



UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion

Département des Sciences Economiques

MÉMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention du diplôme de

MASTER EN SCIENCES ECONOMIQUES

Option : Economie Monétaire et Bancaire

INTITULÉ DU MÉMOIRE

L'E-BANKING ET LA FINANCE INCLUSIVE EN ALGÉRIE : QUEL LIEN ET QUELLE PERSPECTIVE?

CAS DE LA BNA AGENCE 587, BEJAIA

Préparé par :

MOUZAIA Kamilia

MOUSSAOUI Sara

Date de soutenance : **23/06/2024**

Membres du Jury :

Président : **M. RACHID Mohamed**

Examineur : **M. HANI Lamine**

Rapporteur : **M. GANA Brahim**

Sous la direction de :

Pr. GANA Brahim

Année universitaire : **2023/2024**

Remerciements



Nous remercions ALLAH, Le Tout Puissant pour nous Avoir Octroyé la volonté, le courage, la force et la patience afin d'accomplir ce modeste travail.

Nous tenons à adresser nos sincères remerciements à notre encadrant et enseignant le Pr. GANA Brahim pour son orientation, sa confiance, sa patience, ses encouragements et conseils éclairés, ainsi que son enthousiasme nous ont été particulièrement précieux dans l'élaboration et la réussite de notre mémoire.

Nos vifs remerciements aux membres de jury pour leur expertise, et d'avoir accepté d'examiner et d'évaluer notre travail et de l'enrichir par leurs remarques.

Nos remerciements s'adressent également au personnel de la BNA Banque agence 587 de Béjaia de nous avoir permis de mener notre stage dans de bonnes conditions.

Nous tenons à remercier tous nos enseignants de notre cursus universitaire qui nous ont enseigné, enrichi nos connaissances et de nous avoir guidé durant ces cinq années.

Enfin, nous souhaitons exprimer notre gratitude à nos familles, et tous ceux, qui de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce travail.

Dédicaces



Je dédie ce modeste travail à :

A mes très chers parents, pour tous leurs sacrifices, leur soutien, leur confiance en moi et leurs prières tout au long de mes études, eux qui m'ont doté d'une éducation digne, c'est grâce à leur amour inconditionnel que je suis devenue ce que je suis aujourd'hui.

A mes grands frères, **Walid** et **Djallal**, pour leurs précieux conseils et encouragements.

A tous les membres de ma famille, petits et grands.

A tous mes amis(e) chacun avec son nom.

A toute personne qui m'a soutenue de près ou de loin.

A tous ceux que j'aime et ceux qui m'aiment.

Kamilia

Dédicaces



Je dédie ce travail :

- ❖ À mes parents pour avoir toujours cru en moi. Leurs encouragements et leur croyance en mes rêves ont été mon refuge et ma motivation durant tout le parcours académique, même lorsque les défis semblaient insurmontables, votre soutien solide et votre amour infini ont été mes phares dans les moments sombres.
- ❖ À mes deux chers frère et soeur MOULOUD et LINA.
- ❖ À la mémoire éternelle de mes chers grands-parents et de ma tendre tante LYNDA dont le soutien et l'amour continuent d'illuminer mon chemin. Votre héritage perdurera dans mes actions et dans chaque ligne de ces pages, en hommage à votre impact permanent dans ma vie.
- ❖ À toute ma famille, que ce soit du côté paternel ou maternel.
- ❖ À mes chères amies NARIMANE, DYHIA, LYDIA, LILI, WISSEM, ASSIA, qui ont été toujours là pour moi avec leur soutien inconditionnel, leur amour et leur rire contagieux, et à ma binôme KAMILIA dont la collaboration, l'écoute et le travail d'équipe ont rendu ce projet possible.
- ❖ Et à tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce mémoire, que se soit par conseil, par geste ou par leur présence.
- ❖ À toute personne spéciale dans ma vie.

Sara

Liste des abréviations

AADL : Agence Nationale de l'Amélioration et du Développement du Logement.

AFI: Alliance for Financial Inclusion.

ATM: Automated Teller Machine.

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

BCAO : Banque Centrale des États de l'Afrique de l'Ouest.

BDL : Banque de Développement Local.

BEA : Banque Extérieure d'Algérie.

BNA : Banque Nationale d'Algérie.

BNP : Banque Nationale de Paris.

CGAP : Groupe Consultatif d'Assistance aux Pauvres.

CIB : Classification Internationale des Brevets.

CIF : Centre d'Inclusion Financière.

CNEP : Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance.

CNMA : Caisse Nationale de Mutualité Agricole.

COMI : Comité Monétaire Interbancaire.

CPA : Crédit Populaire d'Algérie.

CREDOC : Crédit Documentaire.

DZD : Dinar Algérien.

DAB : Distributeur Automatique de Billets.

DRE : Direction du Réseau d'Exploitation.

EDI: Electronic Data Interchange.

EMV: Europe MasterCard Visa.

FAQ: Frequently Asked Questions.

FDIC: Federal Deposit Insurance Corporation.

FENU : Fonds d'Équipement des Nations-Unies.

FFIEC: Federal Financial Institutions Examination Council.

FIEG: Financial Inclusion Experts Group.

FMI : Fonds Monétaire International.

GAB : Guichet Automatique Bancaire.

GRC : Gestion de la Relation Client.

HSBC: Hong Kong and Shanghai Banking Corporation.

HT: Hors Taxes.

KYC: Know Your Customer.

ONG : Organisations Non Gouvernementales.

ONU : Organisation des Nations-Unies.

OTP: One Time Password.

PC: Personal Computer.

PIN : Personal Identification Number.

PME : Petites et Moyennes Entreprises.

REMDOC : Remise Documentaire.

RIB : Relevé d'Identité Bancaire.

RMI : Réseau Monétaire Interbancaire.

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

SEAAL : Société des Eaux et de l'Assainissement d'Alger.

SFN : Système Financier National.

SMS : Short Message Services.

SSII : Sociétés de Services et de l'Ingénierie Informatiques.

SWIFT: Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication.

TBE : Taux de Bancarisation Elargi.

TBS : Taux de Bancarisation.

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

TPE : Terminal de Paiement Electronique.

TPSFd : Taux de Pénétration Démographique des Services Financiers.

TPSFg : Taux de Pénétration Géographique des Services Financiers.

TUSF : Taux d'Utilisation des Services Financiers.

WAP: Wireless Application Protocol.

WWW: World Wide Web.

Sommaire

| | |
|--|-----------|
| Introduction Générale | 1 |
| CHAPITRE I. Aspects théoriques sur la finance inclusive | |
| Introduction chapitre I | 4 |
| Section 1 : Définition et importance de la finance inclusive..... | 4 |
| Section 2 : Déterminants et mesures de la finance inclusive | 12 |
| Section 3 : Les obstacles de la finance inclusive..... | 17 |
| Conclusion chapitre I | 23 |
| CHAPITRE II. La relation entre l'E-banking et la finance inclusive | |
| Introduction chapitre II..... | 24 |
| Section 1 : Notions de bases sur l'E-banking..... | 24 |
| Section 2 : Les atouts et inconvénients de l'e-banking..... | 39 |
| Section 3 : L'impact de l'e-banking sur l'inclusion financière | 50 |
| Conclusion chapitre II | 54 |
| CHAPITRE III. L'E-banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la «BNA Banque » | |
| Introduction chapitre III..... | 55 |
| Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil « BNA agence 587 BEJAIA »..... | 55 |
| Section 2 : Les modalités et fonctionnements des services E-banking..... | 59 |
| Section 3 : La méthodologie de recherche appliquée à notre étude et analyse des résultats ... | 72 |
| Section 4 : Analyse des résultats de l'étude par le croisement des variables (usage du test de khi2)..... | 90 |
| Conclusion chapitre III | 94 |
| Conclusion Générale..... | 95 |
| Références bibliographiques | 97 |
| Annexes | |
| Liste des illustrations | |
| Table des matières | |
| Résumé | |

Introduction générale

Contexte de l'étude

Le milieu bancaire a considérablement évolué grâce à la diffusion généralisée et rapide des technologies de l'information et de la communication (TIC). Ces dernières contribuent à la croissance économique des nations et permettent aux banques de collecter davantage des données auprès des clients. Ainsi, l'inclusion financière, combinée à l'évolution des (TIC), a engendré dans le secteur bancaire une transition remarquable vers les services financiers en ligne. Ces derniers font partie intégrale des solutions rapidement adoptées par les banques, car ils représentent une opportunité stratégique pour limiter l'exclusion et étendre les nouveaux mécanismes de la finance inclusive aux différents segments de la société.

L'e-banking, comme une composante des services bancaires en ligne et comme vecteur majeur de la révolution numérique, représente bien plus qu'un simple passage vers des plateformes bancaires virtuelles. Il incarne une transformation profonde des modes de consommation financière.

L'Algérie, comme de nombreux autres pays en développement, est confrontée à des défis majeurs en matière de la finance inclusive qui définit le droit d'accès à une gamme de services complets des institutions financières avec une accessibilité souple et rapide.

Dans le contexte algérien, où les infrastructures traditionnelles sont souvent limitées, l'e-banking peut jouer un rôle crucial dans l'élargissement de la portée des services financiers, offrant accessibilité, commodité et efficacité accrues pour les utilisateurs. Tout en ouvrant la voie à une gamme diversifiée de produits financiers, en permettant d'effectuer des transactions bancaires à distance, de vérifier les soldes, de payer les factures, et même d'accéder à des produits d'épargne et de crédit. Donc, les services bancaires électroniques peuvent aider à intégrer des segments de la population.

Toutefois, pour que l'e-banking puisse pleinement réaliser son potentiel d'inclusion financière en Algérie, plusieurs défis doivent être surmontés. En surmontant ces obstacles, l'e-banking peut devenir un outil puissant pour l'inclusion financière. Cela pourrait permettre à un plus grand nombre de personnes de participer à l'économie formelle et de sécuriser leurs économies.

L'e-banking et la finance inclusive sont deux dynamiques interconnectées dont l'étude conjointe revêt une importance essentielle dans la compréhension des enjeux contemporains du secteur financier national.

Introduction générale

À travers une analyse qualitative des services proposés par les banques, nous pouvons explorer les liens existant entre ces deux concepts et de proposer des perspectives novatrices pour une mutation durable du paysage financier algérien.

Problématique de recherche

Le choix de ce thème est dicté par l'importance de l'inclusion financière et ses effets sur l'évolution des services financiers en ligne, en l'occurrence le "E-banking". Notre étude a comme objet de répondre à la question principale suivante:

Dans quelle mesure l'essor de l'e-Banking peut-il contribuer à la promotion des services de la finance inclusive en Algérie ?

- ❖ Pour répondre à cette question, nous avons considéré nécessaire de répondre à d'autres questions subsidiaires :
 - Quelles sont les perspectives offertes par l'e-banking à l'ensemble de la population en matière d'accès aux services financiers ?
 - Les services financiers en ligne peuvent-ils favoriser la croissance économique et réduire les disparités en Algérie ?

- ❖ Pour parfaire notre travail, nous avons émis les hypothèses suivantes :

H₁ : L'expansion des services financiers en ligne en Algérie est favorisée par l'investissement massif dans la formation de personnel et littératie financière.

H₂ : L'essor de la finance inclusive est susceptible de dynamiser la croissance économique et d'atténuer les inégalités sociales en assurant un accès équitable aux services financiers.

Méthodologie de recherche

Afin de répondre aux questions évoquées précédemment et de tester la validité des hypothèses, nous avons procédé à une recherche bibliographique et documentaire (ouvrages, articles et revues, thèses et mémoires, sites internet).

Notre travail a été enrichi également par une étude pratique effectuée au sein de « **La Banque BNA agence « 587 » de BEJAIA** » qui porte essentiellement sur l'analyse des modalités et fonctionnalités des services de l'e-banking et la finance inclusive. Nous avons ainsi distribué un questionnaire auprès de la clientèle des banques algériennes. Le

Introduction générale

questionnaire a été administré en ligne via la plateforme google forms et les résultats obtenus ont été traités par le logiciel Sphinx.

Structure du mémoire

Ce mémoire, intitulé « **L'E-banking et la finance inclusive en Algérie : quel lien et quelle perspective ?** » est structuré en trois chapitres :

- Le premier chapitre sera consacré à l'étude théorique de la finance inclusive ; la définition de son concept, ses caractéristiques, son importance pour la croissance économique du pays, ses différents déterminants et mesures, pour explorer ainsi ses obstacles.
- Le deuxième chapitre sera dédié à une présentation générale de l'e-banking, de spécifier ses atouts et inconvénients, tout en développant son rôle et impact sur la finance inclusive.
- Le troisième chapitre sera basé sur une étude de cas pratique réalisée au sein de la BNA banque « 587 » de BEJAIA, dans laquelle nous avons mené une période de stage d'un mois. L'objectif de notre stage était d'examiner la situation actuelle de l'e-banking, d'étudier les différents services fournis par cette banque et de distinguer les stratégies mises en œuvre pour valoriser l'inclusion financière. Cette étude de cas a été complétée par une enquête par questionnaire que nous avons distribué en ligne sur un échantillon des clients de banques de Béjaia.

Chapitre I :
Aspects théoriques sur la
Finance inclusive

Introduction

La finance inclusive est l'une des notions les plus discutées ces derniers temps. La majorité des banques des pays développés et en développement ont adopté des politiques d'inclusion financière pour permettre à tous les segments de population un accès rapide et sécurisé à tous les services et produits financiers qui répondent à leurs besoins.

Il est donc essentiel de comprendre ce concept qui est bien plus qu'une simple démarche économique, « c'est un catalyseur de développement durable et permet une réduction significative des inégalités »¹.

Au sein de ce chapitre, nous aborderons les généralités concernant la finance inclusive. D'abord, nous présenterons dans la première section le concept de l'inclusion financière d'une manière générale et son importance pour le développement des économies. Nous poursuivrons en détaillant les différents déterminants et les mesures de l'inclusion financière dans la seconde section. Enfin, nous consacrons une troisième section pour expliquer les obstacles de la finance inclusive.

Section 1 : Définition et importance de la finance inclusive

Dans cette section, nous traiterons la définition de la finance inclusive et son évolution au fil du temps, ses différentes caractéristiques et les acteurs qui contribuent à mettre en œuvre diverses initiatives pour étendre l'accès à des services financiers, ainsi que son importance pour le développement des économies.

1.1 Définitions de la finance inclusive

"La finance inclusive rend compte de la possibilité pour les différents segments de la société, surtout ceux qui sont marginalisés, d'accéder à des services financiers qui répondent à leurs besoins (transactions, paiements, épargne, crédit et assurance), et qui soient d'un coût utile et abordable"². Autrement dit, "elle est le processus qui englobe l'accessibilité, la disponibilité et l'utilisation des services financiers par les individus et les entreprises, en particulier ceux qui sont exclus du service financier formel"³.

¹ <https://www.uncdf.org/fr/financial-inclusion-and-the-sdgs> "L'inclusion financière et les ODD", consulté le 21/02/2024.

² <https://www.banque mondiale.org/fr/topic/financialinclusion>, consulté le 22/02/2024.

³ DEMİRĞÜÇ-KUNT, A. et KLAPPER, L., (2013), "Measuring Financial Inclusion: Explaining Variation in Use of Financial Services Across and Within Countries", P. 281.

Chapitre I. Aspects théoriques sur la finance inclusive

Selon le centre pour l'inclusion financière (CIF), elle est définie comme « un état dans lequel toute personne aurait accès à une gamme complète des services financiers de qualité, de manière pratique. Ces services sont dans le cadre d'une réglementation appropriée garantissant la protection des consommateurs »⁴.

1.2 Evolution de la finance inclusive

1.2.1 Du microcrédit à l'inclusion financière

Les entreprises et les individus exclus du système financier sont généralement exclus en raison des obstacles qui les empêchent d'avoir accès au crédit et de créer de l'épargne. Ces barrières étaient tellement élevées que les institutions formelles étaient réticentes à les servir, et aucune autre entité ne comblait cette lacune.

A cet effet, la microfinance a vu le jour en raison de couvrir cette lacune et de soutenir les activités économiques de ces groupes marginalisés. La microfinance peut être définie comme les services de financement fournis à une personne à faible revenu, une famille ou une micro-entreprise (une entreprise employant de 1 à 9 personnes)⁵.

A partir des années 1970, Muhammad Yunus a transformé le paysage financier en accordant de petits prêts aux femmes entrepreneures, et en fondant la Grameen Bank au Bangladesh en 1976. Il a introduit un modèle célèbre sous le nom « microcrédit ».

Les mouvements du microcrédit dépendaient de subventions pour être viable financièrement. Cependant, à un certain point, les subventions dans le secteur du microcrédit sont devenues un frein au progrès plutôt qu'un moteur de changement.

La microfinance était initialement centrée sur la fourniture des petits prêts aux personnes à faible revenu. Toutefois, avec le temps, il est apparu clairement que la simple distribution de prêts ne constituait pas une solution suffisante pour améliorer les conditions de vie des personnes les plus défavorisées.

⁴ <https://www.centerforfinancialinclusion.org>, consulté le 22/02/2024.

⁵ CHANDRA, DAS R. (2018), *Microfinance and its impact on entrepreneurial development, sustainability, and inclusive growth*, IGI Global, Hershey PA, USA.

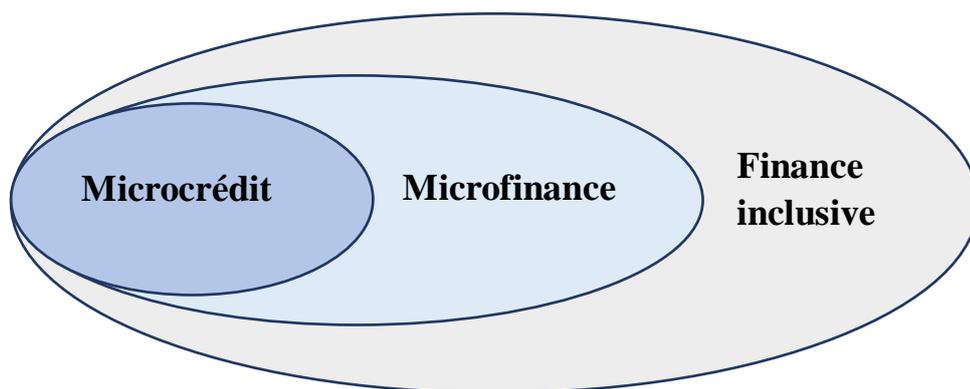
Chapitre I. Aspects théoriques sur la finance inclusive

À la fin des années 90, plusieurs crises dans le secteur du microcrédit ont éclaté, notamment des cas de suicides de débiteurs en Inde et des mouvements de résistance, tels que celui des victimes du microcrédit au Maroc. Ces événements ont entaché la réputation de la microfinance en tant qu'outil de lutte contre la pauvreté.

Pour renforcer la fiabilité de la microfinance, il a été nécessaire d'adopter un processus différent, plus inclusif. En réponse aux critiques des acteurs du secteur, le Groupe consultatif d'assistance aux pauvres (CGAP) a cherché à impliquer les banques centrales dans la régulation et la supervision de cette dernière. Cependant, il a fallu adapter les conditions aux priorités des banques centrales pour les attirer vers la microfinance.

À partir des années 2000, il y a eu une transition vers la finance inclusive qui vise à offrir une gamme plus large de services financiers aux personnes à faibles revenus. Cela inclut la possibilité d'épargner pour l'avenir, de gérer les flux de trésorerie pour faire face aux dépenses imprévues et d'obtenir du crédit pour des investissements productifs. Il est essentiel de souligner que l'inclusion financière ne se limite pas uniquement à l'accès aux services financiers. Elle vise également à encourager une participation active dans l'économie globale. L'inclusion financière est donc un moyen de réduire la pauvreté en élargissant les opportunités économiques.

Figure N°01 : Le passage de microcrédit à l'inclusion financière



Source : réalisée à partir des constructions des auteurs

1.3 Les caractéristiques de la finance inclusive

1.3.1 L'Accès à une gamme de services financiers

Il se réfère à la disponibilité et à l'accessibilité des services financiers de base tels que :

- ❖ Les comptes d'épargne et de dépôt ;
- ❖ Le transfert d'argent ;
- ❖ Les prêts et crédit ;
- ❖ L'assurance ;
- ❖ Les services de paiement.

Qui sont destinés à toutes les catégories de la population. Cela peut impliquer la création des produits financiers adaptés aux besoins spécifiques de ces populations et de permettre à chacun de réaliser son potentiel économique.

1.3.2 Abordabilité

Elle fait référence à la capacité des individus à accéder et à utiliser les services financiers d'une manière économiquement viable. Cela signifie que les produits et services financiers doivent être fournis à un coût abordable pour les utilisateurs, compte tenu de leurs revenus et de leur capacité de payer. L'abordabilité inclut également la transparence des coûts, afin que les utilisateurs comprennent clairement les frais associés aux services financiers qu'ils utilisent.

1.3.3 Pertinence

Elle se réfère à l'adéquation et à l'efficacité des produits et services financiers fournis pour répondre aux besoins des personnes non bancarisées ou sous bancarisées⁶. Il s'agit de concevoir des solutions financières qui s'adaptent aux réalités et contraintes des individus et des communautés pour faciliter l'accès aux services financiers de base. Il est également important de comprendre les besoins spécifiques des groupes cibles, tels que les personnes à faible revenu, les femmes, les jeunes et les habitants des zones rurales. Les solutions doivent être accessibles, abordables et faciles à utiliser, afin d'assurer la transparence, la sécurité et la protection des droits des utilisateurs pour instaurer la confiance et encourager l'adoption des services financiers.

⁶ <https://www.findevgateway.org/fr/inclusion-financiere>, consulté le 24/02/2024.

Chapitre I. Aspects théoriques sur la finance inclusive

1.3.4 Utilisation effective

L'utilisation efficace dans la finance inclusive se rapporte à la mesure dans laquelle les groupes cibles accèdent et utilisent réellement les services financiers disponibles. Cela inclut non seulement l'évaluation de l'accessibilité aux services, mais également l'utilisation active des services par les individus et les communautés y compris la surveillance des taux d'adoption, de transaction et de rétention des clients et la compréhension des obstacles qui peuvent impacter l'utilisation efficace des services financiers, tels que les contraintes réglementaires, techniques ou sociales.

1.3.5 Durabilité

C'est la capacité des initiatives et interventions financières à maintenir les intérêts à long terme des individus et des communautés, tout en préservant les ressources naturelles et en promouvant la justice sociale. L'objectif est de concevoir des modèles et des politiques économiques qui soient financièrement, écologiquement et socialement durables à long terme et contribuent à renforcer la résilience et l'autonomie des personnes vulnérables.

1.4 Les acteurs de la finance inclusive

La finance inclusive est un domaine d'interposition complexe qui implique une multitude d'acteurs, et jouent des différents rôles pour faciliter l'accès aux services financiers.

Partant du constat d'une inclusion financière incomplète, l'engagement d'améliorer l'accès bancaire pour les groupes marginalisés fut décidé lors du sommet du G20 à Pittsburgh en 2009 (Soederberg, 2013). Cette conférence constitue le début d'un certain nombre d'initiatives des autorités nationales, soutenues par divers groupes d'experts tels que le Financial Inclusion Experts Group (FIEG) et le Fonds d'Équipement des Nations Unies (FENU)⁷.

De nouveaux acteurs sont apparus : l'état et les gouvernements qui élaborent des politiques, et réglementations pour favoriser la finance inclusive. Les institutions financières telles que les banques et les institutions de microfinance. Les entreprises privées en développant des partenariats avec les institutions financières publiques⁸. Les organisations internationales : la banque mondiale, le Fonds Monétaire Internationale (FMI), l'Organisation des Nations Unies

⁷ <https://journals.openedition.org> , consulté le 26/02/2024.

⁸ <https://www.bceao.int> , consulté le 26/02/2024.

Chapitre I. Aspects théoriques sur la finance inclusive

(ONU), ainsi que diverses Organisations Non Gouvernementales (ONG) à but non lucratif qui sensibilisent les individus sur l'importance de l'inclusion financière. Les sociétés de technologies financières « Fintech » qui forment des solutions innovantes pour étendre l'accès aux services financiers⁹.

