mieux positionnées pour fournir et promouvoir les services d'E-Banking, reflétant potentiellement des stratégies plus avancées en matière de technologie financière et une adoption plus rapide des innovations numériques par rapport aux banques publiques.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Figure n°5 : L'e-banking dans les banques selon leur statut.



Source : Etablie à partir du logiciel Sphinx IQ.

Les données recueillies révèlent une variabilité dans l'adoption des services d'e-banking entre les banques publiques et privées.

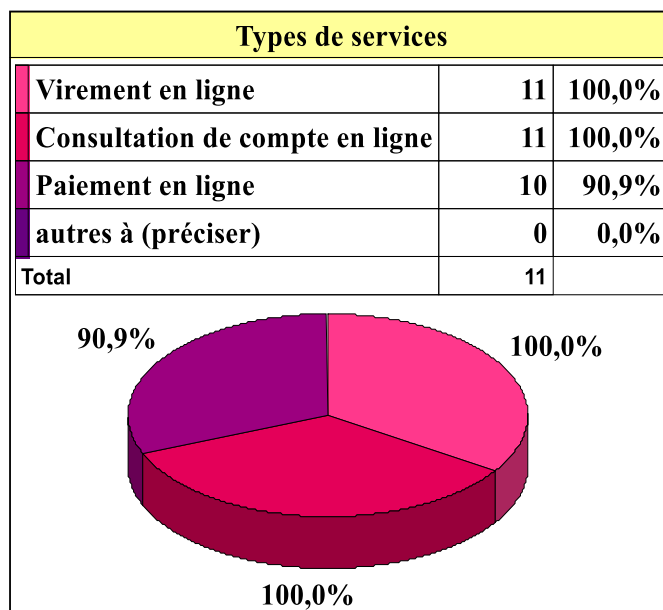
Pour les banques publiques, les chiffres montrent que la fréquence d'utilisation varie considérablement : entre 25% et 50% des clients de deux banques publiques utilisent les services d'e-banking, tandis que pour une autre banque publique, ce chiffre est plus élevé, entre 51% et 75%.

Cependant, une quatrième banque publique n'a pas fourni de données. Du côté des banques privées, les résultats indiquent une diversité similaire : 42,9% des banques rapportent que entre 25% et 50% de leurs clients utilisent l'e-banking, tandis que 42,9% d'autres banques privées ont moins de 25% de leurs clients utilisant ces services, et 14,3% ont entre 51% et 70% de leurs clients utilisant les services d'e-banking.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

2.3 Les services utilisés

Figure n°6 : Types de services utilisés au sein des banques



On observe dans la figure n°6 que les types de services d'e-Banking proposés par les banques, qu'elles soient privées ou publiques, incluent systématiquement les virements en ligne, avec 100 % des banques offrant ce service. Il en va de même pour la consultation de comptes en ligne, où 11 banques sur 11 de l'échantillon proposent ce service. En revanche, pour le paiement en ligne, une seule banque n'offre pas cette option.

Source : Etablie à partir du logiciel Sphinx IQ.

2.4 Les facteurs motivant la mise en place d'E-Banking

Les résultats du tableau (n°3) suivant mettent en lumière les principales motivations des banques, tant publiques que privées, pour mettre en place les services d'E-Banking.

Tableau n°3 : Les facteurs qui ont motivé la mise en place d'E-Banking.

	Réduction des coûts	Elargir la gamme des services	Améliorer la satisfaction du client	Moderniser les services	Garantir la sécurité des transactions	Se démarquer de la concurrence
Banques publiques	2 (50 %)	3 (75%)	4 (100%)	4 (100%)	3 (75%)	1 (25%)
Banques privées	6 (85.7%)	6 (85.7%)	7 (100%)	3 (42.8%)	7 (100%)	3 (42.8%)
Total des banques	8 (72.72%)	9 (81.82%)	11 (100%)	7 (63.64%)	10 (90.91%)	4 (36.36%)

Source : d'après les données de notre enquête.

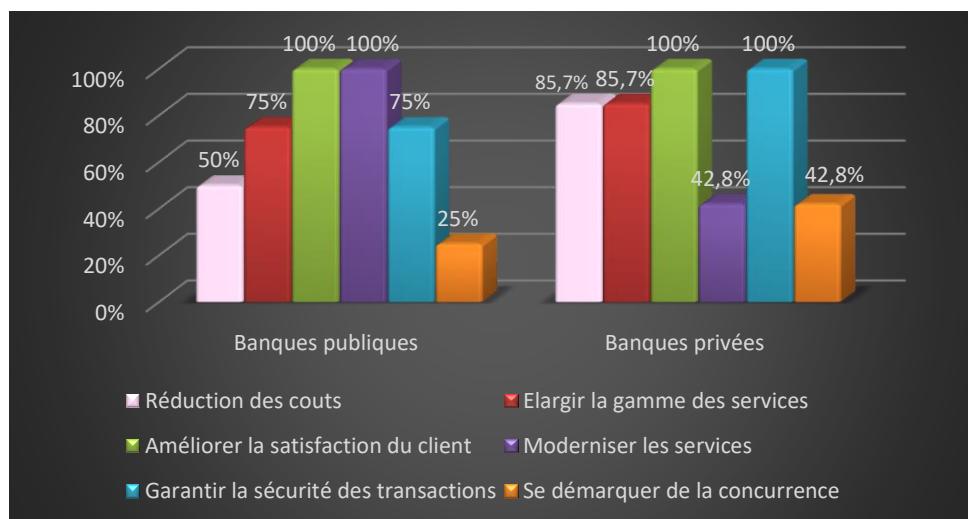
Pour les banques publiques, les facteurs majeurs semblent être l'amélioration de la satisfaction client, la modernisation des services et la garantie de la sécurité des transactions,

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

tandis que pour les banques privées, l'élargissement de la gamme des services, l'amélioration de la satisfaction client et la sécurité des transactions sont plus prépondérants.

Il est intéressant de noter que les banques publiques et privées ont des priorités légèrement différentes, les premières se concentrant davantage sur la satisfaction client et la modernisation, tandis que les secondes accordent plus d'importance à l'expansion des services et à la sécurité. En général, ces résultats soulignent l'importance pour les banques de rester concurrentielles en offrant des services E-Banking qui répondent aux attentes des clients tout en garantissant la sécurité des transactions.

Figure n°7 : Les facteurs qui ont motivé la mise en place d'E-Banking



Source : Réalisée sur Excel à partir des données de l'enquête.

2.5 Les avantages de l'E-Banking

Le tableau n°4 ci-dessous montre le nombre de banques publiques et privées qui ont constaté des avantages de l'e-banking dans trois domaines : l'augmentation des revenus et du chiffre d'affaires, l'amélioration de la rentabilité et de la productivité, et l'impact sur la performance financière globale.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Tableau n°4 : les résultats obtenus après la mise en place (les avantages de E-Banking)

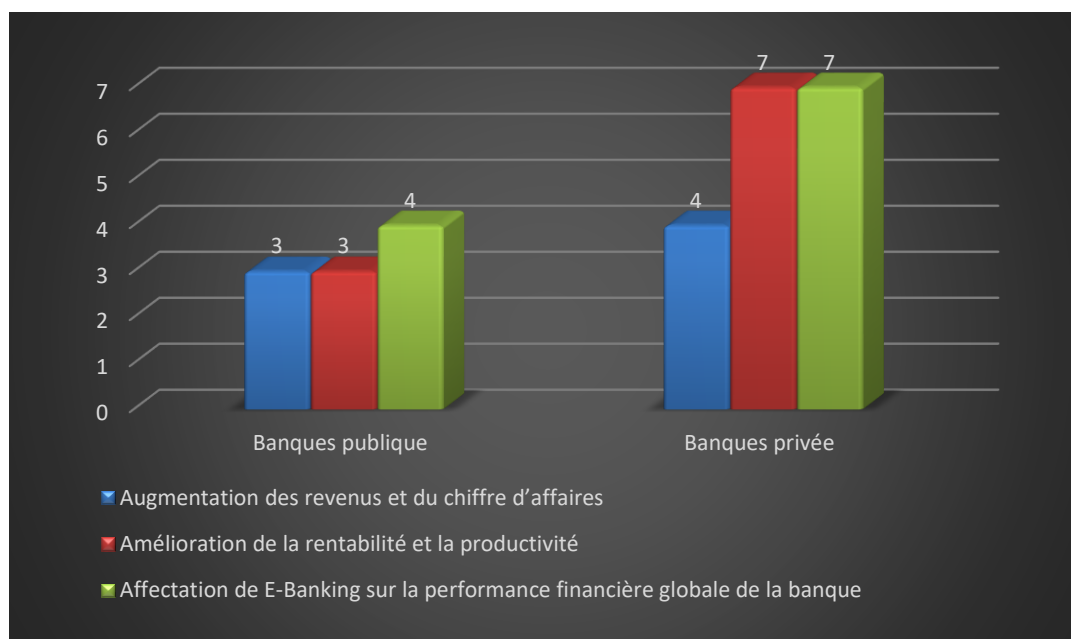
	Augmentation des revenus et du chiffre d'affaires	Amélioration de la rentabilité et la productivité	Affectation de E-Banking sur la performance financière globale de la banque
Banques publique	3	3	4
Banques privée	4	7	7
Total des banques	7	10	11

Source : Etabli à partir des données de notre enquête.

Trois banques publiques et quatre banques privées ont signalé une augmentation des revenus, totalisant sept banques. Pour l'amélioration de la rentabilité et de la productivité, trois banques publiques et sept banques privées ont répondu positivement, soit un total de dix banques.

En ce qui concerne l'impact sur la performance financière globale, quatre banques publiques et sept banques privées ont reconnu des effets positifs, ce qui fait un total de onze banques.

