

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

Département de Science de Gestion.

Mémoire

En vue de l'obtention du diplôme de
Master en Science de Gestion

Option : Management Economique de Territoire et
Entrepreneuriat

Thème

Etat des lieux de l'enjeu des TIC dans le
secteur bancaire

(Cas des banques de la wilaya de Tizi-Ouzou)

Présenté par : M^{elle} IGUEDAD Souhila

Sous la direction du : Mr HADDAD Zahir et M^{me} RAHMANI Lila

Devant le jury composé de :

- **Président** : Mr MHANOUI A., Université A. Mira de Bejaia
- **Rapporteur** : M^{me} RAHMANI L., Université A. Mira de Bejaia
- **Examinatrice** : M^{elle} GUIDDIR K., université A. Mira de Bejaia

Juin 2013

Dédicaces

Je dédie ce travail à :

Mes très chers parents.

Ma chère et adorable sœur et sa famille

Mes chers frères

Mon oncle et sa famille.

*Mes tantes et leur famille ainsi que toute la famille IGUEDAD sans
exception.*

Ainsi a mon très chère moh

Toute mes amies.

Remerciements

*Ce travail de recherche a été réalisé sous la direction du Mr
HADDAD Zahir et M^{me} RAHMANI Lila*

*-Je remercie DIEU tout puissant qui m'a procuré courage et
volonté pour mener à bien ce modeste travail.*

*-Je tiens à remercier et exprimer toutes ma reconnaissance à
madame RAHMANI et Mr HADDAD pour avoir accepté de diriger
ce travail, pour leur soutien et leur disponibilité.*

*-Je remercie également les membres de jury pour leur contribution
dans l'appréciation de ce travail.*

*-Enfin je remercie tous ceux et toutes celles qui ont apporté leur
soutien à la réalisation de ce travail.*

Introduction générale

L'évolution technologique dans le secteur financier, en général, et le secteur bancaire, en particulier a créée une dynamique de renouveau dans l'économie bancaire, mettant en jeu l'ouverture vers l'extérieur tout en gardant la maîtrise de son environnement. Sa réussite ou son échec dépendra de sa capacité ou de son incapacité à maîtriser la collecte, le traitement et la diffusion de l'information à des fins stratégiques¹.

De ce fait, les banques Algériennes, ont mis un nouveau moyen de paiement. Le paiement électronique dit aussi le paiement par carte bancaire, qui n'est pas encore globalisé au sein de la population. Ce moyen de paiement électronique constitue la base du e-commerce, car l'internaute va entrer les informations de sa carte bancaire (en plus d'un mot de passe confidentiel) quand il effectuera un achat sur un site marchand.

Dans le cadre des évolutions technologiques et de la division des relations et de l'organisation du travail, les employés des banques sont confrontés à un plus grand changement interne à l'entreprise bancaire, ces technologies imposent ainsi à une banque algérienne actuelle, un autre rythme de travail et de réaction.

L'influence des TIC, et des réseaux en particulier, sur le secteur bancaire a commencé dans les années 70. Ces TIC ont déjà provoqué deux évolutions au sein des banques, dans un premier temps, elles ont été le support logistique au traitement interne des informations et aux relations au sein de la travail (développement des réseaux interbancaires), dans un deuxième temps, elles sont devenues le moyen le plus rapide pour accéder aux marchés des capitaux, et ont permis la création des marchés électroniques globaux, ainsi que la modernisation des moyens de paiement .

Actuellement, les TIC servent au développement de nouveaux circuits de vente à distance (le commerce électronique), surtout grâce à l'utilisation d'Internet. Elles ont une influence sur l'évolution des métiers bancaires, et favorisent la séparation entre la fabrication et la distribution de produits bancaires. Elles obligent ainsi les banques à repenser leur mode de distribution, et plus globalement leur stratégie. Donc l'utilisation des TIC est devenue une réalité qui prend chaque jour une place importante dans nos activités quotidiennes. Elles sont en train de créer une nouvelle révolution à l'échelle mondiale. Ces nouvelles

¹ Farid yaici « La mise à jour de système d'information dans le domaine bancaire et financière », université de Bejaia.2004

Introduction générale (suite)

technologies ont conduit au développement de la monétique, ce qui a permis à de nombreuses institutions bancaires de participer activement à la réduction de paiement par chèque et au passage au paiement par carte bancaire.

Le métier du banquier étant devenu de plus en plus complexe. Il s'appuie sur les TIC qui représentent un véritable changement structurel de son métier pour assurer la sécurité, le contrôle et le suivi des risques sont les domaines les plus particuliers. La banque est un réseau de confiance, ainsi, l'intégration des TIC devra prendre une place importante.

Dans le cadre de notre étude, nous allons tenter de traiter la problématique dont la question centrale est : *quels sont les enjeux des TIC pour les banques?* Autrement dit, quels sont les résultats de l'utilisation des TIC dans le secteur bancaire ?

Pour bien cerner notre problématique, nous sommes amenées à détailler cette question centrale par quelques questionnements dont l'importance est évidente à savoir :

- Quels sont les principales TIC utilisées dans ces banques ?
 - Quel est le degré de l'utilisation des TIC au sein des banques de la wilaya de Tizi-Ouzou ?
- La réponse à ces questions pourrait permettre de mieux comprendre le phénomène qui s'illustre sous deux volets :

Le premier est d'ordre théorique, élaborée sur la base d'une revue bibliographique utilisant des ouvrages, articles, documents, mémoires et thèses ; pour savoir ce qui a été écrit sur les technologies d'information et de communication et son enjeu sur le secteur bancaire, dans le but d'assurer la qualité du questionnement.

Le second est d'ordre pratique qui consiste à faire une enquête sur le terrain basée sur des questionnaires et des entretiens en s'adressant aux banques publiques et privées implantées dans la wilaya de Tizi-Ouzou. L'objectif de cette enquête est d'analyser et de comparer le degré d'utilisation des TIC au niveau de ces banques. Pour ce faire, notre travail consiste à déposer les questionnaires au niveau de ces agences bancaires pour être rempli. Cette technique est très utile car elle permet à notre étude de se baser sur des données fiables et va nous aider dans la récolte des informations nécessaires pour notre travail.

L'objet du thème est de montrer l'importance et l'apport des TIC dans le secteur bancaire et de donner les enjeux liés aux nouvelles technologies.

Introduction générale (suite)

Après avoir réalisé des recherches préliminaires, les hypothèses que nous pouvons émettre au regard de notre problématique qui constituent le guide d'orientation tout ou long de la préparation de nos travaux de recherche sur le terrain sont les suivantes :

La première hypothèse est que les TIC permettent aux banques de diversifier la gamme de produits qu'elles offrent à ses clients et de faciliter le travail, notamment inter branches.

La seconde hypothèse consiste à affirmer que l'utilisation des TIC au sein des banques algérienne est peu développée.

La troisième hypothèse admet que l'ouverture des banques étrangère très innovatrices en matière des TIC incité les banques publiques à améliorer leur technologie.

Pour valider ou invalider ces hypothèses, nous baserons notre travail sur des études déjà réalisées sur la question, et nous allons les compléter par une étude sur le terrain.

Pour mener à bien notre recherche, nous allons structurer notre travail en trois chapitres :

Le premier chapitre sera consacré essentiellement aux banques au centre des technologies d'information et de communication (TIC), selon trois points, après avoir donné quelque notions de base sur les banques et la nouvelle économie, nous allons passer à la présentation de l'information et du système d'information puis nous passerons à la communication dans l'entreprise bancaire.

Le second chapitre traite l'importance des TIC pour les banques et s'organise autour de trois points, le premier présentera les généralités sur les TIC. Le second étudiera les principales TIC utilisées par le secteur bancaire, et enfin le troisième donnera les enjeux des TIC sur l'économie algérienne.

Dans le troisième chapitre, il est question d'analyser l'enjeu et le degré de l'utilisation des TIC au sein des banques publiques et privés à travers un échantillon limité à la wilaya de Tizi-Ouzou. Ce chapitre sera également divisé en trois points : le premier sera consacré à la présentation de l'espace bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou et de l'échantillon d'étude. Le deuxième présentera la méthodologie de l'enquête de terrain, dans le troisième et dernier point, nous allons effectuer une analyse des résultats puis nous allons les interpréter.

Introduction

Quelque soit la dimension de l'entreprise, sa forme juridique et son activité, elle doit avoir des finalités exprimées et inexprimées qui varient selon sa vocation, sa situation concurrentielle, humaine, technologique et financière. Elles contribuent à donner une identité et à créer une influence interne et externe à l'entreprise. On trouve que l'environnement de l'entreprise bancaire s'est transformé de son état stable à un état en changement continu, ce qui a donné naissance à ce que on appelle : « la nouvelle économie ».

L'information constitue la matière première de la décision pour chaque entreprise quelque soit sa dimension et sa vocation. Il est impératif pour une entreprise de faire circuler l'information, car elle lui permet de se doter d'une plus grande efficacité afin de poursuivre son développement. Ainsi le système d'information représente les éléments participant à la gestion, au traitement, au transport et à la diffusion de l'information au sein de l'organisation.

Pour que la communication de l'entreprise bancaire puisse atteindre les objectifs tracés au niveau externe, il est impératif d'élaborer et de respecter une démarche stratégique de communication au niveau interne (les salariés) et au niveau externe (clients).

L'objet de ce premier chapitre est de présenter trois points essentiels qui sont la banque et la nouvelle économie, l'information et le système d'information et enfin la communication dans l'entreprise bancaire.

1. Les banques et la nouvelle économie : ceux qui souhaitent prendre en main leur avenir financier, sont amenés à s'interroger sur la nouvelle économie, sa réalité et ses conséquences sur une éventuelle modification des comportements et sur la construction d'une nouvelle banque.

1.1. Les banques : une banque est un établissement de crédit ayant pour objet de procurer des services financiers aux particuliers ainsi qu'aux entreprises, qu'elles soient privées ou publiques¹.

¹ « Banque ». Microsoft Encarta © 2006. Microsoft Corporation

1.1.1. Définition

Selon le dictionnaire « petit Larousse », une banque est un établissement privé ou public qui facilite les paiements des particuliers et des entreprises, avance et reçoit des fonds et gère les moyens de paiement².

Au sens légal et actuel du terme, la banque est l'organisme financier dont la fonction essentielle est de recevoir des dépôts en vue de les prêter sous formes d'avances aux pouvoirs publics, aux entreprises industrielles, commerciales et agricoles pour le besoin de leur fonds de roulement, pour les investissements à moyen et à long terme, et à des particuliers pour leurs besoins personnels.³

Les banques sont considérées comme des entreprises ou établissements qui font profession habituelle de recevoir du public, sous forme de dépôts en opération d'escompte, en opération de crédit ou en opération financières. La banque est un intermédiaire financier qui redistribue sous forme de crédit les fonds qu'il collecte auprès des agents économiques en vue de réaliser un profit⁴.

Six catégories d'établissements bancaires sont à distinguer : les banques proprement dites, Banque centrale ou banque d'émission, Banques de dépôts, Banques d'investissement, Banques d'épargne ou de prévoyance.

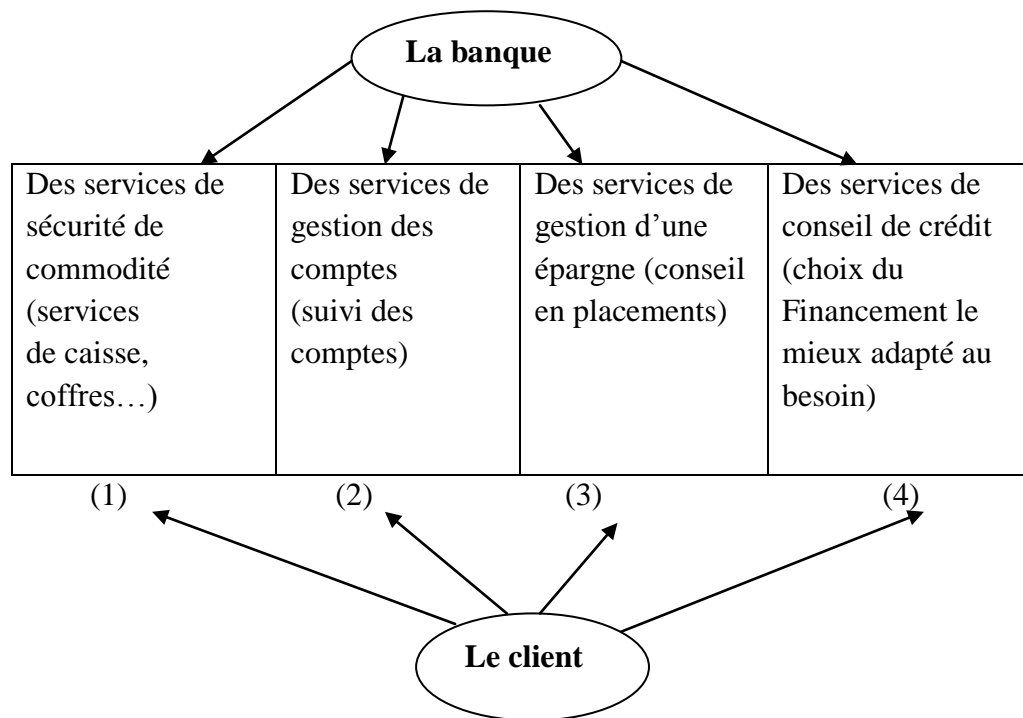
1.1.2. Rôles et opérations des banques : le rôle principal d'une banque est la création monétaire ainsi que la perception d'intérêts en prêtant l'argent déposé par leurs clients. L'activité des banques englobe la réception des fonds du public, leur mise à la disposition de la clientèle, ainsi que la gestion de moyens de paiement. Les fonds recueillis sont affectés à la conduite d'opérations de crédit, elles-mêmes génératrices de nouveaux dépôts par le supplément de monnaie qu'elles sont amenées à créer : les banques sont au centre du processus de « création monétaire⁵».

² Le Petit Larousse, Grand Format, éd. Larousse, Paris, 2001

³ R. WAUTHY et P. DUSHESNE, Economie financière : opération de banque et de bourse, Ed. La Procure, Namur 1983, p.9

⁴ Christin bourdanove : « lexique de la théorie économique ». Fernando martos 1992

⁵ « Banque ». Microsoft © Encarta opt.cit.

Figure n° 1 : Schéma de l'offre bancaire.

Source : Tournois N. « le marketing bancaire face aux nouvelles technologies », édition Masson, 1989 P.71.

On remarque que la concurrence est vive sur le marché de l'épargne et le client est généralement multi bancarisé. C'est-à-dire il possède sa banque d'épargne, sa banque de disponibilité et services divers et sa banque de conseil.

En ce qui concerne la stratégie de l'offre, plusieurs options sont offertes à la banque :

- Soit concentrer son effort sur le « compte » pour obtenir des dépôts supplémentaire pour les emplois,
- Soit différencier les services de gestion de compte et de prélèvement annuel, permettant de rendre plus ou moins captif le client.
- Soit diversifier les services « épargne et investissement » qui apportent également des ressources.

1.1.3. Les facteurs d'environnement commercial d'une banque

Le comportement d'une banque vis-à-vis de ses clients dans un marché, peut être expliqué par trois facteurs fondamentaux suivants :

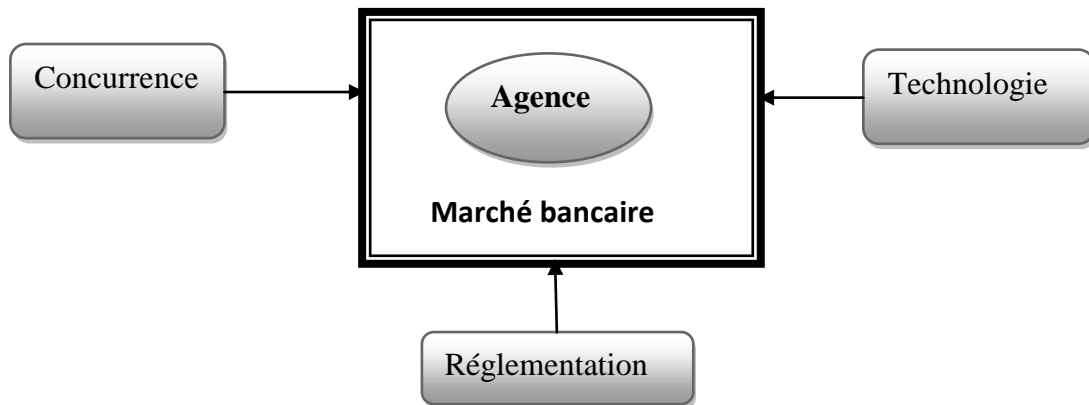
• **La technologie** : les clients que ce soit dans leur vie professionnelle ou privée, se sont trouvés profondément bouleversés par la nouvelle technologie. Ce bouleversement technologique a du être, le véritable facteur d'environnement. La banque a connu ainsi de véritables mutations ; à titre d'exemple, la technologie a donné naissance à de nouveaux produits :

- Les cartes bancaires.
- Les distributeurs automatiques de billets.
- La banque à domicile.
- Les terminaux points de vente.
- Le développement dans le domaine de télécommunication (les services à distances).
- L'informatique.

• **La concurrence** : Bien que la concurrence sur le marché bancaire n'est pas réellement vive, du moment que les banques présentent pratiquement les mêmes caractéristiques que celles de ses concurrents. Cependant, il est indispensable pour elles de se différencier par rapport à ses concurrents ; dans les jours à venir, l'évolution ne jouera plus en faveur des banques algériennes car l'installation massive des banques étrangères a déjà commencé à tracer des relations économiques, commerciales et financières. Leurs niveaux de développement en la matière présente un risque pour les banques algériennes en générale. Sous la pression de ce marché, et compte tenu de l'environnement économique assez difficile.

• **La réglementation** : La réglementation bancaire qualifie l'ensemble des réglementations applicables aux établissements de crédit (banques, sociétés financières,...). La réglementation bancaire provient de différentes sources, nationales ou internationales, avec les lois et règlements.

Au niveau national, la banque est régie au niveau de son développement par des lois et des décrets qui réglementent la nature de son activité : liberté pour un établissement financier de réaliser ou non toutes sortes d'opérations bancaires, d'étendre son réseau, libertés d'ouverture de nouveaux guichets...etc.

Figure n°2 : Facteurs d'environnement d'une banque.

Source : Golvan .Y. « Marketing bancaire et planification », édition banque, 1979, P.66.

1.1.4 Etat des lieux du système bancaire algérien

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

- **La banque d'Algérie** : Selon le cadre légal et institutionnel, la banque d'Algérie a été créée par la loi 62-144 votée par l'assemblée constituante le 13 -12 -1962. La banque centrale est représentée dans les 48 chefs lieu de wilaya. Elle a pour mission de maintenir dans le domaine de la monnaie du crédit et des changes, les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie et elle détermine toutes les normes que chaque banque doit respecter en permanence les ratios de gestion bancaire ; les ratios de liquidité, l'usage des fonds propre, risque général, en outre la banque d'Algérie a comme principe de :
 - réguler la circulation monétaire.
 - maîtriser une gestion d'engagement financier entrepris avec l'étranger.
 - assurer aux banques, la gestion des comptes courants et de leurs comptes en devise.
 - surveiller le marché de change.
- **Les banques commerciales** : On trouve les banques publiques et privés.
- ✓ **Les banques publiques** : Depuis l'ouverture de nombreuses banques privées, les banques publiques continuent à dominer le marché.⁶ Parmi ces banques, on trouve :
 - **La Caisse National d'Épargne et de prévoyance (CNEP)** : Elle a été créée en 1964. Elle a pour but de financer la construction de logement ou le financement de l'immobilier.

⁶ « Guide des banque et des établissements financière en Algérie », édition 2012

Elle devient CNEP banque en 1997. La CNEP banque dispose d'un réseau composé de 223 agences réparties sur le territoire nationale. Cette banque est présente également au niveau de réseau postal pour l'épargne des ménages.

- **La banque nationale d'Algérie (BNA)** : la première banque commerciale a été créée en juin 1966. Elle exerce toute les activités d'une banque universelle avec un département spécialisé dans le financement de l'agriculture. La BNA est devenue une société par actions et obtient son agrément en 1995. Le réseau de la BNA est composé de 197 agences réparties sur tout le territoire national.

- **Le crédit populaire de l'Algérie (CPA)** : le CPA est créé en 1966. Cette banque a pour mission de promouvoir le développement des secteurs de la santé et du médicament, du commerce et de la distribution, de l'hôtellerie et du tourisme, de la PME/PMI et de l'artisanat. Il est devenu une entreprise publique économique par actions. Le réseau du CPA est composé de 139 agences.

- **La banque extérieure d'Algérie (BEA)** : La BEA a été créée en 1967 sous la forme d'une société nationale. Elle a repris successivement les activités de société générale. Elle a pour but de développer les rapports économiques de l'Algérie avec le reste du monde. Le réseau de la BEA est composé de 91 agences réparties sur le territoire national.

- **La Banque Algérienne de développement Rural (BADR)** : La BADR a été créée en 1982. Cette banque a repris les attributions de la BNA en matière de financement du secteur agricole tout en assurant également sa fonction de collecte de ressources. Elle a pour but de développer les activités agroindustrielles. Son réseau compte actuellement 290 agences. C'est le réseau le plus dense.

- **La banque de développement local (BDL)** : La BDL a été créée a partir de la restructuration du CPA en 1982. Elle est chargée du financement des unités économiques locales, pour le développement économique et social, et le financement du secteur de la PME/PMI. Le réseau de la BDL est composé de 148 agences réparties sur le territoire national ».

✓ **Les banques privées** : les seules banques privées en Algérie sont des banques privées à capitaux étrangers, on peut citer : ⁷

- **Société Générale Algérie (SGA)** : Société Générale Algérie est une banque commerciale détenue à 100% par le groupe de Société Générale de France et agréée en 2000 avec le

⁷ « Guide des banque et des établissements financière en Algérie », op.cit.

statut de banque universelle. Elle est présente en Algérie depuis 2000 et offre une gamme de services à tout type de clientèle. La SGA dispose d'un réseau de 70 agences implantées dans les principales villes du pays.

- **BNP Paribas :** BNP est une filiale à 100% du groupe BNP Paribas de France agréée en janvier 2002; elle est autorisée à effectuer toutes les opérations reconnues aux banques ; elle compte 58 agences implantées dans les principales villes du pays.
- **Natixis Bank Algérie :** est une banque française agréée en 2000 sous le statut de banque universelle. Elle effectue son activité en tant que banque d'investissement. Le réseau de NATEXIS Bank compte 12 agences implantées dans les principales villes du pays.
- **Arab Banking Corporation Algérie(ABC) :** ce sont des banques à capitaux arabes et parmi les premières banques internationales à s'implanter en Algérie. L'obtention de l'agrément a eu lieu en 1998. ABC permet d'accompagner sa clientèle dans ses opérations de financement ainsi que d'offrir des services de qualité à sa clientèle. Elle compte continuer à développer de nouveaux produits. Le réseau d'ABC-Algérie possède 18 agences.
- **La Trust Bank Algérie :** c'est une banque agréementée par le droit algérien et installée en Algérie depuis 2002 sous forme de société par actions. La Trust Bank est une banque universelle. L'actionariat est composé en majorité de sociétés à capitaux privés. Cette banque compte 12 agences.
- **Housing Bank for Trade and finance-Algérie :** c'est une filiale de la banque jordanienne. Elle assure des services bancaires destinés aux particuliers et aux entreprises. Elle a commencé son activité en 2003. Cette banque dispose de 5 agences.
- **Gulf Bank Algérie :** est un établissement bancaire détenu par le groupe Kuwait Project Company. Gulf Bank est une banque de droit algérien, agréée en 2004. Cette dernière a le statut de banque universelle qui propose des produits bancaires classiques ainsi que des produits islamiques. Le réseau de cette banque compte 24 agences.
- **Al baraka Bank Algérie :** Al baraka Bank est la première banque ayant pour activité (le Banting islamique) à s'être implantée en Algérie. Cette banque a démarré ces activités en 1991. Ses actionnaires sont la BADR et le groupe d'Allah al baraka (Arabie saoudite) et elle a le statut de banque universelle. La banque est implantée sur tout le territoire national et son réseau possède 25 agences.
- **Citibank Algérie :** Citibank banque a demandé et obtenu une licence bancaire commerciale et elle est présente en Algérie depuis 1992. Cette banque est présente dans des secteurs comme la finance bancaire et la finance d'entreprise. Ses activités se concentrent

autour de l'investissement étranger, les dépôts de la banque en ligne. la banque dispose d'un réseau composé de 4 agences.

- **Fransabank el djazair SPA:** FransaBank est une banque libanaise créée en 2006, elle obtient un agrément en plein exercice en janvier 2010. Sa première agence bancaire a été ouverte à Oran et son réseau comporte 2 agences.
- **Calyon Algérie:** Calyon-Algerie est une filiale à 100% de Calyon SA de France, elle est la propriété de groupe français « crédit agricole ». Cette banque a été agréée comme banque universelle en 2007. Elle active principalement comme banque d'investissement et ne dispose que d'une seule (01) agence.
- **Al Salam Bank-Algérie:** Al Salam Bank est une banque qui a été agréée en 2008 et qui offre des produits islamique. Cette dernière active dans l'investissement immobilier et les titres. Elle dispose de deux 2 agences, en dehors de l'agence principale.
- **HSBC Algérie:** HSBC Algérie agréée en 2008. Elle peut exercer toutes les activités reconnues aux banques et elle dispose de deux 2 agences.
- **Arab Bank PLC-Algérie :** Arab Bank PLC est une succursale de banque agréée en octobre 2001 avec le statut de banque universelle. Son réseau est composé de quatre 4 agences.

1.2. Quelques notions sur la nouvelle économie

Le développement des technologies de l'information et de la communication a bien contribué à la naissance de ce qu'on appelle actuellement la *nouvelle économie* qui témoigne d'un grand débat entre de nombreux auteurs depuis plusieurs années sur le sujet. Selon pierre Jacquet (2001), l'expression de la nouvelle économie est devenue tellement courante qu'elle est utilisée pour présenter tout ce qui tourne autour des nouvelles technologies de l'information et de la communication.⁸

1.2.1. Définitions

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

Le terme de *nouvelle économie* renvoie selon Olivier Bomsel (2001) au processus de diffusion dans le tissu industriel des gains de productivité associés aux *technologies de l'information et de communication* (TIC), autrement dit de la numérisation de l'information

⁸ Pierre Jacquet, « Nouvelle économie du virtuel au réel », RAMES, 2001, p27.

de son traitement dynamique et de son transport sur des réseaux à hauts débits (internet).⁹ Alors que pour Patrick Artus (2001), « la nouvelle économie est un ensemble d'évolutions et de mécanismes : apparition des TIC et de la communication notamment internet, de nouveaux biens et services liés à ces technologies, incorporation de ces nouvelles technologies dans les processus de production de l'ensemble des biens et services y compris de la vieille économie, réorganisations des entreprises autour de formes plus flexibles, modification de la nature des rémunérations et hausse des bourses.. ». ¹⁰ .

On peut dire qu'une entreprise qui commercialise ses produits à travers l'internet, un homme d'affaires qui surveille l'évolution des cours boursiers par le biais de son téléphone portable, une multinationale qui utilise l'internet pour tous les types de communication entre ses filiales sont quelques indicateurs de la nouvelle économie.

1.2.2. Les caractéristiques de la nouvelle économie

En général, la nouvelle économie se caractérise par l'absence de l'inflation qui s'explique par l'application de la politique monétaire restrictive qui permet le maintien de taux d'intérêt bas et aussi par le plein emploi, surtout avec la prolongation de la scolarité et l'augmentation du taux d'activité féminine. Comme on peut aussi citer certaines caractéristiques qui sont :

- Les coûts d'investissement initiaux très élevés et des coûts variables très faibles ensuite.
- La nouvelle économie englobe plusieurs secteurs comme : les télécommunications, les activités Internet-service de B to B (Business to Business) et B to C (Business to Consumer).
- Le montant des investissements qui a représenté dans les années 90 plus du double de ce qu'il était dans les années 80.

- La mondialisation qui met potentiellement tous les secteurs économiques en situation de concurrence et se trouve favorisée par l'évolution du modèle des changes et les accords récents sur les échanges internationaux.

- Les orientations de l'Etat sur certaines avantages accompagnés par le développement des autorités décentralisées auxquelles les Etats ont transféré leurs compétences dans des domaines comme les Banques Centrales, l'audiovisuel et les télécommunications.

⁹Olivier Bomsel, « nouvelle économie, économie Numérique, Netéconomie », édition Dalloz, CERNA paris, 2001, p5.

¹⁰Christian Biales, « la nouvelle économie en questions », Chaire supérieure en économie et gestion, 20 Novembre 2007, p 38.

A partir de toutes ces caractéristiques, on déduit que les nouveaux changements concernent plusieurs facteurs qui ont une relation limitée avec l'entreprise, qui s'explique à travers une comparaison entre la nouvelle et l'ancienne économie qui se résume dans le tableau ci-dessous.