Ou encore des alliances internationales telles que la Better Than Cash Alliance et l'Alliance for Financial Inclusion (AFI) qui regroupait 84 pays développés et en développement au début 2008¹⁰.

1.5 L'importance de la finance inclusive

La finance inclusive, également connue sous le nom de finance pour tous, est un concept crucial dans le domaine financier contemporain.

Elle vise à assurer que toute les couches de la population du pays, aient accès à des services financiers modernes et développés pour effectuer des paiements, versements, faire des investissements, etc. L'inclusion financière est un thème largement débattu lorsqu'on aborde les questions de développement tant dans les pays industrialisés que dans les pays en voie de développement, elle est également une composante essentielle de l'inclusion sociale¹¹.

Les pouvoirs publics et régulateurs financiers accordent de plus en plus d'attention à l'inclusion financière et sa relation existante avec la stabilité financière et la croissance économique. Elle permet aux individus de participer pleinement à l'économie formelle.

Au niveau macroéconomique, elle joue un rôle essentiel dans la réduction de la pauvreté, la promotion de l'inclusion sociale et la stimulation du développement économique. Selon Schumpeter, l'inclusion financière est vue comme un moteur de la dynamique économique et de la prospérité à long terme. Il a avancé l'idée que la finance inclusive favorise l'entrepreneuriat et l'innovation. Actuellement, de nombreux jeunes ont des projets innovants avec un accompagnement rentable, mais ils sont confrontés à des problèmes de financement et risquent de ne pas voir le jour en raison de manque de fonds. Grâce à l'inclusion financière on leurs crée des opportunités de création d'entreprises, des emplois ce qui stimule à son tour la croissance économique.

Ainsi, l'inclusion financière améliore la stabilité financière par des voies directes et indirectes.

⁹ Fonds Monétaire International, (2015), « Fintech et inclusion financière : en vue d'ensemble ». FMI.

¹⁰ <https://www.afi-global.org> , consulté le 28/02/2024.

¹¹ NOUMBA, I. (2022), *De l'inclusion financière à la croissance inclusive en Afrique*, édition l'Harmattan, Paris.

Chapitre I. Aspects théoriques sur la finance inclusive

Directement, si beaucoup de personnes utilisent les dépôts bancaires, les banques pourraient disposer d'une base de financement plus solide, en particulier dans les périodes de stress.

Des données préliminaires sur cet effet suggèrent qu'une augmentation de (10%) de l'accès aux dépôts peut réduire la probabilité d'une crise financière importante (20%)¹². Indirectement, par la réduction des risques associés à la concentration des actifs financiers entre les mains de quelques acteurs et de la renforcer.

Au niveau microéconomique, fournir des services de valeur au plus grand nombre a un impact positif sur l'emploi et la consommation des ménages, conduisant à la revitalisation des économies locales. De plus, l'accès à l'épargne permet aux personnes aux revenus irréguliers de mieux gérer les urgences financières, leur permettant ainsi de maintenir une consommation plus stable¹³.

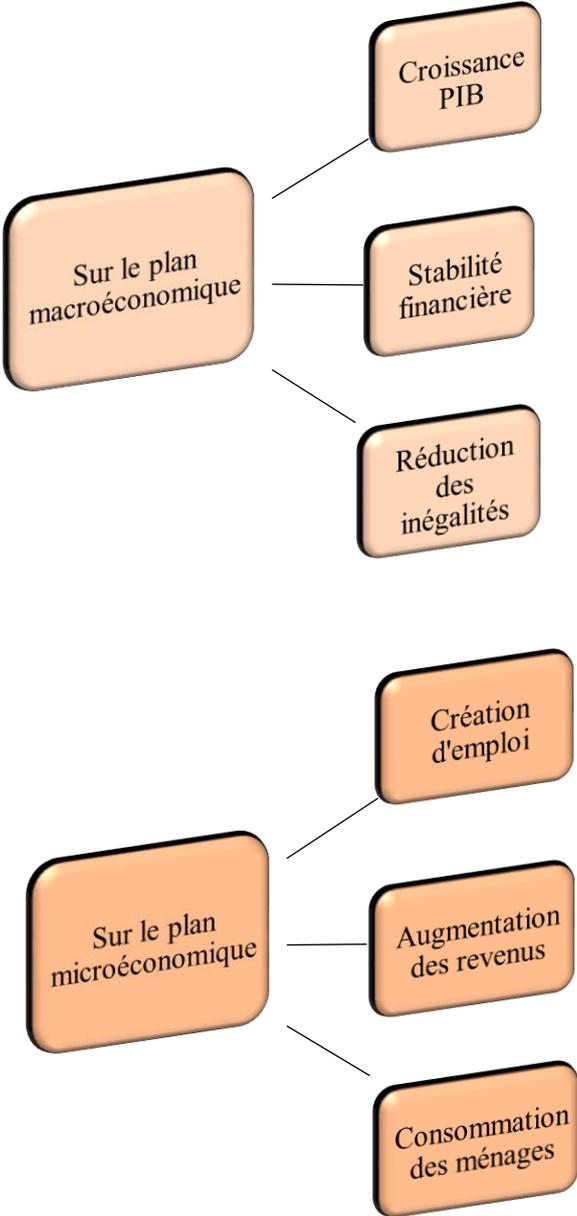
En résumé, la finance inclusive revêt d'une importance très remarquable, du fait qu'elle contribue à la construction d'une société plus florissante où elle ouvre la voie à une croissance continue et équitable.

¹²RATNA, S., MARTIN, Č et al. (2015), "Financial Inclusion: Can It Meet Multiple Macroeconomic Goals?", IMF.

¹³ARMENDARIZ, B. et MORDUCH, J. (2005), *The economics of microfinance*, MIT press, Cambridge, USA.

Chapitre I. Aspects théoriques sur la finance inclusive

Figure N°02 : Importance de la finance inclusive sur le plan macroéconomique et microéconomique



Source : réalisée par nous-mêmes

Section 2 : Déterminants et mesures de la finance inclusive

Dans le cadre de cette section, nous relaterons les déterminants de la finance inclusive, puis nous expliquerons les dimensions sous lesquelles on peut définir l'inclusion financière, en ciblant les indicateurs principaux qui permettent de la mesurer.

2.1 Déterminants de l'inclusion financière

2.1.1 Les déterminants liés à l'offre

Les déterminants liés à l'offre regroupent un ensemble de facteurs qui influent la disponibilité et l'accessibilité de services financiers, on peut distinguer :

- **La distance par rapport aux points de vente ou l'éloignement des agences bancaires :**

Ils jouent un rôle important dans l'inclusion financière, plus la proximité d'accès aux services financiers est grande, plus les individus sont susceptibles d'être inclus. Il est donc essentiel que les gouvernements soutiennent l'expansion des canaux de distribution bancaire vers les zones marginalisées et non bancarisées.

- **Le coût d'accès à ces services :**

Des frais élevés peuvent décourager l'inclusion financière. Donc, réduire ces coûts est primordial. En Algérie par exemple, pour encourager l'utilisation des cartes CIB, la banque centrale d'Algérie a imposé aux banques d'émettre ces cartes gratuitement pour les individus.

- **Le nombre d'institutions financiers :**

Un nombre important d'agences bancaires et de guichets aide à lutter contre l'exclusion financière.

- **La simplicité des documents :**

La complexité des démarches administratives peut également exclure involontairement certaines personnes.

Par exemple, en Algérie l'obtention d'une carte Edahabia est simplifiée, il suffit de remplir un formulaire en ligne et d'attendre quelques jours pour la récupérer à l'agence postale. Cette démarche encourage les gens à accéder à ce type de produit financier.

2.1.2 Les déterminants liés à la demande

En effet, l'exclusion financière ne se résume pas uniquement à ne pas avoir accès au système financier, mais également à la capacité d'utiliser efficacement les produits et services financiers disponibles. Plusieurs facteurs contribuent à l'exclusion financière. D'une part, il peut s'agir de l'inexistence d'offres de services financiers dans certaines régions. D'autre part, les difficultés réelles que rencontrent les individus pour accéder et utiliser ces produits et services peuvent également contribuer à une exclusion. Ces causes sont variées, elles peuvent être liées à un faible revenu, à la pauvreté, à la littératie financière et d'éducation ou même à des facteurs culturels. Par exemple, certaines personnes en milieu urbain peuvent être exclues parce que les institutions financières ciblent principalement des catégories spécifiques, telles que les personnes instruites. En revanche, dans les zones rurales, l'accès aux services financiers peut être limité, ce qui entraîne une exclusion par l'accès¹⁴. En Algérie, les motifs religieux, notamment liés à l'Islam, jouent également un rôle dans l'inclusion financière. La Charia (loi islamique) interdit certains aspects financiers, tels que les taux d'intérêt. De plus, le financement de secteurs considérés comme (illégaux) est proscrit ce qui peut affecter l'inclusion financière.

2.2 Les dimensions de l'inclusion financière

Les dimensions de l'inclusion financière servent de base à la collecte des données et à sa mesure. Nous offrons ci-après trois aspects sous lesquels l'inclusion financière peut être définie.

- **Accès :** cet aspect concerne en premier lieu la capacité à utiliser les services et produits financiers disponibles, offerts par les institutions formelles. Pour évaluer le niveau d'accès, il est nécessaire de comprendre et d'analyser les éventuels obstacles qui peuvent entraver l'ouverture et l'utilisation d'un compte bancaire, tels que les frais associés et la distance géographique par rapport aux points de service bancaire¹⁵. Une mesure basique de l'accès peut consister à examiner le nombre total de comptes ouverts dans les institutions financières, afin d'estimer la proportion de la population détenant un compte.

¹⁴ HOUADI, A., RABHI, A. (2018), « Les déterminants de l'inclusion financière en Afrique : évidence sur la détention d'un compte courant », Colloque international, " Finance, inclusion et durabilité en Afrique " 4 et 5 Mai 2018 à l'ENCG de Fès., May 2018, Fès, Maroc. fihal-0243308.

¹⁵ <https://www.afi-global.org> « Document politique : Mesurer l'inclusion financière par les organismes régulateurs », consulté le 04/03/2024.

- **Qualité** : l'aspect de la qualité reflète l'expérience du consommateur telle que démontrée par son comportement et ses opinions à l'égard des produits financiers actuellement disponibles pour lui. Donc, l'évaluation de la qualité permet de comprendre la nature et la profondeur de la relation entre le fournisseur de services financiers.
- **Utilisation** : cet aspect met en avant l'intensité de l'utilisation des produits financiers. En d'autres termes, pour évaluer l'utilisation, il est nécessaire d'obtenir des informations détaillées sur la régularité, la fréquence et la durée de leur utilisation dans le temps.

Pour favoriser l'inclusion financière, il est essentiel de chercher à améliorer simultanément les trois dimensions. Lorsqu'il s'agit de définir des priorités en matière de mesure, de nombreux pays collectent désormais des informations, en évaluant d'abord l'accès, puis l'utilisation et enfin la qualité. Cela s'explique souvent par le fait qu'il est généralement plus aisé d'obtenir des données sur la disponibilité des services que sur leur utilisation et leur qualité.¹⁶

2.3 Les indicateurs de mesures de l'inclusion financière

Pour mesurer la finance inclusive, il existe des indicateurs fondamentaux qui permettent de décrire l'état de l'inclusion financière au sein d'un pays. Ces indicateurs quantitatifs sont essentiels pour évaluer les progrès et identifier les domaines nécessitant des améliorations.

2.3.1 Les indicateurs d'accès (TPSFd et TPSFg)

Il existe plusieurs indicateurs permettant d'approcher l'inclusion financière. Toutefois, il est impératif de disposer en amont de données à partir desquelles ces indicateurs seront calculés. Ces données proviennent principalement de deux sources : les rapports périodiques des institutions financières et les enquêtes. C'est en fonction de ces deux sources de données que la FMI et la Banque Mondiale mettent en place des approches permettant de mesurer l'inclusion financière. En ce qui concerne l'accessibilité aux services, la BCEAO distingue deux aspects distincts : la couverture des services financiers par rapport à la population et la couverture géographique. Ces mesures visent à fournir des informations sur la proportion de la population ayant accès aux services financiers.

¹⁶TRIKI, T. et FAYE, I. (2013), *Financial inclusion in Africa*, African Development Bank (AFDB), African Development Bank Group. ISBN: 978-9938-882-19-3.

Chapitre I. Aspects théoriques sur la finance inclusive

a. Le Taux de Pénétration démographique des Services Financiers (TPSFd)

Le TPSFd, ou Taux de Points de Services Financiers par Démographie, représente le nombre d'adultes (âgés de 15 ans et plus) desservis par un point de service financier. Il englobe les points de services financiers de toutes les institutions, y compris les banques, les institutions de microfinance (IMF), les établissements de monnaie électronique (EME), la Poste, le Trésor, etc., rapportés à la population adulte et multipliés par 10.000¹⁷. Il indique dans quelle mesure le système bancaire couvre la population. Un TPSFd plus élevé traduit une amélioration du paysage bancaire.

b. Le Taux de Pénétration géographique des Services Financiers (TPSFg)

C'est un indicateur qui mesure la disponibilité des services financiers dans une zone géographique sur une superficie de 1000 km²¹⁸. Le TPSFg prend en compte divers éléments, notamment les institutions financières présentes dans une région donnée, telles que les banques, les coopératives de crédit, les institutions de microfinance, les distributeurs automatiques de billets (DAB), etc.

Le calcul du TPSFg peut varier en fonction des données disponibles et des objectifs spécifiques de l'évaluation, mais il est généralement déterminé en rapportant le nombre de points de services financiers à la population ou à la superficie géographique de la région étudiée. Plus le TPSFg est élevé, plus la disponibilité des services financiers est grande dans la région.

2.3.2 Les indicateurs d'utilisation (TBS, TBE, TUSF)

a. Le Taux de Bancarisation Strict (TBS)

C'est un indicateur utilisé pour mesurer le niveau de bancarisation au sein d'une population donnée. Il se réfère à la proportion d'individus ou de ménages (15 ans et plus), qui détiennent un compte bancaire. Un TBS élevé peut indiquer un niveau plus élevé d'inclusion financière et de participation à l'économie formelle, tandis qu'un TBS plus faible peut signaler des défis en matière d'accès aux services bancaires et des obstacles à l'inclusion financière.

¹⁷ SANE, S., et NDIAYE, B., « Performance des institutions de microfinance et la réduction de pauvreté au Sénégal : Une approche en termes du taux global de pénétration géographique et démographique des services ».

¹⁸ SANE, S., et NDIAYE, B., idem.

b. Le Taux de Bancarisation Élargie (TBE)

Le Taux de Bancarisation Élargie (TBE) est un indicateur qui mesure le niveau de bancarisation d'une population en incluant non seulement les comptes bancaires traditionnels, mais également d'autres types de comptes financiers. Contrairement au Taux de Bancarisation Strict (TBS), qui se limite aux comptes bancaires détenus dans des institutions financières formelles, le TBE englobe une gamme plus large de services financiers.

c. Le Taux d'Utilisation des Services Financiers (TUSF)

Le Taux d'Utilisation des Services Financiers (TUSF) est un indicateur qui mesure l'intensité avec laquelle les services financiers sont utilisés par une population. Contrairement à d'autres mesures qui se concentrent sur la possession de comptes ou l'accès aux services financiers, le TUSF évalue l'activité réelle des utilisateurs des produits et services financiers.

Un TUSF élevé indique généralement une utilisation active des services financiers par la population. Cela peut refléter une confiance accrue dans le système financier et une meilleure accessibilité aux services financiers.

2.4 Les mesures de la finance inclusive

L'inclusion financière est mesurée par la disponibilité en termes d'offre des services financiers et par leurs utilisations en termes de demande, ainsi que par la qualité de ces services¹⁹.

L'approche de l'offre concerne la collecte de données sur l'accès aux services financiers, généralement effectuée par la Banque Centrale ou le ministère des finances. Ces données, recueillies périodiquement, sont souvent des déclarations fournies par les institutions financières. Elles sont ensuite traitées pour produire des indicateurs qui fournissent des informations sur divers aspects de l'inclusion financière.

Selon l'Alliance pour l'Inclusion Financière (AFI) en 2013, il est crucial d'avoir accès à ce type d'informations de manière continue pour concevoir des politiques pertinentes visant à étendre la portée du secteur financier.

¹⁹ "Brochure sur l'inclusion financière", Bank of Algeria.

Chapitre I. Aspects théoriques sur la finance inclusive

L'évaluation de la demande et de l'utilisation des services financiers repose généralement sur l'analyse des données relatives au nombre et à l'utilisation des comptes bancaires. On examine également l'importance des prêts effectués par les établissements financiers et les prêteurs privés ainsi que l'utilisation des produits de crédit par les entreprises.

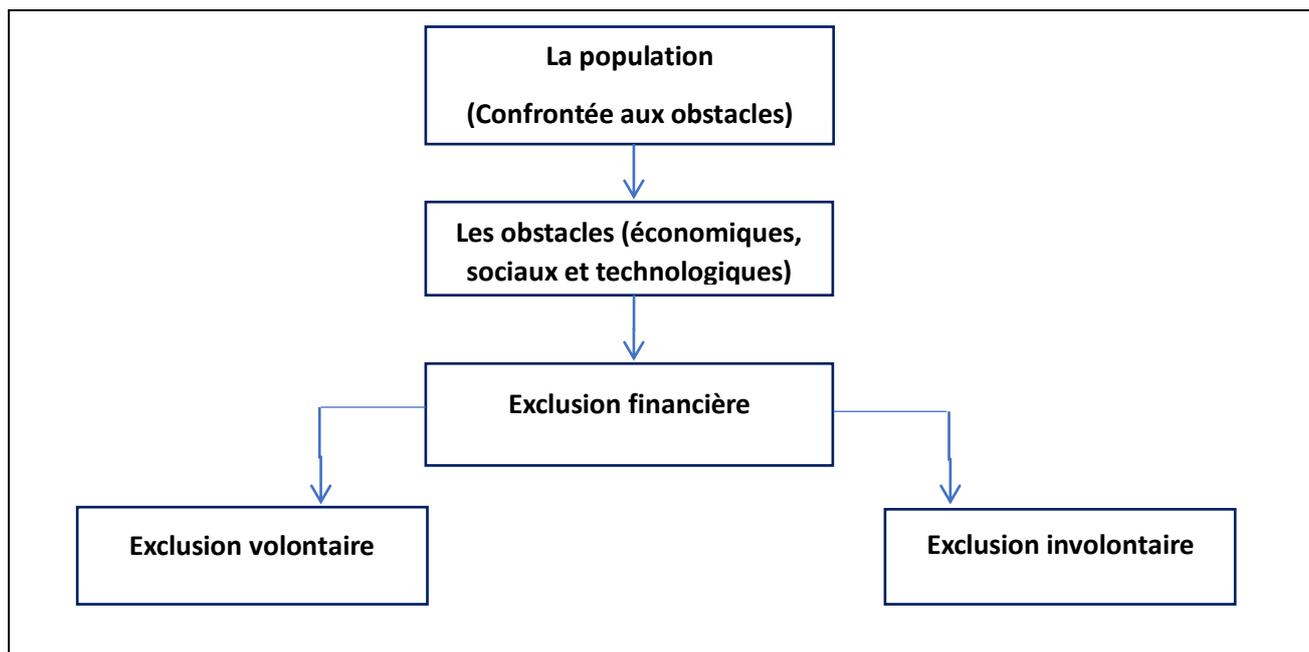
Le nombre des comptes bancaires est une mesure primordiale de l'inclusion financière, car la quasi-totalité des transactions financières sont effectuées à travers ces comptes.

Les travaux de Demirguc-Kunt et Klapper (2012) ont donné naissance à la première base de données d'indicateurs visant à mesurer de manière systématique l'utilisation des produits financiers par les populations à travers les pays et au fil du temps, connue sous le nom de « Global FINDEX ». Cette base de données comble une grande lacune dans le domaine des statistiques sur la finance inclusive. Elle permet de suivre l'impact des politiques d'inclusion financière à l'échelle mondiale et offre une vision plus complète des comportements des populations en matière d'épargne, d'emprunt, de paiements et de gestion des risques.

Section 3 : Les obstacles de la finance inclusive

Lorsque l'on parle des obstacles à la finance inclusive, il est important de discerner « l'exclusion volontaire » de « l'exclusion involontaire ». L'exclusion volontaire est liée à des choix microéconomiques de ne pas recourir aux services financiers formels ; elle se fait plutôt du côté de la demande des services financiers. En revanche, l'exclusion involontaire résulte des facteurs subis qui excluent une population ; elle se fait plutôt du côté de l'offre des services financiers.

Figure N°03 : Les effets des obstacles de l'inclusion financière



Source : réalisée à partir des constructions des auteurs

Malgré l'importance de l'inclusion financière, plusieurs barrières ont entravé son progrès, empêchant des millions de personnes d'avoir accès aux différents services financiers. Ces obstacles sont complexes et multiples, allant des facteurs économiques aux facteurs sociaux et culturels. On peut citer les suivants :

3.1 Le manque d'informations sur les prestataires et les services

Un grand nombre de personnes n'ont pas les connaissances et les informations nécessaires pour comprendre les concepts financiers et les modalités ou la fiabilité des prestataires. Les clients inexpérimentés ont tendance à ne pas comprendre les avantages et les risques des services financiers formels et cela les rend hésitants à les utiliser.²⁰ Un manque de connaissances financières peut avoir des effets négatifs à long terme sur la sécurité financière et le bien-être d'un individu. Cela peut entraîner un endettement excessif, des difficultés à atteindre les objectifs financiers à long terme et un stress financier accru.

²⁰ DEENA, M. BURJORJEE, L et BARBARA SCOLA B. (2015), « une approche systémique de l'inclusion financière Guide à destination des bailleurs de fonds », Groupe consultatif d'assistance aux plus pauvres (CGAP), Washington, DC 20433 États-Unis, P.18.

3.2 Coûts élevés des services financiers

Les frais associés aux transactions financières peuvent être inabordables pour les personnes à faible revenu, et se tourner vers une institution financière peut nécessiter un investissement important en temps et en argent, surtout ceux qui vivent dans les régions éloignées. Tout cela peut dissuader les individus d'utiliser les services financiers.

3.3 Méfiance à l'égard des institutions financières

La contrainte et le manque de confiance des institutions financières peuvent être un obstacle à l'adoption des services financiers formels. Une relation financière se base sur la confiance et celle-ci est difficile à établir si les clients perçoivent un énorme fossé entre eux et le prestataire. Ce manque de confiance est l'une des causes qui limite l'utilisation des SFN, ce qui explique le nombre de comptes inactifs et la préférence des utilisateurs aux moyens classiques.²¹ Cela peut les exclure du système financier formel et les priver des avantages qui y sont associés.

3.4 Manque d'infrastructures technologiques

L'accès à internet est limité dans de nombreuses régions, cela limite la possibilité d'utiliser des services financiers numériques car les transactions électroniques nécessitent d'avoir un accès à internet stable. Les réglementations strictes ou les politiques gouvernementales peuvent entraver également le développement des infrastructures technologiques nécessaires à la finance inclusive²².

3.5 Faible densité d'agences bancaires

Dans certaines régions, en particulier dans les zones rurales, Il convient de rappeler que 75 % de la population mondiale pauvre vit dans des zones rurales qui comptent moins de points d'accès aux services financiers. Ainsi, la distance à parcourir pour accéder à une agence bancaire est trop grande, ce qui entraîne des coûts de déplacements et de transactions élevés²³.

²¹ <https://www.cgap.org>, consulté le 03/03/2024.

²² ROZEN, M., et BONNET, M. (2019), *Accélérer l'inclusion financière dans les pays africains : nouvelles approches des stratégies d'inclusion financière*, EMS éditions, France.

²³ <https://www.cairn.info>, consulté le 02/03/2024.

3.6 Une capacité institutionnelle limitée

De nombreuses prestations de services financiers pour atteindre les objectifs sociaux manquent de vision stratégique, de leadership et les capacités pour innover, en sachant que les processus institutionnels sont nécessaires pour répondre aux besoins de la société.