Figure n°8 : Les résultats obtenus après la mise en place



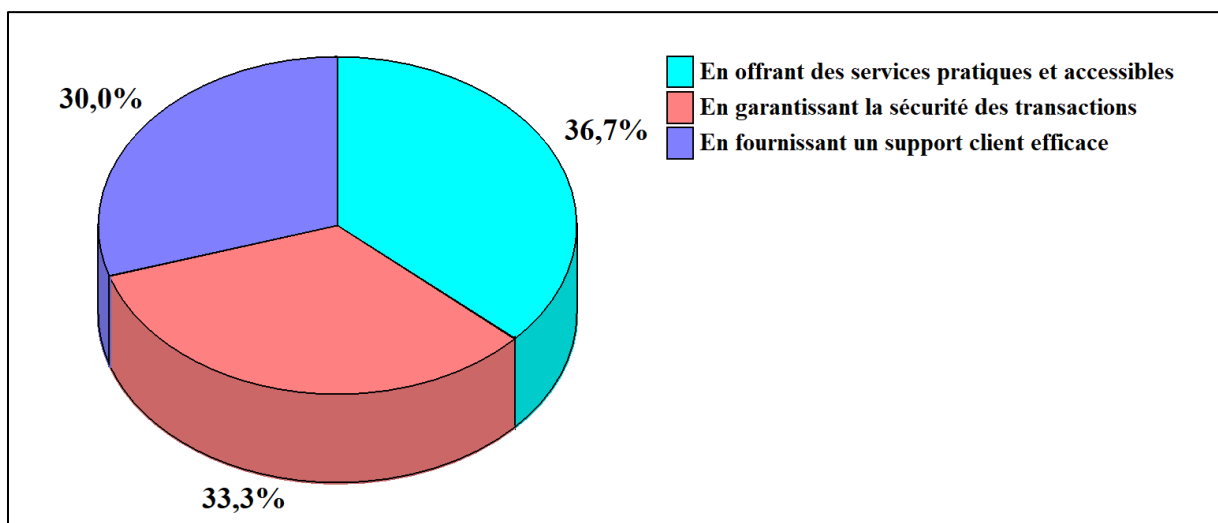
Source : Réalisée sur Excel à partir des données de l'enquête.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Ces résultats indiquent que l'e-banking est perçu comme bénéfique par un nombre significatif de banques, avec des avantages plus largement rapportés par les banques privées.

Cela suggère que les banques privées sont peut-être mieux positionnées pour tirer parti des technologies d'e-banking, possiblement en raison de structures organisationnelles plus flexibles ou de stratégies d'intégration plus efficaces.

Figure n°9 : La satisfaction et la fidélisation de la clientèle



Source : Etablie par le logiciel Sphinx IQ d'après notre enquête.

Les résultats d'une enquête menée auprès de 11 banques, portant sur l'impact de l'e-banking sur la satisfaction client, dévoilent trois facteurs clés. Premièrement, la majorité des banques (36,7%) soulignent l'importance des services pratiques et accessibles, mettant en avant la facilité d'utilisation et la disponibilité des opérations en ligne.

Ensuite, la sécurité des transactions en ligne est mise en avant par 33,3% des répondants, soulignant la nécessité de mesures robustes pour protéger les données des clients.

Enfin, un support client efficace est jugé crucial par 30,0% des banques interrogées, soulignant l'importance d'une assistance rapide et personnalisée via divers canaux.

Ces résultats soulignent l'importance pour les banques de prioriser la commodité, la sécurité et le support client pour maximiser la satisfaction des clients dans le domaine de l'e-banking.

Section 3 : Défis, Obstacles et Perspectives d'Avenir de l'e-Banking dans les Banques

3.1 Défis et obstacles de l'E-Banking

Le tableau n°5 présente une analyse des défis et obstacles liés à l'e-Banking pour les banques publiques et privées

Tableau n°5 : Défis et obstacles liés à l'e-Banking

	Défis et obstacles			Sécurité et confidentialité		
	Sécurité des transactions	Adoption par les clients	Coûts de mise en place	Cryptage des données	Authentification à deux facteurs	Formation du personnel
Banques Publiques	2 (50%)	2 (50%)	0 (0%)	4 (100%)	0 (0%)	2 (50%)
Banques Privées	3 (42.86%)	5 (71.43%)	3 (42.86%)	4 (57.14%)	4 (57.14%)	2 (28.57%)
Total des banques	5 (45.45%)	7 (63.64%)	3 (27.27%)	8 (72.73%)	4 (36.36%)	2 (18.18%)

Source : Etabli à partir des données de note enquête.

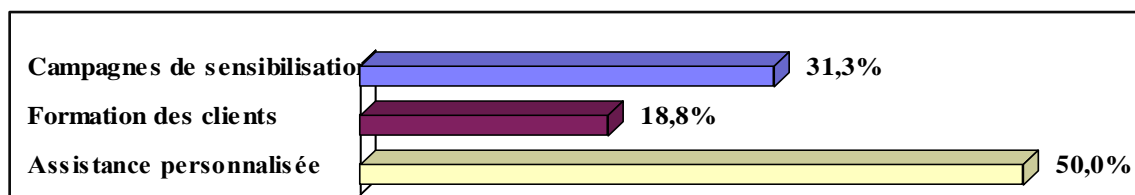
Selon les résultats de ce tableau, 45.45% des banques (5 sur 11) identifient la sécurité des transactions comme un défi majeur, tandis que 63.64% des banques (7 sur 11) voient l'adoption par les clients comme un obstacle significatif. Concernant les coûts de mise en place, 27.27% des banques (3 sur 11) les considèrent comme un obstacle.

En termes de sécurité et confidentialité, une large majorité, soit 72.73% des banques (8 sur 11), mettent en avant l'importance du cryptage des données pour assurer la protection des informations. Environ 36.36% des banques (4 sur 11) jugent que l'authentification à deux facteurs est nécessaire pour renforcer la sécurité des transactions en ligne. Enfin, 18.18% des banques (2 sur 11) estiment que la formation du personnel est essentielle pour une mise en œuvre efficace et sécurisée des services d'e-Banking.

Ces résultats indiquent que, globalement, les banques accordent une importance particulière à la sécurisation des données et à l'adoption par les clients, tout en reconnaissant les défis liés aux coûts de mise en place et à la nécessité de former le personnel pour répondre aux exigences de sécurité.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Figure n°10 : La transition des clients vers l'e-Banking



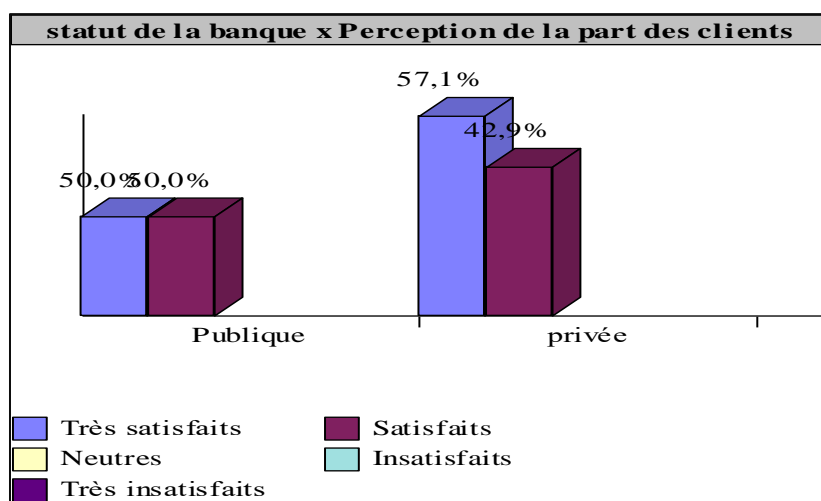
Source : Etablie par le logiciel Sphinx IQ d'après notre enquête.

La figure n°10 montre les stratégies utilisées pour faciliter la transition des clients vers l'e-Banking, on remarque que parmi ces banques, 50% privilégient l'assistance personnalisée comme leur principale méthode.

On a obtenu aussi que 31,3% des banques misent sur des campagnes de sensibilisation. Ces campagnes ont pour objectif d'informer les clients sur les avantages et la sécurité de l'e-Banking, les incitant à faire confiance aux nouvelles technologies.

Enfin, 18,8% des banques se concentrent sur la formation des clients par des sessions éducatives pour améliorer les compétences technologiques de leurs clients.

Figure n°11 : Perception des services d'e-banking de la part des clients



Source : Etablie par le logiciel Sphinx IQ d'après notre enquête.

Le graphique n°11 montre la perception des services d'e-Banking selon le statut des banques, basée sur les réponses fournies par les banques elles-mêmes.

Pour les banques publiques, les réponses sont réparties également entre "très satisfaits" (50 %) et "satisfaits" (50 %), ce qui signifie que 2 banques publiques considèrent que ses clients sont "très satisfaits" et 2 autres ont répondu "satisfaits" de leurs services d'e-Banking.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Pour les banques privées, 57,1 % se déclarent que ses clients sont "très satisfaits" (soit 4 banques) et 42,9 % autres sont "satisfaits" (soit 3 banques).

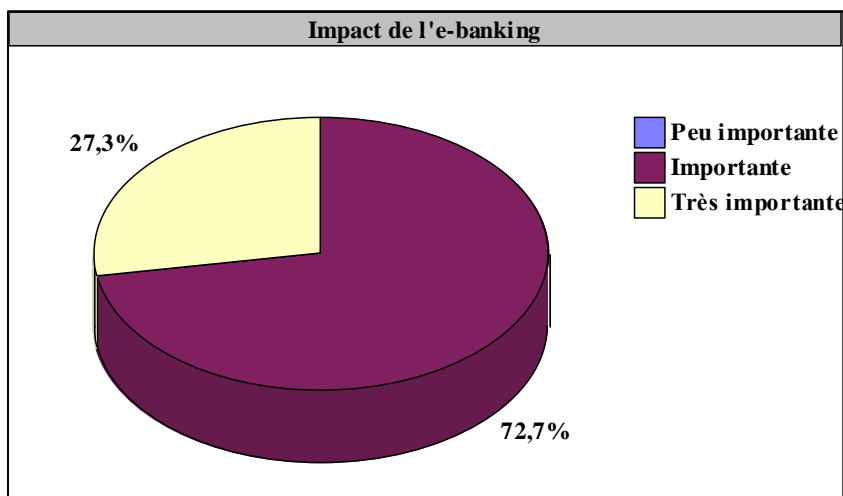
Il n'y a aucune banque publique ou privée qui a mentionné les trois autres choix "neutre", "insatisfait" ou "très insatisfait".

La majorité des banques privées (4 sur 7) considère que ses clients sont "très satisfaits", alors que pour les banques publiques, cette perception est partagée de manière égale entre "très satisfaits" et "satisfaits".

3.2 L'impact d'E-Banking sur la performance des banques

L'introduction de l'e-Banking semble avoir un impact significatif sur la productivité selon l'échantillon de banques interrogées. Environ 27,3% ont indiqué que cet impact était "important", tandis que le reste 72,7%, soit la grande majorité, l'a qualifié de "très important".

Figure n°12 : Quel est l'impact de l'introduction de l'e-banking sur votre productivité ?

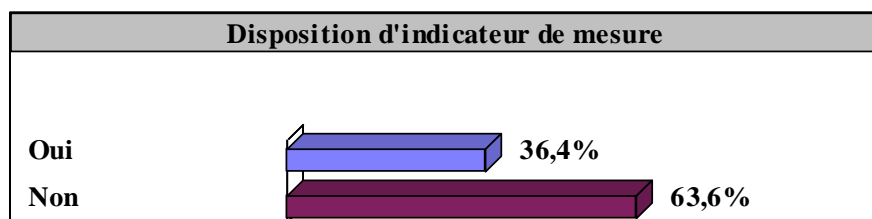


Source : Etablie par le logiciel Sphinx IQ d'après notre enquête.