Tableau n°1 : Principales caractéristiques de l'ancienne économie et de la nouvelle économie

	Ancienne économie	Nouvelle économie
Marchés	Stables	Dynamique
Compétition	Nationale	Globale locale
Organisation	Hiérarchisée	Bureaucratique et réseau
Organisation de la production	Production de masse	Production flexible
Facteurs de production	Capital, travail	Innovation connaissance
Facteur de compétitivité	Mécanisation	Numérisation
Compétences	Spécifiques	Variées et transdisciplinaires
Education requise	Compétence ou un diplôme	Un apprentissage à vie
Management du personnel	Adversité	Collaboration
Nature de l'emploi	Stable	Risque et opportunité
Régulation	Commande et contrôle	Outils de mesure du marché flexibilité

Source : <http://aesplus.net/La-nouvelle-economie.html>

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

1.2.3. Genèse de la nouvelle économie

L'évolution économique est passée par une succession d'étapes et chaque période dans l'évolution des sociétés est liée à l'économie. Nous pouvons retracer l'évolution économique des sociétés industrielles depuis le milieu du 19^{em} siècle à travers trois périodes principales. Il faut savoir que chaque période est marquée par un ensemble de changements et la modification de la structure sociale autour de la réalité économique.¹¹

- ✓ La première période, qui se situe entre 1850 et 1910 environ, était essentiellement orientée vers le transport et le traitement des marchandises et vers les ressources naturelles.
- ✓ La deuxième période commence à partir de 1920 et se poursuit jusqu'au milieu des années 1970. Elle se caractérise par une richesse produite ainsi que des progrès technologiques qui se basent sur des nouvelles idées sur la production des machines avec l'apparition de nouvelle industrie importante comme l'automobile et la machine outil.
- ✓ La troisième période commence à partir des années 1970 qui se caractérise par l'arrivée de technologies fondamentalement nouvelles à forte concentration informatique, de la robotique ainsi que dans le secteur des télécommunications.

Par ailleurs, la nouvelle économie est justifiée par trois grandes évolutions qui sont :

- L'accroissement continu des emplois consacrés à la production, au traitement et au transfert de la connaissance et de l'information, une tendance qui ne concerne pas seulement les secteurs de haute technologie, mais elle recouvre progressivement l'ensemble de l'économie.
- L'approfondissement de la part du capital intangible par rapport au capital tangible et une grande partie du capital intangible est constitué sous forme d'investissement, de formation, d'éducation et de recherche et développement, d'information et de coordination ; c'est-à-dire les investissements consacrés à la production et la transmission de la connaissance et de l'information ;
- La révolution des instruments du savoir constitue l'autre grand niveau de transformation qui se révèle dans l'entrée de l'ère digitale laquelle se matérialise dans les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

¹¹ Mehran Ebrahimi « la nouvelle économie : promesses, réalités et tendances », cité par bouhloul Amina « impact des NTIC sur la structure organisationnelle des entreprises » université de Bejaïa 2011.

Après avoir présenté les banques et la nouvelle économie en général, il nous paraît important de s'interroger sur l'information et le système d'information, à cet effet, nous tenterons de présenter dans la section qui suit l'information et le système d'information.

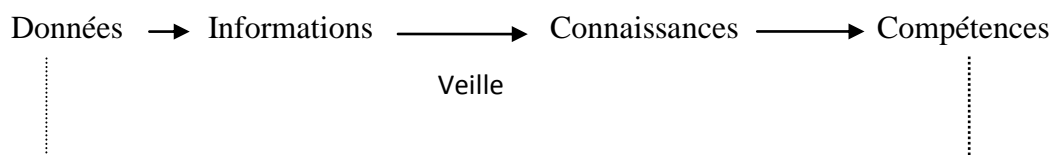
2. l'information et le système d'information

L'information constitue la matière première de la décision, pour chaque entreprise quelque soit sa dimension et sa vocation. Il est impératif pour l'entreprise de faire circuler l'information, car elle lui permet de se doter d'une plus grande efficacité afin de poursuivre son développement. Ainsi le système d'information représente des éléments participant à la gestion, au traitement, au transport et à la diffusion de l'information au sein de l'organisation.

Par ailleurs la connaissance peut être codifiée c'est-à-dire exprimée et articulée de façon que l'on puisse exprimer cette connaissance selon un certain langage et inscrire cette expression sur un support, ainsi la codification de la connaissance consiste à produire une représentation qui permet de l'inscrire sur un support qui joue un rôle central dans la nouvelle économie en favorisant des moyens de mémorisation, de communication et d'apprentissage ; des moyens qui se manifeste à travers les TIC.

Le schéma suivant représente les différents stades d'évolution et de création de la connaissance.

Figure n°03: Différents stades d'évolution et de création de la connaissance



Source : Mohellebi .D, mémoire de magister, 2001.

Le système de veille permet le renouvellement des données dans le cas de l'amélioration ou de l'introduction de nouvelles données pertinentes.

2.1. L'information

L'information est un outil d'aide à la décision car l'entreprise doit chercher à anticiper les évolutions sur ses marchés, Pour cela, elle doit déterminer ce qu'elle cherche exactement, ce qui nécessite pour l'entreprise d'utiliser les différents types d'information.

2.1.1. Définitions : Le concept de l'information n'a pas qu'une seule définition, car il a été analysé par plusieurs demaine.

- Davis. G.B, et al ont définis l'information comme étant : « une image des objets et des faits, elle corrige ou confirme l'idée qu'on se fixe. Aussi l'information représente les données transformées sous une forme significatives pour le personne qui la reçoit, elle a une valeur réelle ou perçue pour ses décisions et ses actions.»¹² .

- Selon Mayère. A : « l'information est ce qui forme ou transforme une représentation dans la relation qui lie un système à son environnement.»¹³ .

- Selon .Melèse .J: « une information pour un être vivant (ou un automate) est tout signal, tout message, toute perception qui produit un effet sur son comportement ou sur son état cognitif »¹⁴ .

D'après toutes ces définitions, on peut dire que l'information est nécessaire à l'action et à la décision dans l'entreprise, c'est un enjeu de pouvoir. Elle a un impact sur la perception de sa situation concurrentielle et réduit l'incertitude.

2.1.2. La valeur d'une information

La valeur de l'information repose sur son adéquation aux besoins de l'utilisateur, donc l'information est utile (efficace) et assure son rôle de prise de décisions lorsqu'elle est :

- *Rapide* : qui se traduit par le temps que met l'information pour aller de son émetteur au récepteur.

- *Accessible* : c'est la possibilité à toute personne de l'entreprise d'obtenir l'information désirée au moment voulu et sans obstacles.

¹² Davis.G.B, Olson.M.H, Ajenstat.J, « systèmes d'information pour le management », Ed : Economica, Paris, 1985.p 6.

¹³ Mayère. A, « pour une économie de l'information », Ed : CNRS, 1990.p13.

¹⁴Melèse.J, « Approche systématique des organisations », Ed : Organisation, Paris, 1990.p.10.

- *Fiable* : c'est la capacité d'une information à être une image fidèle et sûre d'un événement.
- *Précise* : c'est la mesure plus ou moins exacte d'un phénomène.
- *pertinente* : c'est la capacité de répondre à un problème posé.
- Le coût : la valeur de l'information doit rester inférieure au coût de son obtention.

2.1.3. Types d'information bancaire : L'information bancaire peut être regroupée selon deux (2) axes différents : l'information qualitative et l'information quantitative.¹⁵

- **L'information qualitative :** la connaissance qualitative fournit des informations sur les attitudes, les goûts, les besoins, les attentes et les motivations des consommateurs envers les institutions, leurs produits et services, la qualité de leur distribution et s'adapter à ses besoins. Il s'agit d'expliquer le comportement du client.
- **L'information quantitative :** On a vu que les informations qualitatives permettent au banquier de mieux percevoir au delà des documents comptables, la qualité du marché. Les informations quantitatives doivent lui permettre de compléter ces documents par des précisions chiffrées appelées information technique.

Ces informations offrent au banquier l'apport important utilisé comme élément d'octroi ou de refus automatique du crédit en lui facilitant une sélection rapide des clients. Nous accordons une importance particulière à l'élaboration d'un fichier client.

2.1.5. Sources d'information

La politique d'information se manifeste par la mise en place de tout canal permettant de s'informer d'une manière indépendante sur l'environnement, le marché et la concurrence. Nous citons les principales sources dont le banquier peut se référer.¹⁶

- Publication des institutions financières.
- Les études internes élaborées par certains services de la banque comme le service comptabilité, ou bien, des éléments fournis par des services intérieurs dont une cellule spécialisée dans la recherche et développement.
- Documentation fiscale : chiffre d'affaire et bilan des entreprises.

¹⁵ BERRAHI Khair-Eddine: Ibid.

¹⁶BERRAHI Khair-Eddine Opt.cit.

- Chambre de commerce et d'industrie (C.C.I.) ; elle peut nous indiquer le potentiel de développement des principales activités.
- Ecoles supérieures de commerce et les instituts de gestion.
- Les différentes banques nationales et internationales ainsi que les études de certaines banques concurrentes qui elles peuvent fournir des statistiques sur l'activité des banques et l'évolution des dépôts.
- Les organismes extérieurs, « Institut National de la Statistique Economique » (INSE).
- Réunions régulières d'activité.
- Les médias, la presse locale . . . etc.
- Les Ministères : Ministère des Finances, Ministère du Commerce, Ministère de l'Economie.

2.1.6. Les objectifs de l'information

Informer c'est faire savoir, aider à comprendre, trouver un juste équilibre entre le manque d'information et l'excès de celle-ci. Les différents objectifs de l'information sont les suivants :

- **Pour la banque** : Ces informations permettent à la banque de :
 - mieux apprécier la portée de son effort.
 - mieux situer son activité dans le tout ce qui constitue la banque.
 - mieux comprendre les problèmes de gestion, qui ne sont pas seulement l'apanage de la direction générale, puisque chacun en est responsable.
 - mieux comprendre les règles du jeu économique et la raison de certaines décisions concernant, soit la gestion au jour le jour, soit des projets importants.
 - lutter contre le cloisonnement c'est-à-dire tout le monde doit être informé.
- **Pour les salariés** : Ces informations permettent aux travailleurs de :
 - développer les relations interpersonnelles c'est-à-dire elles contribuent à une meilleure intégration des individus dans l'organisation.
 - développer de la concertation, du dialogue et de la négociation.
 - lutter contre la politique de secret.

2.1.7. Les obstacles de l'information : Nous remarquons que plusieurs problèmes peuvent atteindre la circulation de l'information ou le contenu de celle-ci. Parmi eux nous pouvons citer les problèmes suivants :

- **La surcharge** : elle constitue le nombre ou la quantité d'information que peut recueillir toute l'entreprise sachant qu'il existe une quantité considérable d'information inutiles ou dont elle n'en est pas besoin ;

- **L'ambiguïté** : dans ce cas l'information peut être interprétée par une personne de plusieurs manières différentes ;

Ambiguïté = 1 personne seule + 1 information = plusieurs interprétations.

- **L'incomplétude** : c'est dans le cas où l'organisation ou l'individu reçoit des informations incomplètes ou manquantes, cela est causé par la situation environnementale (cas d'asymétrie informationnelle);

En économie, on parle d'asymétrie informationnelle lors d'un contrat quand certains des participants disposent d'informations pertinentes que d'autres n'ont pas. Cette situation peut provoquer ce qu'on appelle l'incomplétude des contrats et peut même aller jusqu'à l'annulation de ces contrats.

Enfin l'information permet à l'entreprise de déterminer les opportunités et les menaces de l'environnement en recevant des informations externes. Ces dernières lui permettent de disposer des renseignements sur les performances de ses concurrents et l'aident dans ses prévisions.

2.2. Le système d'information

La mise en œuvre d'un système d'information au sein d'une entreprise est indispensable car il comporte des instruments de collection, de diffusion et de traitement de l'information.

2.2.1. Définitions du système d'information

- Selon Reix. R : « c'est l'ensemble d'éléments (personnels, matériels, logiciels) permettant, d'acquérir, traiter, mémoriser, communiquer des informations »¹⁷.

- Selon Dumoulin. C «le système d'information peut être défini comme l'ensemble des informations formelles circulant dans l'entreprise ainsi que les procédures et les moyens nécessaires pour les définir, les rechercher, les formaliser, les conserver et les distribuer ».¹⁸

¹⁷ Reix. R, « système d'information et management des organisations », 5^{ème} édition, Ed : Vuibert, Paris, 2005.P16.

¹⁸ Dumoulin. C, « management des systèmes d'informations », Ed : Organisation, Paris, 1986 P24.

- Selon Lesca. H « le système d'information pour l'entreprise est l'ensemble interdépendant des personnes, des structures d'organisation, des technologies de l'information (matériels et logiciels) les procédures et méthodes qui devraient permettre à l'entreprise de disposer juste à temps des informations dont elle aura besoin pour son fonctionnement courant et pour son évolution ». ¹⁹

- Selon R.REIX et F.Rowe « Un système d'information est un ensemble organisé de ressources, matérielles, logicielles, personnelles, données, procédures permettant d'acquérir, de traiter, de stocker des informations (sous forme de données, textes, images, sons, ..) dans et entre les organisations » ²⁰.

2.2.2. Typologie des systèmes d'information

Pour la plus part des entreprises, il existe une variété des besoins d'information. Le système d'information couvre trois grands domaines, qui se sont historiquement développés. Ce qui nous conduit à distinguer trois types des systèmes d'information à savoir :

- **Système d'information opérationnel** : Qui consiste dans la collecte, la mémorisation et le traitement des données nécessaires à la conduite de l'activité afin d'automatiser certaines tâches opérationnelles dont l'objectif était de supprimer ou d'alléger des activités administratives répétitives; Actuellement, l'objectif de ces systèmes ne se limitent pas à l'automatisation des fonctions existantes mais de repenser les processus de l'entreprise en tenant compte des opportunités offertes par les technologies.

- **Système d'information d'aide à la décision** : Les cadres supérieurs ont besoin de renseignements pour aider à la planification de leurs affaires afin de prendre des décisions. Et c'est le système d'information d'aide à la décision qui se charge de fournir des indicateurs pertinents sur l'activité, connaître les clients, offrir des outils d'analyse et de simulation, ainsi que la gestion de la connaissance.

- **Système d'information de communication** : son rôle est de communiquer les informations en interne et les échanger avec les partenaires externe, c'est-à-dire rendre les systèmes accessibles, via les technologies internet, aux acteurs internes (employés) et externes (clients) en fonction de leurs besoins.

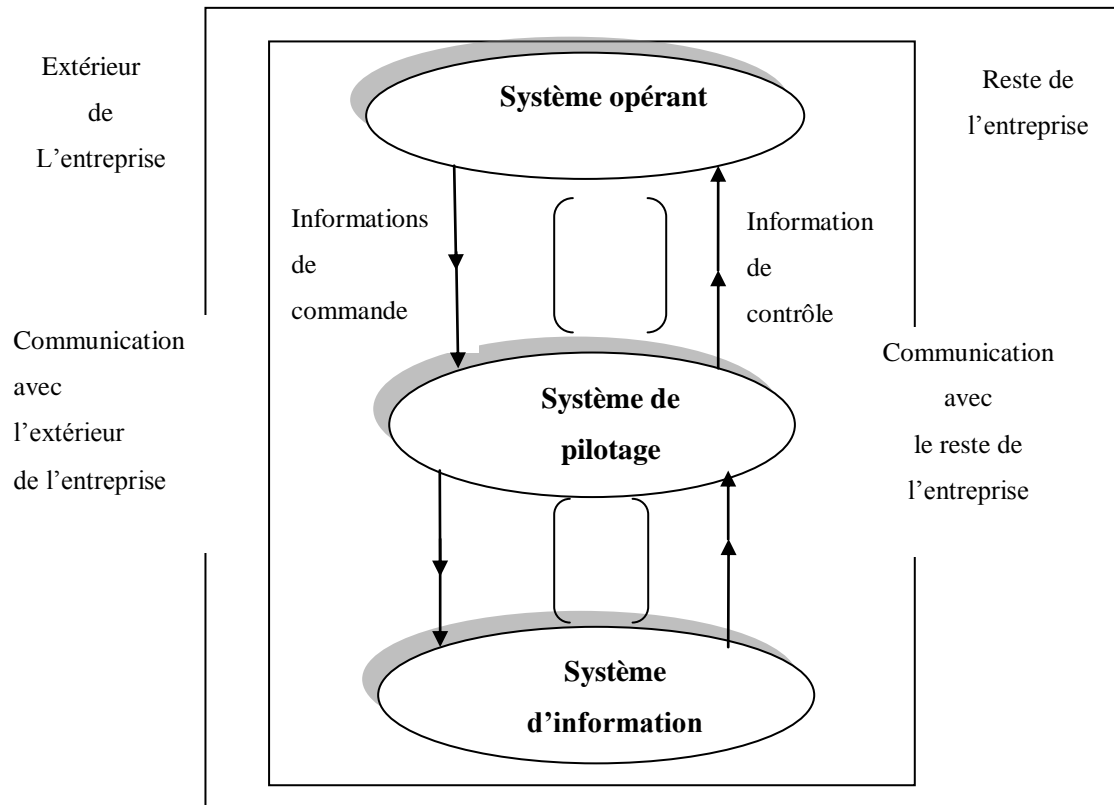
¹⁹ Lesca. H, « structure et système d'information facteurs de compétitivité de l'entreprise », Ed : Masson, Paris, 1989 P13.

²⁰ R.REIX, F.Rowe « faire de la recherche en système d'information » édition Vuibert, paris ; 2002.P8.

2.2.3 Propriété spécifique des systèmes d'information

Le système d'information est considéré comme étant l'un des trois sous-systèmes de base de toute organisation qui sont expliqués dans la figure suivante :

Figure n° 04: Trois sous-systèmes de base



Source : Bressy.G, Konkuyt. C « Economie d'entreprise » 5^eédition, Ed: Dollaz, France, 2000

D'après ce schéma les trois sous-systèmes de base de toute organisation sont :

- Le système opérant : qui est à la base de toute organisation. Il se charge d'effectuer les opérations permettant d'atteindre les objectifs. Il correspond aux activités de production de chaque module de l'entreprise étudiée.
- Le système de pilotage: (ou de gestion, de commande, de management ou de décision) est chargé de la fixation des objectifs, du contrôle et de la régulation du système opérant.
- Le système d'information est l'interface des deux autres. Il leur fournit les informations indispensables pour produire d'une part et de piloter d'autre part. Il permet la communication entre les deux autres systèmes et avec l'environnement

2.2.4. Les déterminants du système d'information

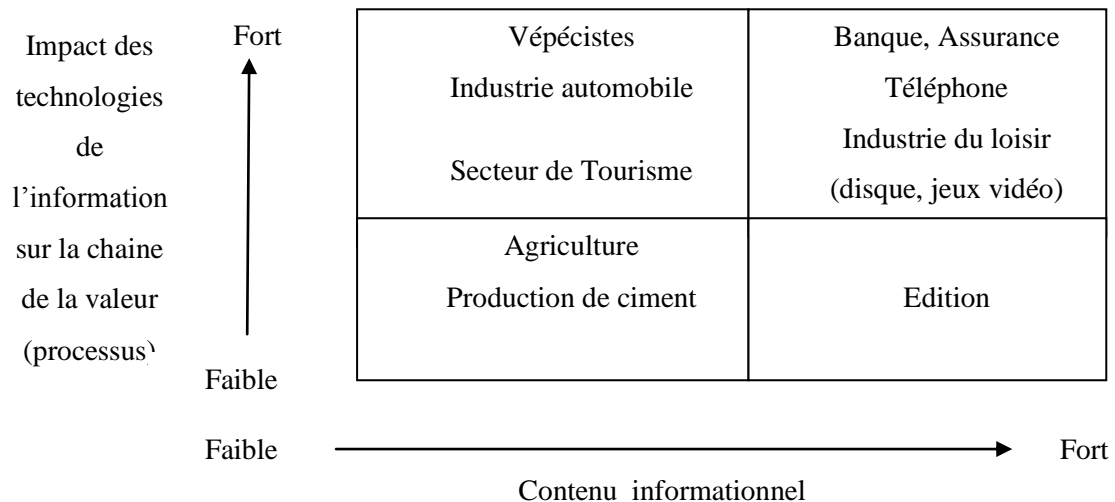
Un ensemble de facteurs explique l'évolution actuelle globale des systèmes d'information ainsi que les différences entre les entreprises :

- **L'environnement technologique** : le développement des technologies offre en effet des nouvelles opportunités aux entreprises qui doivent saisir pour répondre aux besoins et créer de la valeur ajoutée.

- **L'environnement économique** : il se caractérise par de nouvelles règles de compétition : marché mondial, organisation de certaines entreprises en réseau avec leurs clients et fournisseurs, création de nouveaux services à valeur ajoutée, notamment via le web. Cet environnement implique un accroissement des capacités de communication des entreprises et explique l'accent mis sur les réseaux et sur la mise à disposition à distance des applications.

Le secteur d'activité dans lequel évolue l'entreprise joue un rôle primordial sur l'orientation de son système d'information. Dans ce contexte, on propose une classification des secteurs d'activité selon leur *intensité informationnelle*. Celle-ci se mesure selon deux axes.

Figure n° 5: Matrice d'intensité informationnelle selon les secteurs d'activité



Source :Delmond. M.H, Gautier.Y.P .J.M, « management des systèmes d'information »,Ed: DUNOD. France.2003.

Le premier axe correspond à l'impact des technologies de l'information sur la chaîne de valeur, c'est-à-dire les processus des activités opérationnelles (R&D, achat, production, logistique, vente, après vente) et fonctionnelles (ressources humaines, contrôle de gestion, services généraux).

Le second axe mesure le « contenu informationnel » du produit ou du service. Celui-ci est maximal pour des activités comme la banque ou l'assurance et est en progression dans

beaucoup de secteurs, du fait de l'évolution des services informationnels associés aux produits (comme la réservation en ligne par exemple).

2.2.5. Les impacts du système d'information sur l'entreprise

Les entreprises cherchent généralement à atteindre trois types d'effets en développant des projets de système d'information : la réduction des coûts, la création de valeur ajoutée et une modification de l'organisation des processus.

Le système d'information a une place importante dans l'entreprise car il permet de diriger et de nourrir tous les organes de l'entreprise. Les transmissions de l'information au sein de l'entreprise sont rendues possible dans de nombreux secteurs d'activité et cela grâce aux technologies de l'information et de communication utilisées surtout l'informatique.

Après avoir présenté l'information et le système d'information d'une banque, il nous paraît important de s'interroger sur la communication. A cet effet, nous tenterons de présenter dans le point qui suit la communication de l'entreprise bancaire.

3. la communication de l'entreprise bancaire

La communication de l'entreprise (interne ou externe) est considérée comme une matière première pour réaliser sa stratégie prévue. C'est pour cette raison que la communication doit être au centre des préoccupations des dirigeants de l'entreprise.

3.1. Quelques notions relatives à la communication

Le concept de la communication globale est polysémique car il a été analysé par plusieurs disciplines et plusieurs auteurs.

3.1.1. La communication globale

La communication d'entreprise peut être définie comme la production d'information dans le milieu interne et externe, comme la création d'interface. La communication engage l'entreprise ou l'organisation en tant que système d'information et de décision dans son milieu. Elle organise et gère les flux d'information qui circulent à l'intérieur de l'organisation (communication interne) ou entre l'organisation et son environnement (communication externe). Elle concerne les échanges d'informations qui lui permettent de fonctionner en tant que système et de se positionner dans son environnement »²¹

²¹ Fendrevie .J et Findom, « Mercator », 5^{ème} édition, Ed : Dalloz, paris, 1996.p11.

- « La communication est l'ensemble des informations, les messages, les signaux de toute nature émis par l'entreprise en direction de ses clients actuels ou potentiels, des prescripteurs des distributeurs et toute autre cible dans un but commercial »²²

- « Le fait de communiquer étant celui de transmettre des informations dans le but d'obtenir de la part du destinataire, une modification du comportement ou d'attitude »²³

3.1.2. La communication interne

La communication interne est une des déclinaisons de la communication d'entreprise. Elle est la composante d'un système global d'organisation des flux d'information et des échanges. La communication interne s'en charge de la conception des programmes d'information interne de l'entreprise ou de l'un de ses secteurs ; conception de la politique d'information externe de l'entreprise ; production de l'information ; administration et gestion du service de relations publiques. Cette dernière se résume souvent à informer et donner une meilleure compréhension de l'environnement professionnel, conduire ou accompagner le changement, renforcer la connaissance et créer l'adhésion pour, finalement, améliorer le climat général et les performances de l'organisation.

La distribution et la communication ont été vues par F. Rowe comme les principaux éléments de différenciation des banques. La banque directe définie " comme toute activité bancaire destinée à un client ou à un prospect, se déroulant à partir d'un point de service électronique (téléphone, micro-ordinateur, kiosque électronique, distributeur automatique de billets, guichet automatique de banque), et utilisant un système de télécommunications tel que le téléphone public ou Internet " apparaît ainsi comme un moyen privilégié de différenciation en remplissant ces fonctions.

3.1.3. Les différents types de communication

La communication dite globale consiste en la coordination d'éléments indépendants en vue de favoriser la réalisation de la stratégie de l'organisation. Parmi les types de communication, on trouve :

✓ **la communication commerciale** : Pour la communication commerciale, la construction de l'image de l'entreprise n'est pas une fin en soi, elle ne trouve d'intérêt que si elle s'accompagne de la commercialisation de ses produits. Cette communication est celle de l'entreprise sur ses marchés en tant que producteur ou distributeur. La publicité est une

²² Helfer J.P et Orsont.J, « Marketing », 5^{ème} édition, Ed : Vuibert ; paris ; 1998 p45.

²³ Helfer J.P et Orsont :Ibid .

dimension du marketing qui permet la gestion optimale du couple produit, marché. Elle comprend l'ensemble des moyens mis en œuvre pour faire connaître un bien, un service ou une cause.

✓ **La communication institutionnelle :** La communication institutionnelle s'applique à l'entreprise en tant que personne morale. Elle vise à fournir une image forte de l'entreprise et à la positionner sur des valeurs susceptibles de lui fournir un avantage concurrentiel. Cette forme de communication est la plus récente dans les entreprises. Ses noyaux durs sont constitués par:

- Les relations publiques qui créent des occasions, des événements auprès des médias et publics spécialisés pour bâtir ou entretenir une notoriété. Les relations avec presse en font partie.

- Les relations extérieures qui visent à entretenir dans la durée et la continuité des relations d'intérêt mutuel avec les publics de l'organisation : pouvoirs publics, décisionnaires, diverses collectivités, écoles, etc.

- Le lobbying: par un travail de veille envers la législation et la réglementation, l'objectif est de créer des relations avec les décideurs administratifs et gouvernementaux qui, sur un plan local, national ou international, décident des droits et des devoirs qui s'imposent aux organisations économiques.

✓ **La communication interpersonnelle :** La communication interpersonnelle est basée sur l'échange entre un émetteur et un récepteur, c'est la base de la vie en société, c'est là que la compréhension est la meilleure, mais le nombre de récepteurs est limité à une seule personne, la rétroaction est quasi systématique, il y a notamment le téléphone, la conversation orale...etc. Mais la communication n'est pas uniquement orale, elle est aussi non verbale c'est-à-dire elle passe aussi par le corps. Cette communication prend place dans notre quotidien chaque fois que nous sommes en relation avec quelqu'un que ce soit pour une question, une demande, une remarque, une consigne...etc. Nous utilisons la communication interpersonnelle pour faire passer notre intention. Notre capacité à bien utiliser la communication interpersonnelle nous aidera beaucoup dans nos projets

✓ **La communication de masse :** C'est un émetteur (au un ensemble d'émetteur liés entre eux) s'adressant à tous les récepteurs disponibles. Ce type de compréhension est considéré comme le moins bon, car le bruit est fort, mais les récepteurs bien plus nombreux, elle dispose rarement d'une rétroaction. Ce type de communication a été conceptualisé avec

l'apparition des notions d'organisation de masse dont quatre éléments sont la standardisation le fordisme et la publicité.

✓ **La communication de groupe** : elle part de plus d'un émetteur s'adressant à une catégorie d'individus bien défini, par un message (communication) ciblé sur leur compréhension et leur culture propre. C'est celle qui est apparue avec les formes modernes de culture, souvent axées sur la culture de masse (société de consommation) dont la publicité ciblée est la plus récente et la plus manifeste. Les effets de la communication de groupe se situent entre ceux de la communication interpersonnelle et ceux de la communication de masse. La communication de groupe est aussi complexe et multiple car elle est liée à la taille du groupe, la fonction de groupe et la personnalité des membres qui le compose. On peut également intégrer cette notion dans la communication interne à une entité, les groupes peuvent alors être des catégories de personnels, des individus au sein d'un même service...etc. comme on peut l'intégrer à une communication externe ciblée, certains partenaires ou parties prenantes de l'entité.