3.7 Inégalités de genre

L'inégalité entre les sexes peut également constituer un obstacle à l'inclusion financière, dans la mesure où les normes sociales limitent l'accès des femmes aux services financiers et aux opportunités économiques. Les femmes peuvent être confrontées à des obstacles supplémentaires, comme le manque d'indépendance économique et des ressources familiales limitées²⁴.

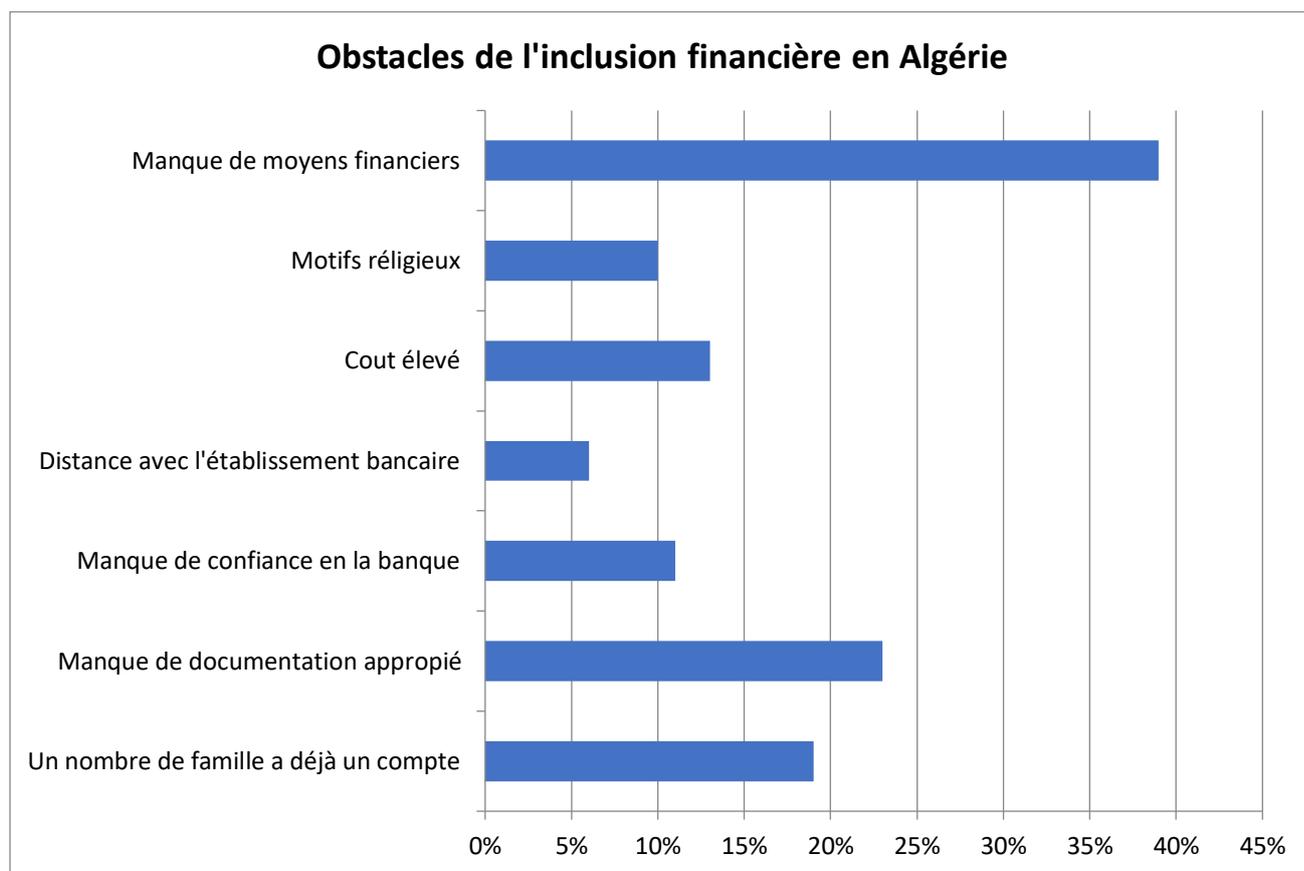
3.8 Obstacles culturels

Dans certaines cultures, il existe une forte préférence pour la détention d'espèces plutôt que pour le recours aux banques et autres services financiers formels. Les décisions économiques peuvent être prises collectivement, sur la base de normes familiales et sociales plutôt que de considérations individuelles. Les attitudes de certaines cultures à l'égard de l'endettement sont stigmatisées ou considérées comme un signe de faiblesse financière. Certaines religions comme la religion musulmane, définit un certain nombre de principes en matière financière et interdit la pratique de certains services et produits financiers, il est nécessaire d'offrir des produits et services respectueux des principes de cette religion²⁵.

²⁴ <https://www.ilo.org>, consulté le 02/03/2024.

²⁵ <https://www.afdb.org>, consulté le 02/03/2024.

Graphique N°01 : Les obstacles de l'inclusion financière en Algérie



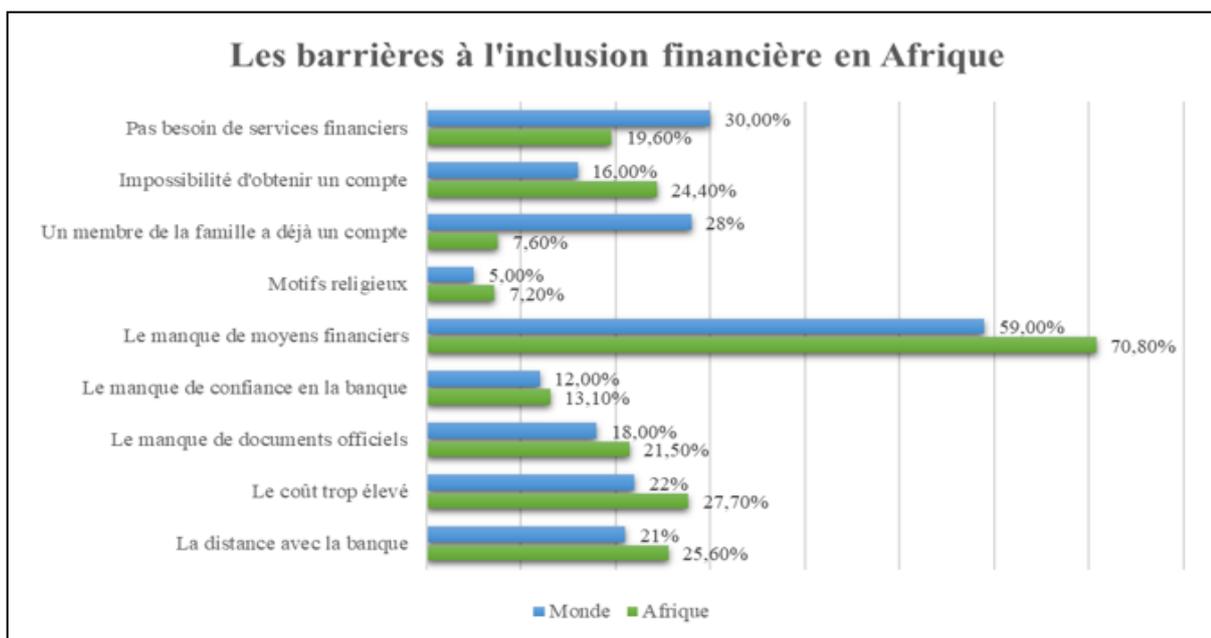
Source : établi par nos soins à partir de la base de données « DATABANK 2021 ».

- D'après ces résultats statistiques, nous pouvons remarquer que le manque de moyens financiers constitue l'obstacle majeur de la finance inclusive en Algérie en 2021 représentant 39% des cas .
- Les obstacles involontaires tels que (manque de moyens financiers, distance avec l'établissement bancaire 6%, manque de documentation 23%, et le cout élevé 13%), occupent la grande partie des barrières de la finance inclusive en Algérie. Ces obstacles montrent des lacunes dans le système financier et les infrastructures bancaires du pays. Par exemple, la distance avec les banques peut être due à une répartition inégale des agences, surtout dans les zones rurales. Le manque de documentation pour ouvrir un compte montre que les démarches administratives sont compliquées et doivent être simplifiées. De plus, le coût élevé des services bancaires peut décourager les personnes à faible revenu d'utiliser les services financiers formels. En contrepartie, les obstacles volontaires (un nombre de famille a déjà un compte 19%, motifs religieux 10% et le manque de confiance en la banque 11%), représentent également une part non négligeable des freins à l'inclusion financière. Les motifs religieux, soulignent la nécessité pour les

Chapitre I. Aspects théoriques sur la finance inclusive

institutions financières de développer des produits conformes à la finance islamique afin de répondre à cette demande spécifique. Ainsi, le manque de confiance en la banque est un obstacle important qui peut être attribué à une perception négative du système bancaire, potentiellement due à des expériences passées de mauvaise gestion, ou de manque de transparence.

Graphique N°02 : Les barrières à l'inclusion financière en Afrique



Source: World Bank Global Findex Database 2014. BSI Economics

- Ces statistiques mettent en évidence les défis importants auxquels sont confrontées les initiatives d'inclusion financière en Afrique.
- D'après ces données statistiques, nous constatons qu'en Afrique, comme au niveau mondial, le manque de moyens financiers se pose comme la principale barrière à l'inclusion financière qui affecte 70,8% de la population. Cela reflète non seulement les faibles niveaux de revenu et de richesse dans de nombreuses régions africaines, mais également une inégalité de répartition des ressources économiques.
- Ensuite, on remarque que les principales barrières sont des barrières involontaires avec un coût élevé des services financiers de 27,7%, une distance avec les agences bancaires de 25,6% et un manque de documents officiels de 21,5%. Tandis que, les obstacles volontaires : les motifs religieux avec 7,2 % et le fait qu'un membre de la famille ait déjà un compte avec 7,6 %, ne sont pas moins significatifs. Donc, pour promouvoir la finance inclusive en Afrique, il est essentiel d'adresser ces barrières à plusieurs niveaux et de développer des produits financiers conformes aux besoins des populations africaines.

Conclusion

Pour conclure ce chapitre, nous tenons à rappeler l'importance du concept de la finance inclusive pour les individus et pour le développement économique et social, tant au niveau national qu'international. Ces dernières années, de nombreuses améliorations sont réalisées dans ce domaine, mais il reste encore beaucoup à faire pour atteindre une inclusion financière durable, tout en prenant compte des besoins et les réalités des populations exclues du système formel, notamment les femmes, les jeunes, les personnes à faible revenu et les populations rurales. Cela en relevant les principaux défis qui incluent le manque d'infrastructures, les coûts très élevés, etc. Bien évidemment, des efforts de la part des gouvernements, les institutions financières, et le secteur privé sont nécessaires pour promouvoir une finance inclusive pour tous.

***Chapitre II : La relation entre
l'e-Banking et la finance
inclusive***

Introduction

De nos jours, les avancées technologiques occupent une position essentielle dans notre vie quotidienne, avec le secteur bancaire émergeant comme l'un des domaines les plus profondément impactés par cette transformation. Ces innovations se révèlent être une nécessité stratégique incontournable sur le marché bancaire et financier, jouant un rôle décisif dans l'avenir et l'évolution de la banque. L'intégration et le développement de l'internet au cours de ces dernières années ont donné naissance à de nouvelles pratiques au sein des institutions bancaires, notamment « l'E-banking ».

En effet, l'adoption du E-banking ne se limite pas à une simple recommandation, mais constitue une impérieuse nécessité pour toute institution bancaire afin de consolider sa position sur le marché, de concevoir des services et des produits répondant aux exigences des échanges interbancaires, et ainsi d'augmenter sa part de marché en offrant une satisfaction optimale à sa clientèle. Ce dernier est donc reconnu comme l'un des moyens les plus adaptés pour répondre de manière idéale aux multiples exigences des consommateurs en termes de disponibilité, en leur offrant ainsi la possibilité d'effectuer aisément et efficacement les différentes opérations et transactions bancaires.

L'objet de ce chapitre que nous avons structuré en trois sections est de présenter les particularités de l'e-banking ; son évolution, ses formes, et ses acteurs dans la première section puis nous allons mentionner ses avantages et inconvénients dans la deuxième section et à la fin nous allons expliquer l'impact de l'e-banking sur la finance inclusive.

Section 1 : Notions de bases sur l'E-banking

La plupart des banques utilisent aujourd'hui leurs propres canaux de distribution pour distribuer leurs produits et services. De nombreuses agences bancaires sont promises à un inévitable déclin. Concurrencées par les pure players, ces banques 100% en ligne qui ne s'appuient sur aucun réseau physique d'agences et réinventent la notion de « proximité »²⁶. Le développement de canaux en ligne amènera les banques à travailler dans un environnement de distribution partagé. Cela peut créer des opportunités pour de nouveaux centres d'intérêt commerciaux, basés sur les avantages compétitifs de chaque organisation.

²⁶ LEGRAND, B. (2015), *CHANGEONS LA BANQUE ! Plaidoyer pour une banque qui rend plus autonome*, le cherche midi, Paris.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

Dans cette section, nous avons tenté d'identifier certaines définitions de l'e-banking et de son évolution au fil du temps, les acteurs intervenants dans ce service et ses différentes formes.

1.1 Définition et évolution de l'E-banking

Avant d'approfondir d'avantage ce travail, il est opportun de définir dès présent le terme « E-banking ». La définition de l'e-banking « electronic banking », dit aussi la banque électronique ou la banque en ligne varie d'un auteur à l'autre.

1.1.1 Les définitions de l'E-banking

La banque électronique, est un terme générique englobant la banque en ligne, la banque par téléphone, la banque mobile, etc. En d'autres termes, c'est un processus de distribution de services bancaires et de produits via des canaux électroniques tels que le téléphone, internet, téléphone portable²⁷.

E-banking est défini comme la livraison automatisée de nouveaux et traditionnels produits et services bancaires directement aux clients via des canaux de communication électroniques et interactifs²⁸.

Pour Shah et Clarke, l'e-banking peut signifier la fourniture d'informations sur une banque et ses services via une page d'accueil sur le World Wide Web (WWW). Des services d'e-banking plus sophistiqués offrent aux clients un accès à leurs comptes, la possibilité de déplacer leur argent entre différents comptes et de réaliser des paiements ou de demander des prêts via des canaux électroniques²⁹.

Diniz, qualifie l'e-banking comme un service fourni par plusieurs institutions financières, permettant aux clients de mener des transactions bancaires via internet, et ce en utilisant un moyen comme le PC, le téléphone, le minitel, ou autres³⁰.

²⁷ New century's dictionary of Banking and Finance, 2008.

²⁸ KULDEEP, S. R. (2019), "the impact of E-banking on the use of banking services and customers satisfaction", Vol. 3-N° 4, P. 21.

²⁹ SHAH, M., et CLARKE, S. (2009), *E-Banking Management: issues, solutions and strategies*, Information Science Reference, New York.

³⁰ DINIZ, E. (1998), « web Banking in USA », *journal of internet Banking and commerce*, Vol. 3- N° 2.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

Stamoulis en 1999, définit l'e-banking comme un canal de distribution et de livraison des services financiers par multimédia, et d'une façon globale et moins coûteuse³¹.

Selon FDIC, La banque électronique est reliée à un environnement automatisé, à un réseau combiné de PCs, de téléphones, des équipements de télévision interactifs, d'internet et d'autres.... Ainsi, on trouve le phone banking, le PC banking et l'internet Banking comme des importants exemples du réseau de la banque électronique³².

Selon FFIEC, l'e-banking est défini comme l'accès à des services bancaires électroniques, tels que la consultation de comptes, le transfert de fonds, le paiement de factures et d'autres transactions financières, via un site Web généralement sécurisé ou une application mobile fournie par une institution financière.

Koo et Wati définissent la banque électronique comme la fourniture d'informations et de services bancaires par les banques aux clients par le biais de différents canaux de distribution qui peuvent être utilisés avec différents appareils électroniques tels qu'un ordinateur et un téléphone portable avec un logiciel de navigation, un téléphone ou une télévision numérique³³.

A travers ces quelques définitions, nous pouvons résumer la signification du terme e-banking en la banque électronique qui fournit des services financiers aux clients par le biais d'internet. Donc, il se réfère à l'utilisation d'internet par une institution financière pour proposer à ses clients une gamme variée de services bancaires, allant d'une simple présentation de produits à la gestion à distance de transactions financières.

1.1.2 Evolution de l'E-banking

Les premiers services bancaires électroniques offrent aux clients la possibilité de consulter leurs soldes et d'effectuer des opérations bancaires de base via une interface en ligne. Même si ces services étaient souvent limités et peu conviviaux, ils ont ouvert la voie à une nouvelle ère de banque numérique. Au cours des années, ces services bancaires électroniques se sont

³¹ TOUFAILY, E. (2004), « Adoption de la banque électronique et son impact sur la performance organisationnelle : cas du secteur du marché du LIBAN », mémoire en administration des affaires, université du Québec à Montréal.

³² Federal Deposit Insurance Corporation, (1998), "Electronic Banking: Safety and Soundness Examination Procedures", p. 1-13.

³³ KOO, Y. et WATI, P. (2010), "Toward an Understanding of the Mediating Role of "Trust" in Mobile Banking Service: An Empirical Test of Indonesia Case". *Journal of Universal Computer Science*, Vol.16-N°13.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

développés pour inclure un plus large éventail de fonctionnalités. Les clients peuvent désormais envoyer de l'argent, payer leurs factures et gérer leurs comptes d'épargne et de crédit en ligne. L'interface utilisateur a été améliorée pour offrir une expérience plus intuitive et conviviale. Avec la popularité croissante des Smartphones, les banques ont commencé à développer des applications mobiles dédiées qui permettent aux clients d'accéder aux services bancaires sans déplacement.

Dans les années **50-60**, les banques ont entamé un processus visant à automatiser les tâches de leur "back-office"³⁴, c'est-à-dire les opérations administratives et de gestion qui soutiennent les activités principales de la banque. Cette automatisation était initialement centrée sur l'optimisation des processus internes pour améliorer l'efficacité opérationnelle et réduire les coûts.

Au début des années **70**, l'accent s'est déplacé vers l'automatisation des échanges interbancaires. Cela a conduit à l'émergence des premiers centres de télé-compensation, qui étaient des installations permettant aux banques de traiter électroniquement les transactions financières entre elles sur une échelle plus large. Cette étape a permis aux banques de réaliser des économies d'échelle et de bénéficier des avantages de l'automatisation sur un plus grand nombre de transactions. Cette évolution combinée, à la fois axée sur la production (automatisation des tâches) et sur le commerce (nouveaux modes d'accès), a été souvent abordée par les banques principalement dans le but d'améliorer la productivité et de réduire les coûts des opérations.

Dans les années **75-80**, l'informatique a commencé à influencer les guichets "front office" des banques, qui sont les points de contact directs avec les clients. Les banques ont commencé à informatiser les postes de travail des employés travaillant aux guichets, ce qui leur a permis de traiter les transactions plus rapidement et efficacement. Les systèmes informatisés ont été utilisés pour enregistrer les transactions, consulter les comptes des clients et effectuer d'autres opérations bancaires. Les DAB et les GAB ont été introduits pour offrir aux clients un accès automatisé à certaines fonctions bancaires. Initialement, ces machines étaient principalement utilisées pour des tâches simples telles que les retraits d'espèces et la consultation de solde. Au fur et à mesure que la technologie progressait, les guichets automatiques ont été équipés de fonctionnalités supplémentaires telles que le support publicitaire, la fourniture de conseils

³⁴ Katia, M. (2020) « l'e-banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population », mémoire de master en sciences économiques, université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

financiers et même la possibilité de réaliser des simulations pour les clients³⁵. Ces évolutions ont permis aux guichets automatiques de devenir de véritables points de service complets, offrant plus qu'un simple accès aux liquidités, mais également des informations et des conseils financiers.

Dans le même temps, de nouveaux services utilisant le support télécommunication ont été proposés à la clientèle avec le vidéotex (Minitel en France) et l'audio texte (les serveurs vocaux, les messageries vocales)³⁶.

Dans les années **90**, l'e-banking a connu une évolution majeure, principalement en raison de l'essor d'Internet. Les banques ont répondu à cette opportunité en développant des sites web offrant une gamme croissante de services bancaires en ligne, allant de la consultation des soldes à la réalisation de transactions telles que les virements de fonds et les paiements de factures. Cette expansion a été accompagnée d'une attention accrue à la sécurité, avec des investissements dans des technologies de pointe pour protéger les données des clients et sécuriser les transactions en ligne. Les services bancaires en ligne sont rapidement devenus l'option préférée de nombreuses personnes en raison de leur commodité³⁷. Parallèlement, les banques ont diversifié leurs offres en ligne pour inclure des services plus sophistiqués tels que la gestion de portefeuille et le trading en ligne. Par exemple, en 1994, la Stanford Federal Credit Union est devenue la première institution financière à proposer des services bancaires en ligne à ses membres, et en 1996, Wells Fargo est devenue la première banque à proposer des services bancaires en ligne à ses clients³⁸.

Depuis les années **2000**, l'e-banking devient plus commode, il offre une expérience bancaire complète et efficace, redéfinissant la relation entre les clients et les institutions financières, offrant aux clients un accès facile et sécurisé à une gamme complète de services bancaires en ligne disponibles sur une variété de plateformes, des ordinateurs de bureau et Smartphones. Ces services permettent aux utilisateurs de gérer leurs comptes, de réaliser des transactions, de payer des factures et même d'obtenir des prêts, le tout à tout moment et en tout lieu. Par exemple, dans les années 2010, l'online banking a commencé à s'imposer. C'est ce que

³⁵ EPINETTE, O. et SAHUT, J., article sur «La banque directe : canal de distribution viable ? » Institut National des Télécommunications - Département Gestion à Evry.

³⁶ Olivier Epinette et Jean-Michel Sahut, idem.

³⁷ IVEY, A. (2023), « A brief history of digital banking ».

³⁸ IVEY, A (2023) , idem.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

montrent les chiffres de l'Office fédéral de la statistique : alors qu'en 2014, 54% de la population entre 16 et 74 ans utilisaient la banque en ligne, ils étaient déjà 73% en 2019³⁹.

➤ L'E-banking en Algérie

En Algérie, dès le début des années 90, la volonté politique de promouvoir le développement du l'e-banking s'est clairement exprimée. Cela s'est manifesté par la création du SATIM « Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétiques » en 1995. Les différents responsables du secteur bancaire algérien ont également lancé un processus de modernisation en mettant en place de nouveaux réseaux qui nécessitent d'importants investissements pour l'acquisition de nouveaux équipements et technologies de communication. La réussite de cette modernisation dépend, selon plusieurs banquiers, de l'efficacité du réseau de télécommunication, qui constitue le principal support technique du nouveau réseau monétique.

Le SATIM, Organisme leader fédérant l'ensemble des banques actives en Algérie (BNA, BEA, BADR, CPA, BDL, EL BARAKA, CNEP, CNMA). Ce sont ajoutées également des banques étrangères de droit algérien telles que : BNP, HSBC, NATIXIX, SOCIETE GENERALE, HOUSING BANK.⁴⁰ Il s'agit de l'opérateur monétique interbancaire en Algérie pour les cartes domestiques ainsi qu'internationales agissant comme l'un des instruments techniques d'accompagnement du programme de développement et de modernisation des banques et particulièrement de promotion des moyens de paiement par carte. SATIM réunit 18 adhérents dans son réseau monétique interbancaire, se composant de 17 banques dont 06 banques publiques et 11 banques privées ainsi qu'Algérie Poste⁴¹.

À sa création, cette société s'est vue confier différentes missions à savoir :⁴²

- La mise en place et la gestion de la plate-forme technique et organisationnelle assurant l'interopérabilité totale entre tous les acteurs du réseau monétique en Algérie.
- La promotion des moyens de paiement électroniques et modernisation des banques.
- Intégration, Gestion & Assistance DAB/GAB, TPE & E-commerce.

³⁹ <https://www.postfinance.ch> « Online banking : brève rétrospective », consulté le 15/04/2024.

⁴⁰ BEKHTI, M. (2013), « POLITIQUE DE LANCEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT Enjeux des NTIC dans le secteur bancaire algérien. Etude de cas : le comportement des clients bancaires avec le multicanal ». Mémoire de Magister : Marketing, Université de Tlemcen.

⁴¹ <https://www.satim.dz>, consulté le 22/04/2024.