Cela suggère que la mise en place de services bancaires en ligne a joué un rôle essentiel dans l'amélioration de la productivité dans le secteur bancaire.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Figure n°13 : Disposez-vous d'indicateur de mesure ?



Source : Etablie par le logiciel Sphinx IQ d'après notre enquête.

La majorité des banques interrogées, soit 63,6%, ont indiqué qu'elles ne disposaient pas d'indicateurs de mesure, tandis que 36,4% ont répondu par Oui. Cela suggère qu'une partie des banques reconnaît l'importance de suivre et d'évaluer leurs performances à l'aide d'indicateurs spécifiques, ce qui peut être crucial pour évaluer l'efficacité de leurs opérations et prendre des décisions stratégiques éclairées.

3.3 Les prévisions et stratégies concernant E-Banking

Tableau n°6 : Les principales innovations prévues dans l'e-banking.

Les principales évolutions et innovations prévues					
	Développement d'applications mobiles	Expansion des services de paiement numérique	Croissance continue	Consolidation des services existants	Emergence de nouvelles fintech
Banques Publiques	3 (75%)	3 (75%)	3 (75%)	1 (25%)	2 (50%)
Banques Privées	5 (71.43%)	4 (57.14%)	7 (100%)	1 (14.29%)	1 (14.29%)
Total des banques	8 (72.73%)	7 (63.64%)	10 (90.91%)	2 (18.18%)	3 (27.27%)

Source : Etabli à partir des données de notre enquête.

L'analyse des résultats du tableau révèle que la majorité des banques, tant publiques que privées, se concentrent principalement sur la croissance continue, avec 90,91% des banques impliquées dans cette voie, les banques privées atteignant même 100%. Le développement d'applications mobiles et l'expansion des services de paiement numérique suivent de près, impliquant respectivement 72,73% et 63,64% des banques. Plus spécifiquement, 75% des banques publiques investissent dans ces domaines, ce qui est légèrement supérieur aux

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

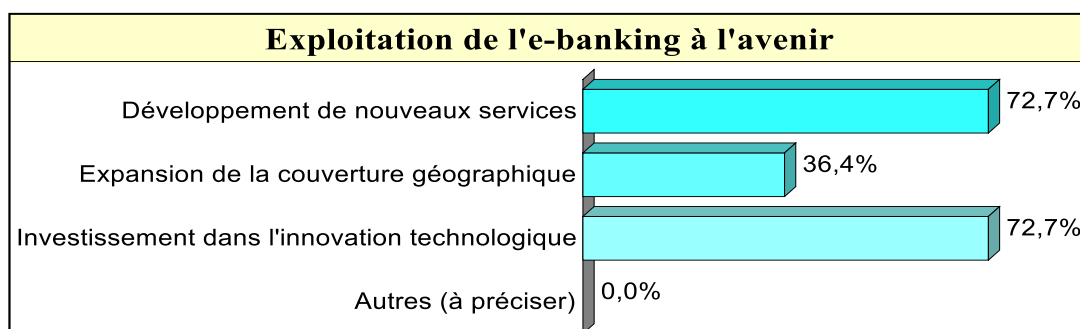
banques privées (71,43% pour les applications mobiles et 57,14% pour les services de paiement numérique).

En revanche, la consolidation des services existants n'est une priorité que pour 18,18% des banques, avec une implication particulièrement faible des banques privées (14,29%).

Enfin, l'émergence de nouvelles fintech intéresse 27,27% des banques, les banques publiques étant plus engagées dans ce domaine (50%) par rapport aux banques privées (14,29%).

Ces tendances indiquent une orientation stratégique des banques vers l'innovation et la croissance, tout en accordant une moindre priorité à la consolidation des services actuels.

Figure n°14 : Perspectives d'exploitation de l'e-Banking pour améliorer la performance financière future des banques



Source : Etablie par le logiciel Sphinx IQ d'après notre enquête.

Sur les 11 banques interrogées, une majorité significative envisage diverses stratégies pour exploiter davantage l'e-Banking et ainsi améliorer leur performance financière à l'avenir. En effet, 72,7 % des banques prévoient de développer de nouveaux services afin d'attirer et de fidéliser leur clientèle. De plus, 72,7 % des banques ont choisi d'investir dans l'innovation technologique pour renforcer leurs infrastructures numériques et offrir une expérience client optimisée.

Enfin, 36,4 % des banques ont répondu qu'elles envisagent d'étendre leur couverture géographique pour toucher un public plus large et diversifié.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Tableau n°7 : Investissements Prévus pour l'Amélioration de la Performance des Banques

Investissements prévus	Augmentation des budgets alloués à la technologie	Recrutement de personnel spécialisé	Partenariats avec des fournisseurs de solutions technologiques
Publique	75,0%	50,0%	75,0%
Privée	85,7%	28,6%	28,6%
Total	81,8%	36,4%	45,5%

Source : D'après les données de notre enquête.

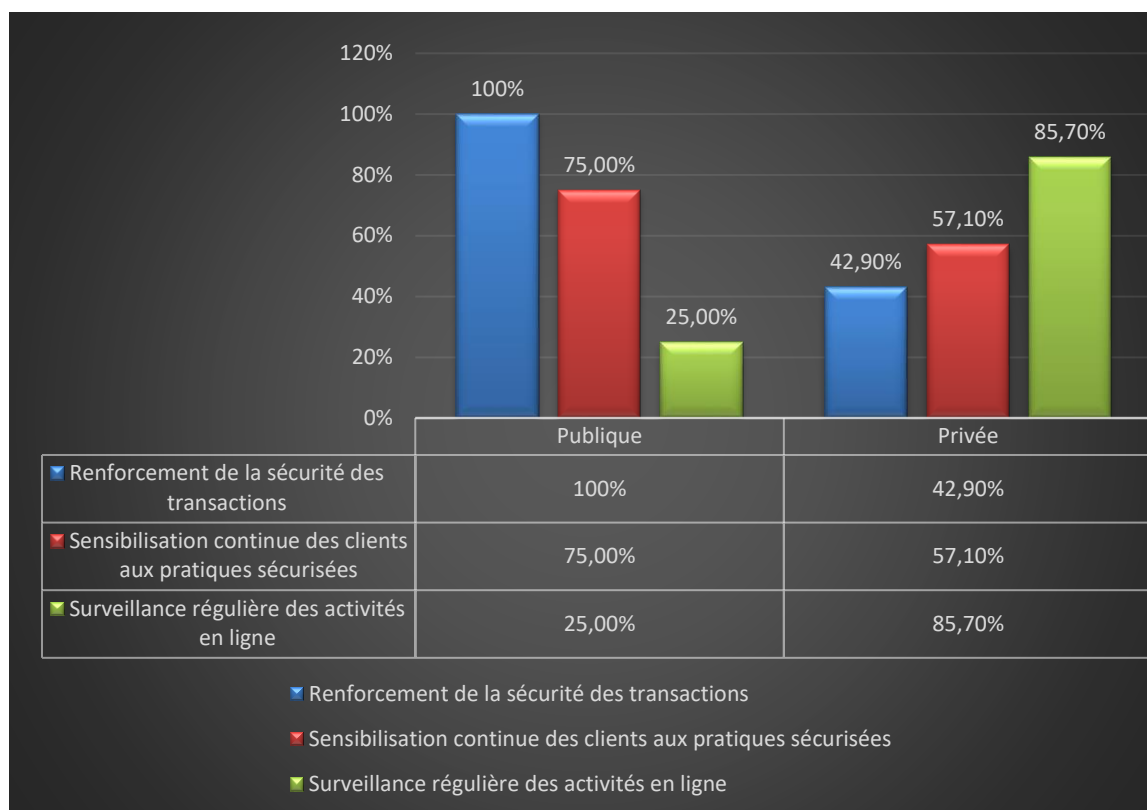
Les résultats du tableau n°7 montrent les différentes stratégies d'investissement prévues par les banques publiques et privées pour améliorer leur performance à travers l'innovation technologique. Il apparaît que l'augmentation des budgets alloués à la technologie est une priorité pour les banques, avec 75 % des banques publiques et 85,7 % des banques privées adoptant cette approche. Cela indique une reconnaissance générale de l'importance des investissements technologiques pour rester compétitif.

Le recrutement de personnel spécialisé est une autre stratégie mise en avant, bien que de manière moins uniforme. Les banques publiques sont à 50 % en faveur de cette initiative, contre seulement 28,6 % pour les banques privées. Cela pourrait refléter une différence dans les besoins ou les capacités de recrutement entre les secteurs public et privé.

En termes de partenariats avec des fournisseurs de solutions technologiques, les banques publiques montrent un intérêt significatif (75 %), tandis que seulement 28,6 % des banques privées envisagent cette stratégie. bien que cette option soit valorisée, elle n'est pas aussi universellement adoptée que l'augmentation des budgets technologiques.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Figure n°15 : Stratégies pour Maximiser les Avantages des Banques en Ligne.



Source : D'après les données de notre enquête.

Les données présentées dans cette figure n°15 montrent les différentes stratégies adoptées par les banques pour maximiser les avantages de leurs services en ligne, en se basant sur 11 observations. Pour les banques publiques, 100 % se concentrent sur le renforcement de la sécurité des transactions, avec 75 % investissant également dans la sensibilisation continue des clients aux pratiques sécurisées et 25 % surveillant régulièrement les activités en ligne. Du côté des banques privées, 42,9 % mettent l'accent sur la sécurité des transactions, tandis que 57,1 % se focalisent sur la sensibilisation des clients et 85,7 % sur la surveillance régulière des activités en ligne. En moyenne, les banques, qu'elles soient publiques ou privées, montrent un engagement équivalent (63,6 %) envers ces trois stratégies principales pour améliorer la sécurité et la confiance dans leurs services en ligne.

Chapitre III : Etude et analyse des résultats de l'enquête sur l'E-Banking : cas des banques de la wilaya de Bejaia

Conclusion

Ce chapitre visait à évaluer l'effet de l'e-Banking sur la performance financière des banques dans la wilaya de Bejaïa, en se basant sur les données d'un questionnaire administré à un échantillon de onze banques, comprenant sept banques privées et quatre banques publiques.

L'analyse des résultats met en évidence plusieurs tendances significatives et permet de formuler des conclusions importantes. Tout d'abord, il apparaît que les banques privées ont une adoption de l'e-Banking plus avancée comparativement aux banques publiques. Cela s'explique par une flexibilité accrue et une meilleure capacité d'adaptation aux nouvelles technologies des banques privées, qui recherchent constamment l'innovation pour améliorer leur compétitivité.

Ensuite, l'e-Banking joue un rôle crucial dans la satisfaction de la clientèle. À long terme, cette satisfaction accrue peut favoriser la fidélisation des clients et l'élargissement de la base de clientèle. Cette tendance est particulièrement marquée dans les banques privées, où l'innovation et la réactivité aux besoins des clients sont prioritaires.