3.2. Les moyens de communication

Pour exister sur le marché et attirer l'attention des clients, l'entreprise cherche à trouver un moyen de communication, En plus des moyens écrits, oraux et audiovisuels (appelés aussi moyens médias et hors-médias) on peut aussi distinguer cinq grands outils:

➤ **La publicité** : « On appelle publicité toute forme de communication non personnalisée utilisant un support payant, mise en place pour le compte d'un émetteur identifié en tant que tel. »²⁴

La publicité peut servir de multiples objectifs : construire une image à long terme, développer la notoriété d'une marque, diffuser une information relative à une promotion ou un événement à court terme.

➤ **La promotion des ventes** : la promotion est « l'ensemble des techniques destinées à stimuler la demande à court terme, en augmentant le rythme ou le niveau des achats d'un produit ou d'un service effectué par les consommateurs et les intermédiaires commerciaux »²⁵

²⁴ Kotler. P, Keller. K, Dubois. B et Manceau. D, « Marketing management », 12^{ème} édition, éd : Pearson éducation, France 2006 p

²⁵ Kotler. P, Keller. K, Dubois. B et Manceau. D, Ibid.

- **Les relations publiques :** « Les relations publiques sont un ensemble de programmes mis en place par une entreprise ou un organisme, afin d'établir ou d'améliorer son image ou celle de ces produits auprès des différents publics qui est à l'intérieur et à l'extérieur de l'institution, conditionnent son développement »²⁶. L'amélioration des relations commerciales avec la clientèle figure dans de nombreux cas parmi les orientations commerciales qualitatives diffusées aux responsables des agences par le siège. La volonté de rapprocher la clientèle de son agence passe par l'établissement de meilleures relations fondées sur ces idées. Les relations doivent être plus régulières et en particulier avec la clientèle représentant un fort potentiel de développement.
- **Le marketing direct :** « Le marketing direct est un marketing interactif qui utilise un ou plusieurs médias en vue d'obtenir une réponse et / ou une transaction. »²⁷

3.3. Les éléments de la communication

La communication est un véritable dialogue entre l'entreprise et son environnement (clients, fournisseurs,...) qui se déroule avant et pendant la vente et pendant et après la consommation.

Pour communiquer efficacement, il faut comprendre les différents éléments du processus de communication qui sont :²⁸

- **le message :** c'est l'ensemble de signes transmis par l'émetteur, leur objectif c'est d'échanger une idée, une opinion, un sentiment, un savoir...etc. C'est une information qu'un individu veut transmettre à un autre pour provoquer la réponse ou la réaction souhaitée.
- **l'émetteur:** c'est celui qui conçoit et envoie le message, c'est la personne qui détient la connaissance et la compétence.
- **le récepteur (destinataire):** c'est celui à qui le message est destiné, il reçoit le message, le décode et réagit en conséquence.
- **le canal:** c'est le moyen de communication ou de transmission (réseaux informatique,...) qui permet la circulation de message jusqu'au destinataire.
- **le codage:** c'est le mécanisme et l'ensemble de signes, qui traduit les idées. On peut dire que c'est le langage ou le symbole utilisé par un expéditeur ainsi leur signification pour qu'il soit clair.

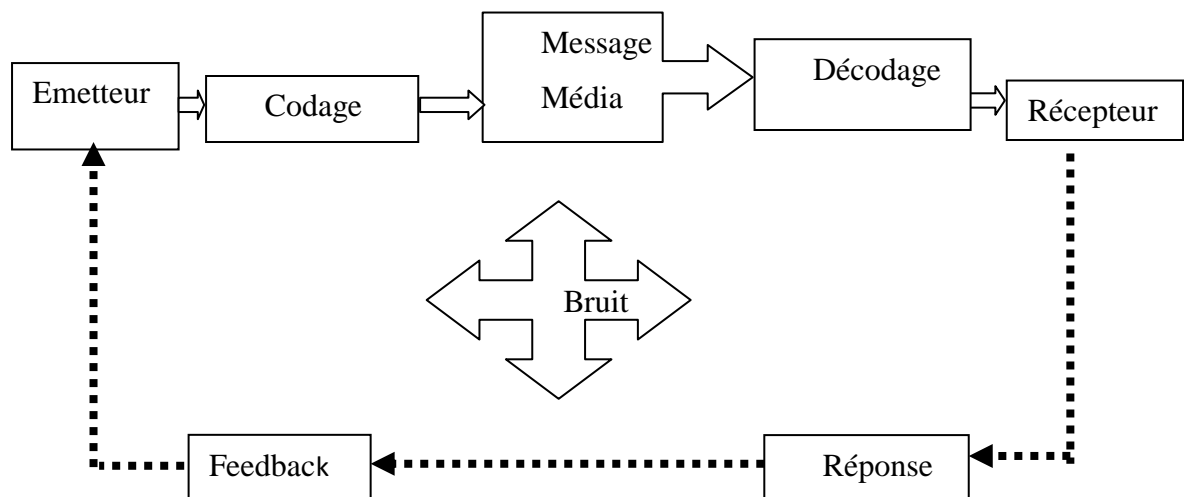
²⁶ Ibid.

²⁷ Kotler. P, Keller. K, Dubois. B, Manceau. D: op.cit.

²⁸ Ibid.

- **le décodage:** consiste à attacher une signification au message reçu, c'est la façon dont le message est interprété.
- **le bruit :** Il englobe toutes les distorsions subies par le message lors de son envoi. Dans ce cas, le message émis ne correspond pas au message reçu.
- **le feed-back (effet de retour ou rétroaction):** Il correspond à la réaction de la cible, si cette réaction va dans le sens désirée par l'émetteur la communication à atteint son objectif, mais elle peut être également inexistante ou négative.

Figure n° 6 : Eléments de la communication



Source: Kotler. P, Keller. K, Dubois. B, Manceau. D «Marketing Management» 12^{ème} édition, Ed: Pearson, France, 2006

Ce modèle permet d'identifier les conditions d'une communication efficace. Le processus de communication décrit dans ce schéma exprime que : l'émetteur et le récepteur décrivent les partenaires de la communication; le message et les médias en constituent les vecteurs, quatre autres correspondent à des fonctions : codage, décodage, réponse, feedback et le bruit induit dans la communication.

3.4. Les avantages de la communication

Les avantages de la communication interne sont nombreux et résident surtout dans la contribution au règlement des problèmes. Parmi eux on peut citer :

- **Pour la banque :** Elle facilite une politique réaliste et adapte la structure aux objectifs ; elle assure la participation et réunit les ressources ; elle associe et mobilise les intelligences ; elle améliore les résultats.

- **Pour le personnel** : Elle sensibilise, motive et crée l'adhésion ; elle assure la formation et favorise le développement personnel ; elle valorise l'écoute et améliore la qualité de vie.
- **Pour le service assuré par la banque** : Elle améliore la qualité de service et elle augmente la productivité.

Donc on peut dire que la communication interne est l'un des grands secteurs de la communication des organisations, à côté de la communication externe. La mise en œuvre de cette communication est du ressort du directeur des ressources humaines dans certaines organisations et du ressort de directeur de la communication dans d'autres, dont la cohérence d'ensemble est tenue pour primordiale.

Conclusion

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

Afin de survivre dans cette nouvelle économie, l'entreprise doit avoir un système d'information performant qui lui permet d'être à l'écoute de son environnement en plein mutations ; vue l'importance de l'information pour l'entreprise bancaire et la multiplicité de ses ressources, tout manager doté d'expertise considérable, doit maîtriser et exploiter toutes les informations existantes et qui proviennent de différentes sources pour assurer le bon fonctionnement de son entreprise.

Donc il est nécessaire à l'entreprise, de mettre en œuvre un système d'information pertinent, pour assurer une bonne transmission de l'information (communication).

La communication de nos jours est considérée comme étant un moyens de valorisation de l'entreprise, plus la communication interne et/ou externe est forte plus elle réalise ces objectifs. Plus elle dispose des moyens plus la communication est devenue importante ; Donc la démarche de communication dans l'entreprise est un facteur clés pour celle-ci.

Introduction

L'évolution technologique depuis les années 70 a été au centre des préoccupations des entreprises bancaires. La problématique de la technologie prend alors un caractère stratégique et toutes les décisions relatives à ce domaine sont relevées au plan stratégique de la décision. L'entreprise bancaire se tient des changements technologiques qui s'opèrent dans son environnement, en mettant en place une structure de veille technologique. Les TIC occuperont à l'avenir, une place majeure dans l'économie.

L'objet de deuxième chapitre est de présenter trois points essentiels qui sont la présentation de quelques généralités sur les TIC, le suivi par les principaux TIC utilisées dans l'entreprise bancaire et enfin les enjeux des TIC sur l'économie algérienne.

1. Généralités sur les technologies de l'information et de communication (TIC)

Si les premiers pas vers une société de l'information furent entamés lors de l'invention du télégraphe électrique, du téléphone fixe, de la radiotéléphonie et enfin de la télévision. Alors, l'Internet et la télécommunication mobile peuvent être considérés comme les nouvelles TIC.

1.1. Définition des TIC

Les technologies de l'information et de communication sont le résultat de l'adoption du numérique, comme mode unique de codage des données (texte, son, image), pour leur utilisation informatique. Ils sont aussi le résultat du développement et du regroupement de plusieurs domaines d'activités. Les TIC regroupent les techniques et outils informatique, d'internet et de télécommunications qui sont utilisés dans le traitement de l'information.¹ Aussi un ensemble de ressources nécessaires pour manipuler de l'information, particulièrement des ordinateurs et des programmes nécessaires pour la transformer, la stocker, la gérer, la transmettre et la retrouver. Les TIC regroupent également les innovations réalisées en matière du volume de stockage et de la rapidité du traitement de l'information et son transport grâce au numérique et aux nouveaux moyens de télécommunication.

1.2. Description des technologies de l'information et de communication

La très grande réalisation actuelle repose sur les principes de codage de l'information, pour traiter, stocker et transmettre l'information, on utilise des signaux sous forme électronique.

¹ A.Abtoy « enjeux de l'utilisation des TIC » université de Abdelmalek Essadi .2004

1.2.1. Les télécommunications

Les télécommunications est toute transmission et réception à distance de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de renseignements de toutes natures. Elles sont considérées comme des technologies et techniques appliquées dans les entreprises et les ménages. Elles sont définies comme étant un ensemble de procédés de transmission d'informations à distance, télégraphe, téléphone, télex, fax².

Les télécommunications recouvrent toutes les techniques (filaires, radio, etc.) de transfert d'information qu'elle que soit sa nature (symboles, écrits, images fixes ou animées, sons ou autres)². Actuellement avec l'internet, les télécommunications ont dépassé les domaines de la télégraphie et de la téléphonie. Une ère nouvelle est née c'est celle de la communication. Cette révolution n'a été rendue possible que par une formidable évolution des technologies.

1.2.1.1. La téléphonie

Le téléphone est un appareil de communication qui permet de transmettre la voix humaine pour une conversation à distance. Elle regroupe le téléphone cellulaire sans fils. Dans le monde de la téléphonie, il s'agit surtout de la numérisation, mais aussi de l'extension des fonctionnalités des centraux de l'intégration des messageries, et de la généralisation du vidéo tex³. On a classé le téléphone dans le domaine des TIC même s'il a plus d'un siècle d'existence.

- **Le téléphone fixe** : est un appareil qui permet la transmission de la parole à distance et information qui se partage de bouche à oreille»⁴
- **Le téléphone mobile** : également appelé *téléphone portable* qui est un appareil qui permet de communiquer avec un destinataire sans être relié par un câble. Il fonctionne par une batterie rechargeable sur secteur. La transmission des sons se fait électro magnétiquement avec un réseau spécifique. On peut donc communiquer de tout lieu.
- **Le fax** : est un appareil qui permet d'émettre et de recevoir des télécopies. Le fax ou le télécopieur permet d'échanger des textes, des images avec toute personne disposant de

² C. SERVIN, Réseaux et Télécoms. Cours et exercices corrigés, éd. Dunod, Paris 2003, p.1.

³ **Vidéo tex** est un service de télécommunications permettant l'envoi de pages composées de textes et de graphismes simples à un utilisateur en réponse à une requête de ce dernier (interactivité). Ces pages sont destinées à être visualisées sur un écran cathodique.

⁴ Dictionnaire de français Larousse 2 édition, paris 1997 p416

télécopieur⁵. Pour que l'appareil fonctionne, il faut que les correspondants soient reliés aux réseaux téléphoniques.

1.2.1.2. L'informatique

L'informatique est une discipline englobant les technologies nécessaires au traitement électronique de l'information⁶. Celles-ci se subdivisent en deux grandes catégories : celles liées au matériel (hardware) et celles liées au logiciel (software). Aussi elle regroupe l'ensemble des systèmes d'informations ou de logiciels. Elle peut aussi être définie comme étant théorie et traitement de l'information à l'aide de programmes mis en œuvre sur ordinateur, informatique domestique avec des microordinateurs⁷. L'origine de l'information se confond avec l'apparition des premiers ordinateurs dans les entreprises dans les années 1960. Donc « L'ordinateur est une machine automatique de traitement de l'information obéissant à des programmes formés par des suites d'opérations arithmétiques et logiques »⁸.

1.2.1.3. Les réseaux

un réseau est un ensemble d'ordinateurs et de terminaux reliés entre eux par un système de télécommunication⁹. Il existe plusieurs catégories de réseaux, les plus essentielles sont les suivantes :

- ✓ **Le réseau internet** : on peut le définir comme étant un ensemble d'ordinateurs interconnectés entre eux par des câbles, liaisons téléphonique, infrarouge, ... et communiquant grâce à un même langage de communication¹⁰. L'Internet est aussi le réseau informatique mondial qui rend accessible au public, des services comme le courrier électronique et le Web.

- **Les services et applications d'Internet**

- Grâce à un progrès technologique continu, l'internet est devenu une place de partage de données, de diffusions d'informations, de prise de contact et d'échange d'information. L'internet est en train de devenir le moyen de communication professionnel. Grâce à l'internet, on peut télécharger des fichiers, livres, films, de la musique. L'internet nous permet de :

⁵ **Télécopieur**: Un télécopieur ou télécopieur, plus couramment appelé « fax », est un appareil électronique qui convertit l'image de documents en impulsions électriques pour les transmettre à un destinataire.

⁶ Pierre bezbakh et Sophie Gherardi dictionnaire de l'économie Larousse, Paris 2000.

⁷ Dictionnaire le Robert P702.

⁸ Dictionnaire Larousse Bordas. Édition 1997. P295 codée sous forme numérique.

⁹ Dictionnaire le Robert P1157

¹⁰ Marie-France l'Andrea, « présentation d'internet : internet et le World wide web » juin, 1998, p6.

Chapitre II : l'importance des TIC pour les banques

- transmettre des données de différents types (texte, image, son, vidéo) et de façon directe et immédiatement exploitable.
- envoyer d'un même message à une liste de destinataire.
- mener des réunions à distance.
- travailler en réseau sur un projet donné.
- rechercher l'information et développer la recherche.
- discuter avec des spécialistes dans des forums.
- accomplir des démarches et de se former à distance.
- dynamiser la relation directe entre le client et les entreprises et instaurer un dialogue souple et direct.
- effectuer des services supplémentaires personnalisés (commande, Service Après Vente).
- étudier la concurrence et trouver de nouveaux partenaires.
- vendre en utilisant ce qu'on appelle le commerce électronique.
 - ✓ **Le réseau intranet** : c'est l'ensemble de moyens nécessaires pour transporter et traiter un flux d'informations internes à un groupe fermé d'utilisateurs identifiés, en utilisant les mêmes protocoles et services que l'internet¹¹. l'intranet désigne aussi des réseaux privés utilisant les technologies d'Internet, tout est partagé par les membres du groupe quel que soit le lieu où ils se trouvent.
 - ✓ **Le réseau extranet** : le terme "Extranet" désigne un réseau Intranet dont l'accès est autorisé à un public extérieur limité (clients, fournisseurs, partenaires, etc.). Il repose sur les mêmes principes que l'intranet mais il concerne des structures (collectivités, entreprises, association, etc.). Aussi c'est l'ensemble de moyens nécessaires et des services qualifiés offerts par une entreprise à un groupe d'utilisateurs, clients ou partenaires identifiés¹². L'accès à l'extranet doit être sécurisé dans la mesure où cela offre un accès au système d'information à des personnes situées en dehors de l'entreprise.

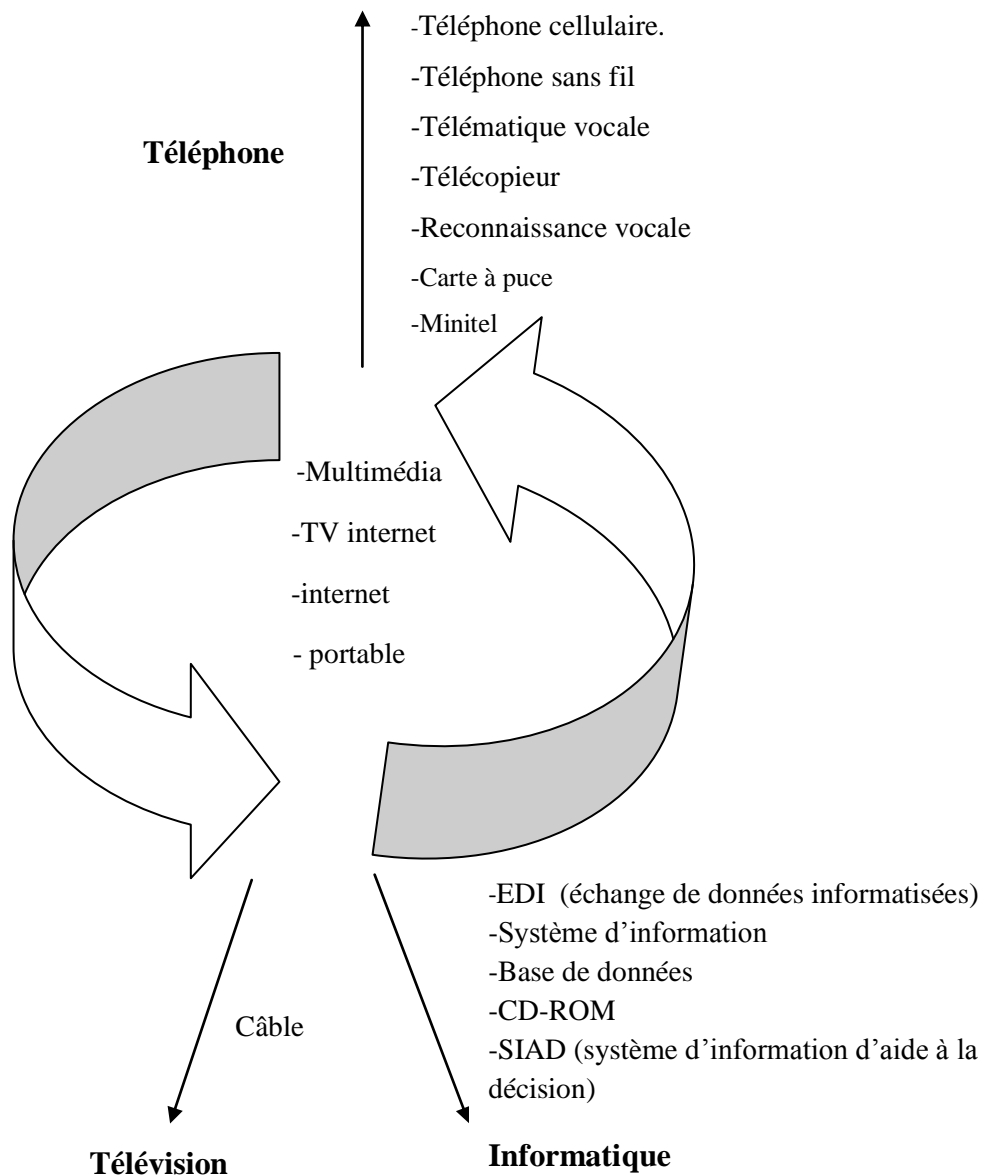
¹¹ Joseph Anglebert, philippe roux, Catherine Redon, « TCP/IP Intranet/extranet », institut de la gestion publique et de développement économique ,9novembre 200, p204.

¹² Joseph Anglebert, Ibid.

Chapitre II : l'importance des TIC pour les banques

Les technologies de l'information et de la communication sont le résultat du développement et du regroupement de plusieurs domaines d'activités. Elles peuvent être évaluées sous trois dimensions (la téléphonie, informatique et la télévision) comme le montre le schéma suivant.

Figure n°07: Les TIC sur trois dimensions



Source : Pateyron .E ; « les nouvelles technologies de l'information » ; Ed Economica; paris 2000.

D'après cette figure, on remarque que le développement des technologies d'informations est divisé en trois dimensions qui sont le téléphone qui regroupe Téléphone cellulaire et sans fil, télématique vocal, télécopieur, reconnaissance vocale, carte à puce et le minitel, La télévision

qui regroupe le multimédia, TV internet, et le portable, et enfin l'informatique qui regroupe les EDI, le système d'information, les bases de données, les CD-ROM et système d'information d'aide à la décision.

1.2.2. Les caractéristiques des TIC

Nous présentons quelques caractéristiques importantes propres aux TIC. Si elles n'épuisent pas toute la complexité des phénomènes en cause. Ces caractéristiques constituent des éléments essentiels pour comprendre, en particuliers les conditions qu'exige l'intégration optimale des TIC dans la dynamique des entreprises et dans la vie quotidienne de chacun, qui sont :

- Tout d'abord les technologies mises au point font appel à la fois aux différentes disciplines traditionnelles (informatique, mathématique, électronique, physique, science des matériaux, chimie...) et aux sciences humaines et sociales, notamment dans le cadre du développement de leurs usages. Ce caractère remet en cause la typologie traditionnelle des domaines de recherche et nécessite la mise en place de nouvelles structures multidisciplinaires.
- les TIC ne sont pas liées à un seul ou même à plusieurs secteurs économiques. Elles interviennent dans l'ensemble des secteurs, notamment dans celui des entreprises traditionnelles. Elles concernent tous les métiers. La maîtrise de l'information et de sa diffusion deviennent essentielle à tous les niveaux de la vie professionnelle ou personnelle.
- les TIC sont de puissants vecteurs de globalisation qui est diffusées sur l'ensemble de la planète de plus en plus d'information de manière peu coûteuse et motivante. L'interactivité de leurs usages, tendent à réduire les frontières et les distances. Par ailleurs, l'interconnexion des réseaux de télécommunications et d'internet a créé une union de la planète. Il assure la communication et la diffusion immédiate de l'information et facilite le travail coopératif ainsi que la délocalisation de développements, notamment les logiciels.
- le marché des TIC change avec une stratégie définie à l'échelle de la planète. Ces groupes disposent des moyens financiers très importants, et peuvent imposer à l'ensemble du marché des lois et règles de fait.
- Les évolutions engendrées par les technologies de l'information et de la communication constituent un phénomène fixe et de grande richesse.. Les entreprises et les individus sont tous directement ou indirectement concernées par ces vecteurs de communication et d'information. Par ailleurs, les liens de corrélation limités entre les réseaux de transmission de l'information et les autres réseaux (bancaire, financier, électronique...) constituent un facteur important d'irréversibilité.

- Au-delà des domaines d'application naturels que sont les télécommunications ou l'informatique, ces technologies sont intégrées dans la majorité des produits et des professionnels ou de la vie quotidienne (automobile, transports, électroménager, systèmes de protection, agroalimentaire...).

En plus de ces caractéristiques, Herbert Simon (prix Nobel des sciences économiques 1978) prédise que les TIC aident à rendre toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique lisible par ordinateur, les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques¹³.

Par la suite nous désignerons par Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) l'ensemble des technologies qui sont associées à l'usage d'Internet et de ses protocoles. Ces technologies désignent les techniques de traitement électronique des données qui permettent de collecter, traiter, stocker et diffuser des informations. Les TIC sont le matériel informatique, les logiciels et les matériels de télécommunications.

Après avoir présenté de façon générale les TIC, il nous paraît essentiel de s'interroger sur les différentes TIC utilisées dans les banques et sur les moyens de paiement modernes. A cet effet, nous tenterons de présenter dans le point qui suit les principales TIC utilisées par le secteur bancaire.

2. Les principales TIC utilisées par le secteur bancaire

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.

2.1. Les nouveaux outils de télécommunication

La télécommunication est un élément important pour la banque dans ses relations avec les clients et les autres institutions. Les nouvelles technologies ont apporté de nouveaux moyens plus performants. Parmi ces moyens, on peut citer la banque par fil et la banque par écran.

2.1.1. La banque par fil : elle regroupe le téléphone et le fax.

- ✓ **le téléphone** : la consultation par serveur vocal qui fonctionne 24 h sur 24 et 7 jours sur 7 est souvent très limitée. Comme exemple, nous citons la consultation du solde et les dernières opérations.

¹³ Herbert Simon, cité par Ali Bouhenna dans « les enjeux des NTIC dans l'entreprise » université de Tlemcen, p3.

- ✓ **le fax** : le service consiste à informer les abonnés de leurs mouvements bancaires de la semaine. l'abonné reçoit par fax son relevé des comptes détaillé de toutes les transactions effectuées.

2.1.2. La banque par écran : elle regroupe l'internet, l'intranet, l'extranet et les EDI.

- ✓ **L'internet** : c'est un réseau informatique mondial qui est accessible pour tout le monde. il permet de relier des banques entre elles par l'intermédiaire de différents canaux et supports (câble, lignes téléphoniques). Cela pour transmettre différentes types d'informations (son, image et texte).
- ✓ **L'Intranet bancaire** : L'Intranet bancaire est le système d'information commun qui relie et que partagent l'ensemble des employés d'une même banque, aussi bien au niveau du siège que sur la totalité de son réseau d'agences. C'est l'ensemble des applications et des informations bureautiques et de télécommunication au service du fonctionnement interne de la banque.¹⁴
- ✓ **L'extranet** : C'est une extension du système d'information d'une banque. C'est un réseau informatique privé. Pour qu'une banque puisse échanger et partager de manière sécurisée des informations avec ses partenaires (clients, d'autres banques,... etc.). Il est basé aussi sur les mêmes protocoles que l'internet.
- ✓ **L'EDI (Échange de Données Informatisé)**: l'EDI est un outil au service de l'échange électronique consistant à transporter automatiquement de l'application informatique d'une entreprise à l'application informatique d'une autre entreprise, par des moyens de télécommunication. Mais l'EDI est d'abord un effort d'organisation consistant à analyser les procédures d'échanges et leurs flux de données pour les rationaliser, les codifier et en déduire une automatisation (machine to machine) des relations répétitives entre des acteurs qui communiquaient jusqu'ici par papier, fax ou message électronique (human to human)¹⁵. Le secteur bancaire utilise l'EDI de manière intensive, pour favoriser les échanges de masse avec les clients. Depuis de nombreuses années, il considère de plus en plus souvent cette technologie comme un vecteur important de service client¹⁶. Parmi les avantages d'EDI, on cite :

¹⁴ Pascal THONIEL « Usage de l'authentification dans le domaine bancaire » Éditions Techniques de l'Ingénieur, paris 2010

¹⁵ Pascal, Ibid.

¹⁶ Michel Lafitte « les systèmes d'information dans les établissements financiers » directeur adjoint de la direction des assurances de personne à la FFSA banque éditeur.

- Réduction des coûts de fonctionnement.
- Une optimisation de l'organisation.
- Une amélioration de l'activité.
- Les virements des salaires et les prélèvements automatiques.
- Le stockage et la représentation des banques des données autorisés.
- L'échange de l'information entre la banque et le client, entre client eux même.
- La transaction des informations et de stockage.

2.2. Les instruments de paiement

En période actuelle, toutes les banques connaissent la même ressource d'instruments de paiement, qui ne sont pas les pièces ou les chèques, mais par la reproduction d'une nouvelle forme qui est la monétique. Le système de paiement est un transfert d'actifs monétaire. Aussi c'est l'outil qui permet de transférer les fonds. Il assure la compensation et le règlement des ordres de paiement¹⁷.

2.2.1. La télé compensation

La télé compensation désigne l'ensemble des traitements électroniques, informatiques et télématiques qui est nécessaire à la gestion des transactions et de transferts de fonds monétaires. Le système de télé compensation repose sur certains principes qui sont les suivants¹⁸ :

- ✓ La notion de la place unique, c'est-à-dire un seul centre de compensation par banque.
- ✓ La sécurisation des moyennes de paiement (chèque, cartes).
- ✓ Règles d'échanges disciplinés aux normes inter bancaires.

2.2.2. La monétique

La monétique appelée aussi monnaie électronique peut être définie comme l'ensemble de techniques informatiques magnétique, électronique et télématique. Elle permet l'échange de fonds sans support de papier¹⁹. Actuellement, la monétique est le moyen le plus efficace pour assurer un maximum de transaction. Elle assure au propriétaire d'une carte bancaire, la possibilité de retirer des espèces auprès de n'importe quel distributeur automatique. Le développement de la carte bancaire peut conduire pour une partie au moins, à la justification du système bancaire et éviter l'indifférence de la clientèle quant à l'utilisation des services de

¹⁷ Dominique rambure, « les systèmes de paiement », édition Economica, paris, 2005, P12.