⁴² <https://www.satim.dz/fr/la-satim/nos-missions.html>, consulté le 22/04/2024.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique « SATIM » assure également les fonctions de connexion et de gestion des DAB/GAB, la personnalisation des cartes de retrait interbancaires « pour les banques », et la mise en place de switch pour les membres ayant leur propre système d'autorisation.

Cet organisme comprend ainsi plusieurs avantages dont on peut citer :

Une Interbancaire totale (Banques et Algérie Poste), une disponibilité du service (Système opérationnel 24H/24H et 7J/7), une diminution de la circulation du cash, une Élimination du risque d'encaissement de faux billet et enfin une utilisation d'une carte multifonctions (Retraits et Paiements).

En 1996, la SATIM a mis en place un système de personnalisation de chèques. Dans ce cas-là, Les actions entreprises pour l'e-banking ne se sont ressenties qu'à partir 7 ans de sa création, où les projets e-banking vont se multiplier⁴³.

Dans une première phase, la SATIM va entreprendre, entre 2002 et 2005, différentes actions visant la mise ne place d'un « système de paiement interbancaire ». Parmi ces actions, nous citons notamment : le développement d'un réseau monétaire interbancaire (RMI) assurant la sécurité et l'interopérabilité du système de retrait et de paiement sur DAB et TPE ; l'adoption, entre 2003 et 2004, d'un système de paiement par carte conforme aux normes EMV, et la création d'un Comité monétique interbancaire (COMI) en 2005⁴⁴.

Dans une deuxième phase, des efforts considérables porteront entre 2006 et 2008 sur le développement du système de paiement interbancaire (CIB) : lancement du pilote du système en 2006 ; généralisation en 2007 ; puis efforts d'extension en 2008. Pendant cette deuxième phase, le système développé par la SATIM offrait deux services principaux : le retrait d'argent à partir des DAB et le règlement des transactions à partir des terminaux de paiement électronique (TPE) acquis par les commerçants. Les institutions du secteur monétaire offraient à la clientèle deux types particuliers de cartes électroniques : Les cartes de retrait, d'une part, dont les fonctionnalités se limitaient au retrait d'argent à partir des DAB et à la consultation de compte⁴⁵.

Dans une troisième phase, la SATIM lança à partir de 2008 différentes actions visant le développement des services bancaires sur internet et des services bancaires mobiles. Dans ce

⁴³ NOUI, N., DOUFFI, M., et CHOUBAR, L. (2023), « Vers le E-banking sécurisé en Algérie », *Revue Cahiers Economiques*, Vol.14-N°01, P.96 -111.

⁴⁴ BELLAHCENE, F., FEROUANI, B. (2014), « L'adoption des systèmes du e-banking dans les pays en voie de développement : Analyse du cas algérien à la lumière des résultats obtenus dans d'autres pays », *Revue d'économie et de management*, Vol.13,-N°2, P. 1-15.

⁴⁵ BELLAHCENE, F., FEROUANI, B. idem.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

Cadre, les actions entreprises visaient le développement progressif de services proposés par les banques algériennes sur leurs sites internet (consultation des soldes, demande de chéquiers, demande de relevés d'identité bancaire, virements, etc.), via les téléphones portables ; ainsi que l'introduction des systèmes de paiement sur le net.

1.2 Les acteurs de l'E-banking

Pour assurer le bon fonctionnement et le développement de la banque électronique dans un système bancaire efficient, les décideurs doivent veiller à garantir que cela soit économiquement efficace. Dans cette optique, un certain groupe d'acteurs s'engagent afin d'assurer la mise en œuvre d'un système bancaire hautement performant qui garantit la satisfaction des clients.

1.2.1 Les Banques

Dans le domaine de l'E-banking les banques jouent un rôle central, dont elles proposent une gamme complète de services financiers en ligne, allant des comptes courants et d'épargne aux prêts, aux cartes de crédit, aux placements et bien d'autres encore. Les banques investissent massivement dans des systèmes de sécurité robustes pour protéger les informations sensibles des clients et garantir la confidentialité et la protection des transactions sûres en ligne. En outre elles offrent un support client pour aider les utilisateurs en cas des problèmes ou des questions concernant les services E-banking.

1.2.2 Les fournisseurs

Il s'agit des :⁴⁶

- Producteurs-distributeurs de cartes, de producteurs-distributeurs de matérielles monétiques (Terminal de paiement électronique TPE – distributeur automatique de billets DAB) des Sociétés de Services et d'ingénierie Informatiques (SSII) traitants les informations.
- Producteurs-distributeurs de systèmes sécuritaires.
- Producteurs-distributeurs de logiciels.
- Bureau de conseils en organisation spécialisés.
- Opérateurs de télécommunications.

⁴⁶ KHEDIM, M. (2016), « L'adoption des systèmes d'information « L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien » mémoire de magister Université Abou Bakr Belkaid Tlemcen.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

- Opérateurs de réseau.
- Gestionnaires de flux financiers (serveurs d'autorisation).

Aujourd'hui, ils sont devenus des vrais partenaires des établissements bancaires. Toutes les banques font appel à ce type de fournisseurs qui jouent un rôle fondamental dans l'écosystème de l'e-banking en permettant aux banques de mettre en place des plateformes sécurisées et efficaces pour les transactions et la gestion des comptes en ligne.

1.2.3 Les clients

Le client est un acteur clé dans l'électronique banking car il utilise les services financiers en ligne fournis par la banque. Ils sont de deux types :

a) Les accepteurs

Ce sont les personnes morales ou physiques qui adhèrent au système E-banking. Cette appellation officielle reflète la diversité des organisations qui adoptent les services bancaires électroniques. Il peut s'agir de commerces traditionnels, de prestataires de services, de professions libérales, d'associations et bien d'autres encore. Ils permettent à la monétique d'exister car c'est grâce à leur collaboration que les banques peuvent atteindre les utilisateurs finaux du système monétique.⁴⁷L'adhésion de nombreux accepteurs représente un enjeu stratégique pour les banques et se formalise par des contrats détaillant les conditions d'adhésion ainsi que les obligations respectives de la banque et de l'accepteur, y compris les mesures de sécurité.

b) Les utilisateurs⁴⁸

La banque vise à garantir la satisfaction de ses clients, ce qui peut ultimement conduire à une meilleure rentabilité. Pour cela, elle doit offrir une expérience confortable aux clients lorsqu'ils utilisent les services d'E-banking. Cela implique de fournir un système abordable, fiable, et facile à accéder et à utiliser.

Les éléments ci-dessous peuvent être présentés sous forme avantage pour répondre aux attentes des clients :

⁴⁷TOURNOIS, N. (2002), *Le marketing bancaire face aux nouvelles technologies : Le contexte de l'aube du troisième millénaire*, Tome 1. s.l.: édition e-theque. France.

⁴⁸ KHEDIM, M. op.cit.

- **La sécurité**

La sécurité dans les transactions bancaires en ligne repose en grande partie sur l'utilisation de codes confidentiels. Ces codes sont souvent créés par les titulaires eux-mêmes lors de la configuration de leur compte ou de l'activation de leur carte, il est généralement invité à saisir son code confidentiel pour authentifier et valider la transaction. En cas de perte ou de vol, le risque de voir utiliser la carte du porteur à son insu est minime car le voleur ou la personne qui trouve la carte ne peut pas effectuer de transactions sans connaître le code confidentiel.

- **Le prix**

Lorsqu'un utilisateur opte pour un moyen de paiement comme une carte bancaire, il est souvent confronté à des frais, que ce soit sous forme de frais de carte annuels, de frais de traitement des transactions, ou d'autres frais associés à l'utilisation de ce service. Cependant, pour encourager l'adoption de ces moyens de paiement électroniques, les banques et les fournisseurs de cartes offrent souvent des avantages supplémentaires, et il faut que le prix soit peu élevé et corresponde à la rémunération d'avantages accordés par ailleurs à son utilisateur.

- **La simplicité d'exécution**

Du point de vue technique, l'utilisation a été rendue extrêmement simple et ne demande aucune compétence spécifique. Commercialement, l'interbancaire, la multiplication des points de vente, des distributeurs automatiques de billets (DAB) et des guichets automatiques bancaires (GAB) ont donné à ce moyen de paiement un vrai caractère de substituabilité et devient une alternative réelle et pratique.

1.3 Les types de banques électroniques

- **Les banques 100% en ligne**

Ces banques fonctionnent entièrement sur Internet. Elles permettent aux clients d'accéder à leurs comptes bancaires, d'effectuer des transactions, d'effectuer des paiements et de bénéficier d'autres services bancaires via des sites Web et des applications mobiles sécurisés. Elles offrent généralement des avantages tels que des frais faibles ou nuls, des taux d'intérêts compétitifs sur les comptes d'épargne et une disponibilité de services flexible (24h/24 et 7j/7). Les salariés travaillent tous au même endroit pour répondre aux demandes de milliers de clients. C'est cette opération particulière qui permet à ces établissements de proposer des tarifs

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

bien inférieurs aux réseaux traditionnels. C'est-à-dire servir les clients à moindre coût. Les clients des services bancaires en ligne ont généralement la possibilité de contacter le service client par téléphone, e-mail ou chat en ligne pour obtenir de l'aide et des conseils. Les banques en ligne deviennent de plus en plus populaires en raison de leur commodité, de leur accessibilité. Elles ne sont pas plus risquées que les banques traditionnelles avec réseau d'agences. Elles sont soumises aux mêmes conditions d'exercice et de contrôle par les autorités bancaires⁴⁹.

➤ Les banques hybrides⁵⁰

Les banques hybrides combinent à la fois des services traditionnels en agence physique et des services bancaires en ligne. Les banques hybrides peuvent offrir des capacités numériques avancées tout en fournissant une assistance personnelle pour des services spécifiques. Cette approche permet aux clients de bénéficier de la commodité des services bancaires en ligne et d'accéder à un accompagnement personnalisé en cas de besoin. Avoir un compte hybride peut aider à éviter les frais, obtenir de meilleurs rendements annuels et profiter de certains avantages liés au compte.

1.4 Les formes de l'E-banking

Grâce aux TIC et au développement d'internet, de nouveaux produits et canaux de distribution des services de l'e-banking sont apparus au fil des années, comme les ATM, phone banking, WAP banking, home banking et internet banking, etc. Ces modèles divers réfèrent à plusieurs façons dont les clients peuvent accéder à leurs banques sans présence physique. Ainsi, ils ne désignent pas nécessairement la même notion, mais convergent tous vers une fonction finale commune qui constitue la gestion à distance de la relation client.

➤ L'automate de banque (Automated Teller Machine « ATM »)⁵¹

Aussi appelé guichet automatique de banque (GAB), est un automate installé dans de nombreuses agences bancaires. Il permet au détenteur d'une carte bancaire d'effectuer de multiples opérations sans intervention du personnel de sa banque. Les GAB offrent généralement une large gamme de services, notamment la consultation de solde, le retrait d'espèces, le dépôt de chèques, demande de RIB, le paiement de factures, le transfert de fonds

⁴⁹ <https://www.lafinancepourtous.com> consulté le 16/04/2024.

⁵⁰ SCIALOM, L. et TADJEDDINE Y. (2014), « Banques hybrides et réglementation des banques de l'ombre ».

⁵¹ AMRANE S., DAMENE, O. (2023), "FinTech Adoption in the Algerian Banking Sector: Reality and Challenges", *Journal of economic integration*, Vol.11,-N°5, P. 213-227.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

entre comptes, le chargement de cartes prépayées. Ils sont utilisables vingt-quatre heures sur vingt-quatre, sept jours sur sept. Les GAB font aussi fonction de distributeurs de billets (DAB) ne permettant que les retraits.

➤ **Phone banking (le telephone banking)**

Appelé également la banque par téléphone ou le T-banking. Il permet la fourniture de services bancaires en utilisant une ligne téléphonique classique. Un client d'une banque peut obtenir les informations nécessaires en composant un numéro téléphone précisé à l'avance. L'un des avantages de ce service est qu'il ne nécessite aucun équipement technique supplémentaire en dehors d'un téléphone. En règle générale, les opérateurs des centres d'appels bancaires travaillent 24 heures sur 24 sans interruption et il est donc possible d'utiliser leurs services n'importe où et à tout moment.⁵² Grâce aux applications, il est beaucoup plus simple de se connecter à son compte bancaire via un téléphone que via un ordinateur⁵³.

➤ **Mobile banking**

Le M-banking est l'utilisation du téléphone portable « mobile phone » pour fournir des services bancaires qui peuvent être des transactions financières et des échanges d'informations entre le client et l'institution financière. L'ensemble des services offerts peut comprendre des installations pour effectuer des transactions bancaires et boursières, pour administrer les comptes et d'accéder à des informations personnalisées, tels que le paiement et transferts et l'investissement (services de gestion du portefeuille, prix des actions, etc).

Les services bancaires mobiles sont le plus souvent effectués par SMS (Short Message Services) ou par l'Internet mobile⁵⁴. Aujourd'hui la banque par internet est en voie d'être supplantée par la banque sur mobile : près de la moitié des contacts des clients avec leur banque s'effectuent via un mobile⁵⁵.

➤ **Home banking (banque à domicile)**

Le home banking est un service qui permet à un client bancaire de gérer ses comptes depuis un ordinateur à partir d'un endroit préalablement sélectionné, que ce soit à domicile ou au bureau. Les principales caractéristiques des systèmes de home banking sont le haut niveau de

⁵² CHOVANOVA, A., "Forms of Electronic Banking", BIATEC, Volume XIV, 6/2006.

⁵³ LEGRAND, B. (2015), op.cit.

⁵⁴ CHAREF, L. (2017), "L'E-banking en Algérie", *AL-MOASHEER Journal of Economic Studies*, Vol: 01- Iss: 02, P.173-183.

⁵⁵ LEGRAND, B. (2015), op.cit.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

sécurité, le confort, la simplicité d'utilisation, l'ouverture du système et les larges possibilités de communication. Un système de home banking se compose généralement de deux parties : un programme informatique bancaire et un programme dans l'ordinateur du client. Le programme bancaire fonctionne comme un serveur de communication. Il reçoit les appels des clients, vérifie leur identité, reçoit leurs données, authentifie les signatures numériques, génère des reçus numériques et envoie des données aux clients⁵⁶.

➤ **Internet banking**⁵⁷

Les services bancaires par Internet, également connus sous le nom de services bancaires en ligne, permettent aux clients d'accéder à leurs comptes bancaires et d'effectuer des transactions financières sur Internet. Et le PC banking est une forme particulière de services bancaires par Internet dans laquelle les clients accèdent à leurs comptes bancaires en ligne et effectuent des transactions à l'aide d'ordinateurs personnels.

• **Canal d'information**

Fait référence à la manière dont les clients accèdent aux informations sur leurs comptes et leurs transactions. Les canaux d'information sont accessibles via divers moyens, notamment les sites Web des banques, les applications mobiles, les guichets automatiques, les systèmes téléphoniques automatisés et même les notifications par SMS. En général, les canaux d'information permettent aux clients de surveiller et de gérer activement leurs comptes et de fournir un accès facile aux données financières importantes.

• **Canal de transaction**

Initialement, les sites web des banques se limitaient à des présentations basiques de l'établissement bancaire. Par la suite, ils ont progressé pour devenir de véritables plateformes transactionnelles, offrant la possibilité d'effectuer des opérations bancaires de la même manière que dans une agence ou à un guichet automatique. Grâce à ce canal, les clients peuvent lancer et finaliser des transactions directement depuis leurs comptes bancaires via des plateformes en ligne, des applications mobiles, ou d'autres appareils électroniques. Les transactions peuvent être sécurisées grâce à des méthodes d'authentification telles que des codes d'accès, des mots de passe, et des codes de vérification envoyés par SMS.

⁵⁶CHOVANOVA, A., op.cit.

⁵⁷SCHAECHTER, A. (2002), « issues in electronic banking », International Monetary Fund, P.3.

- **Canal de communication**

Ce canal permet d'améliorer la relation avec le client. Il fait référence à la manière dont les clients interagissent avec les banques pour recevoir des informations, des conseils et une assistance. Les canaux de communication permettent aux clients de communiquer rapidement, facilement et en toute sécurité avec leur banque, quel que soit le canal qu'ils préfèrent.

- **WAP banking**

Le WAP-Banking se définit comme étant un service permettant aux clients d'un opérateur de téléphonie mobile d'accéder aux informations de leurs comptes bancaires via une application logée sur un serveur web. Le principal avantage du WAP est son interactivité, permettant de concevoir de applications fortement structurées et facilement modifiables. Il offre ainsi la possibilité de créer des rubriques, mettre des informations en ligne, consultables à l'initiative de l'utilisateur, à partir de son téléphone mobile. Il permet également de protéger les informations transmises entre le client et la banque⁵⁸.

- **SMS Banking**

Le SMS-Banking est une branche de l'E-banking qui combine le SMS et le téléphone mobile. A ce titre, Les clients de la banque peuvent gérer leur compte, visualiser leurs soldes, demander des chèquiers, faire des virements, payer des factures et d'autres transactions bancaires en utilisant leur téléphone mobile⁵⁹. Le client peut recevoir automatiquement des informations sur le solde de son compte : un SMS est envoyé au client immédiatement après qu'une certaine opération a été effectuée, ou pour une demande, le client envoie à la banque un message que celle-ci traite et répond à la demande du client par SMS⁶⁰.

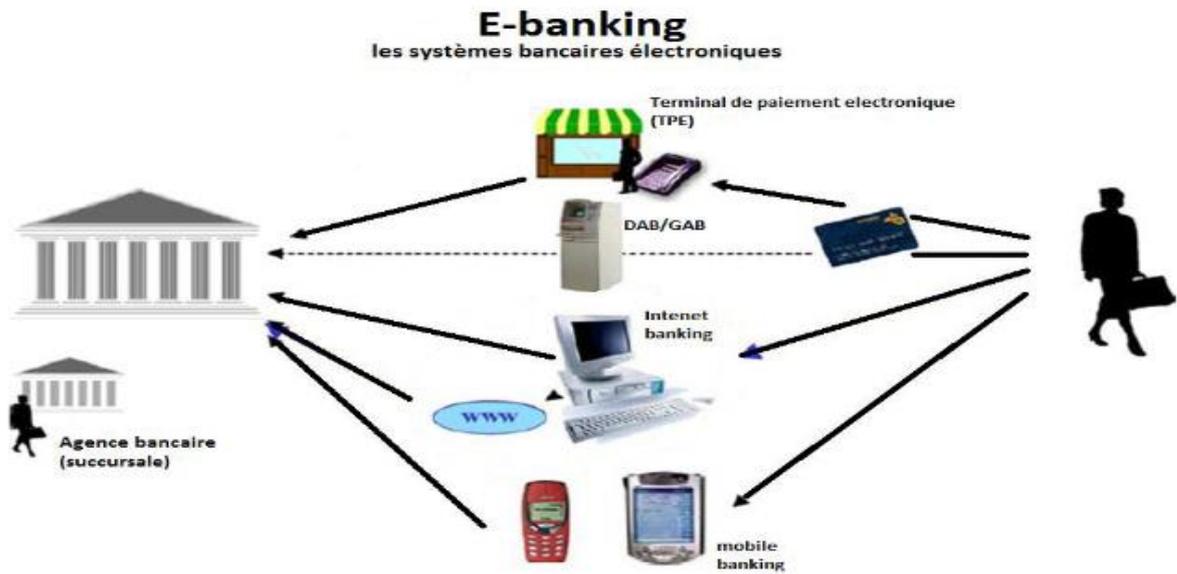
⁵⁸ DOUANLA, TOUOPI F.E. (2009) « M-banking: Analyse, conception et implémentation d'une solution de SMS-Banking », mémoire de master, Institut d'ingénierie informatique de Limoges.

⁵⁹ HIBER, K., et MANSERI, L. (2020), « Le comportement du consommateur algérien face aux défis de l'E-Banking », mémoire de master en sciences de gestion, université MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU.

⁶⁰ CHOVANOVA, A., op.cit.

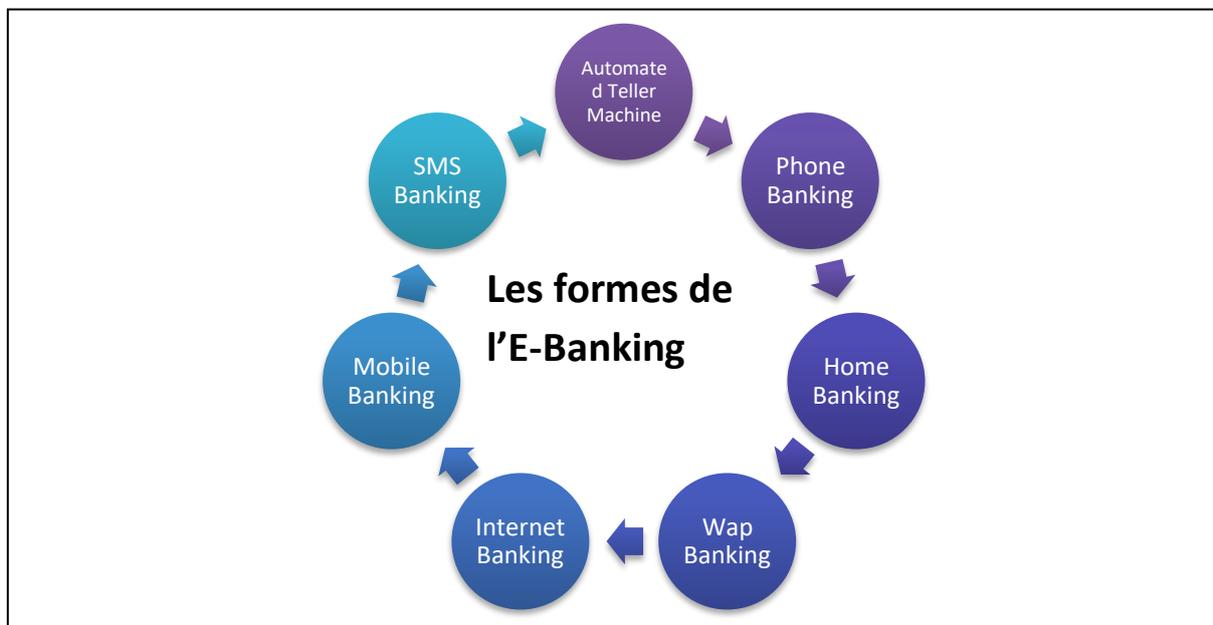
Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

Figure N° 04 : Les différents outils de l'e-banking en plus des succursales traditionnelles



Source : KHEDIM Mohammed Mehdi, (2016), « L'adoption des systèmes d'information « L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien » mémoire de magister Université Abou Bakr Belkaid Tlemcen.

Figure N°05 : Les formes de l'E-banking



Source : réalisée par nous-mêmes

Section 2 : Les atouts et inconvénients de l'e-banking

L'e-banking, également connu sous le nom de banque en ligne, a connu une croissance fulgurante au cours de ces dernières années. Un nombre croissant de clients adoptent cette nouvelle méthode innovante, attirés par ses avantages, en leur offrant des opérations simplifiées et moins coûteuses. Toutefois, elle pose aussi des défis qui reflètent les complexités de l'environnement numérique.

Dans cette section, nous avons essayé de spécifier les atouts de l'e-banking des points de vue différents : celui de la banque, du client et celui de l'entreprise, et d'examiner les inconvénients de cette révolution numérique.

2.1 Les atouts de l'e-banking

Tout d'abord, l'un des principaux avantages des services bancaires électroniques est l'image de marque compétitive et une meilleure appréciation des demandes du marché. Comme l'indiquent les perspectives communiquées par Jen et Michael⁶¹, les services bancaires électroniques ont ouvert des portes communes aux banques et aux entreprises du monde entier, ce qui se manifeste clairement dans la manière dont elles effectuent les transactions financières.

2.1.1 Pour la banque

Grâce à la banque électronique, les banques ont la capacité d'attirer des clients polyvalents, ce qui leur permet de réaliser d'énormes bénéfices en offrant des services liés à l'argent portable. Wind a démontré que de nombreuses banques sont incitées à mettre en œuvre les services bancaires électroniques par des éléments qui les identifient à l'augmentation de leurs bénéfices grâce à l'expansion du marché⁶².