En conclusion, cette étude souligne l'importance de l'e-Banking dans l'amélioration de la performance financière des banques. Elle met également en évidence la nécessité pour les banques publiques de surmonter les obstacles organisationnels afin de bénéficier pleinement des avantages offerts par cette technologie. À l'avenir, il sera crucial pour toutes les banques de continuer à investir dans des technologies avancées et de former adéquatement leur personnel pour maintenir et améliorer leur performance financière dans un environnement bancaire de plus en plus digitalisé.

Conclusion Générale

L'évolution constante des technologies de l'information et de la communication (TIC) a profondément remodelé le paysage bancaire mondial, avec l'avènement de l'e-banking comme l'une des tendances les plus marquantes de cette transformation. Notre recherche s'est concentrée sur l'effet de l'e-banking sur la performance financière des banques, en examinant de près les implications de cette révolution numérique sur l'efficacité opérationnelle, la rentabilité et la satisfaction client.

Dans le premier chapitre, nous avons tracé les contours de l'e-banking, définissant ses multiples formes et canaux de distribution. Nous avons souligné l'importance croissante de cette modalité de prestation de services bancaires, offrant aux clients une accessibilité accrue, une commodité et une gamme élargie de produits et services. L'e-banking est devenu un pilier central des stratégies de croissance et de différenciation des banques, les incitant à investir massivement dans des infrastructures technologiques sophistiquées pour rester compétitives sur un marché de plus en plus digitalisé.

Le deuxième chapitre a jeté les bases théoriques nécessaires à la compréhension de la performance financière des banques, en identifiant les principaux indicateurs et les méthodes de mesure. Nous avons mis en lumière le rôle crucial de la rentabilité comme un baromètre essentiel de la santé financière des institutions bancaires, soulignant l'importance de facteurs tels que l'efficacité opérationnelle, la gestion des risques et la liquidité dans la réalisation de résultats durables.

Notre enquête empirique, menée auprès de 11 banques au niveau de la wilaya de Bejaia, a constitué le cœur de notre étude, nous permettant d'analyser de manière approfondie l'effet de l'e-banking sur leur performance financière. Les résultats ont été riches en enseignements, révélant des liens significatifs entre l'adoption de l'e-banking et l'amélioration de divers indicateurs de performance. Les banques ayant investi dans des solutions d'e-banking ont généralement enregistré une croissance de leurs revenus, une réduction de leurs coûts opérationnels et une augmentation de leur base de clients. Cependant, nous avons également constaté des disparités dans les résultats, soulignant l'importance des facteurs contextuels et des stratégies de mise en œuvre dans la réalisation des bénéfices escomptés.

En conclusion, notre recherche confirme que l'e-banking exerce un impact significatif sur la performance financière des banques. En favorisant l'efficacité opérationnelle, en

stimulant la rentabilité et en améliorant l'expérience client, l'e-banking émerge comme un catalyseur majeur de la transformation de l'industrie bancaire.

Cependant, notre étude présente certaines limites. Tout d'abord, l'échantillon de 11 banques peut ne pas être représentatif de l'ensemble du secteur bancaire algérien. De plus, notre analyse se base sur des données auto-rapportées, ce qui peut introduire des biais. Enfin, nous n'avons pas exploré en profondeur l'impact des régulations et des politiques gouvernementales sur l'adoption et la performance de l'e-banking.

Pour les banques, il est crucial de continuer à investir dans des technologies de pointe et de développer des stratégies intégrées pour maximiser les avantages de l'e-banking. Elles devraient également renforcer la formation du personnel et sensibiliser les clients aux avantages et aux usages de l'e-banking. Il est également recommandé de mener des études périodiques pour évaluer les performances et ajuster les stratégies en conséquence.

Les futures recherches pourraient se concentrer sur un échantillon plus large et diversifié pour obtenir des résultats plus généralisables. Une analyse comparative entre différents pays ou régions pourrait également offrir des perspectives intéressantes. En outre, il serait pertinent d'étudier l'impact des régulations, de la sécurité et de la gestion des risques sur la performance de l'e-banking. Enfin, explorer les effets à long terme de l'e-banking sur la durabilité financière et la résilience des banques pourrait fournir des insights précieux pour l'industrie.

Pour les banques, l'adoption réussie de l'e-banking représente bien plus qu'une simple nécessité technologique ; c'est un impératif stratégique pour rester compétitif dans un environnement en constante évolution. À cet égard, les institutions doivent continuellement innover, investir dans des technologies de pointe et s'engager à fournir des solutions e-banking qui répondent aux besoins et aux attentes changeants des clients. Les banques peuvent non seulement renforcer leur position sur le marché, mais aussi façonner l'avenir de l'industrie financière dans une ère numérique en pleine expansion.

Bibliographie

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et Articles

- BARNES, S. et CORBITT, B. (2003), « Mobile banking : concept and potential ». *International journal of mobile communications*, Vol. 1 N° 3, P. 273-288
- Capiez, A. (2001). « Nouvelles technologies et performance, le cas de la banque à distance ». Communication présentée au 22ème congrès de l'AFC, Université d'Angers, France.
- Chapron, B. (2006). « Évaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente », *Glossaire*. Consulté en avril 2024. <http://www.systemesdinformation.fr/glossaire.html>
- COPULSKY, J.R. et Wolf, M.J. (1997), « Relationship Marketing Positioning for the Future», *Journal of Business Strategy*. Vol 11, N° 4, P. 16-20.
- DALEY Nathalie. (2003), « *Les TIC et la banque de détail Perspectives et enjeux* » Article sur Cairn.info Consulté en Avril 2024.
- DEMBELE, B SIRIKI & MACHRAFI, M. (2021), « Les déterminants de la performance bancaire : une étude empirique des six grandes banques ivoiriennes », *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, Vol 5, N° 1, P. 309-334.
- DINIZ, E. (1998), « Web Banking in USA », *Journal of Internet Banking and Commerce*, vol 3, N° 2.
- GREUNING H.V. et BRATANOVIC S.B. (2004), *Analyse et Gestion du Risque Bancaire*, 1ère Edition Eska, Paris, P.81.
- HATTAB, S & EL ACHARI, S. (2023) « Impact du Digital sur la Performance Financière des Banques », *Revue Française d'Economie et de Gestion*, Vol 4, N° 9, P. 126 – 143.
- LORINO, P. (1988), *Méthodes et Pratiques de la Performance, Edition d'organisation*, Paris.

BIBLIOGRAPHIE

- REMOUCHE, K et ALEM, A. (2004), Principes Secteur de l'Économie : Finance, Edition eBizguide.
- SADOUKI, G. BOUCHIKHI, MR. (2022), « L'effet des services bancaires électroniques sur la performance financière des banques commerciales en Algérie - une étude empirique sur un échantillon de banques », *Revue Administration et Développement Pour les Recherches et les études*, Vol 11, N°1, P. 838 – 855.
- SAFDAR, HT. ARIF, F. GULZAR, A. (2018), « Does financial innovation improve performance ? An analysis of process innovation used in Pakistan », *Journal of Innovation Economics & Management*, Vol 3, N° 27, P. 195-214
- SENOUCI, K. GUERRICHE, B. DOUCH, L. (2022), « Évaluation de la performance financière des banques commerciales - Cas de la Banque Nationale d'Algérie », *Revue les cahiers du POIDEX*. Vol 11 N°1, P. 557-579.

Mémoires

- BELABDI Mohamed. (2010), « Détermination du profit des utilisateurs d'internet-banking au Québec » Mémoire de fin d'études, Université du Québec à Montréal.
- BELKACEM, B. AZZAZ, A. (2010), « Les Déterminants de la Performance Financière des Firmes Bancaires », Mémoire Licence, en SE, UMMTO. Tizi ousou.
- BOUTEKDJIRET, I. (2009), « Conception et Réalisation d'une Solution SMS Banking pour Trust Bank Algeria ». Ecole Nationale Supérieure d'informatique (ESI) Oued-Smar, Alger
- CHABANE, L. CHEBIRI, N. (2019), « contribution du contrôle de gestion dans la mesure de la performance dans une agence bancaire ». Mémoire, Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou.

BIBLIOGRAPHIE

- DHILI, S. (2011), « Système de mesure des performances des agences bancaires, et leur classification par les méthodes d'analyse des données », Mémoire École Supérieure de Banque, Alger.
- MADIOU, L. (2015), « Mesure et Optimisation de Rentabilité des Banques par Application du Benchmarking et les Méthodes d'Enveloppement des Données, Cas de la BNA », Thèse de magistère, SE, CG, UMMTO. Tizi ousou
- TOUMERT, F. YACHIR, T. (2015), « La mesure de la performance d'une agence bancaire », Mémoire Université Mouloud Mammeri de Tizi ousou.

Sites Web

- AIT MAAMMAR, L. (2012), <http://fr.scribd.com/doc/242634489/Memoire-performance-financiere-pdf>.
- CEDRIC, D. (2008), http://cedricdenoel.be/doc/cedric_denoel-memoirev1.01.pdf.
- CHAPRON, B. (2006), <http://www.systemesdinformation.fr/glossaire.html>, Consulté en Mars 2024.
- DIFALLHA, MF . MOKRANE, A . KHENNICHE, Y. (2016), <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/17322>
- FOURATI, M. (2018), <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2018-5-page-15.htm>
- <https://www.etudier.com/dissertations/e-Banking/486717.html>.
- https://www.researchgate.net/publication/276268740_guide_des_banques_en_algerie
Guide banks in Algeria
- TRABELSI, MA. (2023), <https://fr.scribd.com/document/692966107/Projet-Fin-dEtude-VF-1>.
- www.Bank-of-Algeria.dz, Consulté en Mars 2024.
- www.bna.dz, Consulté en Avril 2024.
- www.culturebanque.com, Consulté en Avril 2024.
- www.lafinancepourtous.com, Consulté en Mars 2024.

Annexes

l'effet de l'e-banking sur la performance financière des banques

Ce questionnaire s'adresse aux différentes banques exerçant leurs activités en Algérie, il est destiné à répondre aux différentes questions liées à L'e-Banking en Algérie. Cette enquête fait partie de mémoire de fin de cycle de Master à l'université Abderrahmane Mira de Bejaia.