¹⁸ Document interne de la CNEP banque : formation des administrateurs de la solution de dématérialisation

¹⁹ D.Plihon « la monnaie et ses mécanisme », édition la découverte, paris 2000 ; 2001.page 17.

la banque. La monétique est donc, l'ensemble des moyens électroniques mis en œuvre pour automatiser les transactions bancaires (cartes de paiement, de retrait,.....), ou encore l'ensemble des technologies, procédés et équipements permettant une électrification du transfert de fonds, de mise à disposition de liquide et informations de la clientèle sur ses comptes.

2.2.2.1. La carte bancaire

Les cartes bancaires sont les plus connues des instruments de paiement de retrait bancaire. Elles sont acceptées chez les commerçants affiliés au réseau monétique bancaire et sur tous les distributeurs automatiques de billets (DAB) installés sur le territoire national. A la fin de l'année 2008, les cartes bancaires qui sont émises en Algérie est de 273000 cartes. Mais la plupart sont des cartes de retrait. Durant la même année, on compte un millier de distributeurs de billets sur le territoire national²⁰. Il existe plusieurs types de cartes qui exercent les fonctions suivant :

- ✓ un instrument de paiements pour effectuer des achats et services sur les terminaux de paiement électroniques (TPE) installés au niveau des commerçants affiliés aux réseaux bancaires.
- ✓ un instrument de retrait de billets dans des DAB connectés aux réseaux monétiques interbancaires.
- ✓ un instrument de crédit qui donne à son titulaire, la possibilité d'effectuer des achats à paiement différé précédent.
- ✓ le télépaiement par internet.

En effet, la carte bancaire est un moyen à la fois sûr et pratique de fournir au commerçant les informations sur son compte bancaire et de prouver son identité par rapport à ce compte. Le commerçant dispose d'un TPV (terminal point de vente) qui permet de vérifier que le client/consommateur a tapé le bon code secret ou code PIN (Personal Identification Number) et qu'il est donc bien le possesseur de sa carte²¹.

- **Le fonctionnement des cartes bancaires :** le fonctionnement du système de paiement par la carte bancaire nécessite à l'avance, la réunion de deux conditions. L'une entre le porteur de la carte et sa banque émettrice et l'autre entre le commerçant et sa banque émettrice. Pour la première condition, la banque transmet un code direct au porteur de la carte. Ce dernier se garantit à l'accepter selon qu'il va opérer par le biais de la carte et de retirer de l'argent dans les distributeurs automatique de billets (DAB)

²⁰ Http : SATIM-dz.com.

²¹ D.Plihon ;Opt cit.

ou le guichet automatique de billets (GAB). Pour la seconde condition, elle porte sur les conditions de la garantie acceptée par la banque sur les acquisitions effectuées. Le commerçant pour sa part s'engage à recevoir la carte comme un moyen de paiement.

- **Traitement automatique des contrats :** Le gestionnaire des cartes procède à la saisie des contrats. Cela se fait à l'aide d'un logiciel de saisie appelé « SCDC » mis en place par la Direction des Moyens de Paiement. Un fichier commande de carte est généré par le logiciel. Le fichier est transmis par l'Agence vers le serveur monétique de la Direction des Moyens de Paiement.

2.2.2.2 Les cartes de paiement

Les cartes de paiement est un moyen de paiement présenté sous forme de carte plastique. Elle est équipée d'une bande magnétique et/ou d'une puce électronique délivrée par un établissement de crédit. Comme type de cartes de paiement, nous avons :²²

- **La carte de débit :** c'est une carte de paiement qui permet différentes options de gestion au choix du porteur : débit direct, retardé, paiement ou retrait simple en DAB, à utilisation nationale ou internationale, etc.
 - **La carte de retrait :** permet à son titulaire uniquement le retrait de fonds dans les DAB²³.
 - **La carte de crédit :** elle offre des services proches de ceux de la carte bancaire : paiement sur terminaux en magasin, retrait simple dans des GAB, etc., parfois personnelle. Parmi les avantages de la carte de paiement inter bancaires (CIB) on cite :
 - elle est facile à utiliser.
 - elle permet d'effectuer des retraits et des paiements 7 jours sur 7 et 24 /h sur 24.
 - elle garantit une sécurité renforcée (carte à puce).
 - elle permet le gain de temps²⁴.
- **Les paiements par carte sur internet :** Ce type de paiement est le plus récent actuellement, il s'agit de possibilité d'émettre des paiements sécurisés en ligne. Il consiste en l'envoi d'un formulaire contenant le numéro de la carte bancaire de l'acheteur. Ce dernier connecte à son ordinateur un lecteur de carte bancaire. Il fait

²²Document relative à la BDL banque carte interbancaire la facilité au quotidien guide pratique.

²³ Lalali Rachid, contribution à l'étude la bancarisation et de la collecte des ressources en Algérie ; thèse de magistère, université de Bejaïa, promotion 2003.

²⁴ Document relatif a la BDL, carte interbancaire la facilité au quotidien guide pratique.

entrer le code confidentiels de sa carte sur le lecteur. Lorsque le lecteur reconnaît le code.²⁵

2.2.3. Les technologies de système de paiement

Ce sont des appareils permettant le retrait automatique d'espèces qui sont installés au niveau des agences. Il s'agit des GAB, DAB et TPE qui sont décrits dans ce qui suit :

- ✓ **Guichets automatiques de billets (GAB) :** les GAB sont des appareils automatiques. Ils sont aménagés à l'intérieur des agences et ils permettent au client d'effectuer eux même leurs opérations bancaire (retrait d'argent, consultation de compte, commande de chéquier), à l'aide de sa carte bancaire et de son code confidentiel²⁶.
- ✓ **Les distributeurs automatiques de billets (DAB) :** les DAB sont des appareils automatiques permettant à la clientèle d'effectuer des retraits d'espèces²⁷. Ils sont installés par les établissements de crédit, les centres de chèques postaux (CCP) ou par les grands émetteurs de cartes (grandes boutiques...etc.) qui permettent aux clients de retirer des sommes d'argent de leurs comptes à l'aide d'une carte bancaire et d'un code confidentiel.²⁸
- **Terminal de Paiement Electronique(TPE) :** un terminal de paiement électronique (aussi appelé TPE) est un appareil électronique capable de lire les données d'une carte bancaire, d'enregistrer une transaction, et de communiquer avec un serveur d'authentification à distance²⁹. il assure ainsi un traitement à la fois sécurisé, rapide et performant des transactions de paiement. Pour utiliser un TPE, un commerçant doit passer un contrat avec sa banque par lequel est fixés un montant maximal de transaction au dessus duquel une autorisation est obligatoire, ainsi que le montant que la banque prélèvera comme commission sur chaque paiement effectué. Ce type d'appareil présente plusieurs avantages notamment : la grande sécurité ; son utilisation est facile ; non encombrant; permet un gain de temps ; moyen de paiement moderne et efficace, et accepte toutes les cartes bancaires³⁰.

²⁵ Kennouche Lydia « essai d'analyse de l'impact du nouveau système de paiement sur la bancarisation de l'économie algérienne » mémoire de master Bejaia 2010.

²⁶ Y .Colvert, Dictionnaire des Banques et Assurances, paris 1988.

²⁷ Y .Colvert, Ibid.

²⁸ Document relative la BDL banque opt.cit.

²⁹ <http://blog.wikimemoires.com/2011/04/definition-du-paiement-electronique-e-paiement/>

³⁰ Document relative la Ibid.

Les instruments de paiement sont la matière première de tout système de paiement, ils sont de plus en plus divers et dématérialisés grâce à l'utilisation des technologies de l'information et de communication.

Après avoir présenté les différentes TIC utilisées dans une banque, il est indispensable de se poser des questions sur l'utilité économique des TIC et sur ce qu'elles peuvent apporter. A cet effet, nous allons présenter dans le point suivant les divers enjeux des TIC sur l'économie algérienne.

3. L'enjeu de l'utilisation des TIC sur la gestion de l'économie algérienne

Pour faire face aux enjeux nés de l'utilisation des TIC et de transformation des systèmes de paiement dans ce contexte, il est indispensable pour les banques de réduire les coûts d'industrialisation de leur processus, de les automatiser le plus possibles.

3.1. Avantages de l'investissement dans les TIC

L'investissement dans les TIC serait l'un des principaux moteurs de compétitivité des entreprises. Il est d'ailleurs reconnu que le développement des TIC favorise le commerce et l'économie.³¹

- Au niveau du système d'information, il y a une hausse de la productivité du travail pour la saisie de l'information, donc baisse des coûts, décentralisation de la production, meilleure connaissance de l'environnement, amélioration de l'efficacité de la prise de décision permise par une veille stratégique plus performante.
- Au niveau de la structure de l'entreprise et de la gestion du personnel, il y a une organisation moins hiérarchisée, le partage de l'information et une meilleure gestion des ressources humaines (recrutement, etc.).
- Au niveau commercial, il y a de nouveaux circuits de production grâce à l'extension du marché potentiel (e-commerce). Il y a baisse des coûts d'approvisionnement, de développement des innovations en matière de services et réponses aux besoins des clients et amélioration de l'image de marque de l'entreprise.

3.1.1. Les avantages pour les banques

L'utilisation des TIC au sein d'une banque présente plusieurs avantages à savoir :

- la réduction des coûts ;
- l'amélioration du développement économique de l'emploi ;

³¹ A .Chêneau, « Mondialisation et technologie de la communication en Afrique »,Ed. Karthala, Paris 2004, p.144.

- L'amélioration des services rendus par l'administration des différents services et du capital social.
- le renforcement des décisions des particuliers par l'intermédiaire des TIC dans les buts économiques et sociaux.
- le changement dans le comportement en ce qui concerne le travail, la gestion des affaires des personnes et prendre des décisions justes sur la base des informations.
- la réalisation des gains de productivité.
- la baisse globale des coûts de revient (télécommunication, échange de données,...).
- l'amélioration de la qualité des services ou produits offerts aux clients.
- l'orientation de son activité vers de nouveaux produits ou services.
- l'automatisation des tâches et la fiabilité de l'information.

3.1.2. Avantages concurrentiels dans les économies d'échelles

L'utilisation des TIC présente plusieurs avantages concurrentiels dans les économies d'échelles, entre autres on cite :

- la rationalité de la production (plus d'efficacité ou la sortie du marché).
- l'augmentation des qualités des biens et services.
- l'utilisation de la haute technologie dans l'entrée à d'autres marchés.

3.1.3. Limites des TIC

Il faut quand même noter quelques inconvénients de l'investissement dans les TIC qui sont dû au coût de la maintenance et du renouvellement du matériel, des logiciels, à l'apparition d'un suréquipement par rapport aux besoins et donc une sous-utilisations des logiciels, au coût de la formation du personnel, de sa résistance aux changements, au coût généré par la modification des structures, par la réorganisation du travail, par la surabondance des informations, à la rentabilité difficilement quantifiable, etc.

3.1.4. L'impact d'utilisation des TIC sur l'économie algérienne

L'efficacité des TIC modernes remonte au début des années 80 avec la naissance des PC et la très rapide implantation de l'échange des documents informatisés (ÉDI). Ce dernier a bouleversé et imposé le remaniement de nombreuses administrations, en permettant de franchir la première grande marche qui conduit à abolir les deux grands obstacles auxquels s'affronte toute organisation : le temps et l'espace.

3.1.5. Apport des TIC dans l'efficacité de gestion locale et la bonne gouvernance

Le monde moderne connaît une mutation de société industrielle au 20^{ème} siècle à la société de l'information. En effet, l'évolution rapide des TIC annonce une révolution profonde aux plans économique, social, politique et culturel, induisant des changements dans les modes de vie des individus et des sociétés. Cette transformation s'appuie sur l'apport des technologies des télécoms, l'informatique et les applications multimédias façonnant la société. L'utilisation des TIC est devenue une réalité qui prend chaque jour une place prépondérante dans nos activités quotidiennes. Les TIC sont une source de richesse et de prospérité ouvrant de nouvelles perspectives et aucun jour ne passe sans prendre connaissance de nouveaux produits et services qui contribuent à l'évolution des activités de diverses natures du pays, de la région, du continent. De nombreuses mesures de modernisation ont été prises au sein des administrations des pays. De plus, les TIC évoluent à un tel rythme qu'il devient de plus en plus difficile pour certains pays de les suivre et de les maîtriser, engendrant un fossé en termes d'accès à ces TIC, donc des écarts entre riches et pauvres, instruits et non instruits, jeunes et personnes âgées, villages et villes, pays développés et les pays en développement.

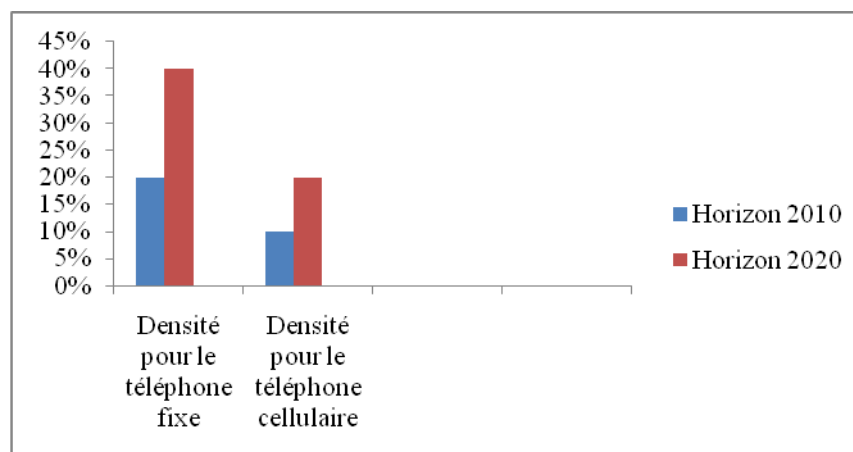
En effet, 90% des opérations de dédouanement se feront par des fichiers numériques, la presque totalité des échanges entre administrations se feraient entre elles par internet, les personnes échangeraient avec les administrations à 99% via le net, il n'y aurait plus de files d'attente devant les APC, les banques et l'ensemble des administrations publiques.³²

3.2. Les différents programmes de développement des TIC

La prise de conscience des enjeux de la société de l'information a conduit le gouvernement à mettre en œuvre le schéma directeur 2010-2020 des Hauts Plateaux en tant qu'instrument favorisé de la mise en valeur du territoire national et du développement satisfaisant ces régions. Les schémas directeurs des grandes infrastructures et services collectifs d'intérêt national doivent compenser les handicaps géographiques qui diminuent les chances de développement des régions intérieures du pays, à travers les rattrapages qu'il faut leur assurer en matière d'infrastructures, d'équipements, de promotion des activités et le soutien à accorder aux régions des Hauts Plateaux et Sud. 14 wilayas sont concernées : Tebessa, Oum el Bouagui, Batna, Khenchela, Sétif, Bordj Bou Arreridj, El bayadh, Naama, Tiaret, Tissemsilt, Saida, Msila, Djelfa, Laghouat.

³² Les TIC : retards et possibilités de rattrapage, repères économiques par Abdelhakim lamiri El Watan économie de 4 au 10 mars 2013.

Figure n° 8 : Objectifs assignés aux 14 wilayas



Source : réalisé par moi-même à partir des données extraites d'un tableau disponible sur le site : <http://www.nticweb.com>

Dans cette figure, nous remarquons que la densité du téléphone fixe augmenterait de 20% à l'horizon 2020 par rapport à l'année 2010, et la densité du téléphone cellulaire augmenterait de 10% à l'horizon 2020, pour ce qui est des bureaux de poste, il y avait une poste pour 7000 habitants en 2010 et il pourrait y avoir une poste pour 6000 habitants en 2020. Pour conclure, on peut dire qu'il va y avoir une nette amélioration en 2020.

3.2.1. Les indicateurs des TIC en Algérie (2011)

Un indicateur est un instrument de mesure pour suivre l'évolution d'un phénomène, ou bien est un élément significatif d'une situation³³. Nous avons quelques statistiques du secteur de la poste et des Technologies de l'Information et de la Communication en Algérie (2011) à savoir.

Tableau n° 2: Statistiques globales sur les TIC

Chiffre d'affaires globales (milliard de dollar)	5.5
importation des TIC (milliards de DA)	49000
Contribution de marché PTIC au PIB	4%
Employés	140000

Source : Ministère de poste des technologies d'information et de communication disponible sur le site <http://www.mptic.dz>

³³ Robert, encyclopédie de la gestion et de management, édition dolez, paris, 1999, p472

Chapitre II : l'importance des TIC pour les banques

D'après ce tableau, on remarque que le chiffre d'affaires global est de **5,5** milliards de dollar qui est un chiffre important. Pour ce qui de l'importation des TIC en Algérie, elle est de **49000** milliards de dinars, et la contribution des produits TIC au PIB est de **4%** alors que nombre d'employés utilisant les TIC est de **140000** salariés.

Tableau n° 3: Statistiques sur les télécommunications

Téléphone mobile	
Nombre d'abonnement	33 millions
Taux de pénétration	90.30%
Nombre total d'abonnés	35 228 893
Part de marché	
• Mobilis	29.18%
• Djezzy	46.81%
• Nedjma	24.01%
Téléphone fixe	
Nombre d'abonnés (millions)	3
• Abonnés téléphonie fixe	2537000
• Abonnés WLL (millions)	1
Kiosque multiservices	450

Source : ministère de poste des technologies d'information et de communication disponible sur le site <http://www.mptic.dz>.

D'après le tableau précédent, le nombre d'abonnés au téléphone mobile est très important par rapport au téléphone fixe, soit 33 millions d'utilisateurs et son taux de pénétration est de 90,30%. Les parts de marché concernant les trois opérateurs de la téléphonie mobile en Algérie sont comme suit : 29,18% pour mobilis ; 46,81% pour Djezzy et 24,01% pour Nedjma. On remarque que le réseau Djezzy est le réseau qui détient le plus d'utilisateurs car il offre de bonnes prestations de service à ses clients. Le nombre d'abonnement pour le téléphone fixe est très faible et cela est dû à l'apparition des téléphone portables, il compte seulement 3 millions utilisateurs et le nombre de kiosque multiservice est de 450 cabines téléphoniques.

Tableau n° 4: Statistiques sur les réseaux

Internet	
Utilisateur internet (million)	10
Nombre d'abonnées réseau ADSL (million)	1.6
Taux de pénétration	10%
Nombre d'habitants hors net (million)	28
Etablissements scolaires accordés	9000
Université, instituts d'enseignement supérieur et centres de recherche connectés	100%
La bande passante à l'international (Gigas)	65
Nombre des sites web algériens	76000
PME connectées	20%
Entreprises connectées par liaison spécialisée	700
Ligne spécialisée réalisée	34500
Espace communautaire	1500
Cyber café connectés	5000
Intranet	
Bureaux de poste connectés aux réseaux intranet de la poste	+3400
Réseaux intranet sectoriels d'envergure nationale installés (éducation, enseignement supérieur, banques ...)	+ 30

Source : ministère de poste des technologies d'information et de communication disponible sur le site <http://www.mptic.dz>

D'après les données de ce tableau, le nombre d'utilisateurs du réseau d'internet est de 10 millions utilisateurs, le nombre d'abonnées au réseau ADSL est de 1.6 millions abonnés, son taux de pénétration est de 10%. On trouve 9000 établissements scolaires raccordés au réseau internet et 100% des Universités, instituts d'enseignements supérieurs et centres de recherche connectés à ce réseau. Par ailleurs, le nombre de sites web algériens est de 76000 sites, et le nombre de PME connectées à l'internet est de 20% et ; il ya 700 entreprises connectées par des liaisons spécialisées et 34500 lignes spécialisées ont été réalisées ainsi que 500 Cyber café connectés.

Chapitre II : l'importance des TIC pour les banques

Concernant l'intranet plus de 3400 bureaux de poste connectés aux réseaux intranet de la poste et plus de 30 réseaux intranet sectoriels d'envergure nationale installés au niveau des établissements (éducation, enseignement supérieur, banques ...).

Tableau n° 05: Statistiques sur les postes

Nombre de bureau de poste	3453
Nombre de compte courant postaux CCP (million)	15
Compte d'épargne CNEP (million)	04
Fonds manipulés (milliards DA)	49000
Centre de colis postaux	04
Centre de distribution	44
Porteur de carte monétique (million)	06
Etablissement relis à l'international postal system (IPS)	163

Source : ministère de poste des technologies d'information et de communication disponible sur le site <http://www.mptic.dz>

Les données de ce tableau montre qu'il existe : 3453 bureaux de poste et 15 millions de comptes courants postaux CCP, et 4 millions de comptes d'épargne CNEP, 49000 milliards de dinars de fonds manipulés, 44 Centres de distribution, un nombre très faible des clients qui possèdent des carte monétique par rapport à toute la population algérienne soit 06 millions de porteurs de carte et seulement 163 établissements reliés à l'international postal system (IPS).

Tableau n° 6 : Nombre d'abonnements à la téléphonie cellulaire mobile en Algérie

Année	Nombre totale d'abonnées	Le taux de pénétration
1998	18 000	0.06%
1999	72 000	0.24%
2000	86 000	0.28%
2001	100 000	0.32%
2002	450 244	1.5%
2003	1 446 927	4.67%
2004	4 882 414	15.26%
2005	13 661 355	41.52%
2006	20 997 954	63.6%
2007	27 562 721	81.5%
2008	27 031 472	79.04%
2009	32 729 824	91.68%
2010	32 780 165	90.3%
2011	35 6615 926	96.52%

Source : Autorité de régulation de la poste et des télécommunications (ARPT).disponible sur le site <http://www.anti.dz>

Le tableau ci-dessus montre que le nombre d'abonnements à la téléphonie cellulaire mobile en Algérie. Le nombre d'abonnés n'a pas cessé d'augmenter pour atteindre **35 6615 926** en 2011 par rapport aux **4 882 414** abonnés en 2004 et le taux de pénétration était de 15,26 % en 2004 comparativement à l'année 2011 où il a atteint un pourcentage de 96,52 %,

Figure n°9 : Evolution du marché de la téléphonie mobile en Algérie.



Source : réalisé à partir d'un tableau disponible sur le site www.anti.dz

3.3. Le commerce électronique en Algérie

L'algérien n'est pas encore tout à fait prêt à acheter en ligne, compte tenu des problèmes et contraintes liés au paiement électronique. En attendant le développement et la généralisation de ce mode de paiement, il faut dire qu'il ya encore du chemin à faire pour que ce créneau s'élève en une réelle branche économique en Algérie. Cet état de fait n'a pas découragé certaines entreprises à investir dans la création de sites web de vente en ligne. A partir des résultats d'une enquête réalisée portant sur les usages, les perceptions des internautes algériens et leur intérêt pour le e-commerce, on trouve plus d'un tiers des internautes algérienne ont tendance à favoriser les achats en ligne, l'étude en question fait ressortir que, sur les **13600** internautes interrogés **36%** d'entre eux souhaiterait avoir une carte de paiement électronique afin de pouvoir commander des biens et services sur l'internet. Cependant, les statistiques communiquées par internet pour l'année 2012 révèlent que l'Algérie compte 5,2 millions d'internautes et le taux de pénétration d'internet est estimé à 14%. Il est clair que le pays détient un des taux de pénétration les plus bas au Maghreb. En effet, l'Algérie se place

derrière ses voisins directs qui sont la Libye, la Tunisie et le Maroc. Ces derniers détiennent respectivement des taux de pénétration de 17%, 39,1% et 51%.³⁴

3.3.1 Les raisons qui font que le e-commerce peine à se développer en Algérie

D'abord, il est utile de remplacer le e-commerce dans notre environnement socio-économique où l'utilisation de numérique n'est pas encore généralisé, que ce soit au niveau professionnel où au niveau privé, et ceci aussi bien pour des raisons socioculturelles que pour des raisons techniques. Le e-commerce suppose la modernisation du système bancaire et des droits autorisant les transactions en ligne pour le Business to Business « B to B » où le Business to Consumer « B to C ». Il suppose également une mise en confiance du citoyen quant aux moyens électronique de paiement utilisés et de comprendre une stratégie de pénétration pour déterminer notamment les buts. En outre, le e-commerce peine à se développer pour trois raisons essentielles :

- ✓ la première renvoie au fait que nous devons d'abord développer et mettre en place les conditions techniques afin de créer des habitudes et des comportements nouveaux non seulement dans le domaine du e-commerce, mais dans les divers domaines de la vie économique et sociale, à commencer par le système éducatif (l'apprentissage à l'usage de l'informatique). Les investissements dans le domaine des TIC ne représentent que 5% du PIB. Globalement, la situation mérite d'être améliorée dans la mesure où les dernières données indiquent un très faible taux de pénétration de l'ordinateur dans les ménages algériens, et beaucoup de citoyens expriment leur insatisfaction quant à la qualité et au prix de la connexion.
- ✓ la seconde est le manque de confiance qui est un sentiment que beaucoup d'algériens ont développé avec le temps relativement à la qualité de service moyen offert dans certaines banques, services de l'administration publique, etc. Qualité de service en rapport avec la circulation et l'échange de l'information. Le citoyen algérien peine à être informé de manière claire dès lors que l'information recherchée concerne différents organismes ou établissements, ces derniers n'ayant pas de système électronique fonctionnel et efficace d'échange d'information.
- ✓ Le troisième est le déficit en compétences dans le domaine du commerce électronique, il n'y a pas d'établissement qui assure des formations dans le domaine du e-commerce.³⁵ le

³⁴ B. Zohra, diplômée de la faculté d'Alger, dotée d'une expérience de plus de 6 ans dans des institutions de services aux petites et moyennes entreprises, et plus de 4 ans dans des établissements financiers. Disponibles sur le site <http://www.elwatan.com>

retard par les méthodes et les conditions d'enseignement qui n'encouragent pas l'usage des TIC qui est un facteur explicatif important; en effet, si le citoyen algérien n'est pas préparé par le système éducatif qui doit le doter de connaissances et capacités à évoluer dans une société de l'information, il sera en décalage par rapport à son environnement lorsqu'il se dirigera vers la vie professionnelle.³⁶

3.3.2. Les opportunités liées au développement du e-commerce sur le plan national

Aussi bien pour les individus et les organisations, les spécialistes de la question considèrent qu'il s'agit d'un marché vierge, compte tenu de plusieurs facteurs, la croissance du nombre des abonnés à Internet et l'augmentation de la demande pour l'acquisition d'ordinateurs, la familiarisation de la catégorie des jeunes (qui est la plus importante de la population algérienne) aux TIC grâce à l'ordinateur, le téléphone portable, etc. Le nombre important de diplômés qui sont à la recherche d'emploi et qui peuvent être employés dans ce cadre. En plus des avantages produits par ce type de commerce, le gain de temps, la possibilité de commander et de recevoir à domicile et les prix plus bas que dans le commerce classique.

3.4. Les opportunités liées à l'utilisation des TIC en général par les organisations

C'est déjà de maîtriser l'ensemble de ses informations (en volume et en qualité) dans la mesure où ces dernières sont structurées et sont disponibles à tout moment sous différentes formes. L'administration publique gagnerait également à développer l'utilisation de l'outil informatique pour améliorer ses relations avec les usagers et les citoyens, l'exemple le plus frappant est celui des services de l'état civil, où un gain de temps appréciable pourrait être généré (temps d'attente, nombre d'erreurs dans la transcription...) grâce à l'utilisation de l'ordinateur.³⁷ Les risques liés au recours aux TIC pour les organisations est celui qui est lié à la sécurité de l'information, il est déjà perceptible chez les internautes quels que soient leur âge et leur niveau d'instruction qui n'ont pas été sensibilisés sur ces questions. Néanmoins, les grandes entreprises sont actuellement suffisamment sensibles à ce problème et se dotent des moyens nécessaires. Mais le risque n'est jamais exclu, la preuve est le développement de cybercriminalité qui est un autre problème qui commence à être pris en charge sérieusement

³⁵ Amina Messaïd «Les conditions ne sont pas réunies pour développer le e-commerce». Professeure des TIC et organisations à l'ENSM d'Alger et chercheure au CREA disponible sur le site www.elwatan.com

³⁶ Combien d'établissements scolaires utilisent les ordinateurs comme moyen didactique, combien d'établissements scolaires accordent de l'importance à l'enseignement de cette matière

³⁷ Amina Messaïd, Ibid.

dans notre pays. Plusieurs administrations publiques ont vu leur sites bloqués à cause des attaques informatiques, ce qui signifie que le risque est permanent.³⁸

3.5. Les problèmes auxquels est confronté le paiement électronique en Algérie

Tant au niveau des besoins que des promesses faites par les autorités compétentes, le paiement électronique est disponible en Algérie. En effet, comme partout dans le monde, il y a des banques qui proposent des cartes de service, permettant d'effectuer le plus normalement de monde ses achats sur un bon.