Les services de l'e-banking offrent aux banques une image améliorée sur le marché. Les institutions financières qui se distinguent par la qualité de leurs services sont perçues comme des pionnières dans l'adoption technologique. En effet, la diffusion des technologies de l'information et de la communication a joué un rôle clé dans l'émergence de nouveaux canaux

⁶¹ JEN, N., et MICHAEL, W. (2006), "Electronic Commerce Research", *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol.7-N°2, P. 2-31.

⁶² WIND, Y. J. (2001), "The challenge of Customization in Financial Services", *Journal of Communication of ACM*, 44(6), P.39-44.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

de distribution de produits et services bancaires, modifiant ainsi les conditions concurrentielles au sein des établissements bancaires. Donc les atouts de l'e-banking pour la banque sont :

2.1.1.1 Un gain de temps considérable ⁶³

Le fait que les clients effectuent la majorité de leurs opérations bancaires électroniquement, conduit à un gain de temps significatif pour les employés des établissements bancaires. En examinant la manière dont les banques sont aménagées, il est clair que tout est conçu de façon à réduire au maximum les interactions en personne. A leur entrée à la banque, les clients sont d'abord confrontés à un nombre important d'automates. Le client ne peut seulement s'adresser à une personne qu'après avoir franchi cette première ligne. Une fois cette ligne franchie, il peut accéder à une zone distincte où sont rassemblés les guichets, qui sont souvent peu nombreux.

Cela libère du temps pour les employés et leur permet de se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.

2.1.1.2 Diversification de produits

La banque électronique a révolutionné le secteur bancaire, surtout en ce qui concerne les produits offerts. Les banques peuvent proposer une large gamme de produits et services bancaires différenciés et personnalisés en fonction des besoins et des attentes de chaque client. Cette différenciation permet aux banques de se démarquer de la concurrence, d'augmenter leur part de marché, d'attirer et fidéliser un grand nombre de clients qui peuvent utiliser ces services 24h/24 et 7j/7 où qu'ils se trouvent.

2.1.1.3 L'e-banking offre de nouvelles possibilités⁶⁴

Les sites web des banques offrent des fonctionnalités avancées, permettant à la clientèle d'obtenir des informations sur les produits bancaires proposés, de consulter les comptes, vérifier les soldes et les transactions récentes. Les clients peuvent aussi soumettre des demandes de prêts personnels, ou de cartes de crédit en ligne. Les sites web proposent également des chats en direct et des numéros de téléphone pour contacter le service clientèle.

⁶³ DENOEL, C., (2008), « L'E-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? », mémoire de master en sciences de gestion, Ecole de Gestion de l'université de Liège.

⁶⁴ DENEOL, C. (idem).

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

C'est-à-dire tout ça sans se rendre physiquement à la banque. Les anciens sites web contenaient habituellement de l'information générale à propos de la banque et de ses différents services, mais avec très peu d'interaction. Par contre les nouveaux sites améliorés offrent de l'interaction et se concentrent sur l'automatisation des services traditionnels dans un environnement en ligne.

2.1.1.4 Réduction des coûts de transaction⁶⁵

Le développement des innovations technologiques dans le secteur bancaire a entraîné une significative réduction des frais et des coûts pour les banques. En effet, l'e-banking a considérablement réduit les coûts de transactions de plusieurs manières, en premier lieu, il est important de souligner que le coût d'ouverture d'une agence est largement supérieur à celui de l'ouverture d'un site internet. Grâce à La banque électronique, de nombreuses tâches bancaires telles que le traitement des paiements, les virements, et la gestion des comptes sont automatisées. Cela diminue la dépendance aux processus manuels, ce qui réduit les coûts associés à la main-d'œuvre. Autrement dit, ces opérations peuvent être effectuées électroniquement sans recourir à des employés pour le saisir manuellement, et l'automatisation atténue les risques d'erreurs humaines. Avec l'utilisation de l'internet, l'intervention humaine est limitée dans les transactions bancaires, entraînant une forte diminution de frais de personnel. Ainsi, l'e-banking réduit la quantité de papier utilisée pour les relevés bancaires, les documents de transaction, etc. Ce qui permet d'économiser sur les coûts associés à l'impression et à la gestion des documents.

2.1.1.5 L'amélioration de la gestion de la relation client⁶⁶

L'évolution technologique et de la banque en ligne a renforcé la relation entre le client et la banque grâce à la fluidité de la communication et l'information partagée en ligne. L'e-banking est un atout majeur pour le renforcement de la GRC, Les plateformes d'e-banking permettent de recueillir une grande quantité de données sur les clients, telles que leurs préférences en matière de produits et services, leurs habitudes de navigation sur le site web de la banque, etc. Ces données peuvent être analysées pour mieux comprendre leurs besoins individuels. Puis, la banque peut recommander des produits basés sur leurs habitudes de dépenses, ou proposer des promotions ciblées en fonction de leurs intérêts. Autrement dit, Les

⁶⁵ AILLI, S. (2014), « Pratique de l'e-banking par la clientèle bancaire (particuliers) au Maroc : contraintes et opportunités marketing », *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, Vol.10-N°9.

⁶⁶ AILLI, S. (idem).

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

systèmes d'e-banking enregistrent les interactions des clients avec la plateforme, ce qui permet aux conseillers clientèle d'avoir une vue d'ensemble des activités de chaque client. Cela facilite le suivi de leurs demandes et la fourniture d'un service client de haute qualité. Enfin, l'e-banking permet aux banques de développer des relations plus étroites et plus personnalisées avec leurs clients, ce qui conduit à une plus grande fidélisation, à une augmentation de la satisfaction client et à une amélioration de la rentabilité à long terme pour la banque.

2.1.1.6 La conquête de nouveaux marchés

L'adoption de l'e-banking a eu un impact significatif sur la conquête de nouveaux marchés pour les institutions financières. Il permet aux banques de s'étaler géographiquement sans avoir à construire des agences. Cela ouvre la porte à de nouveaux marchés qui étaient auparavant inaccessibles en raison des contraintes géographiques. Les technologies avancées permettent à la banque d'étendre ses activités à de nouveaux marchés et d'adopter de nouveaux modes de rencontres entre les clients et la banque⁶⁷. L'e-banking permet aux banques de cibler des segments de marché spécifiques en favorisant l'innovation dans les produits et services bancaires. Cette innovation attire les clients qui recherchent des solutions bancaires modernes et pratiques. De même, les canaux virtuels de distribution donnent aux institutions financières la possibilité de conquérir, de gérer et de fidéliser de nouveaux clients⁶⁸.

2.1.1.7 Élargissement de la portée géographique

Les services bancaires en ligne permettent aux banques d'atteindre un public beaucoup plus large, sans les limitations géographiques imposées par les succursales physiques. Cela ouvre de nouvelles opportunités de croissance et permet aux banques de toucher des clients dans des régions éloignées ou difficiles d'accès, qu'ils soient en zone urbaine ou rurale. Avec l'e-banking, les services bancaires sont accessibles à tout moment et depuis n'importe où, tant que l'utilisateur dispose d'une connexion internet. Cela élimine les barrières géographiques traditionnelles qui auraient pu limiter l'accès des clients à ces services. En effet, le prestataire

⁶⁷ RAMBICUR, J.F., et KHAK, T.D. (1997), « Après l'e-commerce, l'e-produit, Banque », *Revue Banque*, P. 20-21.

⁶⁸ BADO, M., LAVAYSIERRE, B. et COPIN, E. (1998), *E-marketing de la banque et de l'assurance*, Editions d'Organisations, Paris, France.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

des services financiers, en particulier la banque, n'est plus contrainte d'offrir ses services sur une base régionale.

En résumé, l'e-banking permet aux banques d'élargir considérablement leur portée géographique en offrant des services accessibles partout dans le monde, en réduisant les barrières géographiques et en pénétrant de nouveaux marchés, tout en donnant aux clients un accès plus pratique et plus flexible aux services financiers.

2.1.2 Pour le client

La banque en ligne a rendu plus facile la manière dont les clients interagissent avec les institutions financières. Avec l'avènement des technologies numériques, les banques ont adapté leurs services pour offrir une expérience plus pratique, sécurisée et personnalisée à leurs clients. En conséquence, c'est le client lui-même qui peut gérer ses opérations bancaires de manière autonome et efficace, sans dépendre de tiers pour effectuer ses transactions.

Nous allons énumérer les avantages qu'offre l'e-banking aux clients à travers les points suivants :

2.1.2.1 Une offre transfrontalière

L'offre transfrontalière par l'e-banking se réfère à la capacité des institutions financières en ligne à étendre leurs services bancaires au-delà des limites nationales, permettant ainsi aux clients d'accéder à des produits et services financiers dans des pays étrangers. En plus de la dépersonnalisation et de l'automatisation, la caractéristique principale des systèmes d'information bancaire basés sur Internet réside dans la séparation géographique entre les clients et les prestataires de services. Chacune des parties opère ainsi sur le réseau via un ordinateur, dont l'éloignement géographique et l'implantation sont sans importance⁶⁹. Ainsi, le client peut facilement et rapidement effectuer des opérations bancaires depuis son domicile ou n'importe où dans le monde, pourvu qu'il ait accès à une connexion Internet.

2.1.2.2 La mise en avant de plusieurs fonctionnalités proposées

Les fonctionnalités de l'e-banking apportent aux clients du confort et commodité, de gérer leurs opérations bancaires sans déplacement. Les applications se sont enrichies au fil des années et proposent maintenant tout un panel d'informations et de fonctions permettant une gestion de plus en plus complète. Cette large gamme de services proposés est également un

⁶⁹ TRICHET, J. C. (2000), « Internet, quelles conséquences prudentielles ? », Livre Blanc, Banque de France.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

avantage notable, allant de la consultation des soldes et des relevés de compte à la réalisation de virements, au paiement de factures, à la demande de prêts, le tout à partir d'une seule plateforme en ligne. En somme, la banque en ligne représente une avancée majeure offrant aux clients une expérience bancaire plus pratique, flexible, sécurisée et transparente que jamais auparavant.

2.1.2.3 Disponibilité et accessibilité constantes

La disponibilité et l'accessibilité constantes qu'offre l'e-banking transforment profondément l'expérience bancaire des clients, leur permettant ainsi d'accéder à leurs comptes et de réaliser des opérations à tout moment 24h/24 et 7j/7. Concrètement, cela signifie que les clients ne sont plus limités par les horaires d'ouverture des agences. En outre, cette disponibilité permanente favorise une réactivité accrue en cas d'urgence financière. En cas de nécessité soudaine, les clients peuvent rapidement vérifier leur compte, réaliser des transferts ou bloquer une carte de crédit, leur permettant ainsi de réagir immédiatement pour résoudre la situation.

2.1.3 Pour les entreprises

La banque électronique a considérablement simplifié et accéléré les processus financiers pour les entreprises. Aujourd'hui, les entreprises peuvent effectuer toutes leurs opérations bancaires par voie électronique. Le dirigeant de l'entreprise ou son responsable financier peut gérer les flux de débit (comme les avis de domiciliation, les avis de prélèvement à régler et les avis d'impayés) et les flux de crédit (les chèques, les lettres de change, les billets à ordre, les prélèvements encaissés et les virements reçus)⁷⁰. Grâce à l'e-banking, les entrepreneurs peuvent réaliser des démarches plus rapidement, ils ne sont pas tributaires des horaires d'ouverture des agences traditionnelles. Le canal électronique permet aussi de transmettre aux banques toutes sortes d'instructions. Il est possible par exemple de déclencher à distance le paiement des salaires par virement, le règlement de fournisseurs, l'encaissement de créances clients et le rééquilibrage de la trésorerie. La banque en ligne permet en outre la sécurisation des opérations en supprimant la circulation de papiers et en réduisant le risque de perte de données⁷¹. De ce fait, l'e-banking offre aux entreprises, même les TPE ou les PME, des avantages incommensurables. Selon Purcell et Toland, avec l'utilisation de l'électronique

⁷⁰ MOURLOT, N. (2011), « Quels sont les avantages pour une PME à utiliser la banque en ligne ? », L'express l'Entreprise.

⁷¹ MOURLOT, N. (idem).

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

banking, les PME peuvent postuler en ligne pour contracter des crédits, des cartes de crédit, prêts et débits hypothécaires, par conséquent, moins de la visite est nécessaire aux banques pour faire des opération bancaires⁷².

2.2 Les inconvénients de l'e-banking

Alors que le monde se tourne de plus en plus vers la numérisation et les avancées technologiques pour simplifier la vie quotidienne. L'e-banking offre une gamme de services financiers accessibles à tout moment et en tout lieu grâce à Internet. Cependant, la banque électronique pose également de nouveaux défis aux autorités nationales en matière de réglementation et de surveillance du système financier, ainsi que de conception et de mise en œuvre de la politique macroéconomique⁷³.

Nous explorerons ci-dessous certains des aspects négatifs associés à cette pratique.

2.2.1 Complexité et sécurité

La complexité concerne la facilité de réaliser une transaction. L'un des principaux inconvénients de l'e-banking réside dans les préoccupations concernant la sécurité des informations financières. Selon Mantel, la sécurité et le contrôle sont des facteurs considérés comme les risques majeurs de l'e-banking⁷⁴. Le contrôle du client sur les paiements est un autre facteur important qui affecte l'e-banking. Les transactions en ligne sont souvent la cible d'attaques de pirates informatiques et de fraudes. C'est-à-dire, les pirates informatiques peuvent exploiter des failles de sécurité pour accéder aux comptes bancaires et voler des informations sensibles, comme les mots de passe et les numéros de compte. De même, Des logiciels malveillants peuvent être installés sur les appareils des utilisateurs pour voler des données bancaires ou infecter les systèmes informatiques. Par ailleurs, plusieurs études ont démontré que la sécurité représente la principale préoccupation lors des opérations en ligne. Il est de ce fait permis d'affirmer que la présence d'une culture relationnelle dans les banques ne

⁷² AL NAHIAN, R. et al. (2009), "The Adoption of E-banking in Developing Countries: A Theoretical Model for SMEs", *International Review of Business Research Papers*, Vol.5-N° 6, P. 212-230.

⁷³ DOREEN, M. (2018), "The impacts of electronic banking on customer satisfaction in Tanzania banking industry: a case study of NMB Bank", mémoire de master management, university of Tanzania.

⁷⁴ MANTEL, B. (2000), "Why do consumers pay Bills Electronically?", Federal Reserve Bank of Chicago, *Economic Perspectives*, P.32-47.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

peut qu'entraîner une hausse de la fidélité des clients. Mathieu dresse un aperçu de ce que cette sécurité implique. Il faut :⁷⁵

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

Un certain nombre de personnes reste encore méfiante face aux avancées car malgré les mesures prises par les banques pour protéger la confidentialité des clients, il existe toujours un risque que les informations personnelles soient compromises. C'est pourquoi il est essentiel que les utilisateurs surveillent régulièrement leurs comptes bancaires en ligne pour détecter toute activité suspecte et signalent immédiatement tout problème à leur banque.

2.2.2 Commodité⁷⁶

Bien que les banques virtuelles offrent une vaste gamme de services financiers, elles présentent néanmoins un inconvénient par rapport aux banques traditionnelles. Prenons l'exemple d'un client qui souhaite effectuer un dépôt ou retirer de l'argent liquide. Dans ce cas, ce client ne peut pas se passer complètement des agences bancaires de proximité et restera toujours dépendant de celles-ci. Dans l'hypothèse où ce consommateur est client d'une banque 100% en ligne, il devra nécessairement passer par une banque concurrente. Cette situation met en lumière le défi de commodité, ou plutôt du manque de commodité, associé aux banques virtuelles.

Dès lors, on peut comprendre que le consommateur préfère une combinaison d'outils basés sur Internet sans pour autant négliger une relation proche avec un employé de la banque.

2.2.3 Manque de support personnalisé (contact humain)

Lorsque les clients utilisent les services bancaires en ligne, il arrive parfois qu'ils rencontrent des problèmes ou aient des interrogations pour lesquels ils ne trouvent pas de réponses dans

⁷⁵ MATHIEU, M.E. (2005), *Les services bancaires et financiers en ligne*, Revue Banque Edition, Paris.

⁷⁶ DENEOL, C. op.cit.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

les FAQ ou les documents d'aide disponibles en ligne. Dans de telles situations, le fait de ne pas avoir de contact humain peut rendre difficile l'obtention d'un support personnalisé pour résoudre leurs problèmes. Certaines personnes préfèrent discuter en personne avec un conseiller bancaire pour résoudre des complications ou obtenir des conseils.

2.2.4 Blanchiment d'argent ⁷⁷

L'un des principaux défis posés par le blanchiment d'argent via l'électronique banking réside dans la complexité de détecter les transactions suspectes et de retracer l'origine des fonds. Contrairement aux transactions en espèces, qui laissent souvent des traces physiques, les transactions électroniques peuvent être réalisées de manière plus discrète et rapide, offrant ainsi un terrain propice aux activités de blanchiment d'argent. La lutte contre le blanchiment d'argent nécessite une approche impliquant la coopération entre les autorités de régulation qui doivent élaborer et mettre en œuvre des réglementations plus strictes pour surveiller les activités financières en ligne

2.2.5 Dépendance à la technologie et les problèmes d'accessibilité

Les utilisateurs de l'e-banking dépendent d'une connexion Internet stable et fiable. Dans les régions où l'accès à Internet est limité ou instable, les utilisateurs peuvent éprouver des difficultés à accéder à leurs comptes en ligne ou à effectuer des transactions. En effet, L'accessibilité est la disponibilité et le caractère utilisable d'une ressource pour des groupes spécifiques. Les catégories de personnes mentionnées ci-dessous peuvent être prises en considération :⁷⁸

- **Les personnes âgées**

Les interfaces numériques peuvent être troublantes pour les personnes âgées qui ont des compétences informatiques limitées et qu'ils ne sont pas familiers avec la technologie. De plus, les banques prennent des mesures spécifiques lorsqu'il s'agit de personnes âgées qui accèdent à l'e-banking, car ces individus connaissent souvent des changements dans leur vision, leur audition, mais aussi de leur mémoire. Donc, pour améliorer l'accessibilité, les banques devraient permettre, par exemple, aux personnes ayant une vision affaiblie d'agrandir la taille du texte et de zoomer.

⁷⁷ <https://banque.meilleurtaux.com> « le risque de blanchiment d'argents est plus élevé chez les banques en ligne ». Consulté le 07/04/2024.

⁷⁸ DENOEL, C. op.cit.

- **Les personnes malvoyantes**

La plupart de personnes ayant des problèmes de vision utilisent un système avec sortie vocale ou en braille intégré à leur ordinateur pour accéder aux informations en ligne. Toutefois, les banques doivent mettre en place des systèmes de guidage vocal, afin de garantir une accessibilité optimale aux personnes aveugles.

- **Les personnes avec un handicap auditif**

Les personnes malentendantes ont besoin d'une représentation visuelle des informations auditives que le site web fournit. Avec l'utilisation de plus en plus importante d'éléments multimédia sur ces sites (podcasts, vidéos en streaming, etc.), il est important de s'assurer que l'information peut être comprise par ceux possédant un handicap auditif.

- **Les personnes avec un handicap physique**

Les personnes avec un handicap physique peuvent rencontrer des difficultés dans le contrôle de leurs mains et de leurs bras. Par conséquent, le maniement efficace de la souris pour utiliser le site Web bancaire devient un problème. Pour atténuer cette problématique, les banques doivent faire en sorte de ne pas complexifier les procédures et toutes les informations ou opérations proposées par le site doivent être accessibles en un minimum de clics de souris.

2.2.6 Confiance et risques

Dans un rapport sur la gestion du risque au niveau de l'e-banking, le Comité Bâle soulève notamment :

- a) **Les risques opérationnels**

Le risque opérationnel a été défini par le comité de Bâle en janvier 2001 comme étant « un risque de pertes directes ou indirectes résultant d'une inadéquation ou d'une défaillance attribuable aux procédures, au facteur humain et aux systèmes, ou à des causes externes »⁷⁹. Les considérations de sécurité jouent un rôle prépondérant car les systèmes d'information peuvent faire l'objet d'attaques autant internes qu'externes. Pour le comité de Bâle, le risque opérationnel est un risque important qui nécessite pour les banques de détenir suffisamment

⁷⁹ KARYOTIS, C. (2015-2016), *l'essentiel de la banque*, Gualino, lextenso 2eme édition, France.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

de fonds propres pour se protéger contre les pertes qui en découlent.⁸⁰ Afin de prévenir, de détecter et de contenir les fraudes, le Comité Bâle a proposé plusieurs mesures en vue de réduire ce type de risque. Parmi ces mesures, nous retrouvons l'utilisation de mots de passe et des techniques de cryptage.

b) Risques de réputation

Ce type de risque apparaît lorsqu'il y a un manque de sécurité ou un dysfonctionnement dans l'utilisation d'un service e-banking, d'incapacité de la banque à établir et à entretenir par ce canal des relations avec les clients et la mauvaise image qui sera transmise ainsi au public.

c) Les risques juridiques

Ces risques recouvrent toute une série de problématiques telles que :

- Comment s'assurer de l'identité du client ou du prestataire en ligne ?
- Comment authentifier les opérations ?
- Quels sont les droits et obligations des parties dans une relation virtuelle et transfrontière ?

En effet, Les banques en ligne sont tenues de respecter diverses réglementations, y compris celles relatives à la sécurité des données, au blanchiment d'argent, à la protection des consommateurs, etc. Le non-respect de ces réglementations peut entraîner des sanctions financières et des litiges juridiques. Les banquiers ressentent de plus en plus d'anxiété face à la lourde responsabilité de protéger les fonds déposés par leurs clients.

❖ Autres risques

Les risques bancaires traditionnels, tels que le risque de crédit, le risque de liquidité et le risque de marché, peuvent également se manifester avec différentes conséquences en fonction du type d'activité de la banque. Cette situation est particulièrement pour les banques spécialisées dans l'e-banking, notamment celles engagées dans des activités d'argent électronique.

• Risque de liquidité

Le risque de liquidité intervient quand les banques ne disposent pas d'une trésorerie suffisante pour honorer leurs engagements à court terme vis-à-vis de leurs clients. Ce risque naît de

⁸⁰ KARYOTIS, C., idem.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

l'activité de transformation des échéances d'une banque. C'est donc un risque de transformation qui apparaît lorsque les échéances des emplois sont supérieures aux échéances des ressources⁸¹. Ce type de risque peut être important pour les institutions qui se spécialisent dans des activités d'argent électronique car elles doivent garantir que les fonds qu'elles détiennent sont suffisants pour répondre aux demandes de paiements dans les délais impartis.

- **Risque de crédit**

Le risque de crédit est le premier risque auquel est exposée une banque, c'est un risque de contrepartie, inhérent à l'activité des banques. C'est le risque de ne pas être remboursé à l'échéance du prêt.⁸² Il désigne qu'une contrepartie ne remplisse pas tout ou partie de ses obligations. Les banques impliquées dans des opérations bancaires électroniques peuvent étendre leur offre de crédit via des canaux non traditionnels comme Internet, élargissant ainsi leur marché au-delà des frontières géographiques traditionnelles. Le problème qui se pose est de vérifier la qualité de l'emprunteur qui sollicite un crédit via des procédures bancaires à distance.

- **Risque de marché**

Le risque de marché est un risque sur le prix des actifs. C'est un risque de dépréciation et de perte avérée s'il y a vente. L'un des moyens de couverture réside dans l'intervention sur les marchés dérivés qui consiste en une prise de position inverse à celle qu'on a en portefeuille.⁸³

Section 3 : L'impact de l'e-banking sur l'inclusion financière

La banque virtuelle est devenue l'appel du jour. À l'ère de la privatisation, de la libéralisation et de la mondialisation, la technologie a en fait, donné de nouvelles dimensions au mécanisme de prestation de services des banques, et les banques absorbent avec enthousiasme les dernières innovations technologiques pour élaborer de nouveaux produits et services.

L'e-banking, ou banque électronique qui englobe les services bancaires en ligne, constitue une opportunité essentielle pour une amélioration profonde de la finance inclusive. Dans cette section, nous explorerons en détail la relation entre l'e-banking et l'inclusion financière, en mettant en lumière son impact sur la promotion de la finance inclusive.