Informations générales de la banque

1. Nom de la banque

2. Adresse

3. Nombre d'années d'existence dans le marché algérien

4. Nombre d'agences en algérie

5. Nombre total de clients

6. La banque est-elle ?

1. Publique 2. privée

Utilisation de l'e-banking

7. Offrez-vous des services d'e-Banking à vos clients ?

1. Oui 2. Non

8. Depuis combien de temps proposez-vous ces services ?

1. Moins d'un an 2. 1 à 5 ans 3. Plus de 5 ans

9. Quels services d'e-Banking proposez-vous actuellement ?

1. Virement en ligne
 2. Consultation de compte en ligne
 3. Paiement en ligne
 4. autres à (préciser)

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

10. Quelle est la fréquence d'utilisation de ces services par vos clients ?

1. Quotidienne 2. Hebdomadaire 3. Mensuelle
 4. Occasionnelle

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

11. Quel pourcentage de vos clients utilisent-ils régulièrement l'e-Banking ?

1. Moins de 25% 2. Entre 25% et 50%
 3. Entre 51% et 75% 4. Plus de 75%

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

Motivations et avantages de l'e-Banking

12. Quels sont les principaux avantages que vous associez à l'e-Banking pour votre banque ?

1. Réduction des coûts opérationnels
 2. Amélioration de la satisfaction client
 3. Expansion des services
 4. autonomie de suivi ses comptes

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

13. Comment l'e-Banking contribue-t-il à améliorer la satisfaction et la fidélisation de vos clients ?

1. En offrant des services pratiques et accessibles
 2. En garantissant la sécurité des transactions
 3. En fournissant un support client efficace

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

14. Quels sont les principaux facteurs qui ont motivé votre banque à mettre en place des services d'e-Banking ?

1. Répondre à la demande des clients
 2. Se démarquer de la concurrence
 3. Moderniser les services bancaires

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

15. Avez-vous observé une augmentation des revenus ou une réduction des coûts suite à l'adoption de l'e-Banking ?

1. Augmentation des revenus 2. Réduction des coûts
 3. Aucun impact significatif 4. Ne sais pas

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Perception de l'impact de l'e-Banking sur la performance financière

16. Selon vous, comment l'e-Banking affecte-t-il la performance financière globale de votre banque ?

1. Positivement 2. Négativement 3. Ne sais pas

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

17. Quels sont les indicateurs de performance financière que vous associez particulièrement à l'e-Banking ?

1. Rentabilité 2. Productivité
 3. Croissance du chiffre d'affaires

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

18. Avez-vous réalisé des études ou des analyses pour évaluer l'impact financier spécifique de l'e-Banking sur votre banque ?

1. Oui 2. Non 3. En cours

Défis et obstacles liés à l'e-Banking

19. Quels sont les principaux défis ou obstacles rencontrés dans la mise en œuvre et l'exploitation des services d'e-Banking ?

1. Sécurité des transactions
 2. Adoption par les clients
 3. Coûts de mise en place

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

20. Comment votre banque aborde-t-elle les questions de sécurité et de confidentialité liées à l'e-Banking ?

1. Cryptage des données
 2. Authentification à deux facteurs
 3. Formation du personnel

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

21. Comment gérez-vous la transition des clients vers l'e-Banking et quelles sont les principales réactions ou préoccupations exprimées par ces derniers ?

1. Campagnes de sensibilisation
 2. Formation des clients
 3. Assistance personnalisée

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Perspective d'avenir

22. Quelles sont les principales évolutions ou innovations prévues dans le domaine de l'e-Banking au sein de votre banque ?

1. Développement d'applications mobiles plus avancées
 2. Expansion des services de paiement numérique

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

23. Comment envisagez-vous l'évolution de l'e-Banking dans le contexte bancaire algérien à moyen et long terme ?

1. Croissance continue
 2. Consolidation des services existants
 3. Emergence de nouvelles fintech

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Mesure de la performance financière

24. Comment évaluez-vous la rentabilité de votre banque avant et après l'introduction de l'e-Banking ?

1. Augmentation 2. Diminution 3. Stabilité
 4. Ne sais pas

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

25. Avez-vous observé une augmentation du chiffre d'affaires global de votre banque suite à l'adoption de l'e-Banking ?

1. Oui 2. Non 3. Ne sais pas

26. Quelle est l'évolution de la productivité de votre banque depuis la mise en place des services d'e-Banking ?

1. Amélioration 2. Dégradation 3. Stabilité
 4. Ne sais pas

27. Quel est l'impact de l'introduction de l'e-Banking, en tant qu'outil de travail, sur votre productivité ?

1. Peu importante 2. Importante
 3. Très importante

28. Disposez-vous d'indicateurs permettant de mesurer cet impact ?

1. Oui 2. Non

29. Si oui les quels

30. Pouvez-vous fournir des données ou des statistiques spécifiques sur l'impact financier de l'e-Banking, tels que des ratios financiers ou des indicateurs de performance clés ?

1. Oui 2. Non 3. En cours

31. Dans quelle mesure l'e-Banking a-t-il permis de réduire les coûts opérationnels de votre banque ?

1. Significativement 2. Modérément
 3. Faiblement 4. Ne sais pas

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

32. Avez-vous constaté des économies significatives en termes de frais de personnel, de maintenance des infrastructures ou d'autres dépenses liées à la prestation de services bancaires traditionnels ?

1. Oui 2. Non 3. Ne sais pas

33. Comment l'e-Banking contribue-t-il à l'optimisation des ressources et à une utilisation plus efficace des actifs de votre banque ?

1. Réduction des ressources matérielles
 2. Rationalisation des processus
 3. Utilisation accrue des données pour la prise de décision
 4. Autres (à préciser)

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Perception des clients et fidélisation

34. Comment les clients perçoivent-ils les services d'e-Banking de votre banque en termes de qualité et de commodité ?

1. Très satisfaits 2. Satisfaits 3. Neutres
 4. Insatisfaits 5. Très insatisfaits

Vous pouvez cocher plusieurs cases (4 au maximum).

35. Avez-vous remarqué une augmentation de la fidélisation des clients ou une acquisition accrue de nouveaux clients grâce à l'e-Banking ?

1. Oui 2. Non 3. Ne sais pas

36. Quels sont les principaux commentaires ou retours des clients concernant les services d'e-Banking et comment votre banque y répond-elle ?

1. Réponse personnalisée
 2. Amélioration continue des services
 3. Intégration des retours clients dans les mises à jour des systèmes
 4. Autres (à préciser)

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Perspectives stratégiques

37. Comment votre banque envisage-t-elle d'exploiter davantage l'e-Banking pour améliorer sa performance financière à l'avenir ?

1. Développement de nouveaux services
 2. Expansion de la couverture géographique
 3. Investissement dans l'innovation technologique
 4. Autres (à préciser)

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

38. Quels sont les investissements prévus dans le développement et l'amélioration des services d'e-Banking pour renforcer la compétitivité de votre banque sur le marché ?

1. Augmentation des budgets alloués à la technologie
 2. Recrutement de personnel spécialisé
 3. Partenariats avec des fournisseurs de solutions technologiques
 4. Autres (préciser)

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

39. Quelles sont les principales stratégies envisagées pour maximiser les avantages de l'e-Banking tout en atténuant les risques potentiels associés ?

1. Renforcement de la sécurité des transactions
 2. Sensibilisation continue des clients aux pratiques sécurisées
 3. Surveillance régulière des activités en ligne
 4. Autres (préciser)

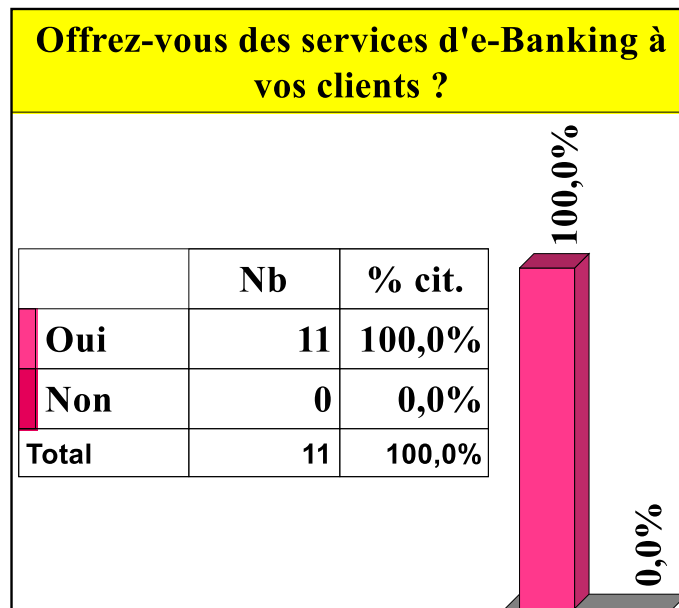
Vous pouvez cocher plusieurs cases.

ANNEXES

ANNEXE N°4

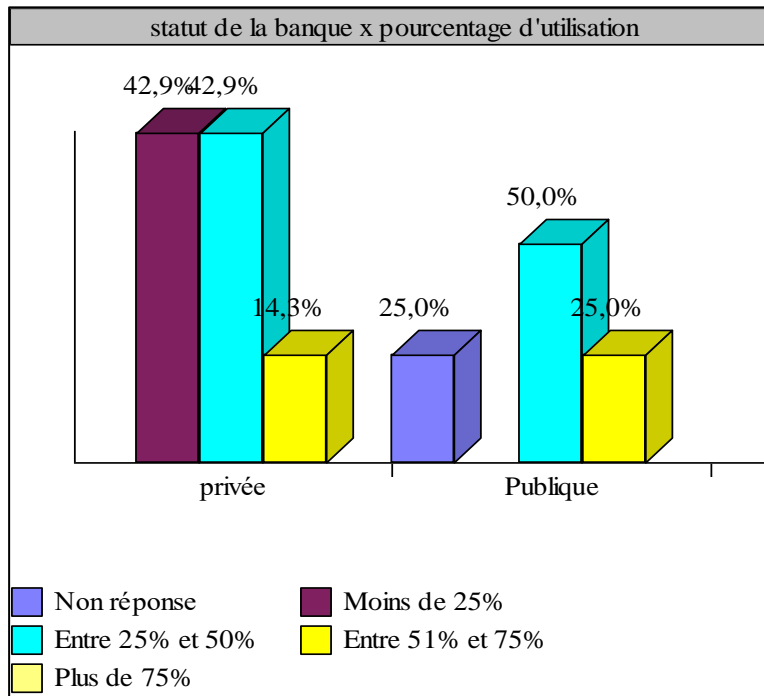
L'échantillon de banques répondant aux questionnaires.