Ce qui est problématique c'est encore une fois un déficit confirmé en communication de la part de ces banques qui fournissent ce type de services, pourtant, ce service est ouvert à toute personne ayant un revenu normal et les frais de mise en service ne sont pas exagérés. Toutefois, avant de parler de paiement en ligne, il convient déjà d'améliorer la qualité des services bancaires, de couvrir le problème de manque de liquidités et d'élever le taux de bancarisation qui serait faible en Algérie, selon l'Association des Banques et des Etablissements Financiers (ABEF), soit une agence pour 28000 habitants, contre une (1) agence pour 12000 habitants au Maroc et une (1) pour 9000 habitants en Tunisie³⁹

3.5.1. Les faiblesses du système de paiement algérien

Le système de paiement algérien était critiqué car il faisait apparaître des faiblesses entre autres, faible utilisation des moyens de paiement; les ingérences administratives dans les banques publiques affectent négativement la fiabilité et la sécurité des paiements bancaires; le manque de sécurité juridique et de fiabilité des informations.⁴⁰

Pour conclure, on peut dire que l'utilisation des TIC surtout l'internet et l'usage des nouveaux instruments de paiement en Algérie ont du mal à se développer malgré que cette utilisation de ces technologies permet au pays de développer son économie.

Conclusion

La gestion des instruments de paiement n'est pas une simple gestion administrative, les nouveaux procédés de traitement des instruments de paiement augmentent l'efficacité du système mais engendrent de nouveaux défis et notamment de nouveaux risques pour la banque.

³⁸ Amina Messaïd optcit.

³⁹ Amina Messaïd, Ibid.

⁴⁰ Kennouche Lydia « essai d'analyse de l'impact du nouveau système de paiement sur la bancarisation de l'économie algérienne » mémoire de master Bejaia 2010.

Chapitre II : l'importance des TIC pour les banques

L'importance et le poids acquis par les télécommunications dans le développement économique et social dans le monde sont sans commune mesure avec le passé, qualifiant ce siècle de l'ère de l'information et de la communication, cela repose sur les capacités, disponibilités et facilités des moyens de télécoms d'un pays, le développement actuel de l'occident est en bonne partie le fait des moyens de communication performants et adaptés aux besoins de l'économie.

Quant à l'Algérie, elle essaie d'adopter cette nouvelle technologie, elle s'est fournie en moyens humains et matériels en choisissant de développer et d'ouvrir le secteur des réseaux numériques, support fibre optique, trois opérateurs en téléphonie mobile, plusieurs providers Internet et récemment lancement d'un satellite à usage scientifique. Nous pouvons considérer les besoins en nouveaux services exprimés par les usagers de divers secteurs comme accessibles si la continuité dans l'investissement est soutenue et durable à tous les niveaux.

Introduction

Pour mieux examiner la réalité de l'enjeu des TIC dans les banques de la wilaya de Tizi-Ouzou et en raison de l'absence des données relatives à ce sujet, nous avons fait recours à une enquête de terrain par questionnaire. Cette enquête a pour objectif de collecter le maximum d'information qui nous aidera à mieux cerner l'état des lieux de l'utilisation des TIC dans les banques de la wilaya. Pour ce faire, nous avons interrogé les banquiers des différentes agences bancaires publiques et privées implantées dans cette Wilaya.

Afin de mener à bien notre travail, nous avons suivi la démarche suivante :

- ✓ Le dépôt d'un questionnaire auprès des banques de notre échantillon.
- ✓ La réalisation des entretiens avec les responsables des banques dans lesquelles nous avons effectué notre enquête ainsi que la collecte des données à leur niveau.

Le présent chapitre sera divisé en trois points, le premier se veut être une présentation du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou, le second point consistera en la présentation de la démarche méthodologique de l'enquête de terrain, suivi par l'analyse et l'interprétation des principaux résultats de l'enquête de terrain.

1. Présentation du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou

Ce point sera consacré à la présentation du marché bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou dans le contexte actuel et cela après avoir donné un bref historique.

1.1 Historique du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou jusqu'en 1987

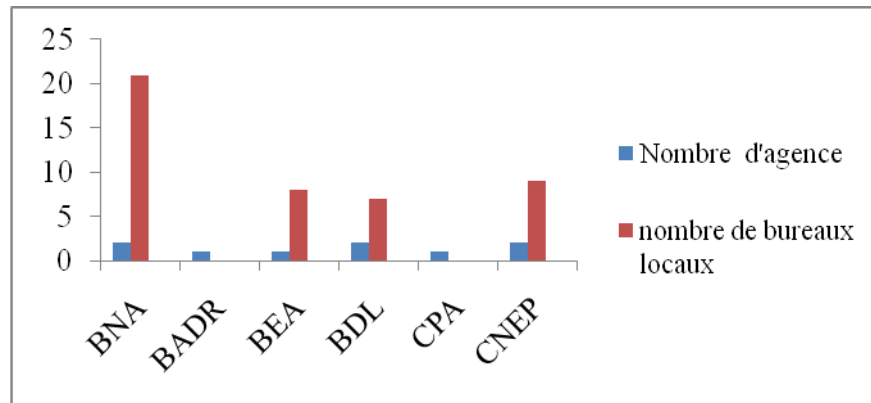
Les réseaux d'agences bancaires étaient mal répartis et ils se concentraient essentiellement dans quelques daïras. Dans ce cas, la capacité de l'offre des services bancaires et financiers dans la wilaya de Tizi-Ouzou était très faible. Jusqu'en 1987, le secteur bancaire de la wilaya comprend seulement cinq (5) banques publiques, une caisse d'épargne et une caisse régionale de mutualité, comme le montre le tableau et la figure ci-après :

Tableau n°7 : Réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou jusqu'en 1987

Banques publiques	Nombre d'agences dans la daïra de Tizi-Ouzou	Nombre des bureaux locaux
BNA	02	21
BADR	01	
BEA	01	08
BDL	02	07
CPA	01	
CNEP	02	09
Caisse Régionale de Mutualité Agricole (CRMA)	01	29
Total	10	74

Source : données collectées à partir de la monographie de la wilaya de Tizi-Ouzou 1987

Figure n° 10 : Réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou jusqu'en 1987



Source : réalisée par nos mêmes à partir des données du tableau précédent

Nous remarquons que la daïra de Tizi-Ouzou dispose de dix agences bancaires, les guichets bancaires sont localisés sous forme de bureaux locaux¹ implantés dans les espaces urbains où les activités économiques ont commencé à se développer (dans cette époque, les agences bancaires réparties dans les autres daïra de la wilaya sont considérées comme des bureaux locaux, dont l'activité est limitée seulement au financement de quelques exploitations et la mobilisation de l'épargne des ménages), il s'agit de Draa Ben khedda ; Larbaa Nath Irathen et Azazga. Cela signifie que même si le besoin bancaire existe, l'accès aux services était difficile pour une grande partie de la population.

¹ Dans cette époque les agences bancaires réparties dans les autres daïra de la wilaya sont considérées comme des bureaux locaux, dont l'activité est limitée seulement au financement de quelque exploitation et la mobilisation de l'épargne de ménage.

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

A partir des années 90, les bureaux locaux sont devenus des agences bancaires qui se répartissaient « timidement » sur le territoire de la région. Cette période a été marquée par la création d'une société financière privée visant à relever le niveau de bancarisation de la wilaya, il s'agit de la SFIK² (la Société Financière de Kabylie qui est considérée comme la première banque privée du pays qui est née à l'initiation de l'assemblée populaire de la wilaya (APW) suite aux recommandations du colloque international sur le développement local qui a eu lieu à Tizi-Ouzou en mai 1992). Cette société chargée de collecter l'épargne locale pour promouvoir le développement économique et social de la région par ses propres moyens ou en association avec d'autres partenaires nationaux ou étrangers.

Jusqu'en 1990, le réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou se caractérisait en général, par deux éléments :

- ✓ Une répartition spatiale insuffisante.
- ✓ Une faible relation entre les banques et la population bancaire, cela est dû essentiellement à l'environnement socioéconomique (le niveau de chômage), au manque de culture bancaire et à la géographie (une population presque rurale).

1.2 Le contexte actuel du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou

Le réseau des banques publiques est réparti en six (6) banques à savoir (BADR, BNA, CPA, BEA, BDL et CNEP banque), tandis que le réseau des banques privées est réparti en six (6) banques à savoir (Société Générale(SG), BNP Paribas, Natexis, El Baraka Bank , Arab Banking Corporation (ABC) et Alegria golf Bank (AGB) sur le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou.

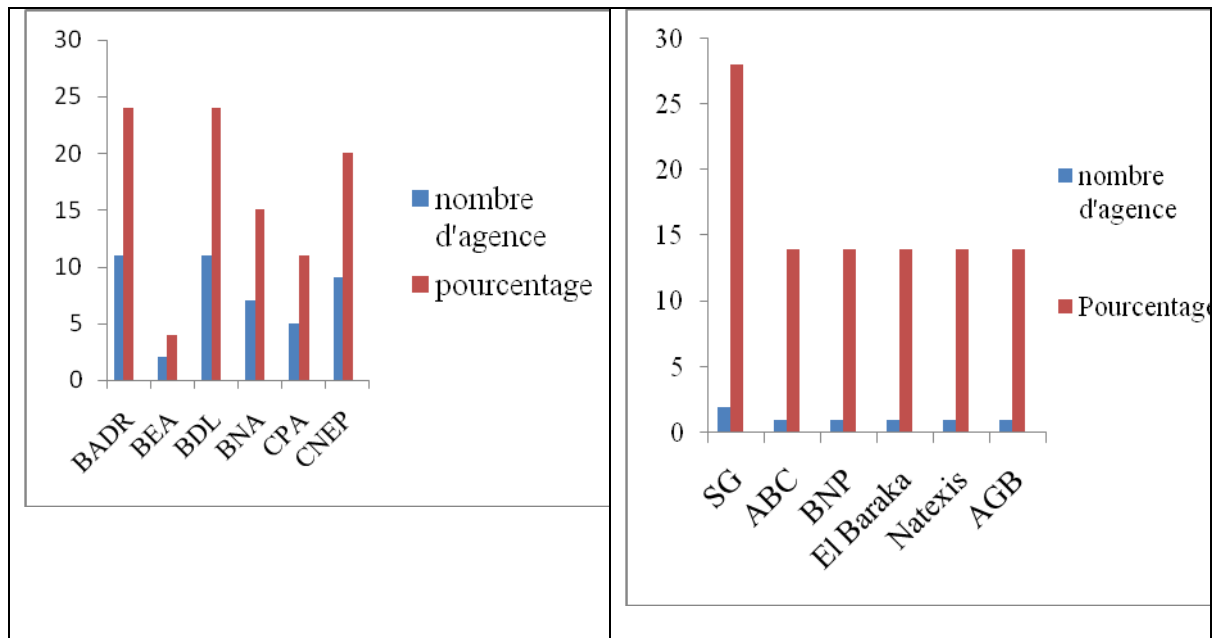
² La société financière de Kabylie (SFIK) est considérée comme la première banque privée du pays qui est née à l'initiation de l'assemblée populaire de la wilaya (APW) suite aux recommandations de colloque international sur le développement local qui s'est tenu à Tizi-Ouzou en mai 1992 ;

Tableau n°8 : Réseau des banques publiques et privées de la wilaya à la fin de 2011

Banques publiques	Nombre d'agences en 2011	Le taux de concentration en (%)
BADR	11	21,15 %
BDL	11	21,15 %
BEA	02	3,84 %
BNA	07	13,46 %
CNEP	09	17,30 %
CPA	05	9,61 %
Société générale	02	3,84 %
ABC	01	1,92 %
BNP Paribas	01	1,92 %
El Baraka	01	1,92 %
Natexis	01	1,92 %
AGB	01	1,92 %
Total	52	100 %

Source : établie sur la base des données des agences bancaires.

Figure n° 11 : Nombre d'agences et leur pourcentage



Source : réalisés par nos mêmes à partir des données des tableaux précédents

Selon les données du tableau et de la figure ci-dessus, nous remarquons que la BADR et la BDL sont les banques les plus denses dans la wilaya de Tizi-Ouzou avec un taux de 21,15 % chacune du total des agences implantées dans la wilaya, soit un réseau de Onze (11) agences réparties dans les communes de la wilaya. L'objectif visé par l'état est de promouvoir les activités agricoles, artisanales, agro-industrielles à travers la BADR, les activités des PME et PMI (avec le dispositif de soutien aux jeunes ANSEG) et les activités de professions libérales

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

et des particuliers à travers la BDL dans les milieux urbains, ruraux et montagneux de la wilaya. La CNEP est classée en seconde position avec un réseau de neuf (9) agences réparties dans quelque daïra de la wilaya, soit 17,30 % du total du réseau d'agences, la densité de la CNEP banque est très importante pour favoriser et développer les activités de crédits au logement et la mobilisation de l'épargne. Quant à la BNA et CPA, les banques les plus anciennes en Algérie, elle dispose d'un réseau d'agences moyen dans la wilaya avec sept (7) et (5) agences respectivement, soit des taux de 13,46 % et 9,61 % du total des agences implantées dans la wilaya. Enfin, la BEA se caractérise par une faible présence avec seulement deux (2) agences implantées dans la daïra de la wilaya, soit 3,84 % du total du réseau.

Pour les banques privées, après la disparition de l'agences 'El Khalifa Bank en 2004, le réseau n'a commencé à se développer qu'à partir de 2008. Au total, sept (07) agences sont implantées dans la wilaya qui sont : la (SG) avec deux (02) agences qui représente 3,84 % du réseau de la wilaya, par contre la BNP paribas, Natexis, El Baraka Bank, ABC et AGB comptent une (01) agence pour chacune, soit un taux de 1,92%.

En somme, il y a lieu de préciser que la répartition des agences bancaires dans la wilaya de Tizi-Ouzou correspond à celle enregistrée au niveau national. A titre d'exemple, la BADR, qui est la banque la plus dense au niveau national, elle occupe la première position avec la BDL dans la wilaya de Tizi-Ouzou en termes de densité, tandis que la BEA, qui se caractérise par un réseau faible en Algérie, elle occupe la dernière position en termes de répartition de son réseau dans la wilaya.

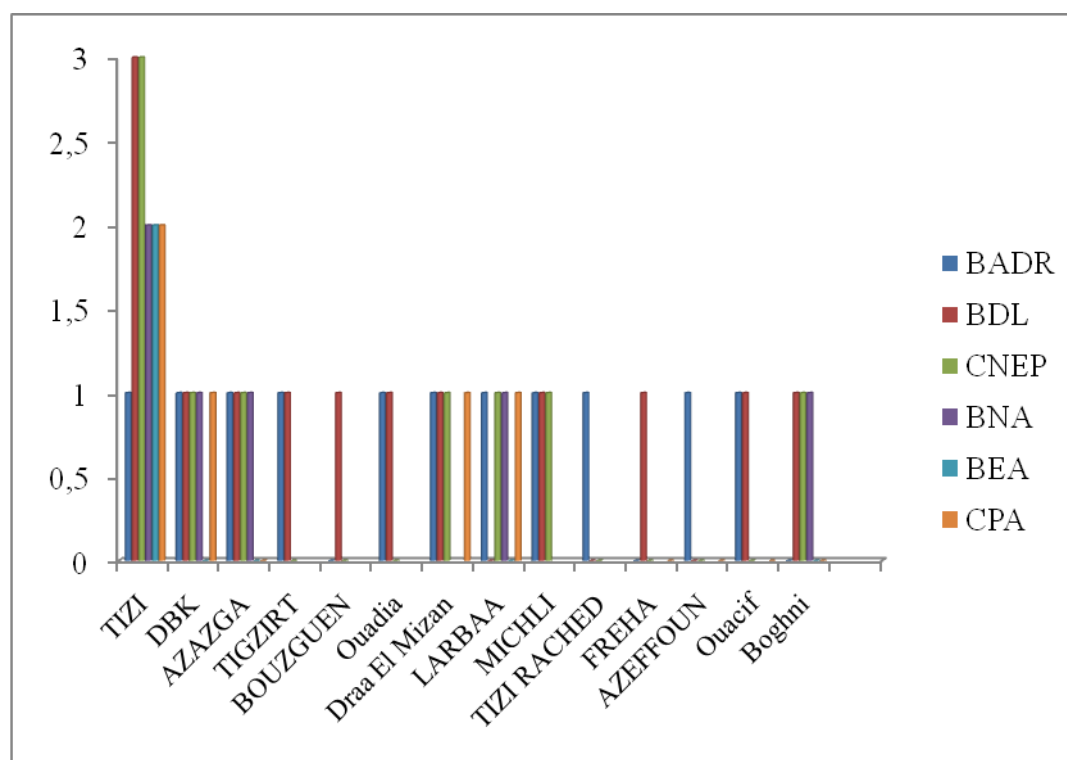
Nous allons présenter la répartition spatiale des agences bancaires publiques et privées dans les tableaux et figures suivantes pour savoir la répartition du réseau bancaire sur le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou par commune.

Tableau n° 9 : Répartition des agences bancaires publiques de la wilaya à la fin 2012

Banque et communes	BADR	BDL	BEA	BNA	CNEP	CPA	Nombre D'agence	%
Tizi-Ouzou	1	3	2	2	3	2	13	28,88%
Tigzirt	1	1	-	-	-	-	2	4,44%
Azazga	1	1	-	1	1	-	4	8,88%
Fréha	-	1	-	-	-	-	1	2,22%
Azzefoun	1	-	-	-	-	-	1	2,22%
Larbaa	1	-	-	1	1	1	4	8,88%
Michelet	1	1	-	-	1	-	3	6,66%
Ouadhia	1	1	-	-	-	-	2	4,44%
Boghni	-	1	-	1	1	-	3	6,66%
Ouasif	-	-	-	-	-	-	1	2,22%
D.E.M	1	1	-	-	1	1	4	8,88%
D.B.K	1	1	-	1	1	1	5	11,11%
Tizirached	1	-	-	-	-	-	1	2,22%
Bouzgouen	-	1	-	-	-	-	1	2,22%
Totales des agences	11	11	2	7	9	5	45	100%

Source : établi par nos mêmes à partir des statistiques des agences bancaires dans la wilaya

Figure n°12 : Localisation des banques publiques enquêtées



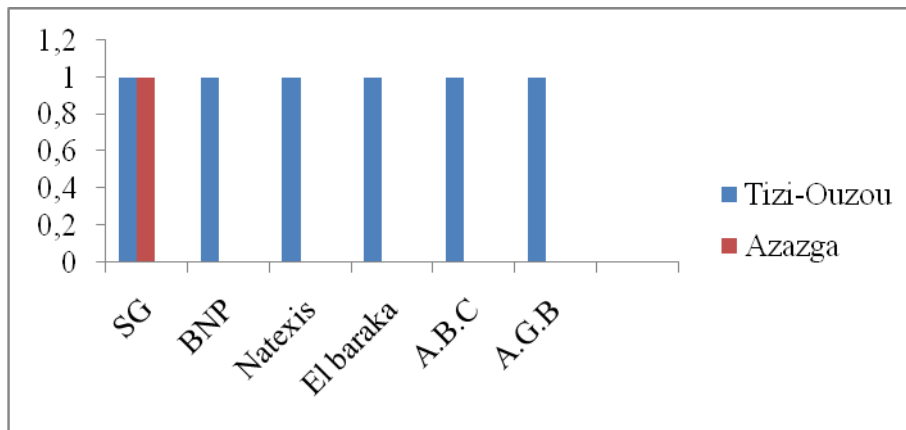
Source : réalisé par nos mêmes à partir des données du tableau précédent

Tableau n°10 : Répartition des agences bancaires privées de la wilaya à la fin 2012

Banque et commune	Société Général	BNP Paribas	Natexis	El baraka	A.B.C	A.G.B	Total	Taux
Tizi-Ouzou	01	01	01	01	01	01	06	85.71%
Azazga	01	-	-	-	-	-	01	14.28%
Total des agences	02	01	01	01	01	01	07	100%

Source : établi par nos mêmes à partir des statistiques des agences bancaire privé dans la wilaya

Figure n°13 : Localisation des banques privées enquêtées



Source : réalisé par nos mêmes à partir des données des tableaux précédents

D'après les tableaux précédents, on peut déduire une inégalité dans la répartition du réseau bancaire sur le territoire de la wilaya. En effet, nous remarquons que sur 67 communes que compte la wilaya, seulement 14 communes sont dotées d'agences bancaires, cela signifie que les besoins des services bancaires ne sont pas couverts dans les autres communes, ce qui pousse les gens de ces dernières à recourir aux communes voisines disposant des agences bancaires.

A coté de cela, on observe une concentration du réseau bancaire dans la commune de Tizi-Ouzou avec un taux de **28,88%**. La densité bancaire de cette commune s'explique par la concentration de la population et par le développement des infrastructures et des activités économiques (entreprises publiques et privées et les services administratifs) et aussi la dynamique entrepreneuriale dans cette région.

Ainsi, le réseau bancaire est bien réparti dans les communes disposant d'une forte population qui exercent des activités économiques sont généralement des centres urbains, c'est le cas de D.B.K avec cinq (05) agences bancaires, soit un taux de concentration de

11,11%, Larbaa, D.E.M³ et Azazga avec quatre (04) agences bancaires pour chacune, soit un taux de concentration de 8,88%, Michlit et Boghni qui sont moyennement dotés de trois (03) agences bancaires pour chacune, soit un taux de concentration de 6,66%, Ouadhia et Tizirt enregistre un réseau bancaire très faible, soit un taux de concentration de 8,88% quant aux daïra de Tizi Rached, Bouzeguene, Azzefoun, Fréha et Ouacifs ne sont dotées que d'une seule agence, soit un taux de concentration de **2,22%** chacune.

Concernant le réseau bancaire privé, il se concentre généralement dans le chef lieu de la wilaya avec sis (06) agences, soit une agence pour chaque banque sauf le cas de SG qui dispose d'un autre réseau dans la commune d'Azazga et cela est dû à la dynamique entrepreneuriale et au développement des activités commerciales dans cette commune.

En somme, le paysage bancaire de la wilaya a certes connu des évolutions, mais la répartition spatiale du réseau d'agences est déséquilibrée. Ainsi, certaines daïras, qui enregistrent une augmentation des activités économiques et une forte démographie, sont dépourvues du réseau bancaire, c'est le cas de Béni-Yenni, Maatkas, Ouagnoune, Béni-Douala, Iferhounene, Mekla, Makouda et Tizi-Ghenif.

2. Démarche Méthodologie de l'enquête de terrain par questionnaire

Afin de trouver des réponses réelles et fiables aux questions relatives à notre problématique, la méthode de l'enquête par questionnaire, qui est une méthode scientifique, est le meilleur moyen pour atteindre notre objectif. Ce point a pour objet de présenter l'approche méthodologique de recherche en identifiant les objectifs de l'enquête. Notre enquête de terrain a été menée au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, cette enquête nous permet de collecter des données non disponibles et d'apporter un éclaircissement sur la réalité des TIC dans cette wilaya, de ce fait, nous avons consacré ce point pour présenter les conditions de la réalisation de l'enquête et la méthodologie utilisée et suivie par une présentation du questionnaire, ainsi que la méthode et outils d'analyses utilisés.

2. 1. Méthodologique de l'enquête

Pour la collecte des informations et la vérification des hypothèses, notre démarche méthodologique est axée sur l'exploitation en faisant recours à une enquête de terrain par questionnaire auprès d'un échantillon représentatif de 45 agences bancaires publiques et 07 agences bancaires privées de la wilaya de Tizi-Ouzou. Nous nous sommes déplacées

³ Draa el mizane

auprès des agences bancaires publiques et privés implantées dans le territoire de la wilaya pour déposer les questionnaires et avoir des réponses sur celles qui ont accepté de nous recevoir. Ces questionnaires sont suivis d'un entretien (question/réponse direct) au niveau de certaines agences.

2.1.1. La présentation du contenu du questionnaire de l'enquête

Pour cerner toutes les informations liées au profil de l'enjeu des TIC dans l'entreprise bancaire et sur la base de développement du chapitre 1 et 2, nous avons élaboré un questionnaire⁴ qui comporte 47 questions précises et faciles à comprendre par les enquêtés afin d'avoir le maximum de réponses. De ce fait, nous étions dans l'obligation de limiter le nombre de questions pour ne pas provoquer un refus de la part des enquêtés.

Ce questionnaire est constitué de 06 axes à savoir : Identification de l'agence , le niveau d'équipement et le degré de l'utilisation des TIC, les capacités à maîtriser les TIC et la répartition des compétences des TIC en modules, l'utilisation et l'état de la monétique au niveau de la banque, le niveau de gestion de l'information et communication et les décisions d'information concernant les TIC, les changements majeurs et l'évaluation de l'enjeu et l'usage des TIC.

- ✓ **Identification de l'agence et profil du répondant** : certaines questions regroupées dans ce premier axe permettent de recueillir des renseignements relatifs aux caractéristiques personnelles du répondant à savoir la nature de poste occupé et leur niveau hiérarchique, leur niveau d'étude, et d'autres questions pour identifier d'une manière détaillée des caractéristiques des banques enquêtées à savoir : son nom, son lieu d'implantation, sa date de création et son secteur. Cet axe nous permet également de présenter l'effectif ou le nombre de salariés de la banque.
- ✓ **Le niveau d'équipement et le degré de l'utilisation des TIC** : dans cet axe, les questions abordées permettent d'évaluer les ressources techniques à partir desquelles le projet a été monté, dans quels services le développement a été effectué et comment le système informatique est susceptible d'évoluer et aussi d'autres questions pour connaître le degré d'utilisation des ressources en personnel, matériels, logiciels dans la banque.
- ✓ **Les capacités à maîtriser les TIC et la répartition des compétences des TIC en modules** : plusieurs questions sont regroupées dans cet axe, elles servent à tester le

⁴ Annexe1 questionnaire de l'enquête

savoir-faire des employés sur les domaines tels que : matériel, le système d'exploitation, et d'autres questions s'intéressent à des catégories de logiciels et de mesurer les capacités à maîtriser les TIC pour une évaluation.

- ✓ **L'utilisation et l'état de la monétique aux niveaux de la banque** : Cet axe regroupe un ensemble de questions qui donnent une idée sur l'introduction des cartes bancaires dans la banque et l'évaluation de l'automatisation des moyens de paiement et aussi sur les différentes technologies utilisés.
- ✓ **Le niveau de gestion de l'information et la communication et les décisions d'information concernant les TIC**: cet axe regroupe un ensemble de questions qui mesurent le niveau de gestion de l'information entrante, sortante et celle qui circule à l'intérieure de la banque, comme elles mesurent aussi la coordination entre les différents services et le partage d'information et de décisions, et permettent également d'analyser les décisions d'information concernant les TIC.
- ✓ **Les changements majeurs et l'évaluation de l'enjeu et l'usage des TIC** : dans cet axe, l'objectif recherché est double, d'une part, il nous permet d'évaluer le niveau d'adaptation des technologies de l'information et leur contribution à la performance de la banque et voir l'utilisation et l'enjeu des TIC dans la banque, et d'autre part, il nous permet de savoir la gestion stratégique des TIC et aussi quels sont les changements ressentis suite à l'introduction des TIC.

2.1.2. Les conditions de la réalisation de l'enquête

Notre enquête a été menée à l'aide d'un questionnaire qui contient 06 axes chacune d'elles regroupe une série de questions ouvertes ou fermées car l'utilisation de deux catégories de questions permet de collecter le maximum d'information utiles pour notre étude. Pour réaliser notre enquête, nous nous sommes déplacées auprès des agences bancaires publiques et privées implantées dans le territoire de la wilaya, cela a duré deux mois et la récupération totale des questionnaires a duré un mois. Durant notre enquête, nous avons rencontré plusieurs difficultés à savoir :

- ✓ Le refus de plusieurs agences de nous répondre et la difficulté de convaincre certains responsables malgré les efforts que nous avons faits.
- ✓ Une perte de temps énorme, lors de dépôt et la récupération des questionnaires, lors des déplacements sans avoir de résultats dans certains cas et aussi il nous a fallu beaucoup de temps pour être reçues par certains répondants, parfois même plusieurs visites à certaines agences pour déposer et récupérer les questionnaires.

- ✓ Comme vous le savez, la surface de la wilaya de Tizi-Ouzou est grande et elle compte plusieurs communes, la distance entre ces communes nous a coûté chère sur le plan physique, ainsi que sur le plan financier, lors des déplacements.

Malgré toutes ces difficultés, nous ne sommes pas découragées, pour aller au bout de notre enquête qui a duré 3 mois (du mois de février jusqu'à la fin du mois d'avril).

2.1.3. La méthode et outils d'analyses utilisés

L'analyse des résultats de notre enquête, se fera avec une analyse descriptive qui nous a permis de faire ressortir un certain nombre de caractéristiques liées à notre thème de recherche (à l'enjeu de TIC), En utilisant le logiciel (SPSS) pour effectuer les tableaux de fréquence et les tableaux croisés qui est un logiciel de traitement des données, cette méthode est considérée la plus facile pour l'analyse des données.