⁸¹ KARYOTIS, C., op.cit.

⁸² KARYOTIS, C., op.cit.

⁸³ KARYOTIS, C., op.cit.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

Comme nous avons vu dans les sections précédentes, l'inclusion financière est définie comme l'accès et l'utilisation de services financiers de base à faible coût par les personnes et les entreprises exclues des services financiers traditionnels.

3.1 Rôle de l'E-banking dans la promotion de l'inclusion financière

L'e-banking en jouant un rôle très considérable, il permet aux utilisateurs une accessibilité et une utilisation de qualité des services financiers via des plateformes numériques telles que les ordinateurs et les téléphones... Cette accessibilité numérique est particulièrement bénéfique pour les populations non bancarisées. En effet, l'e-banking a permis à plus d'un demi-milliard d'adultes dans le monde d'ouvrir un compte courant depuis 2011, ce qui a porté à 69 % le taux mondial de possession d'un compte. Les services financiers numériques sont désormais disponibles dans plus de 80 pays et utilisés à grande échelle dans un certain nombre d'entre eux. Des millions de pauvres qui étaient auparavant exclus ou mal desservis et qui recouraient exclusivement à des transactions en espèces ont maintenant accès à des services financiers formels grâce à un téléphone mobile ou un autre type de technologie digitale.⁸⁴ Selon le président du Groupe de la Banque mondiale, Jim Yong Kim « L'accès aux services financiers peut être une passerelle pour sortir de la pauvreté ». Mais l'accès aux services financiers n'est pas une fin en soi : ce qui importe, c'est l'*utilisation* de ces services. L'enjeu de l'inclusion financière n'est pas tant de posséder un compte bancaire que de s'en servir pour échapper à la pauvreté, faire face à des imprévus et vivre mieux.⁸⁵ De plus, la banque électronique propose aux clients des services bancaires personnels et professionnels accessibles à tout moment, en prenant exemple : Le guichet automatique bancaire (GAB) qui joue un rôle majeur dans l'éradication de la malédiction de l'exclusion financière car il offre ces services 24h/24 et 7j/7. L'étude de benchmarking des GAB de 2014 a fourni aux participants un aperçu des principaux indicateurs de performance de leurs parcs respectifs de GAB. Les économies d'échelle ne sont (toujours) pas une source d'avantage concurrentiel pour les GAB. La fraude représente un défi croissant et les opérateurs de GAB redoublent d'efforts pour la prévenir et la combattre⁸⁶. C'est-à-dire, grâce à des procédures électroniques hautement sécurisées, le client bénéficie de la possibilité de minimiser les risques de fraude. Autrement dit, La banque en ligne met en

⁸⁴ <https://www.banquemondiale.org/fr/topic/financialinclusion>. Consulté le 30/03/2024.

⁸⁵ <https://www.findevgateway.org> « Parvenir à l'inclusion financière : l'importance des fintech, de l'utilisation des comptes bancaires et de l'innovation ». Consulté le 30/03/2024.

⁸⁶ SUJOY Kumar Dhar, "Role of Electronic Banking in Financial Inclusion", IBS business school, Kolkata.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

place des systèmes de sécurités très puissants. D'une part, les opérations en ligne sont assurées par un système de cryptage des données. Il se traduit par une adresse des banques commençant par http. Les risques d'intrusion de hackers dans les comptes des banques en ligne sont minimales voire quasiment inexistantes, grâce aux mesures de sécurité robustes mises en place sur Internet⁸⁷. Donc, la banque électronique contribue à renforcer la confiance dans le système financier en offrant des fonctionnalités de protection et des options de paiement sécurisées. Les services d'e-banking permettent également de réduire les coûts associés aux services financiers. Les transactions en ligne sont souvent moins coûteuses que les transactions effectuées en personne. De plus, l'e-banking élimine les frais de déplacement et de temps associés aux visites, ce qui rend les services financiers plus abordables pour une grande partie de la population. Les plateformes de la banque en ligne peuvent offrir des outils d'éducation financière efficaces pour aider les clients à mieux comprendre et gérer les opérations bancaires, contribuant ainsi à une meilleure inclusion financière. L'e-banking favorise l'inclusion sociale en permettant aux individus de participer pleinement à la vie économique et sociale de leur communauté.

Selon Kumari, de vastes segments de la population vivent dans des zones éloignées et géographiquement dispersées où l'accessibilité aux services bancaires est limitée, nécessitant ainsi des efforts pour toucher ces personnes non bancarisées. Il est prévu que le Mobile-banking joue un rôle significatif pour surmonter les contraintes entre l'offre et la demande, et pour promouvoir l'inclusion financière⁸⁸. Selon Honohan et Beck, l'importance de la technologie mobile réside dans son expansion des services financiers auprès des populations pauvres à des coûts abordables, cela est motivé par le fait que ses coûts principaux sont liés au développement initial et à d'autres coûts fixes, avec des coûts marginaux très faibles par transaction ou par nouveau client⁸⁹.

De même, l'e-banking encourage l'innovation en matière de produits et services financiers. Il élimine aussi les barrières géographiques et aide aussi à réduire la marginalisation sociale et économique, les individus qui vivent dans des zones reculées peuvent effectuer des transactions à partir de leur téléphone mobile.

⁸⁷ NEBBALI, M., et SELLAIMI, F. (2022), « E-banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population », mémoire de master en sciences des finances et comptabilités, université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou.

⁸⁸ KUMARI, K. M. (2017), "Mobile banking: A tool for financial inclusion", *International Journal of Business Management and Research*, Vol. 7- N° 01, P. 19-26.

⁸⁹ CHUKE, E., DONATUS, N., NWANNEBUIKE, S. (2020), "The role of electronic banking as a tool to financial inclusion in Nigeria", *Noble Academic Publisher*, Vol. 04-N°1, P. 01-08.

Chapitre II. La relation entre l'e-Banking et la finance inclusive

En renforçant la sécurité des services bancaires offerts par la banque en ligne, le client aura plus de confiance et devient fidèle. Dans divers secteurs, il est généralement moins coûteux de fidéliser un client existant que d'acquérir un nouveau client. La conservation ou la fidélisation des clients peut être profitable pour une banque et avoir un impact direct sur son chiffre d'affaires, notamment grâce à la vente de multiples services en ligne qui pourraient inciter le client à opter pour un crédit auprès de la même banque. Un client habitué à utiliser Internet et les outils informatiques n'aura pas de difficulté à s'adapter aux services e-banking. Par conséquent, il aura moins tendance à solliciter le service client. Lorsque les clients sont satisfaits des services proposés, ils ont tendance à partager leur expérience avec leur entourage, ce qui peut amener leur famille, leurs amis et leurs proches à choisir la même banque. Cela permet à la banque d'acquérir de nouveaux clients déjà rassurés et en confiance. En outre, lorsque les clients sont fidèles à une institution financière, ils sont plus susceptibles de maintenir des relations financières à long terme, ce qui peut contribuer à leur stabilité financière qui est l'un des objectifs essentiels de la finance inclusive.

Bien que l'e-banking offre de nombreuses opportunités pour promouvoir l'inclusion financière, il existe également des défis à relever. Soit dans la sécurité, ou l'éducation financière ou la confiance des utilisateurs, etc.

De plus, les nouvelles données Findex révèlent que les progrès réalisés à ce jour sont inégaux, et que les femmes, les pauvres et les personnes sans emploi en sont largement exclus⁹⁰.

Les responsables politiques devront redoubler d'efforts pour l'inclusion des segments de population défavorisés.

La Banque mondiale a également la ferme volonté d'étendre l'inclusion financière via la numérisation. Elle continue d'aider les pays à améliorer leurs réseaux de téléphonie mobile, à revoir leurs réglementations pour favoriser l'accès aux services financiers, à adopter des outils d'administration en ligne et à moderniser leurs systèmes de protection sociale, de mettre en œuvre les programmes d'éducation financière et pour aider les millions de personnes qui n'ont toujours pas de compte, en cherchant des moyens innovants pour les connecter au système financier, renforcer la résilience économique et récolter tous les bénéfices de l'inclusion financière⁹¹.

⁹⁰ DEMIRGUC-Kunt A., KLAPPER L., SIGER D., ANSAR S., HESS J. (2018), *The Global Findex Database 2017 – Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*, world bank publications, Washington, USA.

⁹¹<https://blogs.worldbank.org> MALPASS D, « Accompagner la révolution numérique de l'inclusion financière », 12 juillet 2022, consulté le 31/03/2024.

Conclusion

Dans l'ensemble, l'e-banking représente une avancée significative dans le domaine des services financiers, en offrant aux individus une accessibilité accrue à une gamme variée de services bancaires via des plateformes en ligne. L'e-banking, ou la banque électronique, vous permet d'accéder à un guichet automatique géant depuis votre ordinateur ou votre téléphone. Vous pouvez consulter vos comptes, transférer de l'argent entre eux, payer vos factures, etc. Ces services élargissent les possibilités offertes sur le marché financier. De plus, dans un monde où les technologies de l'information évoluent rapidement, les banques en ligne sont à la pointe de l'innovation, offrant de nouvelles façons de créer de la valeur économique pour les clients.

Cette innovation joue un rôle très important dans la promotion de l'inclusion financière en éliminant les obstacles géographiques et temporels traditionnellement associés aux services bancaires, en permettant aux personnes auparavant exclues du système financier traditionnel de bénéficier de services bancaires essentiels, l'e-banking contribue à réduire les disparités économiques et à favoriser le développement économique durable.

***Chapitre III : L'e-banking et
la finance inclusive en
Algérie : Etude du cas de la
«BNA Banque»***

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Introduction

Dans le cadre de la présentation de notre mémoire de fin d'étude, nous avons accompli un stage pratique au sein de la « BNA Banque Bejaia agence 587 ». Depuis sa création elle s'est considérablement développée par l'élargissement de sa gamme à ses clients.

De ce fait, nous nous sommes intéressés à la compréhension du service E-Banking proposé par cette banque et l'évolution de son utilisation par les clients au fil du temps. Nous avons donc établi une enquête par questionnaire distribué aux les clients des banques algériennes à travers la plateforme google forms. Les réponses au questionnaire nous ont éclairés sur plusieurs aspects de la finance inclusive et l'usage des services bancaires en ligne, tel que l'E-banking. Ainsi, ce chapitre aura pour objectif de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses établies.

Dans la première section, nous allons présenter l'organisme d'accueil à savoir son historique, son personnel, ainsi que ses missions et objectifs. La deuxième section sera consacrée à la l'introduction de l'électronique banking et ses services dans cette banque. Enfin, dans la troisième section, nous allons présenter notre étude de cas et analyser les résultats obtenus.

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil « BNA agence 587 BEJAIA »

1.1 Historique de la BNA

La BNA « Banque Nationale d'Algérie », la première banque commerciale nationale a été créée le 13 juin 1966. Elle exerçait toutes les activités globales d'une banque universelle et elle était chargée en outre du financement de l'agriculture.

Une restructuration de la BNA a donné naissance à une nouvelle banque, BADR en 1982, dont la mission première et principale est de développer le secteur agricole.

Ensuite, la loi n° 88-01 du 12 janvier 1988, portant sur l'orientation des institutions économiques vers l'autogestion, a eu des effets certains sur l'organisation et les missions de la BNA notamment :

- Le retrait du trésor des transactions financières et le manque de centralisation de la répartition des ressources par celui-ci.
- Liberté de domiciliation des institutions auprès des banques.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- Liberté de la banque de prendre des décisions concernant les institutions de financement.

La loi n°90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit a permis une transformation radicale du système bancaire en phase avec des nouvelles tendances économiques du pays. Cette loi a établi des dispositions fondamentales dont le passage à l'autonomie des établissements publics.

La banque nationale d'Algérie était la première à obtenir son accréditation après la délibération du conseil monétaire et de crédit le 5 septembre 1995.

En juin 2009, le capital de la BNA a été porté de 14600 milliards de dinars algériens à 41600 milliards de dinars algériens.

En juin 2018, son capital est passé de 41600 milliards de dinars algériens à 150000 milliards de dinars algériens.

En 2020, on assistait au lancement de l'activité de la banque islamique.

Aujourd'hui la BNA exerce toutes les activités d'une banque de dépôts, elle assure notamment le service financier des groupements professionnels, des entreprises industrielles. Elle traite toutes les opérations de banque, de change et de crédit dans le cadre de la législation et de la réglementation des banques.

1.2 Présentation de la BNA

Depuis sa création en 1966, la BNA accompagne ses clients qu'ils soient particuliers, professionnels ou institutionnels. Ce qui en fait aujourd'hui l'une des banques les plus actives dans le domaine bancaire, avec plus de 2.5 millions de clients. Elle offre à sa clientèle une gamme de produits et services riches et diversifiés, elle propose également des produits de bancassurance et destinés principalement à couvrir des risques variés.

Avec plus de 5000 collaborateurs, la BNA répartit ses ressources humaines à l'échelle nationale pour être plus proche à ses clients et elle soutient tous les acteurs locaux dans la réalisation de leurs projets.

La Banque Nationale d'Algérie s'impose comme une banque de proximité par excellence avec 227 agences supervisées par 21 directions régionales d'exploitation réparties sur

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

l'ensemble du territoire national. Elle place la qualification de son personnel au centre de ses préoccupations notamment en ce qui concerne la qualité de ses services rendus et les chargés de clientèle sont aux services des clients pour mieux les orienter, elle arrive en tête de liste en termes de nombre de cartes bancaires accordées gratuitement et afin de faciliter les opérations bancaires quotidiennes, 100 guichets automatiques et 171 DAB ont été installées.

La DRE de Bejaia (Direction du réseau d'Exploitation) a pour mission essentielle l'intermédiation entre les secteurs centraux et les agences se situant dans ses limites administratives. Elle analyse les demandes de crédit présentées par les agences afin de prendre les décisions de validation des dossiers ou de rejet. Elle donne également des conseils sur le montage de dossier en ce qui concerne leur échéancier et leur renouvellement. La succursale de Bejaia (191) se situe dans la zone industrielle Boulevard Karim Belkacem Ihaddaden Bejaia. Elle gère sept (07) groupes d'agences suivantes :

- Agence Bejaia « 356 », agence El-Kseur « 585 », agence Tazmalt « 586 », agence Ihaddaden « 587 », agence Bejaia « 588 », agence aokas « 589 », agence Jijel « 671 ».

1.2.1 Présentation de l'Agence de Bejaia (BNA agence 587)

- Adresse de l'agence : BD KRIM BELKACEM IHADDEDENE 06000, Bejaia, Algérie
- Code de l'agence : 587

➤ Pour la banque mère

- Dénomination sociale : BANQUE NATIONAL D'ALGERIE.
- Société par Action au capital sociale : 150.000.000.000,00DA.
- Adresse de siège sociale est : 08, BD Ernesto Che-Guevara 16000-Alger-Algérie.
- 21820 Directions de Réseau d'Exploitations.
- Agences réparties sur tout le territoire national.

Les agences de l'établissement bancaire que constitue la BNA sont classées selon le volume d'activité qui en fonction des pouvoirs confères, en trois catégories :

Les agences « catégorie A », « catégorie B », « catégorie C ».

On se référant à la loi n° 1741 du 10 novembre 1997, relative à la monnaie et au crédit l'agence BNA 587 est une agence de catégorie « C » pouvant sous réserve du respect de la

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

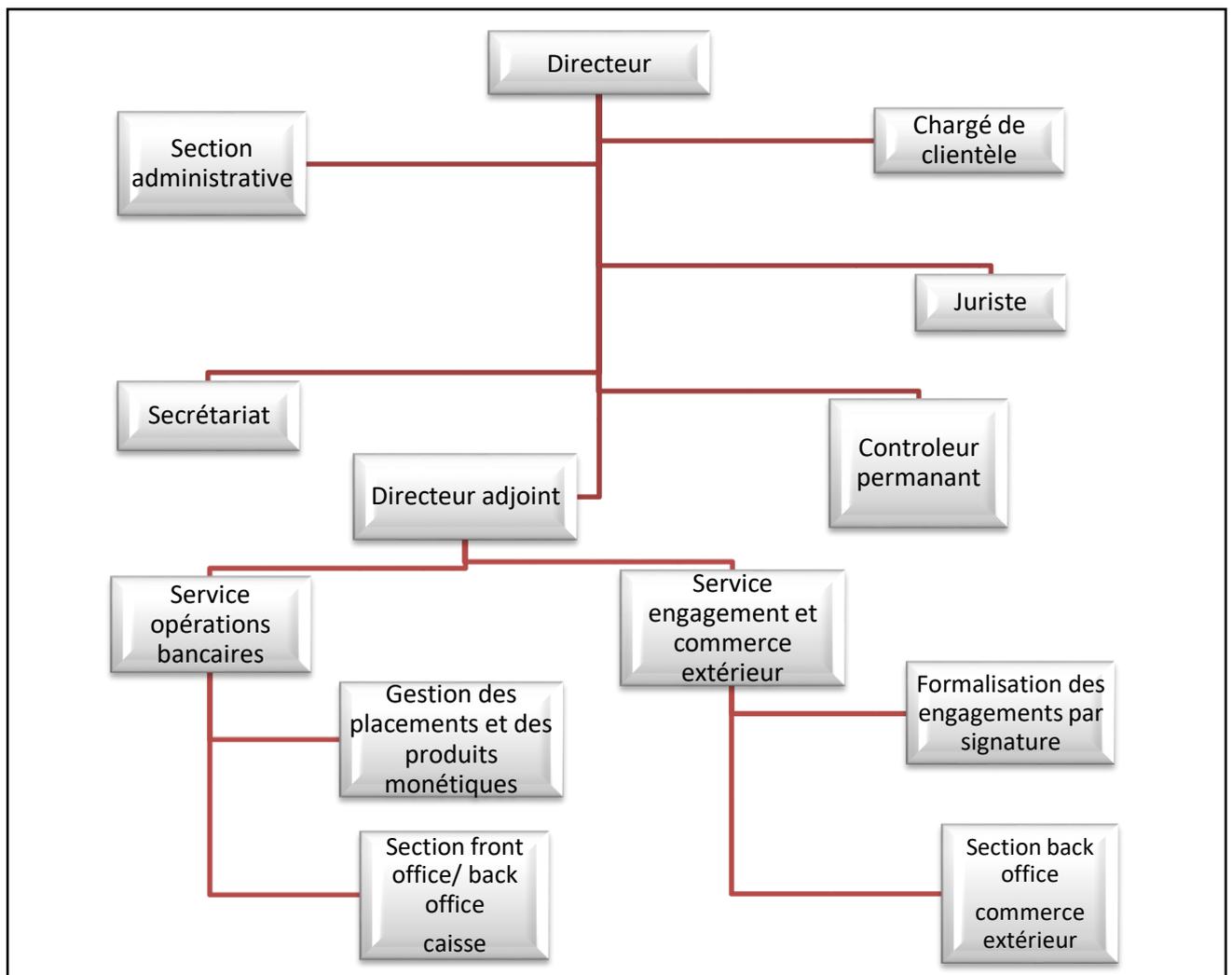
règlementation bancaire en vigueur, effectuer toute opération de banque. Le siège social de l'Agence se trouve à Bejaia, son capital est d'une valeur de 14 millions de dinars souscrit par l'État et compte plus de 15 employés. Elle vise :

- L'amélioration du système d'information de la BNA.
- L'amélioration du fonctionnement des réseaux.
- Une meilleure maîtrise des risques en matière d'octroi de gestion des risques.

1.3 Organigramme de l'agence d'accueil BNA 587

L'organigramme de la BNA, agence 587 à Bejaia, illustre la structure hiérarchique et les différentes fonctions en son sein. Il permet de visualiser les relations entre les différents postes et de mieux comprendre le fonctionnement interne.

Figure N°06 : Organigramme de la BNA agence « 587 »



Source : Etablie à partir d'un document interne de la BNA

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Section 2 : Les modalités et fonctionnements des services E-banking

La BNA, en tant qu'acteur majeur du secteur bancaire algérien, s'est adaptée à l'ère numérique en offrant une gamme complète de services e-banking à sa clientèle. Cette section se concentrera sur les modalités et les fonctionnements des services e-banking de cette banque, en détaillant les services disponibles ainsi que les canaux d'accès.

2.1 Les services E-banking de la BNA

La BNA a introduit une gamme de services e-banking innovants pour faciliter l'accès aux services financiers de manière pratique. Parmi ces services nous distinguons :

2.1.1 E-banking (BNA.net)

Le service e-banking de la BNA (BNA.net) permet aux abonnés de rester connectés continuellement à leurs comptes bancaires. Le service est accessible 24h/7j via la plateforme web (<https://e-banking.bna.dz/customer/>) et la plateforme mobile en téléchargeant gratuitement l'application BN@tic sur play store et app store.

Ce service est destiné aux clients particuliers, professionnels et entreprises. Deux packs sont disponibles pour le service e-banking, en l'occurrence le pack net et le pack net+.

- L'adhésion au service E-Banking est précédée par la signature d'une convention BNA/Client.

❖ Les fonctionnalités du « Pack Net »

- Consultation des soldes et des historiques des soldes de comptes 23mois.
- Recherche d'opérations sur le compte.
- Téléchargements des relevés de compte et édition des relevés de compte sur une année et en différents formats.
- Service de messagerie.

❖ Les fonctionnalités du « Pack Net+ »

Le pack net+ comprend les avantages du pack Net en y ajoutant les fonctionnalités suivantes :

- Virement ponctuel de compte à compte du même client.
- Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- Virements multiples (EDI).
- Prélèvements multiples sur les clients BNA et confrères redevables (débiteurs) domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères.
- Service E-Trade.

Ce service bancaire à distance est offert aux :

- Clients personnes physiques (professionnels, associations...) détenant un compte chèque et aux clients personnes morales (entreprises et commerciaux), détenant un compte courant.

Tableau N°01 : Tarification des services E-Banking (Client Particulier)

| | | Facturations |
|--------------|--|---------------------|
| PACKS | SERVICES | Particuliers |
| PACK NET | <ul style="list-style-type: none"> -Consultation des soldes et de l'historique des soldes. -Consultation des derniers mouvements. -Recherche d'opération sur le compte. -Téléchargement des relevés de compte. -Edition des relevés de compte. -Edition des relevés d'identité bancaire. - Service de messagerie. | 100 DA HT |
| PACK NET+ | <ul style="list-style-type: none"> -Virements entre comptes en intra des mêmes clients. -Commande de chéquiers. -Commande de carte bancaire. -Opposition sur carte. | 200 DA HT |

Source : Etabli à partir d'un document interne de la BNA

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Tableau N° 02 : Tarification des services E-Banking (Client Entreprise)

| | | Facturations |
|-----------|---|-------------------|
| PACKS | SERVICES | Entreprises |
| PACK NET | -Consultation des soldes et de l'historique des soldes. -Consultation des derniers mouvements. -Recherche d'opération sur le compte. -Téléchargement des relevés de compte. - Edition des relevés de compte. -Edition des relevés d'identité bancaire. - Service de messagerie. | 800 DA HT |
| PACK NET+ | -Virement de salaire pour les entreprises hors EDI. -Virement ponctuel domestique entre comptes -Commande de chèques. -Commande de cartes bancaires. -Opposition sur carte. | 1200 DA HT |

Source : Etabli à partir d'un document interne de la BNA

2.1.2 E-paiement (+SMS OTP)

Le service e-paiement permet de régler en ligne des achats et factures (Sonelgaz, SEAAL, AADL...) sur des sites internet acceptant ce moyen de paiement.

❖ Ses avantages

- Paiement des achats ou des factures n'importe où à n'importe quelle heure (accessible 24h/24 et 7j/7).

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- Éviter les longues files d'attente et simplifier le paiement des redevances en quelques clics sans avoir à se déplacer.
- Opérations sécurisées par service d'authentification en temps réel « SMS OTP ».
- Service gratuit, aucune commission n'est facturée pour le paiement sur internet.
- L'adhésion se fait à travers la signature d'un contrat d'adhésion pour devenir « WEB ACHETEUR ».

2.1.3 WIMPAY-BNA

WIMPAY-BNA est une solution de paiement sans contact basée sur les Qr-code, téléchargeable gratuitement sur Smartphone via PlayStore et App Store.