Valeurs	Publique	privée	TOTAL
ABC Bank	0	1	1
Gulf Bank Algeria AGB	0	1	1
Al SALAM	0	1	1
BADR Banque	1	0	1
BEA	1	0	1
BNP PARIBAS	0	2	2
CNEP Banque	1	0	1
CPA Bank	1	0	1
NATIXIS	0	1	1
TRUST Bank	0	1	1
TOTAL	4	7	11



ANNEXES

ANNEXE N°5



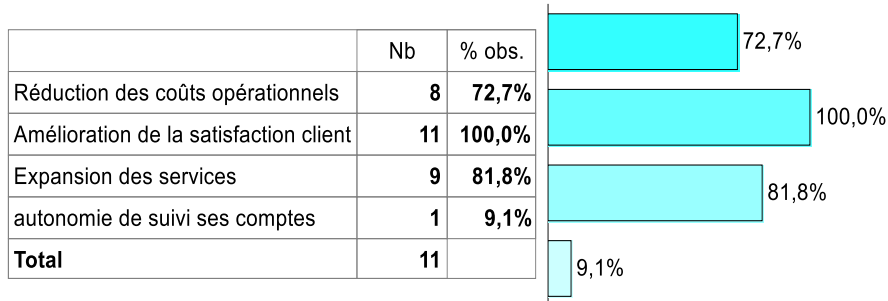
Statut de la banque X Types de services

Types de services	Virement en ligne	Consultation de compte en ligne	Paiement en ligne	TOTAL
statut de la banque				
Publique	4	4	4	12
privée	7	7	6	20
TOTAL	11	11	10	32

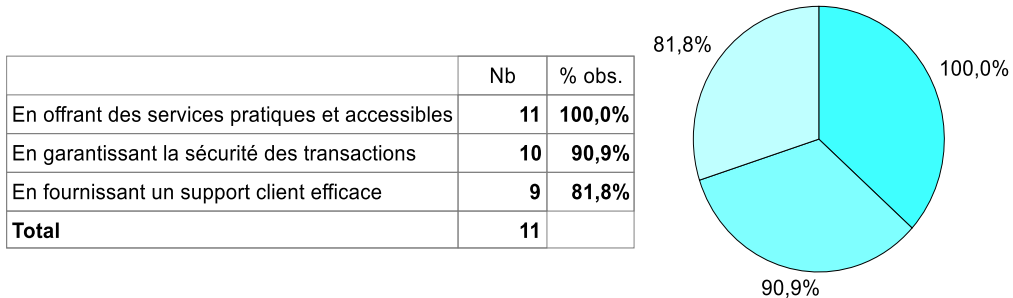
ANNEXES

ANNEXE N°6

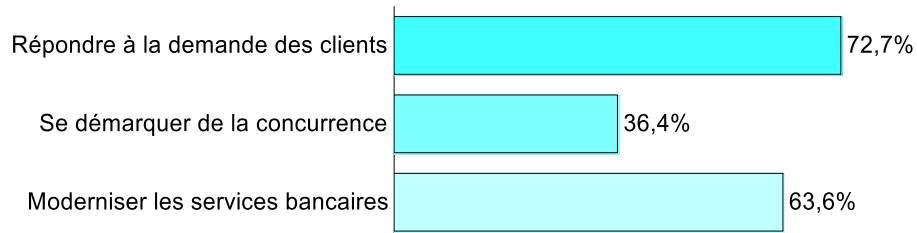
Quels sont les principaux avantages que vous associez à l'e-Banking pour votre banque ?



Comment l'e-Banking contribue-t-il à améliorer la satisfaction et la fidélisation de vos clients ?



Quels sont les principaux facteurs qui ont motivé votre banque à mettre en place des services d'e-Banking ?

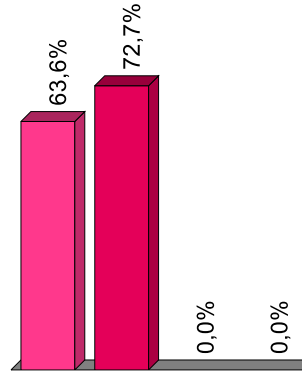


ANNEXES

ANNEXE N°7

Avez-vous observé une augmentation des revenus ou une réduction des coûts suite à l'adoption de l'e-Banking ?

	Nb	% obs.
Augmentation des revenus	7	63,6%
Réduction des coûts	8	72,7%
Aucun impact significatif	0	0,0%
Ne sais pas	0	0,0%
Total	11	



Comment l'e-Banking affecte-t-il la performance financière globale de votre banque ?

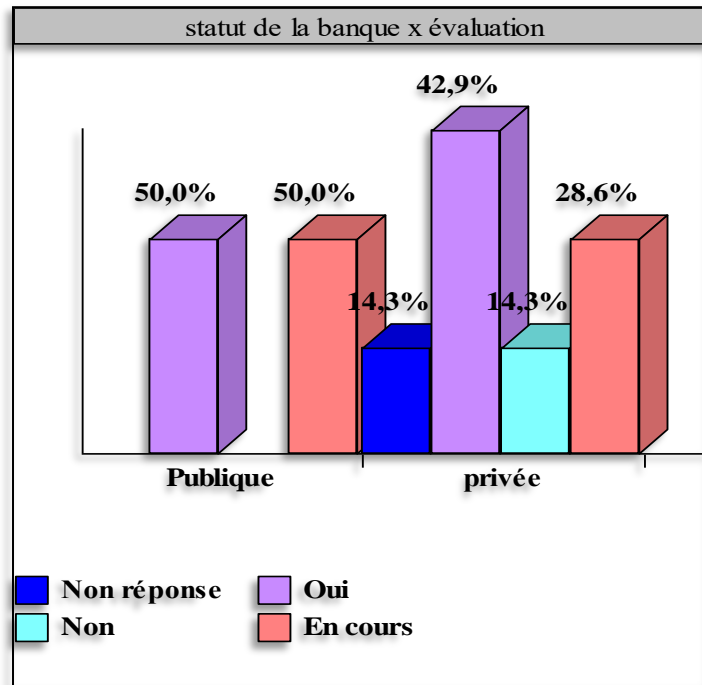
Effet s ur la performance statut de la banque	Positiv ement	Négativ ement	Ne sais pas	TOTAL
Publique	4	0	0	4
privée	7	0	0	7
TOTAL	11	0	0	11

Quels sont les indicateurs de performance financière que vous associez particulièrement à l'e-Banking ?

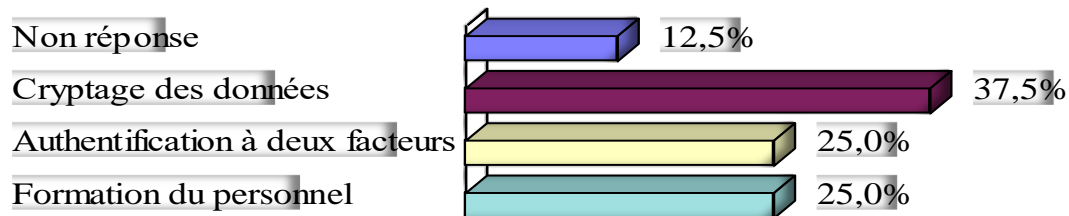
Indica teurs statut de la banque	Rentabilit é	Productivi té	Croissanc e du chiffr e d'affaire s	TOTAL
Publique	3	1	1	5
privée	6	6	4	16
TOTAL	9	7	5	21

ANNEXES

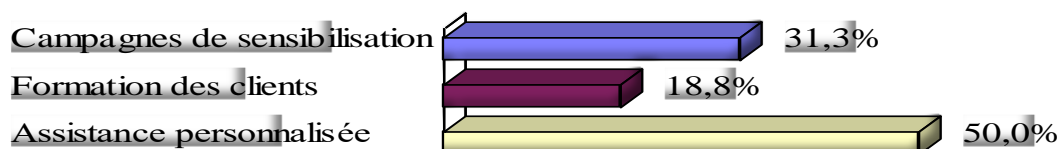
ANNEXE N°8



Comment votre banque aborde-t-elle les questions de sécurité et de confidentialité liées à l'e-Banking ?



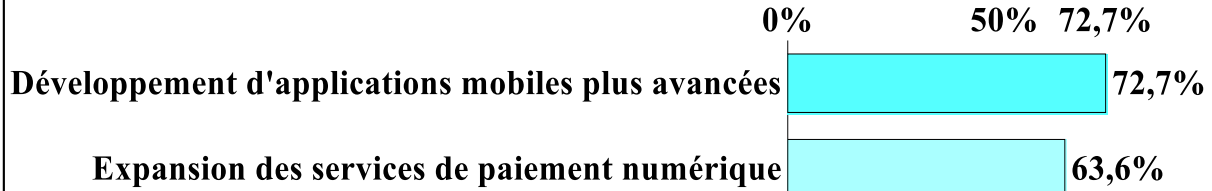
Comment gérez-vous la transition des clients vers l'e-Banking et quelles sont les principales réactions ou préoccupations exprimées par ces derniers ?



ANNEXES

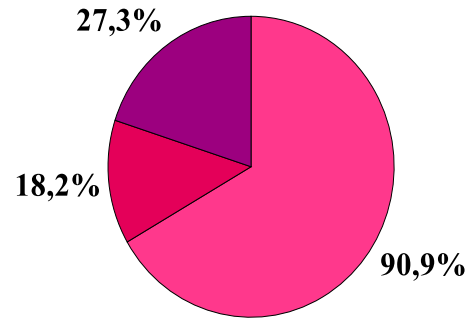
ANNEXE N°9

Quelles sont les principales évolutions ou innovations prévues dans le domaine de l'e-Banking au sein de votre banque ?

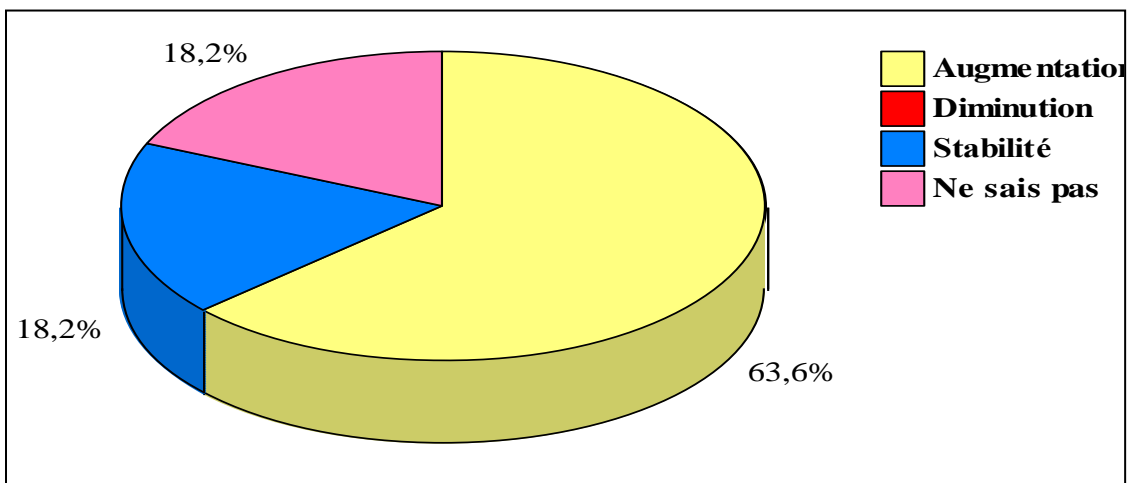


Comment envisagez-vous l'évolution de l'e-Banking dans le contexte bancaire algérien à moyen et long terme ?