2.2. Présentation de l'échantillon d'étude

Le travail que nous proposons de réaliser a pour objectif de recueillir des informations non disponibles concernant le degré de l'utilisation et les avantages des TIC ainsi que la capacité à maîtriser ses technologies dans les banques algériennes. Comme il est pratiquement impossible d'étudier toutes les banques de notre pays, faute de temps qui est limité et des coûts que l'enquête peut engendrer, pour cela nous nous sommes limitées à étudier un échantillon qui comporte 52 agences bancaires qui représentent le nombre total des agences bancaires implantées dans le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou. A la fin de l'enquête, nous avons pu distribuer 45 questionnaires, et sur les 45 questionnaires distribués, nous n'avons pu récupérer que 30, dont tous les 30 questionnaires récupérés sont exploitables.

Tableau n°11 : Echantillon de notre enquête

	Banques
Echantillon	52
Questionnaire distribués	45
Questionnaire récupérés	30
Taux de réponse en %	66,66%
Questionnaire exploitables	30

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

2.2.1 Présentation des profils (catégorie de grade, poste occupé, niveau d'étude des répondants)

L'analyse des données de terrain, nous a permis de constater que la nature du poste occupé par les répondants des banques enquêtées, joue un rôle important dans la validation des données recueillies. Le tableau n°12 montre que 70% des répondants sont des cadres, dont 26,7% sont des cadres moyens, donc nous avons eu 96,7 %⁵ de notre échantillon qui ont été en mesure de répondre très clairement à notre problématique de recherche.

Tableau n°12 : Niveau hiérarchique des répondants

	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Valeur manquant	1	3,3	3,3	3,3
cadre	21	70,0	70,0	73,3
Cadre moyen	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Le tableaux n°13 montre que 40% des responsables enquêtés sont des directeurs d'agence dont 20% sont des sous directeurs, avec 30% de l'échantillon qui forment la catégorie de maîtrise assurant le statut de chef de service et chargé de crédit, commerce extérieure, conseiller de la clientèle avec 3,3% chacune, ainsi que une grande partie des enquêtés sont des cadres avec 70% de l'échantillons et seulement 30% qui sont des cadres moyens et cela comme la montre la figure n°14 .

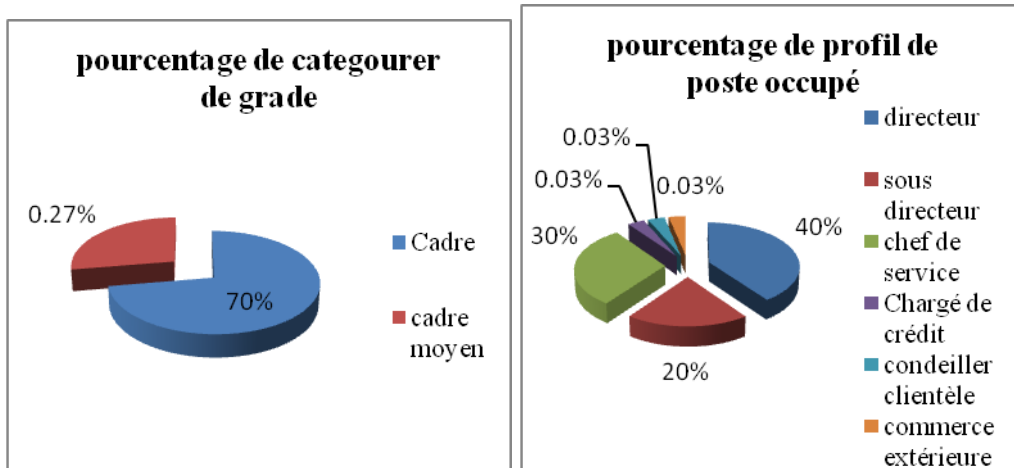
Tableaux n°13 : Intitulé des postes occupés par les responsables enquêtés

	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Chargé de crédit	1	3,3	3,3	3,3
Chef de service	9	30,0	30,0	33,3
Commerce extérieure	1	3,3	3,3	36,7
Conseiller clientèle	1	3,3	3,3	40,0
directeur d'agence	12	40,0	40,0	80,0
sous directeur	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

⁵ Ce pourcentage représente la somme des cadres et des cadres moyens

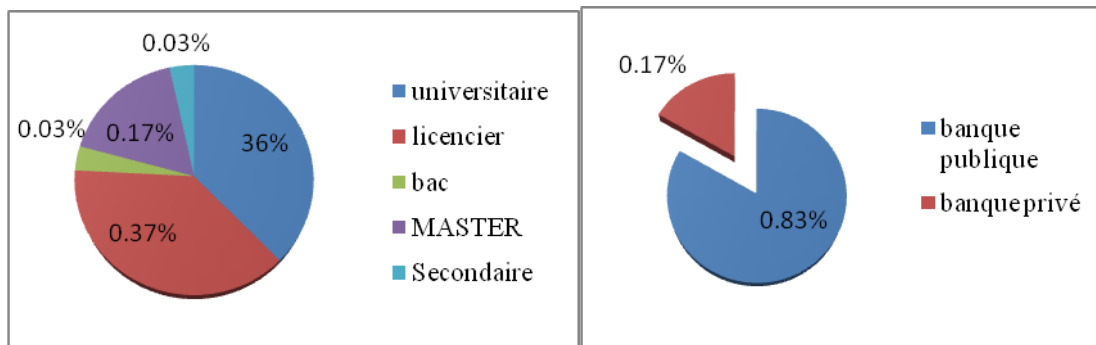
Figure n°14 : Catégorie de grade et profil des postes occupés par les répondants.



Source : enquête de terrain à Tizi-Ouzou 2013.

Pour le niveau d'étude, nous remarquons dans la figure n°15 que la majorité des enquêtés ont un niveau élevé, soit 36,70% d'entre eux sont des licenciés, 16,70% ont le niveau de Master et 36% sont des universitaires⁶ et seulement 6,60% qui ont le niveau secondaire.

Figure n°15 : Niveau d'étude des répondants et la répartition des banques par secteur

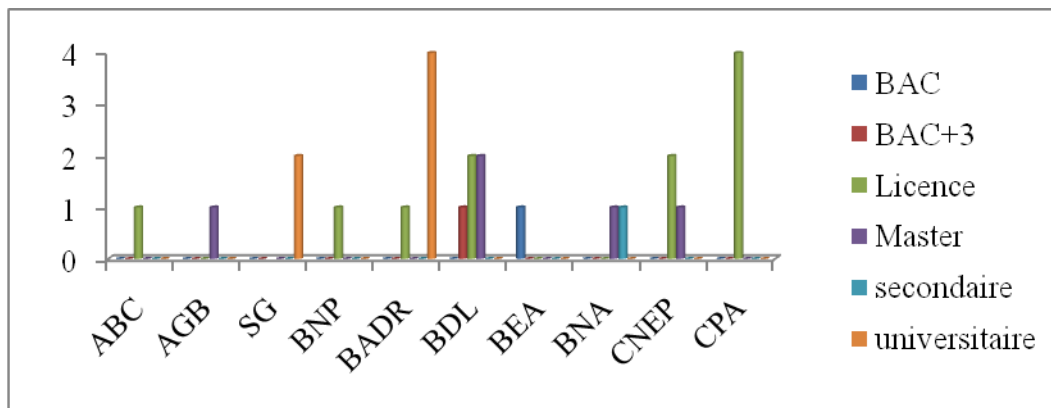


Source : enquête de terrain à Tizi-Ouzou 2013

D'après la figure n°16, nous remarquons que les responsables des banques privées BNP et ABC ont la licence comme niveau d'étude. Les responsables des deux agences de la banque SG sont des universitaires et seulement le responsable de la banque AGB qui possède un niveau d'étude élevé soit un niveau de master. La majorité des responsables des banques publiques, quant à elles, ont pour niveau la licence et le master, et seul les responsables de quelques banques ont le niveau secondaire (terminale) parce que c'est des personnes âgées.

⁶ Les enquêtés qui ne nous ont pas fourni plus de précision quant à leur diplômes.

Figure n°16 : Répartition des banques enquêtées par niveau d'études des responsables



Source : réalisée par nos mêmes à partir des données du tableau croisé de SPSS

2.2.2. Caractéristiques générales des banques enquêtées

La répartition géographique des banques observées est une variable importante dans notre enquête, le tableau n°14 montre que **46,7%** d'entre elles se situent dans le chef lieu de la wilaya de Tizi-Ouzou, soit 14 agences, les communes d'Azazga et de D.B.K⁷ concentre respectivement 16,7 %, soit 5 agences parmi les banques enquêtées. En effet, les communes de Tigzirt et Ouadhia constitue respectivement 6,7 %, soit 2 agences suivi par les communes de Bouzeguene et Azzefoun avec un taux de **3,3%** chacune d'elle soit une agence.

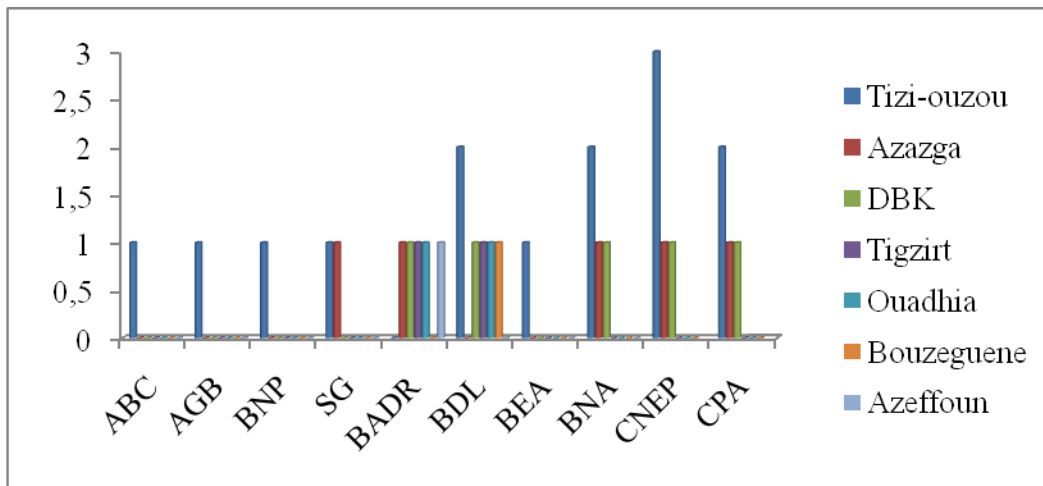
Tableau n°14 : Localisation des banques enquêtées

Communes valide	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Azazga	5	16,7	16,7	16,7
Azzefoun	1	3,3	3,3	20,0
Bouzeguene	1	3,3	3,3	23,3
D.B.K	5	16,7	16,7	40,0
Ouadhia	2	6,7	6,7	46,7
Tigzirt	2	6,7	6,7	53,3
Tizi-Ouzou	14	46,7	46,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

⁷ Draa ben khadda

Figure n°17 : Répartition géographique des banques enquêtées par communes



Source : réalisée par nos mêmes à partir des données du tableau croisé de SPSS

A partir de cette figure, nous remarquons que la quasi-totalité des banques privées se situent dans la commune de Tizi-Ouzou avec une agence pour chacune d'entre elles, seulement la banque SG qui dispose d'un autre réseau dans la commune d'Azazga. Concernant les banques publiques telles que CPA, BNA et CNEP, elles se concentrent généralement dans la commune de Tizi-Ouzou, DBK et Azazga, qui représentent les villes les plus dynamiques en termes d'activités économiques. Enfin la BADR et la BDL sont localisées essentiellement dans les villes suivantes : Tigzirt, Ouadhia, Bouzeguene et Azzefoun dans le but d'améliorer le développement local et rural.

3. Analyse descriptive et interprétation des résultats du questionnaire

Nous portons notre intérêt à ce stade sur les résultats de l'enquête ayant trait à l'analyse de degré de l'utilisation des TIC et ses enjeux pour les banques dans la wilaya de Tizi-Ouzou, et cela à travers le traitement et l'analyse des données des questionnaires recueillis en utilisant le logiciel informatique SPSS. Ce dernier nous a permis d'établir une analyse descriptive pour notre base de données à travers des tableaux des fréquences et croisés. En vue de vérifier les hypothèses de notre recherche, nous tenterons de présenter les résultats de l'enquête par une analyse des réponses données par les responsables des banques enquêtées tout en respectant les axes de notre questionnaire.

3.1. Les indicateurs des TIC

Un indicateur est un instrument de mesure pour le suivi de l'évolution d'un phénomène ou bien est un élément significatif d'une situation. En économie, un indicateur aide à établir des

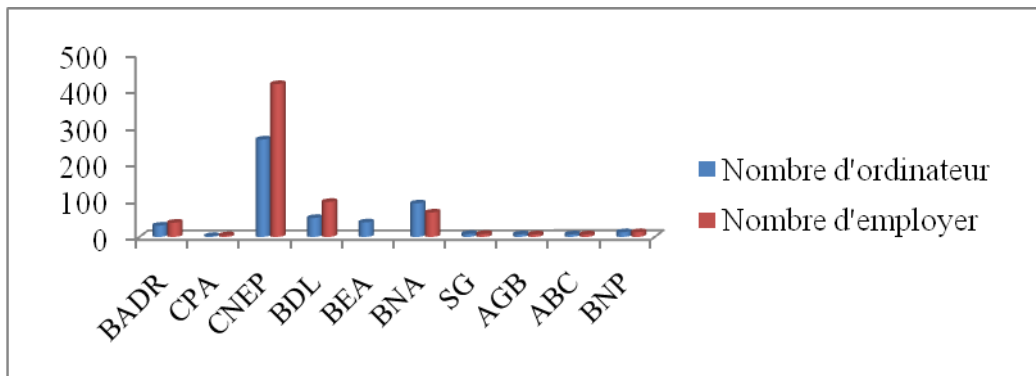
prévisions d'évaluation dans les entreprises, il prend la forme de données brutes (en quantité ou en valeur) mais aussi des pourcentages de gestion des résultats⁸. Les indicateurs auxquels nous nous sommes intéressés sont : le niveau d'équipement, l'accès au TIC, l'usage et le degré de l'utilisation des TIC dans les banques.

3.1.1. Le niveau d'équipement et le degré de l'utilisation des TIC : est un indicateur important pour mesurer l'enjeu des TIC.

- **Le nombre d'ordinateur dans la banque**

D'après les résultats de l'enquête, le nombre d'ordinateur est égal au nombre de salariés dans les banques privées c'est-à-dire chaque employé possède son propre ordinateur. contrairement aux banques privées, dans les banques publiques le nombre d'employés est nettement supérieurs au nombre d'ordinateurs sauf le cas de la BNA où on a constaté que le nombre d'ordinateur dépasse le nombre d'employés, cela veut dire qu'il y a quelques postes avec plus d'un ordinateur comme le montre la figure n° 18.

Figure n°18 : Nombre d'ordinateurs par rapport au nombre de salariés



Source : réalisée par nos mêmes à partir des données de tableau croisé de SPSS

Le nombre d'ordinateurs dans les banques enquêtées présenté dans le tableau n°15 montrent que 14 agences de notre échantillon possèdent entre 10 et 20 ordinateurs qui représente la valeur la plus importante, soit **46,7%**, suivi de 12 agences qui possèdent les valeurs entre 6 et 10 ordinateurs, soit un pourcentage de 40% . Concernant la valeur la plus faible qui est seulement 4 agences de notre échantillon qui possèdent 20 ordinateurs et plus avec un taux de **13,3%**.

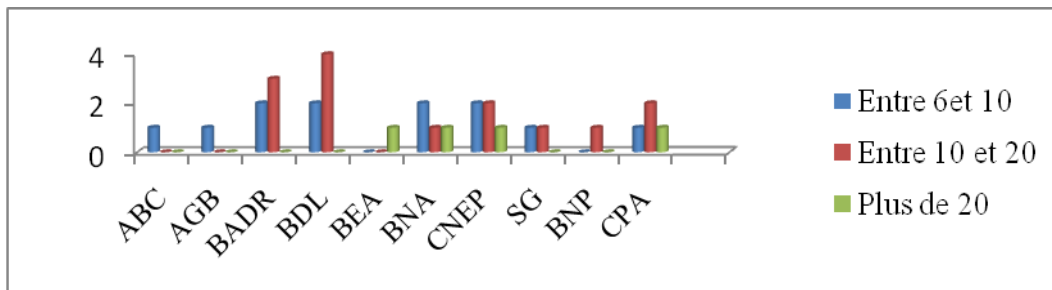
⁸ Robert, encyclopédie de la gestion et de management, édition dolez, 1999, p472

Tableau n°15 : Nombre d'ordinateurs dans les banques enquêtées

Nombre d'ordinateur	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Entre 6 et 10 ordinateurs	12	40,0	40,0	40,0
Entre 10 et 20 ordinateurs	14	46,7	46,7	86,7
20 ordinateur et plus	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Figure n°19 : Nombre d'employés par rapport au secteur de la banque



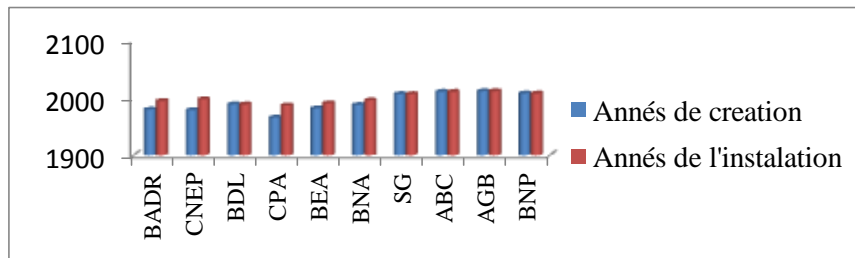
Source : réalisée par nos mêmes à partir des données du tableau croisé de SPSS

D'après la figure ci-dessus, on remarque que le nombre d'employés est compris entre 6 et 10 salariés dans la plupart des banques privées sauf que dans une agence de SG et PNB où il y a entre 10 à 20 salariés. Par contre, quelques banques publiques utilisent entre 6 et 20 salariés c'est le cas de la BADR. La BEA, la BNA, la CNEP et le CPA, quant elles, utilisent un nombre important d'employé qui dépasse 20 salariés.

- **La date de la première installation du premier ordinateur**

La majorité des banques ont installé leur premier ordinateur à l'ouverture comme les banques privées qui ont été créées récemment, sauf les banques publiques qui ont été ouvertes avant les années 1980, comme le montre la figure n°20.

Figure n°20 : Année de l'installation du premier ordinateur par rapport à l'année de création de l'agence.



Source : réalisée par nos même à partir des données du tableau croisé de SPSS

Les résultats de notre enquête montrent que 56,7 % des banques enquêtées, soit 17 agences ont installé leur premier ordinateur avant les années 2000, et cela peut s'expliquer à travers les mesures prises par l'Etat en matière d'introduction des TIC. Après l'ouverture des banques privées étrangères dotées des TIC, les banques publiques doivent introduire les TIC pour qu'elles soient compétitives avec celles-ci et faire face à la concurrence de l'économie de marché. Seulement 11 agences, qui ont été créée récemment, ont installé leur premier ordinateur après les années 2000 avec un taux de 36,7% de notre échantillon comme le montre le tableau n°16.

Tableau n°16 : Date de l'installation des ordinateurs dans les banques enquêtées

L'année	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Avant les années 2000	17	56,7	60,7	60,7
Après les années 2000	11	36,7	39,3	100,0
Total	28	93,3	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

- **La date de création des banques enquêtées**

Les résultats de notre enquête montrent qu'une grande partie des banques enquêtées, soit un pourcentage de **80%** qui représente 24 agences, ont été créées après les années 1980. Cela peut s'expliquer à travers les mesures prises par l'Etat en matière d'encouragement de l'initiative privé, et cela dans le cadre de l'ouverture vers l'économie de marché. Avant les années 90, seulement 5 agences ont été créées avec un taux de **16,7%** de notre échantillon comme le montre le tableau n°17.

Tableau n°17 : Date de création des agences bancaire

L'année	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Avant 1980	5	16,7	17,2	17,2
Après 1980	24	80,0	82,8	100,0
Total	29	96,7	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

• **Les outils et les réseaux informatiques utilisés dans les banques**

D'après les réponses représentées dans le tableau n°18, tous les services dans les banques enquêtées utilisent l'outil informatique, soit 18 agences avec un taux de 60%, cela explique que les banques enquêtées sont dotées de matériels informatiques et utilisent un degré élevé des TIC et que tous les services ont automatisés leurs tâches, ce qui sert à faciliter le travail et le gain de temps.

Tableau n°18 : Services les plus utilisateurs de l'outil informatique

Les services	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Valeur manquantes	12	40,0	40,0	40,0
Tous les services	18	60,0	60,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Par ailleurs, toutes les fonctions ont un accès au réseau de la banque, soit un taux de 80% des réponses qui représente 24 agences de notre échantillon, cela veut dire que les banques enquêtées utilisent les TIC et ont accès à un réseau comme le montre le tableau n° 19.

Tableau n°19 : Fonctions qui ont accès au réseau

Les fonctions	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Valeur manquante	6	20,0	20,0	20,0
Toutes les fonctions	24	80,0	80,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Le **réseau** de télécommunication a été refondu pour permettre d'intégrer les contraintes de différents projets nationaux, au final, il y a deux réseaux, le réseau intranet qui connecte les agences avec le site central et doit servir de réseau de secours, la plupart des réponses du tableau n° 20 montrent que le réseau utilisé généralement est le réseau intranet avec un taux 73,3%, soit 22 agences qui sont à ce jour équipées. Il constituera le

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

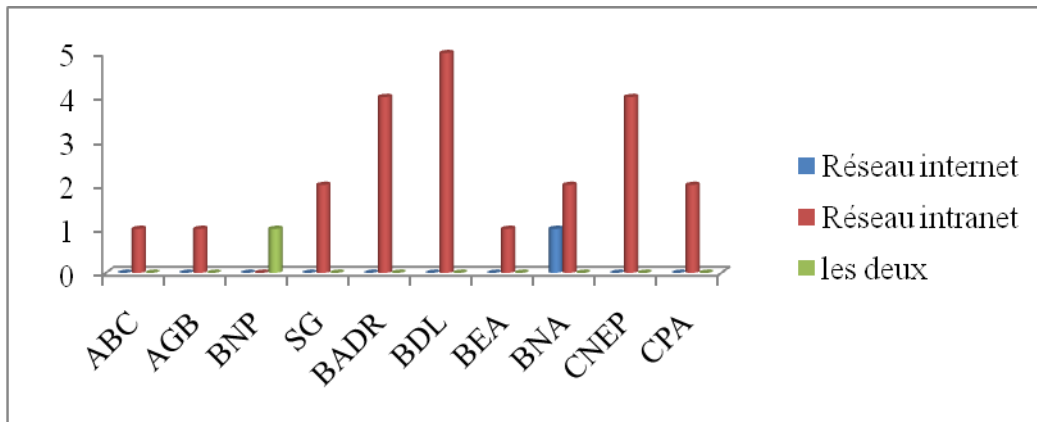
principal réseau. Le réseau internet permet une circulation de données via le satellite pour une plus grande rapidité des échanges d'information. Seule la banque publique BNA utilise un autre type de réseau qui est l'intranet avec un taux faible de 3,3%. Une autre banque privé utilise les deux à la fois c'est-à-dire l'internet et l'intranet, c'est le cas de BNP Paribas avec un taux bas 3,3%.

Tableau n°20 : Réseaux informatiques des banques enquêtées

La réponse	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Valeur manquante	6	20,0	20,0	20,0
Réseau internet	1	3,3	3,3	23,3
Réseau intranet	22	73,3	73,3	96,7
Réseau internet et intranet	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Figure n°21 : Réseaux informatiques utilisés dans les banques par rapport au secteur



Source : réalisés par nos même à partir des données de tableau croisé de SPSS

En d'autres termes, toutes les banques que ce soit privée ou publique utilisent le réseau intranet. Seule la BNA aussi utilise le réseau internet et uniquement la banque BNP utilise les deux réseaux à la fois. Les personnes qui ont accès à l'Internet dans les différentes banques sont en générale des cadres.

En ce qui concerne l'utilisation des TIC en réseau, l'expérience du personnel des banques enquêtées est suffisante à 76,7% comme le montre le tableau suivant.

Tableau n°21 : Expérience du personnel de la banque

La réponse	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
OUI	23	76,7	76,7	76,7
NON	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

De ce fait, nous remarquons que le plus grand réseau bancaire international est celui de la BNP PARIBAS qui est un partenaire de référence des grandes entreprises algériennes, il permet d'accompagner ses clients dans leurs opérations les plus complexes, ainsi que dans la réalisation et le financement des opérations du commerce international, il développe des produits spécifiques à l'entreprise. Cependant, BNP ne permet pas de gérer l'ensemble de ses comptes en toute autonomie et d'exécuter certaines opérations (consultation du solde et des mouvements sur les comptes, avec une mise à jour toutes les heures, consultation des historiques des opérations et des commandes sur les 30 derniers comptes, commande de chéquier, ajout et suppression de compte et de bénéficiaires , c'est donc d'optimiser son temps et gagner en efficacité⁹.

les sites web regroupe un ensemble de page web reliées entre elles et situées sur un même serveur, les sites de référence en banque et finance, c'est des véritables sites de portail, où on trouve les information sur la bourse, les marchés financiers, et les informations économiques et financières,¹⁰ la disposition d'un site web par les banques enquêtées est une manière de renforcer leur présence sur internet, ainsi le tableau n°22 montre que les banques qui ont un sites web² sont 23 agences avec un taux de 76,7% et seulement 5 agences qui ne disposent pas d'un sites web avec un taux de 16,7%.

Tableau n°22 : Existence de site web des banques

La réponse	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
Valeur manquent	2	6,7	6,7	6,7
OUI	23	76,7	76,7	83,3
NON	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

⁹ Document relative à la banque BNP paribas, BNP net la banque en ligne qui me facilite la vie.

¹⁰ Julie .G. « internet guide des meilleurs sites pour la gestion et le management »édition 2000, P76

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

- **Les ressources en matériels informatiques et en logiciels**

D'après les données représentées dans le tableau n° 23, on remarque que 73,3% des réponses montrent que les ressources en matériels informatiques sont suffisantes, soit 22 agences de notre échantillon et seulement 26,7% des réponses montrent que les ressources en matériels informatique ne sont pas suffisantes, soit 8 agences qui sont généralement situées dans les zones rurales.

Tableau n°23 : Satisfaction des ressources en matériels informatiques dans les banques

La réponse	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
OUI	22	73,3	73,3	73,3
NON	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Ainsi, les ressources en logiciels sont suffisantes dans 23 agences qui représentent **76,7%** et seulement 7 agences qui accumulent un retard concernant les logiciels, soit **23,3%** de notre échantillon, donc on peut dire que le taux le plus élevé représente la réponse positive et on voit cette réalité dans le tableau n°24.

Tableau n°24 : Satisfaction des ressources en logiciels dans les banques enquêtées

La réponse	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
OUI	23	76,7	76,7	76,7
NON	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

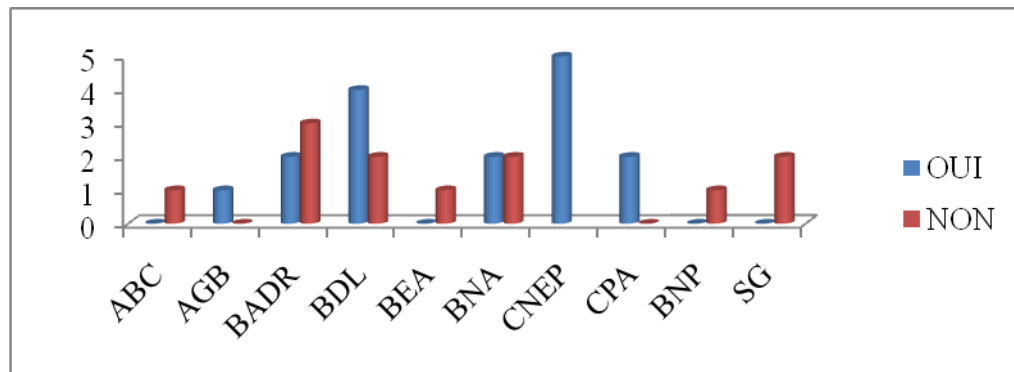
D'après les données du tableau n°25, on remarque que 53,3% des réponses montrent que les responsables enquêtés disposent d'un ordinateur et de téléphone portable dans le lieu de travail, soit 16 agences, généralement, c'est les personnes qui ont le statut de directeur d'agence donc ces personnes sont dotées d'un téléphone portable avec une puce d'abonnement au compte de l'agence et aussi d'un ordinateur portable sur le lieu de travail et l'autre moitié des réponses représente 46,7%, soit 14 agences qui n'ont pas de téléphone et ordinateur portables propre à l'agence, c'est le cas de l'autre catégorie des répondants.