Ce service est destiné aux clients abonnés au service « pack WIMPAY-BNA » ou aux détenteurs de cartes interbancaires « CIB » et utilisateurs du service SMS OTP (pour les opérations de e-paiement). Et il peut bénéficier tout client particulier titulaire d'un compte chèque, afin de leur permettre d'effectuer leurs opérations de virements et de paiement en dinars.

Pour l'utilisation du service « WIMPAY-BNA », le client particulier ou professionnel « WIMPAY-BNA PRO », doit disposer d'un solde sur son compte bancaire.

- La souscription à ce service se fait par :
 - Une inscription au service « WIMPAY-BNA » pour les abonnés au service « BNA.net » par l'insertion de son identifiant E-Banking « BNA.net ».
 - Inscription au service « WIMPAY-BNA » pour les porteurs de la carte CIB BNA et utilisateurs du service SMS OTP (à distance).

❖ Ses fonctionnalités :

- Effectuer des opérations de paiement via des codes-barres intelligents (Qr-code).
- Effectuer des opérations de virements pour les utilisateurs « Wimpay-BNA ».
- Envoyer une demande d'argent à un autre utilisateur « Wimpay-BNA ».
- Gérer le budget.
- Consulter le solde.
- Consulter l'historique des transactions effectuées.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- Procéder au paiement des services et factures (SONELGAZ, AADL, Algérie Télécom, Mobilis, Djezzy...).

❖ Ses avantages :

- Demande, réception et virement d'argent instantanément.
- Paiement de facture jusqu'à 5000DA/Jour.
- Un service disponible 24h/24 et 7j/7.

2.1.4 Demande de financement en ligne

Ce service permet de procéder à une demande de financement directement en ligne et de prendre un rendez-vous fixe au niveau d'une agence BNA afin de compléter le dossier et formaliser sa demande de financement.

C'est un service offert aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels, commerçants et entreprises, en fonction des besoins de financement.

Pour les particuliers, il est proposé trois types de financements en ligne à savoir :

- Le crédit immobilier ;
- Le crédit confort ;
- Le crédit auto.

La plateforme de demande de financement en ligne est accessible :

- Via l'application **BN@tic**, dans l'espace public en cliquant sur l'icône « financement ».
- Via la plateforme **E-banking** de la BNA.
<https://e-banking.bna.dz/customer/> en cliquant sur « demande financement en ligne ».
- Via la plateforme de demande de financement en ligne en cliquant sur le lien suivant :
<https://demandedefinancement.bna.dz/>.
- Sur le site web de la BNA **bna.dz** en cliquant sur « demande de financement en ligne ».

Démarche à suivre :

- Accéder à la plateforme de demande de financement en ligne via l'un des canaux précités.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- Choisir le financement souhaité.
- Effectuer une simulation.
- Créer un espace client.
- Renseigner le formulaire KYC.
- Faire la demande de financement.
- Téléverser les documents.
- Prendre un rendez-vous en agence pour finaliser la demande.

❖ Ses avantages

- Gain de temps en limitant les déplacements en agence.
- Service gratuit disponible 24h/24 et 7j/7.
- Prise de rendez-vous fixe avec votre chargé de clientèle.

2.1.5 E-Trade BNA

Le service « E-trade BNA » est un service de consultation et de notifications des opérations de commerce extérieur « swift » via la plateforme e-banking. Les clients de la banque doivent s'abonner au service « Bna.net » accessible depuis le canal web et mobile « Bn@tic » pour pouvoir bénéficier du service E-Trade BNA.

Ce service est destiné aux clients professionnels et entreprises de la banque, exerçant une activité de « commerce extérieur ».

Le service E-Trade BNA permet d'accompagner les clients exerçant une activité de commerce extérieur à travers les opérations suivantes :

- La domiciliation.
- Les opérations de « commerce Extérieur (Swift) »
- Le crédit documentaire (CREDOC).
- La remise documentaire (REMDOC).
- Le transfert libre.
- Les garanties internationales.

❖ Ses avantages

- Service sécurisé par un code confidentiel et personnel à chaque utilisateur.
- Suivi des opérations en temps réels 24h/24 et 7j/7.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- Gain de temps en limitant les déplacements en agence.

2.1.6 Préouverture de comptes en ligne

Ce service permet de procéder à la préouverture d'un compte bancaire en ligne et de prendre un rendez-vous fixe au niveau de l'agence BNA afin de finaliser l'ouverture du compte.

La plateforme de préouverture de compte en ligne est accessible :

- Via l'application **BN@tic**, dans l'espace public en cliquant sur l'icône « ouvrir un compte ».
- Via la plateforme **E-banking** de la BNA <https://e-banking.bna.dz/customer/> en cliquant sur « préouverture compte en ligne ».
- Via la plateforme de préouverture de compte en ligne en cliquant sur le lien suivant : <https://ouverture-de-compte.bna.dz/accountsignup>
- Sur le site web de la BNA **bna.dz** en cliquant sur « préouverture de compte en ligne ».

Démarche à suivre :

- Accéder à la plateforme de préouverture de compte en ligne via l'un des canaux précités.
- Remplir le formulaire.
- Scanner les documents demandés (Acte de naissance, certificat de résidence, et pièce d'identité de l'intéressé ou du tuteur légal).
- Choisir un rendez-vous à l'agence de votre choix afin de finaliser la procédure d'ouverture d'un compte.

❖ Ses avantages :

- Procédure d'ouverture digitalisée et sécurisée.
- Service gratuit disponible 24h/24 et 7j/7.
- Prise de rendez-vous fixe avec votre chargé de clientèle.

2.2 Présentation de la monétique

2.2.1 Définition de la monétique

Le mot « Monétique » invoque l'idée d'une application informatique qui traite des flux monétaires (Monnaie+ Informatique = Monétique). Elle se trouve en effet à l'intersection de

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

plusieurs domaines : l'économie bancaire, l'informatique, la télématique et les réseaux. La monétique désigne l'ensemble des techniques et des outils permettant la gestion, la sécurisation et la transmission des transactions financières électroniques, principalement liées aux cartes bancaires.

2.2.2 Cartes CIB Particulier (+SMS CARD)

La carte CIB de la BNA est une carte interbancaire adossée à un compte chèque. Elle permet d'effectuer les opérations domestiques 24h/24 et 7j/7 en toute sécurité via tous les espaces automatiques DAB et GAB de la BNA et les confrères, ainsi que ceux d'Algérie poste.

Ils peuvent bénéficier de cette dernière, les particuliers, titulaires d'un compte chèque au niveau de la BNA.

Elle se présente sous deux formes, selon le revenu du titulaire de la carte ;

- La carte CIB classique.
- La carte CIB gold.

La carte CIB est une carte de retrait et de paiement qui permet d'effectuer les opérations bancaires suivantes :

- Le retrait sur tous les automates de la place bancaire et Algérie poste.
- Le paiement en ligne.
- Le paiement de proximité sur les Terminaux de Paiement Electroniques (TPE).
- La consultation du solde du compte sur les automates DAB et GAB de la BNA.
- La Consultation du solde sur les automates DAB confrère ou Algérie Poste.
- Le versement GAB.
- Effectuer des virements GAB.
- Une panoplie d'autres fonctionnalités sont disponibles via les automates DAB et GAB.

❖ Ses avantages

- Elle est totalement gratuite et valide pour une durée renouvelable de trois (03) ans.
- Elle simplifie et sécurise les opérations de paiement et de retrait.
- Disponibilité de votre argent 24h/24 et 7j/7 via les automates DAB et GAB.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- Elle permet un accès au service SMS card avec des frais d'abonnements mensuels qui vous permettra de bénéficier des notifications de solde du compte par SMS.

Tableau N°03 : Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte CIB Particulier

| Type de carte | Plafonds du retrait | Plafonds du paiement |
|---------------|---------------------|----------------------|
| CIB Classique | 100.000 DA | 100.000 DA |
| CIB Gold | 150.000 DA | 150.000 DA |

Source : Etabli à partir d'un document interne de la BNA

2.2.3 Cartes CIB Affaires (+SMS CARD)

La carte affaire de la BNA est une carte interbancaire destinée aux professionnels, commerçants et entreprises titulaires respectivement d'un compte chèque et d'un compte courant.

C'est une carte de retrait et de paiement destinée à simplifier la gestion de votre activité. Elle permet d'effectuer via tous les espaces automatiques DAB et GAB de la BNA et des confrères ainsi que ceux d'Algérie Poste, les opérations bancaires suivantes :

- Le retrait sur tous les automates de la place bancaire et Algérie poste.
- Le paiement en ligne.
- Le paiement de proximité sur les terminaux de paiement électronique (TPE).
- Le versement sur GAB.
- Effectuer des virements sur GAB.

Elle se présente sous deux formes, selon le revenu du titulaire de la carte :

- La carte affaires classique.
- La carte affaires gold.

❖ Ses avantages

- La carte affaire est totalement gratuite et valide pour une durée de trois (03) ans.
- Elle simplifie et sécurise les opérations de paiement et de retrait.
- Disponibilité de votre argent.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- Elle permet un accès au service SMS Card avec des frais d'abonnements mensuels.

Tableau N°04 : Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte CIB Affaires

| Type de carte | Plafonds du retrait | Plafonds du paiement |
|---------------|---------------------|----------------------|
| CIB classique | 50.000 DA | 300.000 DA |
| CIB gold | 50.000 DA | 350.000 DA |

Source : Etabli à partir d'un document interne de la BNA

2.2.4 Cartes CIB Epargne

C'est une carte interbancaire CIB adossée à un compte d'épargne. C'est-à-dire il peut bénéficier tout personne physique, titulaire d'un compte épargne au niveau de la BNA avec ou sans intérêt y compris le livret d'épargne junior.

Elle permet d'effectuer les opérations suivantes :

- Consultation de solde, de RIB et les dix dernières opérations.
- Retrait et versement d'espèces.
- Remise de chèque.

Il existe quatre types de cartes épargnes interbancaire mises à la disposition de la clientèle à savoir :

- Carte épargne avec intérêt.
- Carte épargne sans intérêt.
- Carte épargne junior « Moustakbaly » avec intérêt.
- Carte épargne junior « Moustakbaly » sans intérêt.

❖ Ses avantages :

- Elle est totalement gratuite simple et pratique à utiliser.
- C'est une carte valide pour une durée de trois ans.
- Disponibilité de votre argent sur partout le territoire national et à tout moment.
- Elle permet de gagner du temps en toute sécurité et d'éviter le déplacement pour les opérations de retrait et de versement.
- Des opérations bancaires sécurisées par un code personnel et confidentiel.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

2.2.5 Cartes Elite Particulier

La carte CIB elite est une carte interbancaire haut de gamme bénéficiée par tout particulier, titulaire d'un compte chèque. Elle est attribuée au client moyennant une redevance annuelle de 2000 DA/HT. Elle permet d'effectuer auprès tous les GAB et DAB de la BNA et les confrères des opérations de retraits, de paiement de proximité, de paiement en ligne, de virement et d'encaissements. Ainsi, que d'autres fonctions telles que l'accès au service SMS card avec des frais d'abonnements mensuels.

Elle permet de bénéficier également des services suivants :

- Le remboursement d'un capital qui atteint un million de DA en cas de décès accidentel ou d'invalidité absolue et définitive.
- Assistance routière.
- Assistance psychologie.
- Assistance habitation.

❖ Ses avantages

- Une flexibilité financière accrue en offrant des seuils de retrait, paiement plus élevé que toutes les autres cartes et accorde de réaliser des transactions plus importantes.
- Un large choix de services d'assurances innovants adossés à cette carte permettant de bénéficier des services de conciergerie locale (information et réservation de voyage, de restaurant, de spectacle, assistance routière et habitation). Et d'une assistance médicale (le transport sanitaire).

Tableau N°05 : Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte Elite Particulier

| Type de carte | Plafonds de retrait | Plafonds de paiement |
|---------------|---------------------|----------------------|
| CIB Elite | 200.000 DA | 250.000 DA |

Source : Etabli à partir d'un document interne de la BNA

2.2.6 Cartes Elite Affaires

La carte Elite affaires est bénéficiée par tous les clients de la banque, professionnel et entreprise, titulaire de comptes cheque ou de comptes courants et ou à leurs mandataires dûment habilités. Elle est proposée à 2000 DA/HT par an.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Elle permet d'effectuer :

- Le paiement de produits et services au niveau des accepteurs dotés de TPE connectés au réseau monétique interbancaire.
- Le paiement via internet sur les sites « Web marchand » affiliés au réseau monétique interbancaire et sur les guichets automatiques de la BNA.

Tableau N°06 : Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte Elite affaires

| Type de carte | Plafonds de retrait | Plafonds de paiement |
|----------------------|---------------------|----------------------|
| Carte Elite affaires | 50.000 DA | 400.000 DA |

Source : Etabli à partir d'un document interne de la BNA

2.2.7 Cartes prépayées

La carte prépayée de la BNA est une carte de retrait et de paiement rechargeable, alimentée par virement à partir du compte principal du client particulier, ou par opération de guichet (retrait ou versement). Elle peut être au nom du titulaire du compte ou de son porteur.

NB : Elle permet d'effectuer les mêmes opérations qu'une carte CIB classique ou gold.

❖ Ses avantages

- Elle permet une meilleure gestion des dépenses.
- Le client demandeur de la carte prépayée peut octroyer jusqu'à dix (10) personnes différentes.
- Gratuité du SMS OTP sur les opérations d'E Paiement.
- La carte prépayée est valide et renouvelable pour une durée de trois ans.

Tableau N°07 : Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte prépayée

| Type de carte | Plafonds de retrait | Plafonds de paiement |
|----------------|---------------------|----------------------|
| Carte Prépayée | 100.000 DA | 80.000 DA |

Source : Etabli à partir d'un document interne de la BNA

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

2.2.8 Les automates DAB ET GAB

Les automates DAB et GAB de la BNA permettent à ses clients, détenteurs d'une carte interbancaire CIB, de réaliser des transactions bancaires sur leurs comptes en toute sécurité 24h/7 j ou qu'ils soient.

La BNA dispose de 171 DAB et 100 GAB couvrant l'ensemble du territoire national.

➤ Fonctionnalités du DAB

- Retrait d'espèces sur le compte courant ou épargne.
- Consultation de solde.
- L'activation du service E-paiement (SMS OTP) en procédant à l'insertion du numéro du téléphone.
- Activation de la carte CIB.
- Changement du code PIN.
- Opération de virement entre comptes BNA.
- Opération Top Up : elle permet le paiement des factures sur le DAB.

➤ Fonctionnalités du GAB

- Virement vers un compte BNA.
- Consultation du solde.
- Virement de compte à compte.
- Consultation du RIB.
- Versement de billets dans votre compte.
- Commande de chéquiers et les remises de chèques à l'encaissement.
- Opérations via livret épargne électronique.

Tableau N° 08 : Les opérations effectuées sur GAB pour chaque type de carte

| Opération GAB | Carte CIB Particulier | Carte CIB Prépayée | Carte CIB Affaire | Carte Elite Particulier | Carte Elite Affaire | Carte Epargne |
|-----------------------|-----------------------|--------------------|-------------------|-------------------------|---------------------|---------------|
| Consultation de solde | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ |

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

| | | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| Retrait sur GAB | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Consultation derniers mouvements | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Demande de carnet de cheque | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
| Demande de RIB | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Virement | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
| Dépôt de billet sur son propre compte | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
| Dépôt de billets sur un autre compte | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
| Dépôt de chèque sur son propre compte | ✓ | ✓ | | ✓ | | |
| Dépôt de chèque sur un autre compte | ✓ | ✓ | | ✓ | | |

Source : Etabli à partir d'un document interne de la BNA

2.2.9 Terminal de paiement TPE

Le terminal de paiement électronique désigne tout appareil permettant de traiter un paiement par carte. Il est connecté avec les services spécialisés de la banque. Il qui permet au détenteur de la carte « CIB » d'effectuer le paiement de ses achats ou prestations chez un commerçant, rapidement et en toute sécurité. Le commerçant peut aussi intégrer à son terminal de paiement électronique une fonction de caisse enregistreuse.

Section 3 : La méthodologie de recherche appliquée à notre étude et analyse des résultats

Cette section détaille la méthodologie employée pour mener à bien la partie empirique de notre mémoire. Elle couvre l'élaboration du questionnaire en tenant compte des objectifs de l'étude, des variables à mesurer et des populations cibles.

3.1 Choix de la méthode d'enquête par questionnaire

Avant d'entrer dans les détails de la méthode d'analyse sélectionnée, il est essentiel de souligner le rôle central qu'elle joue dans tout travail de recherche. En effet, elle constitue le

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

pilier fondamental qui nous guide dans l'organisation et la structuration de tous les aspects que nous souhaitons explorer tout au long de notre étude de cas sur l'inclusion financière en lien avec l'E-banking.

Effectivement, le choix d'une méthode spécifique par rapport à une autre n'est jamais arbitraire. Cette décision découle souvent de la nécessité pour le chercheur d'adapter ses techniques de recherche à la spécificité du thème étudié. Dans notre cas, étant donné que notre sujet porte sur des représentations, nous avons choisi la méthode du questionnaire. En outre, il est considéré le plus souvent comme l'outil méthodologique le plus pratique.

➤ Définition du questionnaire

Le questionnaire est l'un des outils d'enquête les plus employés dans les recherches universitaires, il se compose d'un formulaire contenant une série de questions. Selon ANGERS, M, le questionnaire se présente comme « technique directe d'investigation pour interroger les individus et de faire un prélèvement quantitatif »¹. En somme, il est une technique de recherche qui sert à recueillir des informations des personnes par le biais d'un formulaire, comprenant un ensemble de questions pour obtenir des réponses standardisées et comparables. Il peut être proposé sur support papier, en ligne ou sous forme d'entretiens.

3.2 Présentation et contenu du questionnaire d'enquête

L'objectif est de déterminer le lien existant entre l'électronique Banking et la finance inclusive en Algérie, de décrire comment les individus s'y prennent ils avec ce service moderne e-Banking, et d'évaluer leur degré de satisfaction à l'égard des divers aspects qui y sont liés, ainsi que leur position par rapport à l'inclusion financière. Donc, le choix du questionnaire s'est révélé plus approprié pour collecter des informations réelles et examiner les différentes perspectives et idées des répondants.

Le questionnaire que nous avons élaboré a été destiné aux différentes catégories d'individus. D'abord, pour savoir s'ils disposent d'un compte bancaire et s'ils sont inclus dans le système financier formel. Ensuite, leur fréquence d'utilisation d'e-Banking et leur degré de satisfaction.

¹ Angers, M. (1997), *Introduction pratique à la méthodologie de la recherche en sciences humaine*, Casbah, Alger.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Nous n'avons pas eu de problèmes concernant la collecte des informations. Nous avons pu obtenir des réponses claires et serviables auprès de la majorité. Mais, il convient de prendre en compte la fiabilité des réponses car il existe toujours un risque de biais ou d'erreur dans ces réponses sachant qu'ils arrivent que les répondants ne prennent pas les questionnaires au sérieux. La récupération des données a duré quelques semaines.

- **Les étapes de collecte de données par questionnaire**

- La première étape de notre étude consiste à cerner la problématique qui doit être traitée. Sur ce dernier point précisément, les travaux de (Sales-Wuillemin, 2013), explique clairement cette étape de recherche qui est indispensable pour chaque enquête de terrain. Comme ça été indiqué dans l'introduction, il s'agit principalement d'étudier les contributions de "E-banking" à la promotion des services de la finance inclusive en Algérie. C'est donc grâce à la détermination préalable des objectifs de l'enquête que nous avons sélectionné les moyens appropriés.

- La deuxième étape est "la réalisation d'un sondage qui s'effectue sur une partie de la population appelée échantillon". Ainsi, l'échantillon que nous avons sélectionné concerne les différents individus de la commune de Bejaia. Cet échantillon a été sélectionné soigneusement selon la tranche d'âge, situation socioprofessionnelle, le niveau d'étude.... (Voir les résultats de l'enquête indiqués dans le tableau N° 09)

- La troisième étape est une continuité des deux premières étapes. Il s'agit, plus précisément, de définir la technique à mettre en place pour suivre les objectifs prédéfinis initialement. Dans cette étude, nous avons choisi la distribution du questionnaire en ligne via l'application google forms. Le questionnaire, par voie électronique est intéressant au regard de la simplicité et la possibilité de collecter les réponses directement via l'application. Par conséquent, le questionnaire devient alors comme une grille d'observation où il est possible d'enregistrer les réponses.

- La quatrième phase de notre travail est la rédaction du questionnaire. Ce dernier est donc destiné à capter, dans la population interrogée, les éléments de réponses aux questions que l'on se pose sur l'inclusion financière et le "E-banking". Nous avons donc rédigé un questionnaire composé de trois parties :

- La première partie est composée des questions fermées à choix unique qui sont dédiées aux caractéristiques générales et l'identification des clients interrogés.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- La deuxième partie de questions concerne l'usage des services financiers proposés par les banques pour les clients. Les questions visent à cerner les implications des banques et des clients en matière de la finance inclusive. Elles visent aussi la déduction des obstacles qui entravent l'inclusion financière.
- La troisième partie est principalement liée au degré de satisfaction des clients vis-à-vis des services "E-banking" proposés par les banques algériennes. Les apports de E-banking en matière de l'inclusion financière sont analysés par la proposition d'une grille d'évaluation relative au degré de satisfaction sur l'importance donnée par la banque aux aspects "E-banking". Les apports sont aussi traités par le ressenti des clients vis-à-vis de la plateforme "E-banking", plusieurs caractéristiques ont été intégrées et sur lesquelles les clients ont été interrogés. L'objectif de ce questionnaire est de provoquer une réaction chez les interviewés, concernant les apports des services E-banking à l'inclusion financière, et servir de support pour nos investigations afin d'enregistrer les informations obtenues, sur le logiciel sphinx, et effectuer ainsi le traitement de façon complète et précise.
 - La cinquième étape s'intéresse à la collecte et le recueil de données. Cette étape implique principalement une bonne organisation du travail et peut être effectuée grâce à des logiciels de gestion de données, de traitement d'enquêtes ou d'analyse statistique. Pour notre étude, nous avons choisi le logiciel "Sphinx" qui permet essentiellement d'intégrer directement le tableau des réponses obtenues sous forme de tableur Excel et ces réponses ont été extraites de l'application google forms.
 - La dernière étape concerne le dépouillement et l'analyse des données obtenues via le questionnaire. Une fois les réponses intégrées dans le logiciel, nous nous sommes intéressés donc aux résultats qui ont ressorti de notre étude. Nous avons fait ressortir deux phases d'analyses. La première phase a commencé par le constat des réponses données par les interviewés, c'est-à-dire le dépouillement. Ensuite, la deuxième phase est caractérisée par un approfondissement des analyses pour parvenir aux résultats significatifs de l'enquête, ce qui a permis d'adapter les décisions et les actions aux conclusions de l'étude. Le dépouillement des résultats nous a donné rapidement un aperçu de l'ensemble des résultats de l'enquête en produisant des tableaux ou graphiques de résultats et des listes de réponses données.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

3.3 Analyse des résultats du questionnaire

▪ Réponses aux questions relatives à l'identification du répondant

Le tableau ci-dessous représente le résultat des statistiques descriptives de l'échantillon.
Tableau N°09 : La répartition des répondants selon les variables démographiques de l'échantillon étudié

| Variable | Catégorie | Fréquence | Pourcentage |
|---------------------------|-------------------------------|-----------|-------------|
| Sexe | Homme | 18 | 60% |
| | Femme | 12 | 40% |
| Lieu de résidence | Compagne | 12 | 40% |
| | Ville | 18 | 60% |
| Age | Entre 18-25 ans | 6 | 20% |
| | Entre 25-35 ans | 13 | 43.3% |
| | Entre 35-55 ans | 9 | 30% |
| | Plus de 55 ans | 2 | 6.7% |
| Niveau d'étude | Etudes primaires | / | / |
| | Etudes secondaires | 4 | 13.3% |
| | Etudes universitaires | 18 | 60% |
| | Diplôme d'études supérieures | 8 | 26.7% |
| | Autre | / | / |
| Situation professionnelle | Employé(e) à temps plein | 14 | 46.7% |
| | Employé(e) à temps partiel | 5 | 16.7% |
| | Travailleur indépendant | 7 | 23.3% |
| | Sans emploi | 1 | 3.3% |
| | Autre (étudiants) | 3 | 10% |
| | Total de l'échantillon | | 30 |

Source : Elaboré par nos soins à partir des données du questionnaire

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- **Commentaire :**

D'après le tableau ci-dessus, concernant la répartition par tranche d'âge, presque la plupart des répondants (93.3%) se situent dans la tranche d'âge de 18 à 55 ans.