	Nb	% obs.
Croissance continue	10	90,9%
Consolidation des services existants	2	18,2%
Emergence de nouvelles fintech	3	27,3%
Total	11	



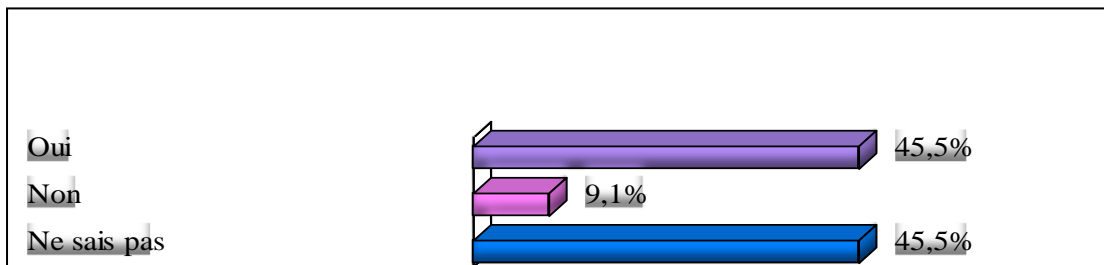
Comment évaluez-vous la rentabilité de votre banque avant et après l'introduction de l'e-Banking ?



ANNEXES

ANNEXE N°10

Avez-vous observé une augmentation du chiffre d'affaires global de votre banque suite à l'adoption de l'e-Banking ?



Quelle est l'évolution de la productivité de votre banque depuis la mise en place des services d'e-Banking ?

L'évolution de la productivité	Nb. cit.	Fréq.
Amélioration	8	72,7%
Dégradation	0	0,0%
Stabilité	3	27,3%
Ne sais pas	0	0,0%
TOTAL OBS.	11	100%

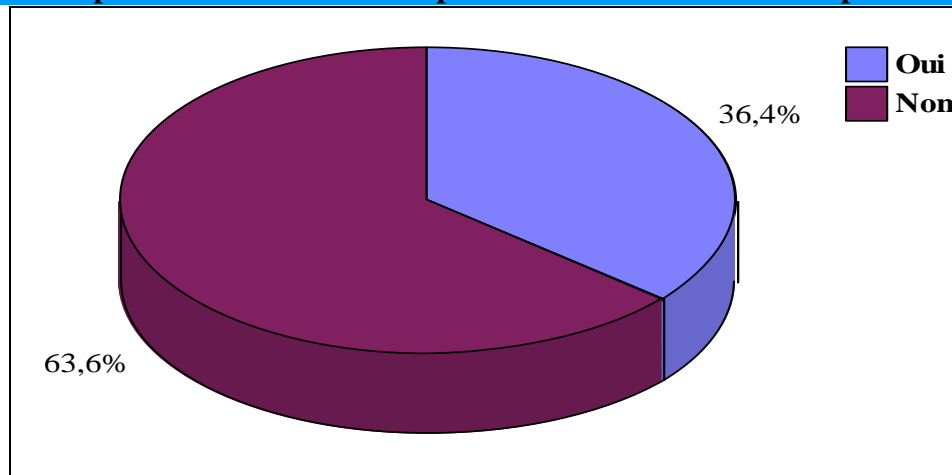
Quel est l'impact de l'introduction de l'e-Banking, en tant qu'outil de travail, sur votre productivité ?

Impact de l'e-Banking	Nb. cit.	Fréq.
Peu importante	0	0,0%
Importante	8	72,7%
Très importante	3	27,3%
TOTAL OBS.	11	100%

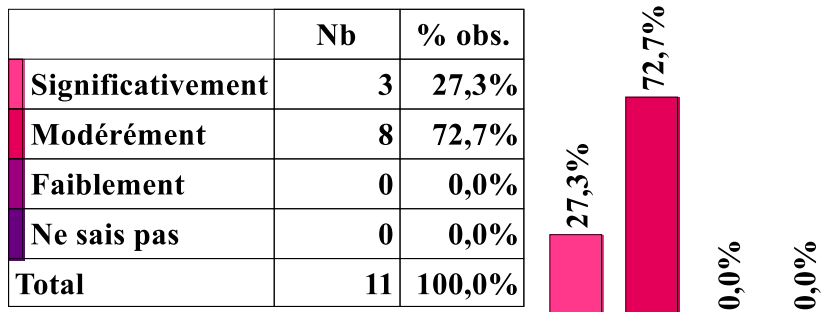
ANNEXES

ANNEXE N°11

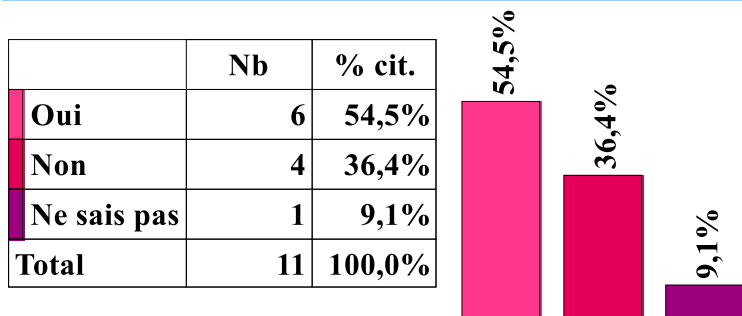
Disposez-vous d'indicateurs permettant de mesurer cet impact ?



Dans quelle mesure l'e-Banking a-t-il permis de réduire les coûts opérationnels de votre banque ?



Avez-vous constaté des économies significatives en termes de frais de personnel, de maintenance des infrastructures ou d'autres dépenses liées à la prestation de services bancaires traditionnels ?

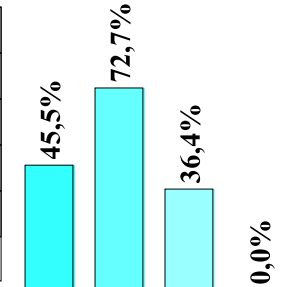


ANNEXES

ANNEXE N°12

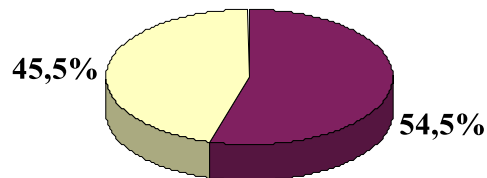
Comment l'e-Banking contribue-t-il à l'optimisation des ressources et à une utilisation plus efficace des actifs de votre banque ?

	Nb	% obs.
Réduction des ressources matérielles	5	45,5%
Rationalisation des processus	8	72,7%
Utilisation accrue des données pour la prise de décision	4	36,4%
Autres (à préciser)	0	0,0%
Total	11	



Comment les clients perçoivent-ils les services d'e-Banking de votre banque en termes de qualité et de commodité ?

	Nb	% obs.
Très satisfaits	6	54,5%
Satisfaits	5	45,5%
Neutres	0	0,0%
Insatisfaits	0	0,0%
Très insatisfaits	0	0,0%
Total	11	100,0%



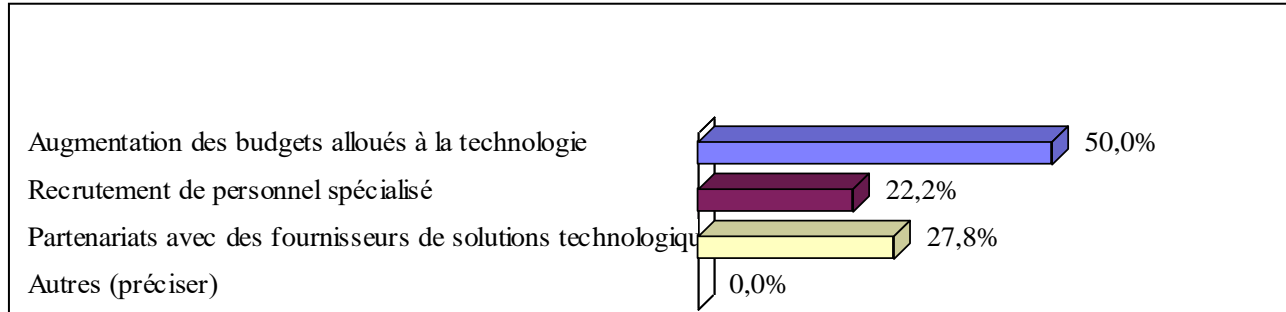
Comment votre banque envisage-t-elle d'exploiter davantage l'e-Banking pour améliorer sa performance financière à l'avenir ?

Exploitation de l'e-Banking	Nb. cit.	Fréq.
Développement de nouveaux services	8	72,7%
Expansion de la couverture géographique	4	36,4%
Investissement dans l'innovation technologique	8	72,7%
Autres (à préciser)	0	0,0%
TOTAL OBS.	11	

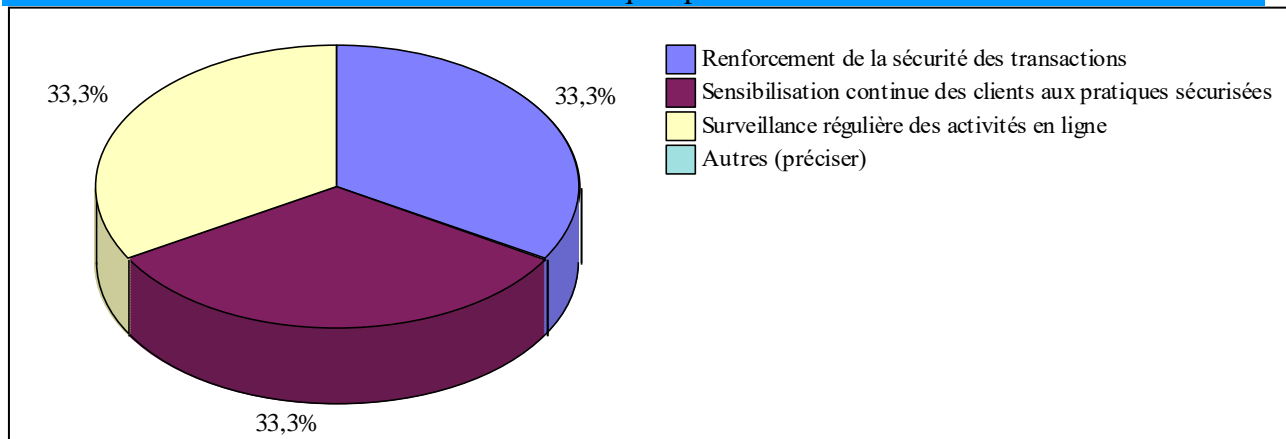
ANNEXES

ANNEXE N°13

Quels sont les investissements prévus dans le développement et l'amélioration des services d'e-Banking pour renforcer la compétitivité de votre banque sur le marché ?