Tableau n°25 : Disposition d'ordinateur et de téléphone mobile dans les banques

La réponse	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
OUI	16	53,3	53,3	53,3
NON	14	46,7	46,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Figure n°22 : Disposition de téléphone et d'ordinateur portables par rapport au secteur



Source : réalisée par nos même a partir des donnés de tableau croisé de SPSS

D'après cette figure, les banques dont le personnel dispose de téléphone portable avec une puce au compte de la banque et d'ordinateur portable sur le lieu de travail sont : la seule banque privée qui est AGB et les banques publiques telles que la CNEP avec 100% des agences enquêtées, deux agences de la BNA, CPA et la BADR, enfin 4 agences de la BDL. On peut dire que le secteur public met à la disposition de son personnel des ordinateurs et des téléphones portables plus que le secteur privé.

Les résultats de notre enquête présentés dans le tableau n°26 montrent que la majorité des responsables enquêtés disposent d'une connexion Internet à la maison soit 83,3 %, et seulement 16,7% n'en disposent pas.

Tableau n°26 : Disposition de connexion, internet chez les responsables enquêtés

	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
OUI	25	83,3	83,3	83,3
NON	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Ainsi, les données présentées dans le tableau n°27 montre que plus de la moitié des responsables enquêtés utilisent une messagerie (e-mail) à savoir 73,3% des réponses, soit 22 agences et seulement 26,7% des réponses qui n'utilisent pas de la messagerie (e-mail).

Tableau n°27 : Utilisation de messagerie électronique par les responsables enquêtés

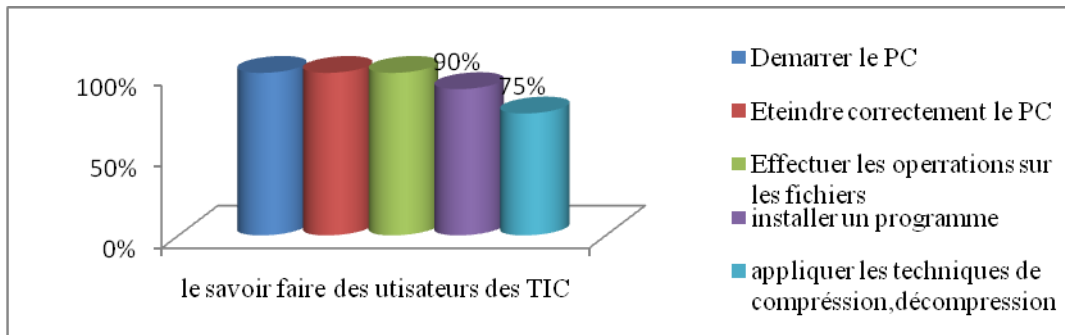
La réponse	Effectifs	Pourcentage	% valide	% cumulé
OUI	22	73,3	73,3	73,3
NON	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

3.1.2. Les capacités à maîtriser les TIC et la répartition des compétences des TIC en modules

Les capacités à maîtriser les TIC sont un critère important utilisé par le supérieur hiérarchique pour évaluer le personnel, donc à partir des réponses obtenues, tout les répondants maîtrisent l'utilisation de l'ordinateur c'est-à-dire ils sont en mesure d'effectuer les opérations de base comme allumer un ordinateur, effectuer les opérations sur les fichiers (enregistrement, modification et suppression des données), éteindre correctement un ordinateur, avec un taux de 100%, alors que les personnes qui savent effectuer des installation de programmes (logiciels) représente 90% des réponses, par contre 10% des responsables enquêtés ne savent pas installer des programmes et 25% ne savent pas appliquer les techniques de compression comme la montre la figure n°23.

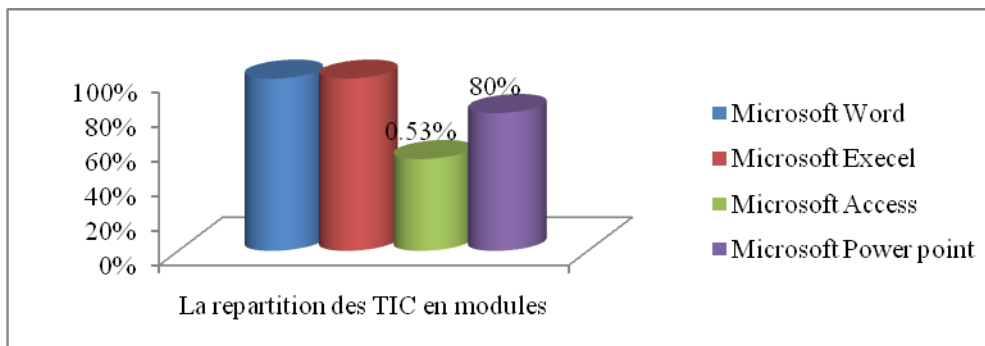
Figure n°23 : Maitrise de l'utilisation de l'ordinateur



Source : enquête de terrain à Tizi-Ouzou 2013

Aussi, tous les responsables des banques enquêtées ont des connaissances de bases de l'informatique telles que le traitement de texte (Microsoft Word), le tableur (Microsoft Excel) avec un taux de 100% des réponses, la maîtrise de la base de données Microsoft Access représente 53,3% des réponses, concernant la présentation Microsoft Power Point, on trouve 80% des enquêtés la maîtrisent comme la montre la figure n°24.

Figure n°24 : Maitrise de l'informatique par les responsables des banques



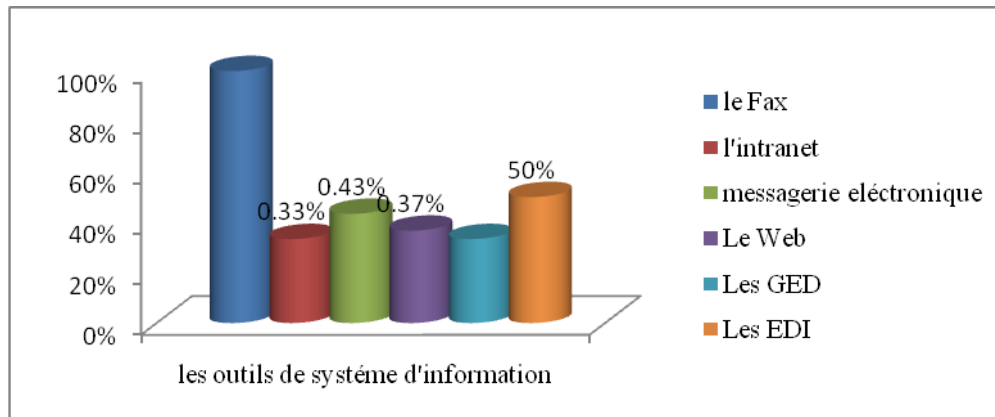
Source : enquête de terrain à Tizi-Ouzou 2013

Pour construire une image correcte de la réalité de l'utilisation des TIC dans les banques sélectionnées, il ne suffit pas d'analyser le développement du nombre d'utilisateurs, d'autres spécificités telles que les types de TIC utilisées doivent être analysées, sur ce point, les données récoltées qui sont présentées dans la figure n° 25 démontrent que pour un meilleur système d'information, toutes les banques font recours à l'utilisation de fax avec un taux de 100 % des réponses et malgré que tout est automatisé, il y a toujours une présence des documents sur papier et cela pour éviter le risque de perdre les données en cas des pannes de la machine et d'autre plus que le fax utilise la messagerie électronique avec un taux de 43,33,% des réponses, le web avec un taux de 36,66 % , l'intranet avec un taux

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

de 33,33%, les EDI (l'échange de données informatisées) avec un taux de 50% et les GED (gestion électronique de documents) avec un taux de 33,33% des réponses.

Figure n°25 : les TIC utilisées par les banques enquêtées



Source : enquête de terrain à Tizi-Ouzou 2013

D'après les réponses obtenues, presque tous les responsables enquêtés estiment que la maîtrise des TIC est nécessaire à l'exercice de leurs tâches, soit un taux de 96,7%.

Le tableau n° 28 montre que lors de l'implantation des TIC, certaines banques de notre échantillon ont fait recours aux experts avec un taux de 26,7%, soit 8 agences, et d'autres ont fait appel aux informaticiens faisant partie du personnel de la banque, soit 20 agences avec un taux de 66,7% et une seule agence a fait appel à la fois, aux experts et aux informaticiens de la banque.

Tableau n°28 : Recours des banques lors de l'implantation des TIC

La réponse	Effectifs	%	% valide	% cumulé
Valeur manquante	1	3,3	3,3	3,3
Consultant des experts	8	26,7	26,7	30,0
Informaticiens de la banque	20	66,7	66,7	96,7
Consultant des experts et des informaticiens de la banque	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

3.1.3. L'utilisation et l'état de la monétique au niveau des banques

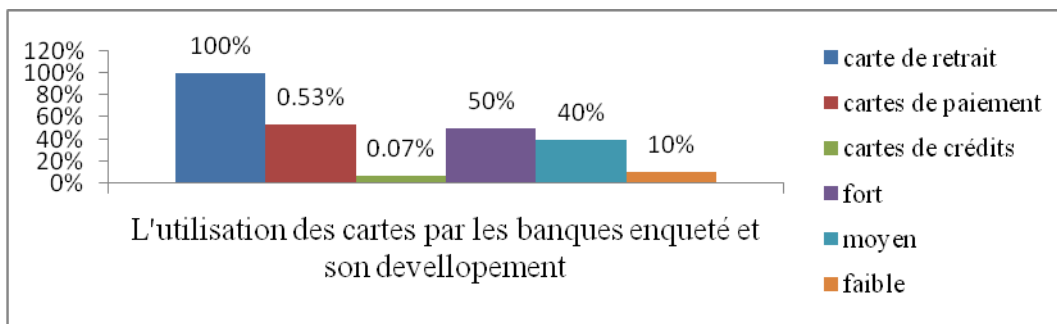
L'introduction de la monétique dans le secteur bancaire par la mise à disposition du DAB, dans le but de faire connaître ce produit. Le DAB ne se résume pas seulement à un appareil qui distribue de l'argent, mais relève d'une

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

procédure de gestion très élaborée qui facilite les transactions financières avec le maximum de sécurité, de rapidité, et d'une fiabilité parfaite. Le DAB est le résultat d'une technologie avancée et afin de bénéficier des nouveaux outils technologiques.

La figure n°26 montre que les cartes les plus utilisées par les clients sont les cartes de retrait, soit 100% des réponses, suivies par les cartes de paiement avec un taux de 53,33%. Concernant les cartes de crédit, seules les banques privées utilisent ces cartes pour l'instant avec le taux le plus bas qui est de 6,66%. L'utilisation de ces cartes a connu un développement important avec un taux de 50% des réponses, suivi par un développement moyen avec 40% et un développement faible avec 10% des réponses, on peut dire que la plupart des banques de notre échantillon ont connu un développement très intéressant.

Figure n°26 : Type de carte utilisé dans les banques et leur développement



Source : enquête de terrain à Tizi-Ouzou 2013

Comme il apparaît dans le tableau n° 29, les cartes bancaires sont devenues une réalité qu'après les années 2006, on remarque que la totalité des agences enquêtées proposent des cartes avec un taux de 83% des réponses, soit 25 agences et seulement 5 agences qui ont installé leur carte avant 2006, soit 16% des réponses, et cela grâce à la réforme du système de paiement qui a inclut dans ces grandes lignes la promotion des cartes bancaires .

Tableau n°29 : Année de l'installation des cartes bancaires

La réponse	Effectifs	Pourcentage	% valide	%cumulé
Avant 2006	5	16,7	16,7	16,7
Après 2006	25	83,3	83,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Le tableau n°30 montre que les clients qui portent les différentes cartes sont limités et cela revient à la culture de la population, donc plus de la moitié de notre échantillon, soit 16

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

agences, qui ont moins de 100 porteurs de carte bancaire avec un taux de 53,3% et seulement 14 agences, soit 46,7% qui ont plus de 100 clients qui possèdent les cartes bancaires.

Tableau n°30 : Nombre de clients qui portent des cartes bancaires

	Effectifs	Pourcentage	% valide	%cumulé
Moins de 100	16	53,3	53,3	53,3
Plus de 100	14	46,7	46,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Les banques ont mis un système de distribution électronique à une catégorie de clientèle ainsi qu'à son personnel. Actuellement chaque banque possède son propre DAB. Le tableau n°31 montre que la moitié des agences enquêtées ne disposent pas d'un distributeur automatique de billets et seulement 12 agences en possèdent un pour chacune d'entre elles et elles sont généralement localisées dans le chef lieu de la wilaya. La plupart des agences ne sont pas équipées de DAB, cela indique qu'elles n'ont pas accordé beaucoup d'importance à ce matériel malgré qu'il reste opérationnel en dehors des horaires d'ouverture des agences bancaires. De ce fait, 58% des agences ne constatent pas la diminution des retraits dans les guichets après l'installation de DAB, c'est ce que nous avons vérifié nous-mêmes lors de la réalisation de l'enquête, les guichets de la caisse étaient encombrés au moment où les DAB étaient libres, ce manque revient au coût de ce matériel qui est très élevé.

Tableau n°31 : le nombre de DAB dans la banque

Nombre de DAB	Effectifs	Pourcentage	% valide	%cumulé
1	12	40,0	44,4	44,4
0	15	50,0	55,6	100,0
Total	27	90,0	100,0	
Système manquant	3	10,0		
Total	30	100,0		

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Les outils de communication utilisés par les clients pour contacter ses banques, résumés dans le tableau n°32, sont en générale le téléphone avec un taux de 30%, soit 10 agences, la visite d'agence avec un taux de 26%, soit 8 agences, le courrier électronique avec 23%,

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

soit 7 agences et, enfin, l'utilisation de DAB avec un taux bas de 13%, soit 4 agences de notre échantillon.

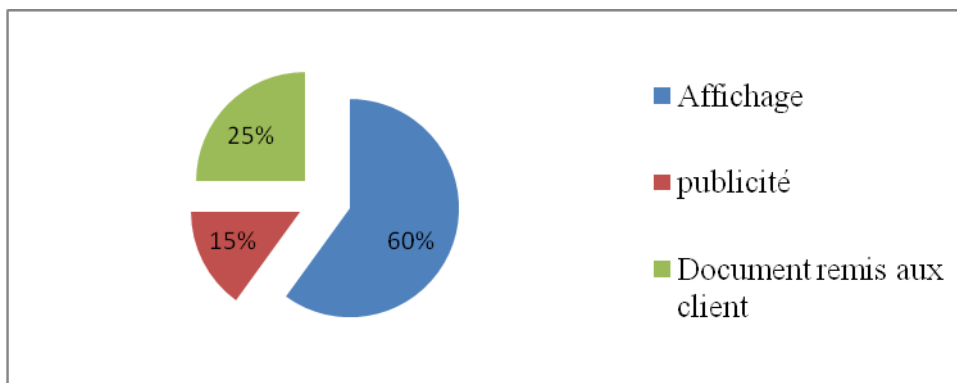
Tableau n°32 : Moyens utilisés par les clients pour communiquer avec leur banque

La réponse	Effectifs	Pourcentage	% valide	%cumulé
Courrier électronique	7	23,3	23,3	26,7
Le DAB	4	13,3	13,3	40,0
Le téléphone	10	33,3	33,3	73,3
Visite d'agence	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Source : Données relatives à l'enquête de terrain de Tizi-Ouzou 2013

Les entretiens réalisés avec les directeurs d'agences nous relèvent que les banques utilisent l'EDI (échange des données informatisées) et travaillent actuellement sur un projet de l'introduction de virement électronique dans les banques algériennes, ce projet permettra aux entreprises d'émettre leurs ordres de virement sans se déplacer au guichet bancaire.

Figure n°27 : Techniques utilisées pour faire connaître les cartes bancaires



Source : enquête de terrain à Tizi-Ouzou 2013

Le figure n°27 présente les trois techniques utilisées dans le cadre de projet de faire connaître les cartes bancaires adoptées par les agences bancaires enquêtées, l'affichage est le moyen le plus fréquent qui est utilisé par 60% des réponses, suivi par les documents remis aux clients avec 25% et seulement 15% des réponses liées aux techniques de la publicité.

3.2. Les enjeux et apport des TIC

Dans ce qui suit, nous aborderons les changements et les apports qui font apparaître de nouvelles formes de travail représentant une conséquence de l'utilisation des TIC dans les banques de l'échantillon.

3.2.1. Le niveau de gestion de l'information, communication et les décisions d'information concernant les TIC

Dans cet axe, 100% des réponses des responsables enquêtés sont positifs c'est-à-dire les décisions prises par les banques de notre échantillon s'appuient sur des informations obtenues aux moyens des TIC. Les TIC ont ainsi modifié et facilité les méthodes de travail dans les groupes et elles ont permis la communication directe entre les membres.

3.2.2. Les changements majeurs et l'évaluation de l'enjeu et l'usage des TIC

Dans ce cas, 100% des réponses des responsables enquêtés sont positif, et grâce aux TIC, elles ont réalisé plusieurs changements à savoir : l'accès à l'information est plus facile, la circulation et le partage de l'information entre les services, les partenaires et les clients s'est améliorée.

- Grâce aux TIC, les réunions sont moins fréquentes, la communication entre les membres est facilitée, la capacité d'innovation de la société s'est augmentée et les souhaits des clients sont mieux pris en compte.

- L'utilisation des TIC ont permis aux banques de notre échantillon de réaliser des gains de productivité, d'abaisser globalement leur coûts de revient, d'orienter leur activité vers de nouveaux services et d'améliorer la qualité de services offerts aux clients et une meilleure coordination entre les différents services.

- L'implantation des TIC dans les banques que nous avons étudiées, a entraîné des changements concernant la communication entre les employés, l'accès aux informations sur la banque, sur l'environnement et la coopération entre services et entre employés.

- Les directeurs des banques considèrent les technologies de l'information et de la communication (TIC) comme étant un enjeu stratégique. D'une manière générale, les décisions et les orientations stratégiques de la direction sont systématiquement communiquées sous format électronique (e-mail, Intranet).

3.2.3. Les obstacles relatifs aux technologies et au nouveau système de paiement

Notre enquête nous a permis de découvrir les obstacles entravant les TIC à travers les remarques faites par les responsables des banques enquêtées à savoir :

- En général, l'habitude de paiement cash est fortement implantée, elle est due à l'inefficacité du système bancaire algérien et son incapacité de capter la majorité des transactions commerciales.
- les coûts très élevés qui sont dû à l'intégration de nouvelles technologies du point de vue matériel, logiciels et maintenance et à l'apparition d'un suréquipement par rapport aux besoins.
- La majorité des directeurs et cadres d'agences avec lesquels nous avons réalisé les entretiens, insiste sur le point qu'occupe le cadre juridique institutionnel et administratif dans la promotion des instruments de paiements électroniques, et déclare que le cadre juridique algérien et administratif ne correspond pas aux exigences de la nouvelle économie bancaire.
- L'augmentation des coûts de fonctionnement suite à l'installation des stations de dématérialisation. Les coûts supplémentaires dus à l'obligation de payer une taxe fixe élevée qui est liée à l'usage des infrastructures de la télécommunication pour la transmission des messages de paiement.
- Le problème d'asymétrie d'information entre les banques et les clients est dû au non maîtrise des clients à l'utilisation des cartes bancaires.
- L'une des causes majeures de la sous bancarisation de l'économie algérien est liée directement à l'existence d'un secteur informel important qui empêche un pourcentage important des salariés et des entreprises d'accéder aux services bancaires.
- Les interrogés du CPA nous ont confirmé que les premiers commerçant à qui ont été distribués les TPE, refusaient leur utilisation pour ne pas être contrôlé par les services de la fiscalité, et les commerçants tendent à minimiser leurs déclarations fiscales en utilisant le cash.
- Les espèces sont l'instrument de paiement préférable pour les entreprises.
- L'habitude de retrait au guichet et l'ignorance de la manière de l'utilisation de DAB et l'insécurité des DAB placés en dehors des agences.

- Les équipements tombent en pannes de façon fréquente et que les DAB installés dans les banques sont de très mauvaise qualité technique¹¹.
- Le refus des cartes internationales par les DAB dans les banques constitue un obstacle majeur à l'attraction des investisseurs et touristes étrangers.

3.3. Les recommandations

Notre enquête nous a permis de cerner l'enjeu de l'utilisation des TIC dans la gestion des banques de la wilaya de Tizi-Ouzou. En effet, les TIC engendrent des changements modifiant toutes les méthodes de travail. Pour ce faire, les banques de la wilaya de Tizi-Ouzou doivent :

- suivre l'évolution technologique et évoluer avec toute nouveauté dans ce domaine.
- développer d'avantage l'usage de logiciel de travail et de réseaux tels que l'extranet et l'internet au sein des banques.
- se doter des centres commerciaux avec des (TPE) terminaux de paiement électroniques.
- développer la culture de la population algérienne en matière de l'utilisation des cartes bancaires et de faire leur achat avec ces cartes.
- Permettre aux clients d'être informés de l'ensemble des avantages que leur procure la carte bancaire et recevoir de leur banque des illustrations à propos de la manière de son utilisation. En effet, la carte demeure toujours un nouvel instrument de paiement.
- promouvoir le commerce électronique.
- améliorer la qualité d'accueil qui peut développer la fonction marketing bancaire.
- recruter une nouvelle génération de banquiers ayant une formation universitaire plus ouverte sur les exigences d'une banque moderne.

Conclusion

Pour conclure, il est nécessaire de rappeler que notre objectif est d'identifier les éléments de réponses qui ont trait aux pratiques des TIC dans le secteur bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou. Ce travail nous a permis de montrer l'importance et l'apport des TIC dans la gestion des banques de notre échantillon d'étude. L'analyse des profils des enquêtés montre que la majorité des responsables enquêtés sont des directeurs d'agences, des cadres avec un niveau d'étude élevé. Malgré qu'il existe une proportion faible concernant le niveau secondaire et

¹¹ Les distributeurs installés en Algérie ont été déjà utilisés en Europe avant d'être importés.

Chapitre III) : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques la wilaya de Tizi-Ouzou

le niveau BAC, ils ont acquis suffisamment d'expérience et de savoir faire dans ce secteur.

A partir de notre enquête, nous avons dégagé quelques indicateurs des TIC, tout d'abord, toutes les banques enquêtées sont équipées des matériels informatiques tels que les ordinateurs et les logiciels. Par ailleurs, le degré d'utilisation des TIC au sein des banques de l'échantillon est très élevé permettant ainsi de rendre le travail du personnel aisé. Ainsi, les responsables enquêtés possèdent des capacités de maîtrise des TIC qui est un indicateur important pour mesurer l'usage des TIC. De plus, nous avons pu dégager des éléments de réponse sur l'état de la monétique où nous avons trouvé une faible utilisation des cartes bancaires, et cela est dû à la culture de la population algérienne. L'utilisation des DAB est négligée par les clients, et le nombre de porteurs des cartes bancaire est limité.

Il ressort de cette enquête que la plupart des responsables maîtrisent l'utilisation de l'ordinateur et ont des connaissances de base de l'informatique. En outre, la grande majorité des responsables enquêtés déclarent être satisfaits de leurs situations actuelles. Cette caractéristique est considérée comme un indicateur plus important pour mesurer la maîtrise des TIC. Il est à noter que les caractéristiques les plus importantes pour réussir en affaires est de savoir gérer et communiquer et être déterminé. Donc, les TIC jouent un rôle important dans la gestion d'une banque.

En ce qui concerne l'apport, les changements majeurs, l'évaluation et l'usage des TIC, le point de vue des responsables enquêtés sur les enjeux des TIC permettent de gagner plusieurs choses notamment :

- faciliter l'accès à l'information, la circulation de l'information entre les services, les partenaires et les clients et la communication entre les membres.
- les réunions sont moins fréquentes.
- réaliser des gains de productivité et abaisser globalement les coûts de revient.
- orienter l'activité de la banque vers des nouveaux services et améliorer la qualité des services offerts aux clients actuels.
- d'une manière générale, une meilleure coordination entre les différents services et la capacité d'innovation de la société s'est améliorée.

Conclusion générale

Dans ce travail, nous avons présenté et analysé l'enjeu des technologies d'information et de la communication dans le secteur bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou, puis nous avons montré l'importance et l'apport de ces technologies dans la gestion de ces banques.

A travers cette étude, nous avons essayé de passer en revue les principales technologies utilisées actuellement en Algérie dans la gestion bancaire. Avec l'ouverture à l'économie de marché et l'installation des institutions financières étrangères sur le territoire national, les banques algériennes devront, pour garder leur part de marché, être plus efficaces et plus compétitives. Elles devront également faire évoluer leurs techniques et procédures et proposer toute une gamme de nouveaux produits, tout cela ne sera possible que grâce à un développement de leur réseau, une bonne réorganisation de leurs structures, une modernisation de leurs procédures, une meilleure qualification de leur personnel, un comportement plus professionnel, sans oublier bien entendu la qualité de service et l'amélioration de l'accueil de la clientèle.

Pour ce faire, nous avons élaboré un éclairage théorique sur le concept des technologies de l'information et de communication et celui de la monétique dans le but d'expliquer l'enjeu de l'utilisation des ces technologies.

L'enquête de terrain a été menée auprès de 30 agences bancaires de la wilaya de Tizi-Ouzou. Nous avons utilisé un questionnaire adressé aux responsables de ces banques, le choix de l'échantillon s'est fait par secteur : publique et privé. L'analyse des données recueillies de notre enquête, après traitement des différents questionnaires, nous a permis d'obtenir des résultats sur l'apport de l'utilisation des TIC dans les banques de la wilaya.

Au terme de ce travail qui a consisté à montrer l'enjeu de l'utilisation des TIC dans les banques de la wilaya de Tizi-Ouzou, nous nous sommes intéressés à l'analyse de degré de l'utilisation des TIC et son apport dans les banques algériennes, en générale, et les banques de la wilaya de Tizi-Ouzou, en particulier. Les données statistiques montrent que le secteur bancaire en Algérie a fait, ces dernières années, une avancée considérable par rapport aux années précédentes et cela grâce à l'ouverture des banques privées étrangères, mais comparativement aux pays développés, cette avancée reste faible par ce que le phénomène de l'utilisation des TIC est très répandu dans ces pays là, mais cela reste encore très limité dans les pays en voie de développement comme les banques algériennes et plus particulièrement les banques publiques qui souffrent d'un retard dans ce domaine .

Conclusion générale (suite)

Il ressort de l'enquête que les TIC jouent un rôle important dans la gestion d'une banque, dans la diversification des produits offerts aux clients et dans le travail et le gain de temps pour mieux rentabiliser leurs portefeuilles.

Les résultats de l'enquête montrent aussi qu'une grande partie des banques enquêtées sont équipées du matériel informatique et elles ont accès au réseau intranet. Nous pouvons donc affirmer que les banques de la wilaya de Tizi-Ouzou utilisent les TIC de façon intensif. Cette utilisation permet aux banques de réaliser des gains de productivité, d'abaisser globalement leur coûts de revient, d'orienter leur activité vers de nouveaux services et d'améliorer la qualité des services offerts aux clients, et permet aussi une meilleure coordination entre les différents services et les équipes de travail.

L'enquête de terrain nous a conduits à confirmer aussi que les responsables enquêtés maîtrisent l'utilisation des TIC qui peut être considéré comme étant un indicateur important pour mesurer l'apport et l'enjeu de ces TIC.

Par ailleurs, l'utilisation de la monétique au sein des banques enquêtées est peu développée, et cela est dû à la culture de la population en matière des cartes bancaires qui constitue un obstacle et qui influence négativement le développement de notre pays. Cependant, les résultats de l'enquête montrent qu'une grande partie des banques de l'échantillon ne disposent pas d'un distributeur automatique de billets (DAB) et ce nouveau produit n'est pas utilisable par les clients qui préfèrent le retrait au guichet.

Enfin, le thème des enjeux des TIC est très compliqué car l'utilisation des ces dernières influence fortement la gestion bancaire. Pour cela, nos perspectives de recherches s'inscrivent dans le but d'apporter plus d'éléments de réponses dans le domaine de l'utilisation des TIC, notamment l'adoption d'une étude de degré d'utilisations des TIC dans tous les domaines et tous les secteurs et cela en essayant de faire une étude comparative entre les secteurs privés et les secteurs publics afin d'être en mesure de mieux montrer l'importance et les caractéristiques spécifiques des technologies d'information et de communication.

Ouvrages

- BRESSY.G et KONKUYT. C : « Economie d'entreprise » 5^eédition, Ed: Dollaz, France, 2000.
- BELLHOUSE, D, BINDER et al : « Techniques d'enquêtes», canada 2005.
- BOULEY ,F :« moyen de paiement et monétique »édition, eyrolles, paris 2001.
- CHRISTIN ,B : « lexique de la théorie économique », Fernando Martos 1992.
- DOMINIQUE R : « les systèmes de paiement », Edition Economica, Paris, 2005.
- DAVIS.G, OLSON.M, et al: « systèmes d'information pour le management », Ed : Economica, Paris, 1985.
- DUMOULIN, C : « management des systèmes d'informations», Ed : Organisation, Paris1986.
- DELMOND.H, GAUTIER.Y :« management des systèmes d'information », Ed: Dunod, France.2003.
- FRANTZ ,R :« des banques et des réseaux, productivité et avantages concurrentiels », Edition Economica, paris 1992.
- FENDREVIE .J et FINDOM, « Mercator », 5^{eme} édition, Ed : Dalloz, Paris 1996.
- GARIBALDI.G : « Analyse stratégique », Ed : Organisation, France 2007.
- GONDRAND. F, « l'information dans l'entreprise », Ed : Organisation, paris 1975.
- HELFER, P et ORSONT.J : « Marketing », 5^{eme} édition, Ed : Vuibert 1998.
- HENRI, M : « Dictionnaire de gestion, vocabulaire, concepts et outils » édition economica ,Paris 1998.
- JULIE .G : « internet guide des meilleurs sites pour la gestion et le management » ; édition :Economica ,Paris 2000.
- JEAN ,S PAUL B : « l'analyse multi varié avec SPSS », pressen de l'université de Québec 2006.
- JEAN ,M :« banque et marché financier »Edition : Economica, Paris 1998.