Quelles sont les principales stratégies envisagées pour maximiser les avantages de l'e-Banking tout en atténuant les risques potentiels associés ?



Liste des illustrations

Listes des figures

Figure n°1 : Le concept d'efficacité, d'efficience et de performance.....	33
Figure n°2 : Les objectifs de la mesure de la performance.....	43
Figure n°3 : Répartition de l'échantillon par statut.....	55
Figure n°4 : Offrez-vous des services e-Banking.....	56
Figure n°5 : L'e-Banking dans les banques selon leur statut.....	58
Figure n°6 : Types de services utilisés au sein des banques.....	59
Figure n°7 : Les facteurs qui ont motivé la mise en place de E-Banking.....	60
Figure n°8 : les résultats obtenus après la mise en place.....	61
Figure n°9 : La satisfaction et la fidélisation de la clientèle.....	62
Figure n°10 : La transition des clients vers l'e-Banking.....	64
Figure n°11 : Perception des services d'e-Banking de la part des clients.....	64
Figure n°12 : Quel est l'impact de l'introduction de l'ebanking sur votre productivité ?	65
Figure n°13 : disposez-vous d'indicateur de mesure ?.....	66
Figure n°14 : Perspectives d'exploitation de l'e-Banking pour améliorer la performance financière future des banques.....	67
Figure n°15 : Stratégies pour Maximiser les Avantages des Banques en Ligne.....	69

Liste des tableaux

Tableau n°1 : Échantillon de banques répondant au questionnaire.....	55
Tableau n°2 : Utilisation des moyens de E-Banking.....	57
Tableau n°3 : Les facteurs qui ont motivé la mise en place de E-Banking.....	59
Tableau n°4 : Défis et obstacles liés à l'e-Banking.....	61
Tableau n°5 : Les principales innovations prévues dans l'e-banking.....	63
Tableau n°6 : Investissements Prévus pour l'Amélioration de la Performance des Banques.....	66
Tableau n°8 : Stratégies pour Maximiser les Avantages des Banques en Ligne.....	68

Table des Matières

Table des Matières

Remerciements	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Sommaire	
INTRODUCTION GENERALE	1
Problématique.....	2
Hypothèses	2
Méthodologie de recherche.....	3
Plan de Travail.....	3
CHAPITRE I : GENERALITES SUR L'E-BANKING	5
Introduction au chapitre I	5
Section 1 : Les TIC (technologie d'information et de la communication) dans le secteur bancaire	5
1.1 Définition des TIC	5
1.2 Importance des TIC pour la banque.....	6
1.2.1 Les raisons d'introduction des TIC par la banque	6
1.3 Etats des lieux des TIC dans le secteur bancaire en Algérie.....	8
1.3.1 Les TIC en Algérie	9
1.3.2 La place des TIC dans le domaine de la banque en Algérie	10
1.3.3 Les avantages des TIC pour les banques	10
Section 02 : Présentation de l'E-Banking.....	11
2.1 Quelques définitions du concept E-Banking	11
2.2 Les services de l'E-Banking	12
2.3 L'e-Banking et ses formes	12
2.3.1 Guichet automatique de banque (GAB).....	13
2.3.2 Banque par téléphone (Phone Banking).....	13
2.3.3 Banque sur Internet (Internet Banking).....	13
2.3.4 Le SIM Application Toolkit Banking (STK-Banking).....	14
2.3.5 Le WAP Banking.....	15
2.3.6 Le SMS Banking	16
2.4 Les avantages pour les banques.....	16
2.4.1 Un outil de transmission de l'information	17
2.4.2 L'e-Banking est moins cher et réduit les coûts de transaction.....	18

Table des Matières

2.5 Les avantages pour les clients	19
2.5.1 Disponibilité permanente (Anytime)	19
2.5.2 Offre transfrontalière (Anywhere)	19
2.5.3 Multiplicité des fonctionnalités (Anything).....	19
2.6 L'apport de l'e-Banking pour les entreprises	19
2.7 Les inconvénients de l'e-Banking	20
Section 03 : L'état de l'e-banking en Algérie	22
3.1 La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de MonétiqueLa SATIM.....	22
3.1.1 Naissance de (SATIM).....	22
3.1.2 Mission de SATIM	23
3.2 Algérie Poste.....	24
3.2.1 Les cartes d'Algérie Poste	24
3.3 Les terminaux de paiement électronique (TPE).....	26
3.4 Les prestations monétiques sur le DAB	26
3.5 Algérie Télécom et le réseau internet 4G en mode fixe (LTE) aux clients résidentiels ..	27
Conclusion.....	27
CHAPITRE II : CADRE THEORIQUE DE LA PERFORMANCE BANCAIRE.....	30
Introduction au chapitre II.....	30
Section 1 : Définitions et critères de la performance bancaire.....	30
1.1 Définition de la Performance.....	30
1.2 Les critères de performance	31
1.2.1 L'efficacité.....	32
1.2.2 L'efficience	32
1.3 Types de performance.....	33
1.3.1 La performance externe.....	34
1.3.2 La performance interne.....	34
1.3.3 La performance économique	34
1.3.4 La performance sociale.....	34
1.3.5 La performance financière	35
1.3.6 La performance technique.....	35
1.3.7 La performance managériale	35
1.3.8 La performance organisationnelle.....	36

Table des Matières

1.3.9 La performance stratégique.....	36
1.3.10 La performance commerciale.....	36
Section 2 : Les déterminants de la performance bancaire.....	37
2.1 Les déterminants internes.....	37
2.1.1 La taille.....	37
2.1.2 La liquidité.....	38
2.1.3 La capitalisation.....	38
2.1.4 Le montant des dépôts bancaires.....	39
2.1.5 Le degré de diversification.....	39
2.2 Les déterminants externes.....	40
2.2.1 La concentration du marché.....	40
2.2.2 Le type d'appartenance.....	40
2.2.3 L'inflation.....	40
2.2.4 La croissance du Produit Intérieur Brut (PIB).....	41
2.2.5 La concurrence.....	41
Section 3 : La mesure de la performance Et la Rentabilité.....	41
3.1 La mesure de la performance bancaire.....	41
3.1.1 Objectifs de mesure de la performance.....	42
3.1.2 Principes de mesure de la performance.....	43
3.2 La Rentabilité.....	44
3.2.1 Définition de la rentabilité.....	44
3.2.2 La mesure de la rentabilité bancaire.....	45
3.2.2.1 La mesure de la rentabilité bancaire à travers les soldes intermédiaires de gestion.....	45
3.2.2.2 Mesure de la rentabilité bancaire à travers les ratios de rentabilité d'exploitation.....	48
3.2.2.3 La mesure de la rentabilité bancaire à travers les ratios de rentabilité globale.....	49
Conclusion.....	50
CHAPITRE III : ETUDE ET ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE : cas des banques de la wilaya de Bejaia.....	52
Introduction au chapitre III.....	52
Section 1 : Présentation de la méthodologie du travail.....	52
1.1 Elaboration et administration du questionnaire.....	53
1.2 La population et l'échantillon de l'enquête.....	54

Table des Matières

Section 2 : Analyse de l'e-Banking dans les Banques : Utilisation, Motivations et Avantages	56
2.1 Disponibilité des services d'e-Banking dans les banques	56
2.2 L'utilisation de l'e-banking.....	56
2.3 Les services utilisés	59
2.4 Les facteurs motivant la mise en place d'E-Banking	59
2.5 Les avantages de l'E-Banking	60
Section 3 : Défis, Obstacles et Perspectives d'Avenir de l'eBanking dans les Banques ...	63
3.1 Défis et obstacles de l'E-Banking.....	63
3.2 L'impact d'E-Banking sur la performance des banques	65
3.3 Les prévisions et stratégies concernant E-Banking	66
Conclusion.....	70
Conclusion Générale	72
Bibliographie
Annexes
Liste des illustrations
Table des matières
Résumé

Résumé

Le mémoire explore l'effet de l'e-banking sur la performance financière des banques. Il examine comment les services bancaires en ligne améliorent l'efficacité opérationnelle, réduisent les coûts et augmentent la satisfaction des clients. En intégrant des technologies avancées, les banques peuvent offrir des services plus rapides et sécurisés, ce qui se traduit par une augmentation des revenus et une meilleure compétitivité. L'étude analyse des données empiriques pour démontrer que l'adoption de l'e-banking contribue significativement à l'amélioration des indicateurs financiers, tels que le retour sur investissement (ROI) et la rentabilité. Pour approfondir cette analyse, une enquête a été réalisée à l'aide d'un questionnaire distribué aux banques de la Wilaya de Bejaia. Cette enquête a permis de recueillir des données spécifiques sur l'utilisation des services bancaires en ligne et les résultats observés en termes de réduction des coûts opérationnels, d'amélioration de l'efficacité et de satisfaction accrue des clients.

Mots clés : E-Banking, Performance financière, Banque, Retour sur investissement (ROI), Compétitivité, Rentabilité.

Abstract

The thesis explores the effect of e-banking on the financial performance of banks. It examines how online banking services improve operational efficiency, reduce costs, and increase customer satisfaction. By integrating advanced technologies, banks can offer faster and more secure services, resulting in increased revenues and better competitiveness. The study analyzes empirical data to demonstrate that the adoption of e-banking significantly contributes to the improvement of financial indicators, such as return on investment (ROI) and profitability. To deepen this analysis, a survey was conducted using a questionnaire distributed to banks in the Wilaya of Bejaia. This survey collected specific data on the use of online banking services and the results observed in terms of cost reduction, improved efficiency, and increased customer satisfaction.

Keywords : E-Banking, Financial Performance, Bank, Return on Investment (ROI), Competitiveness, Profitability.

ملخص

يستكشف البحث تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك. يفحص كيف تعمل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت على تحسين الكفاءة التشغيلية، تقليل التكاليف وزيادة رضا العملاء. من خلال دمج التقنيات المتقدمة، يمكن للبنوك تقديم خدمات أسرع وأكثر أماناً، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتحسين القدرة التنافسية. تحلل الدراسة البيانات التجريبية لتظهر أن تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم بشكل كبير في تحسين المؤشرات المالية، مثل العائد على الاستثمار (ROI) والربحية. لتعميق هذا التحليل، تم إجراء مسح باستخدام استبيان وُزِعَ على البنوك في ولاية بجاية. جمع هذا الاستبيان بيانات محددة حول استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والنتائج الملحوظة من حيث تقليل التكاليف التشغيلية، تحسين الكفاءة وزيادة رضا العملاء.

الكلمات المفتاحية : الخدمات المصرفية الإلكترونية، الأداء المالي، البنك، العائد على الاستثمار (ROI)، القدرة التنافسية، الربحية.