Bibliographique

- KOTLER. P, KELLER. K et al : « Marketing management », 12^{ème} édition, éd : Pearson éducation, France 2006.
- LESCA,H: « structure et système d'information facteurs de compétitivité de l'entreprise », Ed : Masson, Paris, 1989.
- LIBAERT,T :« la communication d'entreprise », 2^{ème}édition, Ed : Economica, paris, 2005.
- MICHEL,L :« les systèmes d'information dans les établissements financiers » directeur adjoint de la direction des assurances de personne à la FFSA banque éditeur.
- MAYERE. A : « pour une économie de l'information », Ed : CNRS, Paris 1990.
- MELESE.J : « Approche systématique des organisations », Ed : Organisation, Paris, 1990.
- MADJID,D :« le système national d'information économiques état et perspectives », Cerist 2006.
- MOREL.P : « la communication d'entreprise »,4^{ème} édition, Ed : vuibert, France 2006.
- NICDE.A : « la communication interne de l'entreprise »,3^{ème} édition, Ed : Dunod, France 2003.
- NICOLAS, H : « intranet management » édition Economica, Paris 2005.
- OLIVIER .P:« la nouvelle économie bancaire »,édition ;economica , Paris 2005.
- PORTER,M :« la concurrence »,édition :village mondial, Paris 1999.
- PASCAL,T : « Usage de l'authentification dans le domaine bancaire » Éditions Techniques de l'Ingénieur, paris 2010.
- PATEYRON ,E : « les nouvelles technologies de l'information » ; Ed Economica; paris 2000.

Bibliographique

- REIX. R : « système d'information et management des organisations », 5^{ème} édition, Ed : Vuibert, Paris, 2005.
- ROBERT : « encyclopédie de la gestion et de management », édition dollez, Paris 1999.
- RAMBURE, D : « le système de paiement » édition economica, paris 2005.
- VOLLE ,M : « économie des nouvelles technologies : internet, télécommunication, informatique, audiovisuel, transport » , édition :economica, paris ,1999 .
- ZOLLINGER , M : « monétique et marketing »édition vuibert, paris 1989.

Dictionnaires

- Dictionnaire sous le titre micro robert , Edition dollez, Paris 1998.
- Petit Larousse, Grand Format , éd. Larousse, Paris, 2001.
- Larousse dictionnaire de français , Edition Economica paris 1997.
- Larousse bordas Dictionnaire , Edition Economica paris 1997.
- Guide des banques et des établissements financières » édition KPMG, Algérie 2012.

Mémoires et thèses

- ABDELKADER Rachedi : « L'impact des TIC sur l'entreprise », mémoire de magistère. Université de Saida.
- BERRAHI .K. « Etude et analyse de distribution des crédits aux entreprise » mémoire de magistère université de Tlemcen 2005.
- LALALI Rachid : « contribution à la bancarisation et la collecte des ressources en Algérie », mémoire de magistère, Bejaia 2003.
- LAMHENE, S, SAIDOUNE,O ; « la bancassurance en Algérie : Enjeux ; réalité et perspectives, mémoire de master, Bejaia 2012.

Bibliographique

- KASSAI,R: « Essai de l'analyse de l'impact des TI sur la performance des banque en Algérie », mémoire de magistère, Bejaia.
- KHENNACHE Lydia « essai d'analyse de l'impact du nouveau système de paiement sur la bancarisation de l'économie algérienne », mémoire de master Bejaia 2010.
- RAHMAYINI, Lila « le rôle de système bancaire dans le financement des projets de développement local », mémoire de magistère université de Bejaia.
- NASROUN N« Dynamique entrepreneuriale et déterminants de la création des PME dans la wilaya de Bejaïa » mémoire de magistère, Bejaia 2011.
- OUKACI Mostafa : « essai de mesure de la contribution de la connaissance à la dynamique entrepreneuriale dans la wilaya de Bejaia », mémoire de magistère, Bejaia 2010.

Articles

- ALAMODE, ADMOLA john and Emmoniel Utch Kaka «information and communication technology (ICT) and banking industry», Nigeria 2002 CIRIST.
- BELKHERI,Ali « les enjeux des tic pour les entreprise algérienne », revu de science commerciale.
- BELATTAF .M, MERADI.W« NTIC, territoire et développement en Algérie »TIC et développement ,2007.
- BIALES CHRISTIAN, « la nouvelle économie en questions », Chaire supérieure en économie et gestion ,20 novembre 2007.
- BERARD Denis « impact des TIC sur le travail et son organisation » avril 2002.
- LAMIRI, Abdelhakim « les TIC : retards et possibilités de rattrapage », repères économiques, El Watan économie de 4au 10 mars 2013.
- LALALI Rachid « marketing et problématique de gouvernance de la qualité des services dans les entreprises bancaires ». analyse par questionnaire auprès des banques de la wilaya de Bejaia.
- MESSAÏD, Amina. «Les conditions ne sont pas réunies pour développer le e-commerce» Professeure des TIC et organisations à l'ENSM d'Alger et chercheure au CREA.

Bibliographique

- MOHELLEBI dalila :« les nouvelles technologies de l'information et de la communication & la capitalisation des compétences interne » Université de Tizi-Ouzou.
- ZOHRA, B : diplômée de la faculté d'Alger, dotée d'une expérience de plus de 6 ans dans des institutions de services aux petites et moyennes entreprises, et plus de 4 ans dans des établissements financiers.
- YAICI ,Farid « La mise à jour de système d'information dans le domaine bancaire et financière », université de Bejaia.
- Groupe agence française de développement : « nouvelle technologie de l'information et de la communication et développement : note d'orientation opérationnelle »avril 2001.

Documents et rapports

- Document interne de la CNEP banque « formation des administrateurs de la solution de dématérialisation ».
- Document relative à la banque BNP paribas « BNP net la banque en ligne qui me facilite la vie ».
- Document relative à la BDL banque carte interbancaire la facilité au quotidien guide pratique.
- Rapport de la banque mondiale sur les fondations pour le développement des technologies de l'information et de la communication en Algérie, avril 2003.
- Rapport de ministère de la poste et des technologies de l'information et de la communication.
- Rapport de la banque d'Algérie, 2004,2005 ,2006 ,2007 ,2008.
- Rapport de la monographie de la wilaya de Tizi-Ouzou 1987.
- Rapport des statistiques des agences bancaires privées dans la wilaya.

Listes des figures

Figure n°01 : Schéma de l'offre bancaire.....	7
Figure n° 02 : Facteurs d'environnement d'une banque.	9
Figure n°03: Différents stades d'évolution et de création de la connaissance.....	16
Figure n° 04: Trois sous-systèmes de base.....	23
Figure n° 05: Matrice d'intensité informationnelle selon les secteurs d'activité.....	24
Figure n° 06 : Eléments de la communication	30
Figure n°07: Les TIC sur trois dimensions	36
Figure n°08 : Objectif assignés aux 14 wilayas.....	47
Figure n°09 : Evolution du marché de la téléphonie mobile en Algérie.....	52
Figure n° 10 : Réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou jusqu'en 1987.....	58
Figure n° 11 : Nombre d'agences et leur pourcentage	60
Figure n°12 : Localisation des banques publiques enquêtées	62
Figure n°13 : Localisation des banques privées enquêtées	Erreur ! Signet non défini.
Figure n°14 : Catégorie de grade de répondant et profil des postes occupés par les répondants.	Erreur ! Signet non défini.
Figure n°15 : Niveau d'étude des répondants et la répartition des banques par secteur	69
Figure n°16 : Répartition des banques enquêtée par niveau d'études des responsables..	Erreur ! Signet non défini.
Figure n°17 : Répartition géographique des banques enquêtées par communes.....	71
Figure n°18 : Nombre d'ordinateurs par rapport au nombre de salariés.....	Erreur ! Signet non défini.
Figure n°19 : Nombre d'employés par rapport au secteur de la banque	Erreur ! Signet non défini.
Figure n°20 : Année de l'installation du premier ordinateur par rapport à l'année de création de l'agence.....	Erreur ! Signet non défini.

Figure n°21 : Réseaux informatiques utilisés dans les banques par rapport au secteur.....Erreur ! Signet non défini.

Figure n°22 : Disposition de téléphone et d'ordinateur portables par rapport au secteur **79**

Figure n°23 : Maitrise de l'utilisation de l'ordinateur..... Erreur ! Signet non défini.

Figure n°24 : Maitrise de l'informatique par les responsables des banques . Erreur ! Signet non défini.

Figure n°25 : les TIC utilisées par les banques enquêtées Erreur ! Signet non défini.

Figure n°26 : Type de carte utilisé dans les banques et leur développement Erreur ! Signet non défini.

Figure n°27 : Techniques utilisées pour faire connaitre les cartes bancaires Erreur ! Signet non défini.

Annexe : questionnaires de l'enquête

Cette enquête est réalisée en vue de la préparation d'un mémoire de master en science de gestion sur le thème : essai d'analyse de l'enjeu des TIC dans le secteur bancaire.

(Enquête par questionnaire auprès des agences bancaires de la wilaya de Tizi-Ouzou.)

Merci de consacrer un peu de temps à ce questionnaire

Prière de répondre aux questions dans les espaces prévues ou cochez la réponse qui correspond à votre situation.

1 Identification des répondants et de l'agence :

- Quel est l'intitulé de votre poste ? :.....
- Quel est votre niveau hiérarchique
- Quel est votre niveau d'étude ?.....

- Le nom de la banque:.....
- La date de création de l'agence bancaire:.....
- La localisation de la banque:.....
- L'effectif salarié
- Le secteur de la banque : public privé

2- Le niveau d'équipement et le degré de l'utilisation des TIC :

1)- Nombre d'ordinateurs dans la banque : fixe portable

Ces ordinateurs sont connectés en réseaux : Oui non

Si Oui : La totalité une grande partie une minorité

2) -Quelle est la date de l'installation de votre premier ordinateur ?.....

3) - Quelles sont les fonctions qui ont accès à réseau ?.....

4) - En ce qui concerne les réseaux informatiques votre banque dispose d'un :

- Accès Internet pour chaque ordinateur : Oui non ; si oui depuis quand (année) :
- Réseau Intranet : Oui non ; si oui depuis quand (année) :

5) la banque a-t-elle développée des applications à partir des TIC: Oui non

- A-t-elle son propre site Web : - Oui non

6) - Les ressources en matériels informatiques de votre banque sont suffisantes : - Oui non

7) - Les ressources en logiciels dans votre banque sont suffisantes ? Oui non

8) - Disposez-vous d'un ordinateur et de Téléphone portable ?

- Sur lieu de travail: Oui non
- Chez vous : Oui non

Si oui - Disposez-vous d'une connexion Internet ? Oui non

- Utilisez-vous une messagerie (e-mail) ? Oui non

9) - En ce qui concerne l'utilisation des TIC en réseau, l'expérience des personnels de votre banque est suffisante? Oui non

10) - De façon générale, pour le développement des T.I.C dans votre banque estimez-vous que celle-ci à des compétences nécessaires? Oui non

11) – quel est le nombre d'informaticiens auxquels votre banque fait appel ?.....

12)-Quels sont les services de vos agences les plus utilisateurs de l'outil informatique ?

3 - Les capacités à maîtriser les TIC et la répartition des compétences des TIC en modules

13) Etes-vous capable de :

- o Démarrer le PC ; Oui non
- o Eteindre correctement votre PC ; Oui non
- o Effectuer les opérations sur les fichiers: Oui non
- o Installer un programme ; Oui non
- o Appliquer les techniques de compression / décompression. Oui non

14) Avez-vous des Connaissances de bases de l'informatique ; Oui non

15) Savez-vous utilisez :

- o Le traitement de texte (Microsoft Word) ; Oui non
- o Un tableur (Microsoft Excel) ; Oui non
- o La base de données Microsoft Access: Oui non
- o Une présentation Microsoft Power Point: Oui non

16) Pour un meilleur système d'information votre banque a recours à :

- L'intrant
- Le web
- Les messageries électroniques
- Les EDI (échange de données informatisées)
- Les GED (gestion électronique de documents)
- Utilisation de fax

17) - Les capacités à maîtriser les TIC sont un critère important utilisé par le supérieur hiérarchique pour évaluer le personnel? Oui non

18) - J'estime maîtriser les TIC nécessaires à l'exercice de ma tâche ? Oui non

19) - Dans votre banque, quelles sont les personnes ayant accès à l'Internet ?

4-L'utilisation et l'état de la monétique aux niveaux de la banque :

20)-Ace que vous utilisé des cartes bancaires ? Oui non ; Si oui

- quelle sont les différents types de carte utilisés ?
 - Cartes de retrait
 - cartes de paiement
 - cartes de crédit
- quelle sont les techniques utilisées pour faire connaître les cartes bancaires ?
- quelle est l'année d'installation ?.....
- quel est le nombre de porteurs de vos différentes cartes ?.....
- la carte bancaire pour votre banque a connu un développement :
 - fort
 - moyen
 - faible

- Quelle est le Nombre de DAB dans votre banque ?
- Quelle sont les moyens utilisé par les clients pour communiquer leur banque

5 - Le niveau de gestion de l'information, communication et les décisions d'information concernant les TIC :

21) - Les décisions prises par votre banque s'appuient régulièrement sur des informations obtenues aux moyens des TIC : Oui non

22) - Est-ce que l'utilisation des TIC vous permet de travailler en dehors des heures de travail ?

Oui non

23) - Est-ce que vous prenez des décisions plus rapidement grâce au TIC ? Oui non

24) - Est-ce que les TIC ont modifié vos méthodes de travail ? Oui non

25) -Lors de l'implantation des TIC votre banque a eu recours au:

- Consultant des experts.
- Informaticiens de la banque.

26) -Quels sont les moyens utilisés par les clients pour contacter leur banque ?

27) -Trouvez-vous des difficultés pour transmettre l'information ? Oui non

28) - Est-ce que dans les groupes la communication directe entre les membres est facilitée grâce aux TIC ? Oui non

6 - Les changements majeurs et l'évaluation de l'enjeu et l'usage des TIC :

29) - Grâce aux TIC, l'accès à l'information est plus facile. Oui non

30) - Grâce aux TIC, la circulation de l'information entre les services s'est améliorée. Oui non

31) - Grâce aux TIC, la circulation de l'information entre les partenaires et les clients s'est améliorée

Oui non

32) - Grâce aux TIC, je traite un volume d'informations plus important : Oui non

34) - Grâce aux TIC, les réunions sont moins fréquentes. Oui non

35) - Grâce aux TIC, la communication entre les membres est facilitée. Oui non

36) - Grâce aux TIC, je travaille à distance de plus en plus souvent. Oui non

37) - L'implantation des TIC dans votre banque a amené des changements concernant :

- o La communication entre les employés
- o L'accès à des informations sur la banque
- o L'accès à des informations sur l'environnement
- o La coopération entre les services et les employés

38) - L'utilisation des TIC a permis à votre banque de réaliser des gains de productivité ? Oui non

39)- L'utilisation des TIC a permis à votre banque d'abaisser globalement ses coûts de revient?

Oui non

40) - La direction générale de votre banque considère les technologies de l'information et de la communication (TIC) comme un enjeu stratégique ? Oui non

41) - L'utilisation des TIC a permis à votre banque d'orienter son activité vers de nouveaux services?
Oui non

42) - L'utilisation des TIC a permis à votre banque d'améliorer la qualité des services offerts aux clients actuels? Oui non

43) - D'une manière générale, les TIC ont permis une meilleure coordination entre les différents services. Oui non

44) - Grâce aux TIC, le partage de l'information s'est amélioré. Oui non

45) - Les décisions et les orientations stratégiques de la direction, sont systématiquement communiquées sous format électronique (e-mail, Intranet). Oui non

46) - Grâce aux TIC, la capacité d'innovation de la société s'est accrue. Oui non

47) - Grâce aux TIC, les souhaits des clients sont mieux pris en compte. Oui non

Vos remarques :

.....
.....
.....
.....

Merci d'avoir passé du temps pour remplir ce questionnaire

Sites web

- <http://aesplus.net/La-nouvelle-economie.html>.
- <http://isdm.univ-tln.fr>
- <Http: www .banque-France .fr /sys money fin /sepa mpe.htm>.
- <Http: www.cartes-bancaires.com /Fr/index.htm>.
- <Http : SATIM-dz.com>.
- <http.www.mptic.dz>
- <http.www.anti.dz>
- <http://www.elwatan.com>
- <http://www.nticweb.com>.
- <kpmg .dz>
- <www.payment/sepa/index-fr.htm>.
- <Www. Bank of-algerie.dz>.

Liste des abréviations

TIC: Technologie de l'Information et de la Communication.

DAB: Distributeurs Automatique de Billets.

PC : Personal Computer (ordinateur personnel).

TPV : Terminal Point de Vente.

PIB : Produit Intérieur Brut.

WLL : Wireless Local loop (boucle locale utilisant la technologie sans fil).

ADSL : Asymmetric Digital Subscriber Line (technique de communication).

PTIC : Produit de Technologie d'Information et de Communication.

IPS : International Postal System.

GAB : Guichet Automatique de Billets.

TPE: Terminaux de Paiements Electroniques.

PIN : Personal Identification Number

EDI: Echange des Données Informatisé.

SFIk : la Société FInancière de Kabylie.

SATIM : Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et Monétique.

CRMA : Caisse Régionale de Mutualité Agricole.

AGB: Alegria Golf Bank.

ABC: Alegria Coopération Bank.

SG: Société Générale.

CCP : Centre de Chèques Postaux.

CPA: Crédit Populaire Algérien.

BADR: BANque de Développement Rural.

CNEP: Caisse Nationale d'Epargne Publique.

BDL: Banque de Développement Locale.

BEA: Banque Extérieur d'Algérie.

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences.

Liste des tableaux

Tableau n°1 : Principales caractéristiques de l'ancienne économie et de la nouvelle économie.....	14
Tableau n° 2: Statistiques globales des TIC.....	47
Tableau n° 3: Statistiques sur les télécommunications	48
Tableau n° 4: Statistiques sur les réseaux	49
Tableau n° 5: Statistiques sur les postes.....	50
Tableau n° 6 : Nombre d'abonnements à la téléphonie cellulaire mobile en Algérie	51
Tableau n°7 : Réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou jusqu'en 1987.....	58
Tableau n°8 : Réseau des banques publiques et privés de la wilaya à la fin de 2011	60
Tableau n° 9 : Répartition des agences bancaires publiques de la wilaya à la fin 2012	62
Tableau n°10 : Répartition des agences bancaires privées de la wilaya à la fin 2012	63
Tableau n°11 : Echantillon de notre enquête	67
Tableaux n°12 : Niveau hiérarchique des répondants.....	68
Tableaux n°13 : Intitulé des postes occupés par les responsables enquêtés.....	68
Tableau n°14 : Localisation des banques enquêtées	70
Tableau n°15 : Nombre d'ordinateurs dans les banques enquêtées.....	73
Tableau n°16 : Date de l'installation des ordinateurs dans les banques enquêtées	74
Tableau n°17 : Date de création des agences bancaire.....	75
Tableau n°18 : Services les plus utilisateurs de l'outil informatique.....	75
Tableau n°19 : Fonctions qui ont accès au réseau.....	75
Tableau n°20 : Réseaux informatiques des banques	76
Tableau n°21 : Expérience du personnel des banques	77
Tableau n°22 : Existence de site web dans les banques.....	77
Tableau n°23 : Satisfaction des ressources en matériels informatiques dans les banques	78
Tableau n°24 : Satisfaction des ressources en logiciels dans les banques enquêtées	78
Tableau n°25 : Disposition d'ordinateur et du téléphone mobile dans les banques.....	79

Tableau n°26 : Disposition de connexion, internet chez les responsables enquêtés	80
Tableau n°27 : Utilisation de messagerie électronique par les responsables enquêtés	80
Tableau n°28 : Recours des banques lors de l'implantation des TIC.....	82
Tableau n°29 : Année de l'installation des cartes bancaires.....	83
Tableau n°30 : Nombre des clients qui portent des cartes bancaires	84
Tableau n°31 : Nombre de DAB dans la banque	84
Tableau n°32 : Moyens utilisés par les clients pour communiquer avec leur banque	85

Tables des matières

Remerciement.....	i
Dédicace.....	ii
Liste des tableaux	iii
Listes des la figures	v
Liste des abréviations.....	vii
Introduction générale	1
Chapitre I : les banques au centre des technologies d’information et de communication	
Introduction	5
1. Les banques et la nouvelle économie :.....	5
1.1. Les banques :	5
1.1.1. Définition	6
1.1.3. Les facteurs d’environnement commercial d’une banque	7
1.1.4 Etat des lieux du système bancaire algérien.....	9
1.2. Quelques notions sur la nouvelle économie.....	12
1.2.1. Définitions.....	12
1.2.2. Les caractéristiques de la nouvelle économie.....	13
1.2.3. Genèse de la nouvelle économie	15
2. l’information et le système d’information.....	16
2.1. L’information.....	17
2.1.1. Définitions :	17
2.1.2. La valeur d’une information	17
2.1.3. Les différents types d’information.....	18
2.1.4. Types d’information bancaire :.....	18

2.1.5. Sources d'information.....	19
2.1.6. Les objectifs de l'information.....	20
2.1.7. Les obstacles de l'information	20
2.2. Le système d'information.....	21
2.2.1. Définitions du système d'information :	21
2.2.2. Typologie des systèmes d'information :.....	22
2.2.3. Propriété spécifique des systèmes d'information :	22
2.2.4. Les déterminants du système d'information	23
2.2.5. Les impacts du système d'information sur l'entreprise	25
3. la communication de l'entreprise bancaire.....	25
3.1. Quelques notions relatives à la communication :.....	25
3.1.1. La communication globale :.....	25
3.1.2. La communication interne :	26
3.1.3. Les différents types de communication	26
3.2. Les moyens de communication	28
3.3. Les éléments de la communication	29
3.4. Les avantages de la communication	30
Conclusion	31
 Chapitre II: l'importance des TIC pour les banques	
Introduction.....	32
 1. Généralités sur les technologies de l'information et de communication (TIC).....32	
1.1. Définition des TIC	32
1.2. Description des nouvelles technologies de l'information et de la communication	33
1.2.1. Les télécommunications :.....	33
1.2.1.1. La téléphonie	33
1.2.1.2. L'informatique	34

1.2.1.3. Les réseaux	34
1.2.2. Les caractéristiques des TIC	37
2. Les principales TIC utilisées par le secteur bancaire	38
1.1. Les nouveaux outils de télécommunication.....	38
2.1 .1. La banque par fil	38
2.1.2. La banque par écran	39
2.2. Les instruments de paiement et la monétique.....	40
2.2.1. La télé compensation.....	40
2.2.2. La monétique.....	40
2.2.3. Les technologies de système de paiement.....	43
3. Les enjeux de l'utilisation des TIC sur la gestion de l'économie algérienne	44
3.1. Avantages de l'investissement dans les TIC	44
3.1.1. Les avantages pour les banques.....	44
3.1.2. Avantages concurrentiels, dans les économies d'échelles :	45
3.1.3. Limites des TIC :	45
3.1.4. L'impact d'utilisation des TIC sur l'économie algérien	45
3.1.5. Apport des TIC dans l'efficacité de gestion locale et la bonne gouvernance	46
3.1.6. Les principaux apports du TIC.....	46
3.2. Les différents programmes de développement des TIC	46
3.2.1 Les indicateurs des TIC en Algérie 2011	47
3.3. Le commerce en ligne en Algérie	52
3.3.1. Les raisons qui font que le e-commerce peine à se développer en Algérie	53
3.3.2. Les opportunités liées au développement du e-commerce sur le plan national	54
3.4. Les opportunités liées à l'utilisation des TIC en général par les organisations	54
3.5. Les problèmes auxquels est confronté le paiement Électronique en Algérie.....	55
3.5.1. Les faiblesses de système de paiement algérien.....	55

Conclusion	55
------------------	----

Chapitre III : Analyse de l'enjeu des TIC dans les banques de la wilaya de Tizi-Ouzou

Introduction.....	57
1. Présentation du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou	57
1.1 Historique du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou jusqu'en 1987	57
1.2. le contexte actuel du réseau bancaire de la wilaya de Tizi-Ouzou	59
2. Démarche Méthodologie de l'enquête de terrain par questionnaire.....	64
2. 1. Méthodologie de l'enquête	64
2.2. La présentation du contenu du questionnaire de l'enquête.....	65
2.3. Les conditions de la réalisation de l'enquête.....	66
2.1.3. La méthode et outils d'analyses utilisés.....	67
2.2. Présentation de l'échantillon d'étude.....	67
2.2.1 Présentation des profils (catégorie de grade, poste occupé, niveau d'étude des répondants.....	68
2.2.2. Caractéristiques générales des banques enquêtées	70
3. Analyse descriptive et interprétation des résultats du questionnaire	71
3.1. Les indicateurs des TIC	71
3.1.1. Le niveau d'équipement et le degré de l'utilisation des TIC :	72
3.1.2. Les capacités à maîtriser les TIC et la répartition des compétences des TIC en modules.....	80
3.1.3. L'utilisation et l'état de la monétique au niveau des banques	81
3.2. Les enjeux et apport des TIC	86
3.2.1. Le niveau de gestion de l'information, communication et les décisions d'information concernant les TIC.....	86
3.2.2. Les changements majeurs et l'évaluation de l'enjeu et l'usage des TIC	86
3.2.3. Les obstacles relatifs aux technologies et au nouveau système de paiement.....	87

3.3. Les recommandations	88
Conclusion	88
Conclusion générale	90
Bibliographie.....	92
Annexes	

Résumé

Les technologies de l'information et de la communication regroupent les techniques utilisées pour traiter et transmettre des informations. Ces techniques sont principalement l'informatique, les télécommunications et les nouveaux moyens de paiement. L'usage des TIC a conduit à une multiplication de services et des modes d'accès des clients aux banques. L'enjeu des TIC se mesure par quatre indicateurs : le premier est le niveau d'équipement et le degré de l'utilisation des TIC, le deuxième est l'utilisation et l'état de la monétique aux niveaux d'une banque, le troisième est les capacités à maîtriser les TIC par les responsables et la répartition des compétences en modules, et le quatrième est le niveau de gestion de l'information, de la communication et la prise de décision.

La wilaya de Tizi-Ouzou constitue l'une des plus grandes wilayas favorable pour la diffusion des TIC, ceci nous a motivé à concentrer notre étude sur ce territoire dans le but de montrer le degré et l'enjeu de l'utilisation des TIC dans les banques de cette wilaya.

Les résultats de notre étude, nous ont permis d'affirmer que toutes les banques enquêtées sont équipées de matériels informatiques et leurs responsables maîtrisent parfaitement l'utilisation de ces technologies. Par ailleurs, l'utilisation de la monétique a connu un développement moyen car une grande partie des banques enquêtées ne disposent pas d'un Distributeur Automatique de Billets (DAB).

S'il est possible de généraliser ce résultat, nous dirons que les TIC ont un impact positif sur la gestion d'une banque.

Mot clés : TIC, monétique, enjeu, banque, Tizi-Ouzou.

Summarized

The technologies of information and the communication regroup the techniques used to treat and to transmit some information. These techniques are mainly the data processing, the telecommunications and the new means of payment. The use of the ITC drove to a multiplication of services and fashions from access of the customers to the banks. The stake of the ITC tackles by fourth indicators: the first is the level of equipment and the degree of the ITC use, the second is use and the state of the electronic banking to the levels of a bank, the third is the capacities to master the ITC by the persons responsible and the distribution of expertises in modules, and the fourth is the level of management of information, of the communication and the decision making.

The wilaya of Tizi-Ouzou constitutes one of the biggest favorable for the diffusion of the ITC, it motivated us to concentrate our survey on this territory in the goal to show the degree and the stake of the ITC use in them pays of this wilaya.

The results of our survey, allowed us to affirm that all banks investigated are equipped of materials data processing and their persons responsible master the use of these technologies perfectly. Otherwise, the use of the electronic banking knew a middle development because a big part of the banks investigated don't arrange an Automated bank teller (DAB).

If it is possible to generalize this result, we will say that the ITC has a positive impact on the management of a bank.

Word keys: ITC, electronic banking, stake, bank, Tizi-Ouzou.