Une autre observation importante est que (86,7%) des répondants ont obtenu un diplôme d'étude supérieur ou effectuer des études universitaires.

Cette répartition des répondants par niveau d'étude et par tranche d'âge permet de mieux comprendre le profil des participants à l'étude.

La répartition de l'échantillon entre les zones urbaines et rurales montre que la grande partie des enquêtés sont des habitants de la ville avec (60%). En revanche, la minorité avec (40 %) sont des habitants de la campagne. Notre but de cette analyse est de comprendre si les personnes habitantes dans les zones rurales font face aux obstacles de l'éloignement géographique.

Selon les réponses obtenues, les employés à temps plein et à temps partiel représentent respectivement, (46.7%) et (16.7%) du total des interviewés. Tandis que le pourcentage des travailleurs indépendants représente (23.3%) de l'ensemble de l'échantillon. Le pourcentage des étudiants/étudiantes et les sans-emplois représentent respectivement (10%) et (3.3 %). Cette répartition de l'échantillon est intéressante à étudier car elle nous indiquera des points de vue différents sur la perception de "E-banking " et l'inclusion financière en Algérie.

- **Réponses aux questions relatives à l'inclusion financière**

A. Question N°01 : Disposez-vous d'un compte bancaire ?

Tableau N°10 : Répartition de l'échantillon selon leur disposition d'un compte bancaire

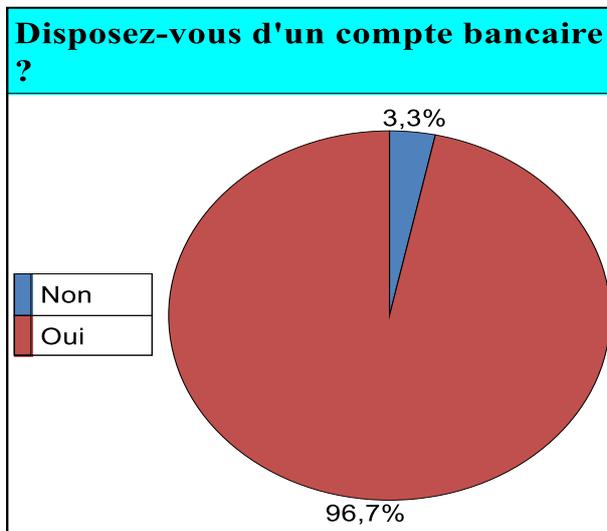
| Disposition d'un compte bancaire | Nombre |
|---|---------------|
| Oui | 29 |
| Non | 1 |
| Total | 30 |

Source : élaboré par nos soins à partir des données.

La présentation graphique :

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Graphique N°03 : Disposition d'un compte bancaire



Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

- **Commentaire :**

Les données obtenues révèlent une domination de la détention d'un compte bancaire, avec (96.7%) des répondants affirmant en posséder un. Ceci peut être expliqué par l'omniprésence des services bancaires dans la vie quotidienne des personnes interrogées, impliquant ainsi une forte inclusion financière. En revanche, une minorité relative, représentant seulement (3.3%) de l'échantillon, déclare ne pas avoir de compte bancaire. Même si cette proportion étant faible, elle soulève des questions importantes sur la finance inclusive et l'accessibilité aux services bancaires pour certains segments de la population.

- **La réponse à la question sur les raisons de détention d'un compte bancaire ?**

La présentation graphique :

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Graphique N°04 : Raisons du recours à une banque



Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

- **Commentaire :**

Le graphique ci-dessus met en évidence les principales raisons pour lesquelles les enquêtés ont recours aux services bancaires. D'après les réponses obtenues, nous constatons une égalité entre deux catégories de réponses : l'épargne et précaution, ainsi que l'accès à des moyens de financement, les deux catégories représentent (43.3%) de l'échantillon. Ceci peut être expliqué en raison de leurs préparations aux imprévus, et les opportunités futures, ainsi la plupart font recours à la banque pour des solutions de crédits et de prêts. Nous remarquons également qu'un nombre significatif d'individus ont recours à la banque pour motifs de confiance et de sécurité, avec un taux de (36.7%). Ce dernier résultat confirme l'idée que la confiance dans l'institution bancaire est un facteur clé dans les décisions financières des clients. Tandis que seulement (30%) ont recours aux banques pour effectuer des transactions financières.

B. Question N°02 : Utilisez vous les services financiers proposés par les banques ?

Tableau N°11 : Répartition de l'échantillon selon leur utilisation des services financiers

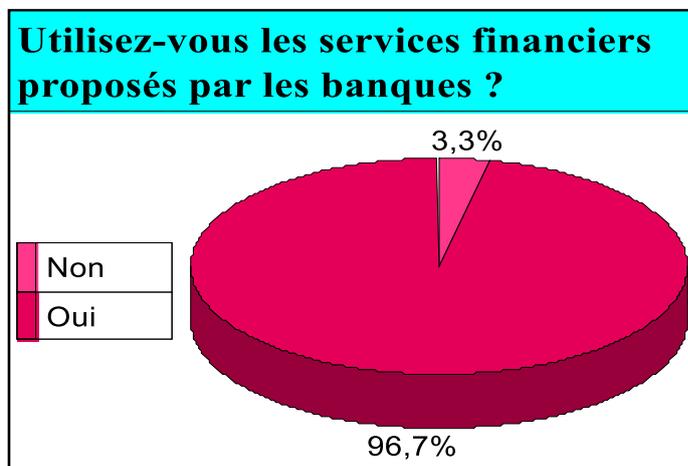
| L'utilisation des services financiers | Nombre |
|---------------------------------------|-----------|
| Oui | 29 |
| Non | 1 |
| Total | 30 |

Source : élaboré par nos soins (résultats de l'enquête).

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

La présentation graphique :

Graphique N°05 : Utilisation des services financiers de la banque



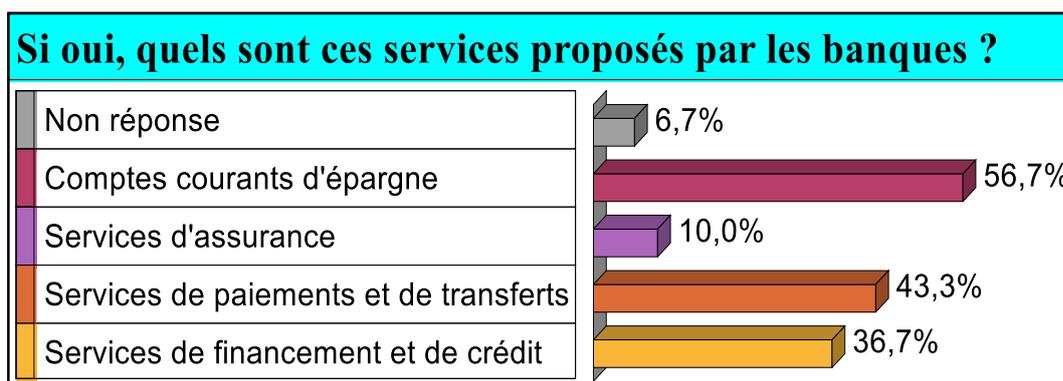
Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

- **Commentaire :**

Nous constatons un taux élevé d'utilisateurs des services financiers proposés par les établissements bancaires avec (96.7%) du total des répondants.

- **La réponse à la question concernant les types des services financiers bancaires**

Graphique N°06 : Les différents services proposés par les banques



Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- **Commentaire :**

Le graphique offre une perspective intéressante sur l'utilisation des services financiers fournis par la banque au sein de l'échantillon étudié. Les données révèlent une forte utilisation des comptes courants d'épargne avec (56.7%). En outre, les services de paiements et de transferts sont également largement utilisés, bien que leur pourcentage soit légèrement inférieur à celui des comptes d'épargne, avec (43.3%) de l'échantillon. Ces services sont essentiels pour effectuer des transactions courantes telles que les paiements de factures, les transferts d'argent entre comptes, ou les paiements en ligne. Les services de financements et de crédits occupent également une place importante, avec (36.7%) de l'échantillon utilisant ces services. Cela indique une demande soutenue pour les prêts et les services de financement pour répondre à divers besoins financiers. En contrepartie, les services d'assurances présentent un taux plus bas avec (10%). Cela pourrait suggérer une moindre priorité accordée à l'assurance par rapport à d'autres services financiers.

C. Question N°03 : Quels sont les principaux obstacles que vous rencontrez pour accéder à des services financiers ?

Il existe sûrement des obstacles divers qui altèrent l'inclusion financière. Dans notre étude nous avons proposé une grille de réponse à choix multiples qui est composée d'un ensemble d'entraves les plus courants. Les réponses obtenues selon les interviewés sont indiquées dans le tableau 12 et graphique 07 ci-dessous.

Tableau N°12 : Répartition de l'échantillon selon les différents obstacles rencontrés pour accéder aux services financiers

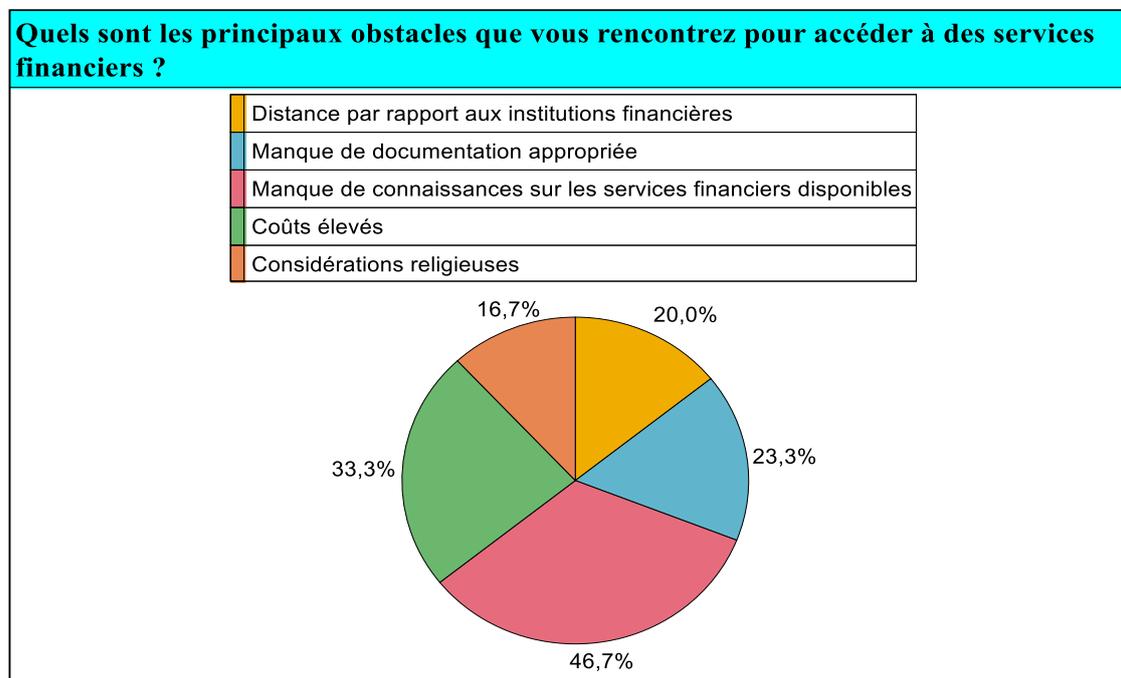
| Obstacles d'accès aux services financiers | Nombre |
|---|---------------|
| Distance par rapport aux institutions financières | 6 |
| Manque de documentation appropriée | 7 |
| Manque de connaissances sur les services financiers disponibles | 14 |
| Coûts élevés | 10 |
| Considérations religieuses | 5 |

Source : élaboré par nos soins à partir de données.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

La présentation graphique :

Graphique N°07 : Principaux obstacles d'accès aux services financiers



Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

- **Commentaire :**

Le graphique ci-dessus souligne que le défi majeur rencontré par les répondants pour accéder aux services financiers est le manque de connaissances sur les services financiers disponibles, avec un pourcentage de (46.7%), ce qui confirme l'importance de l'éducation financière. Ensuite, les coûts élevés représentent un autre obstacle majeur, avec (33.3%). Ce résultat indique que nombreux individus, en particulier ceux à faible revenu, trouvent les frais associés aux services financiers prohibitifs.

Le manque de documentation appropriée est également un problème significatif, avec un taux de (23.3%). La distance par rapport aux banques, bien que moins fréquente que d'autres obstacles, reste remarquable, avec un pourcentage de (20%). Cela met en évidence les difficultés rencontrées par les individus habitant dans des zones éloignées par rapport aux institutions financières. Enfin, il y a des répondants qui rencontrent des obstacles liés à leurs convictions religieuses (16.7%).

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

D. Question N°04 : Avez-vous déjà été exclu des services financiers en raison de votre situation professionnelle, votre sexe, ou d'autres facteurs ?

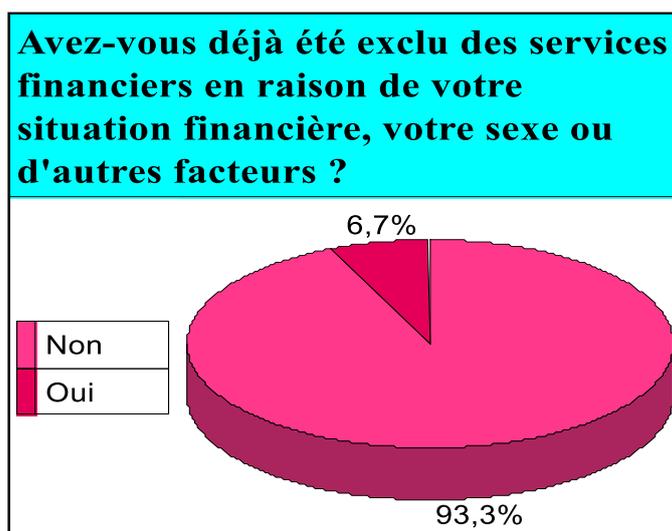
Tableau N° 13 : Exclusion de l'échantillon des services financiers

| | Nombre |
|--------------|-----------|
| Oui | 2 |
| Non | 28 |
| Total | 30 |

Source : élaboré par nos soins (données de l'enquête).

La présentation graphique :

Graphique N°08 : Exclusion des services financiers



Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

Commentaire :

(93.3%) des enquêtés affirment qu'ils n'ont pas été déjà exclus des services financiers en raison de leur situation financière, leur sexe, ou d'autres facteurs. D'après ces résultats, nous pouvons confirmer l'accessibilité généralisée aux services financiers, avec un progrès significatif en matière d'inclusion financière.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

▪ Réponses aux questions relatives à l'utilisation des services E-Banking

A. Question N°01 : Quelle est votre fréquence d'utilisation des services E-Banking ?

Tableau N° 14 : Répartition de l'échantillon selon leur fréquence d'utilisation des services E-banking

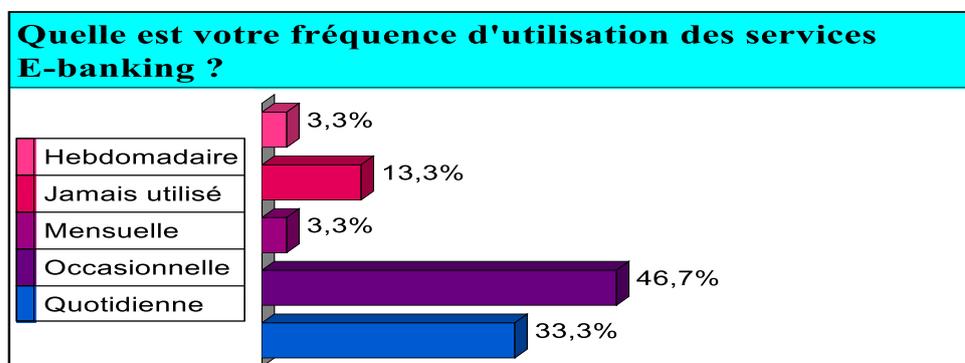
| Fréquence d'utilisation des services E-banking | Nombre |
|--|-----------|
| Quotidienne | 10 |
| Hebdomadaire | 1 |
| Mensuelle | 1 |
| Occasionnelle | 14 |
| Jamais utilisé | 4 |
| Total | 30 |

Source : élaboré par nos soins à partir des données

La présentation graphique :

Le graphique 09 ci-dessous représente les réponses concernant la fréquence d'usage de service E-banking par les clients interrogés.

Graphique N°09 : Fréquence d'utilisation des services E-banking



Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

- **Analyse des résultats :**

Nous constatons que la majorité des personnes interrogées (46.7%) utilisent les services E-banking de manière occasionnelle, tandis que (33,3%) y ont recours quotidiennement. Ce qui met en évidence une adoption plus régulière et intégrée de ces services dans leur vie quotidienne. Une proportion significative (13,3%) déclare n'avoir jamais utilisé ces services. Les utilisations hebdomadaires et mensuelles chacune avec (3.3%), représentent des parts plus modestes de l'échantillon. Bien que l'utilisation quotidienne soit significative, l'e-banking reste largement utilisé de manière occasionnelle.

Question N°02 : Quelles services utilisez-vous le plus fréquemment sur votre plateforme E-Banking

Tableau N°15 : Répartition de l'échantillon selon les services les plus fréquemment utilisés sur la plateforme E-banking

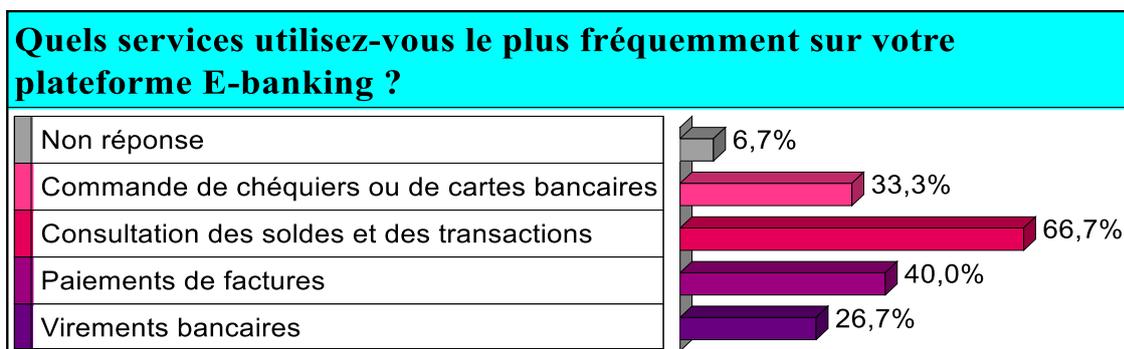
| Les services utilisés fréquemment sur la plateforme E-banking | Nombre |
|--|---------------|
| Consultation des soldes et des transactions | 20 |
| Virements bancaires | 8 |
| Paiements de factures | 12 |
| Commande de chéquiers ou de cartes bancaires | 10 |

Source : élaboré par nos soins à partir de donnée

La présentation graphique :

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Graphique N°10 : Services les plus fréquemment utilisés sur la plateforme E-banking



Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

- **Commentaire :**

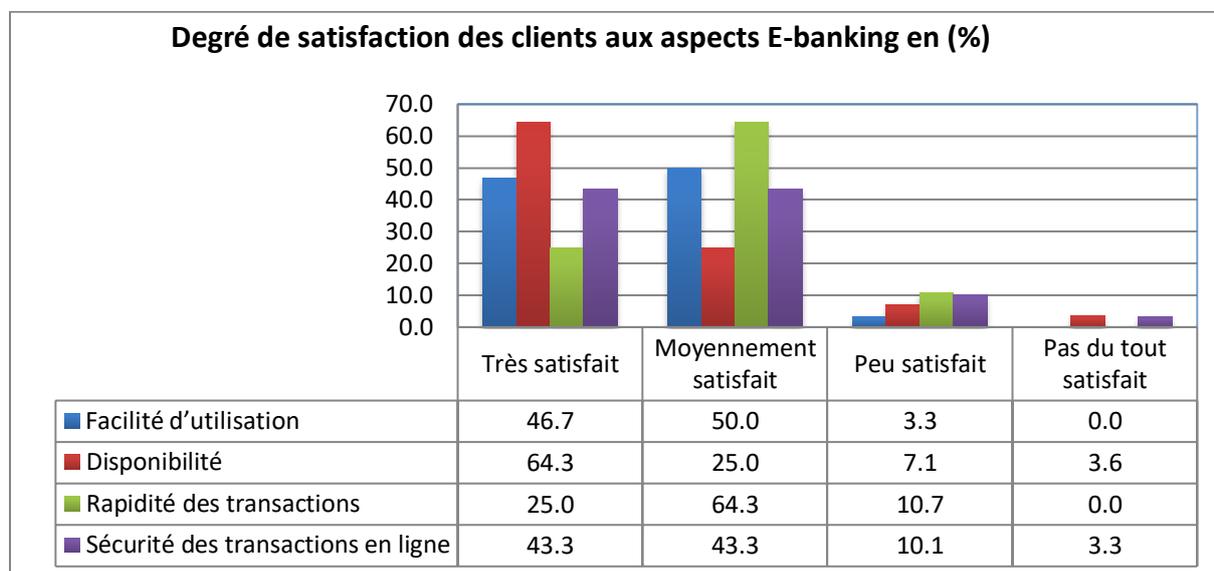
Le graphique 10 ci-dessus présente de manière concise les services les plus utilisés sur la plateforme e-banking. Il montre que la consultation de solde et les transactions sont les plus fréquemment effectuées, représentant (66,7%) de l'utilisation totale. Ensuite, le paiement de factures est également significatif, avec (40%) d'utilisation. La commande de chèques et cartes bancaires est également remarquable, représentant (33,3%), tandis que les virements bancaires ont une utilisation moins fréquente, avec (26,7%). Cette répartition met en évidence la préférence des utilisateurs pour les services de consultation et de transaction, suivis par les paiements de factures, alors que les services liés aux chèques et aux virements sont moins sollicités.

B. Question N°03 : Quelle est votre degré de satisfaction concernant l'importance donnée par votre banque aux aspects « E-banking » suivants :

D'après le graphique 11 ci-dessous qui représente le degré de satisfaction des utilisateurs vis-à-vis de différents aspects de l'E-banking, nous constatons que la plupart des clients sont satisfaits des services bancaires proposés dans le cadre de E-banking. Les détails des réponses sont comme suit : (voir le graphique et le tableau suivants).

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Graphique N°11 : Le degré de satisfaction de l'échantillon selon les aspects E-banking



Source : établi par nos soins à partir de données.

En ce qui concerne la facilité d'utilisation, il est notable que (46,7%) des utilisateurs se disent très satisfaits, tandis que la majorité, soit (50%), se situent dans la catégorie moyennement satisfaite. Les insatisfaits se répartissent entre peu satisfaits (3,3%) et pas du tout satisfaits (0%).

La disponibilité du service révèle un niveau élevé de satisfaction, avec (64,3%) des utilisateurs se déclarant très satisfaits. Cependant, près d'un demi (25%) se situent dans la catégorie moyennement satisfaite, ce qui suggère qu'il existe encore des possibilités d'amélioration en termes de disponibilité.

La rapidité des transactions semble être un point fort, avec (25%) des utilisateurs étant très satisfaits et (64,3%) moyennement satisfaits. Toutefois, une proportion non négligeable (10,7%) est peu satisfaite, ce qui peut indiquer des inefficacités dans le processus de transaction.

En ce qui concerne la sécurité des transactions, les résultats montrent une répartition équilibrée entre les utilisateurs très satisfaits (43,3%) et ceux moyennement satisfaits (43,3%). Cependant, que (10,1%) des utilisateurs se sentent peu satisfaits de la sécurité, tandis que (3,3%) ne sont pas du tout satisfaits, ce qui met en lumière l'importance de renforcer les mesures de sécurité pour maintenir la confiance des utilisateurs.

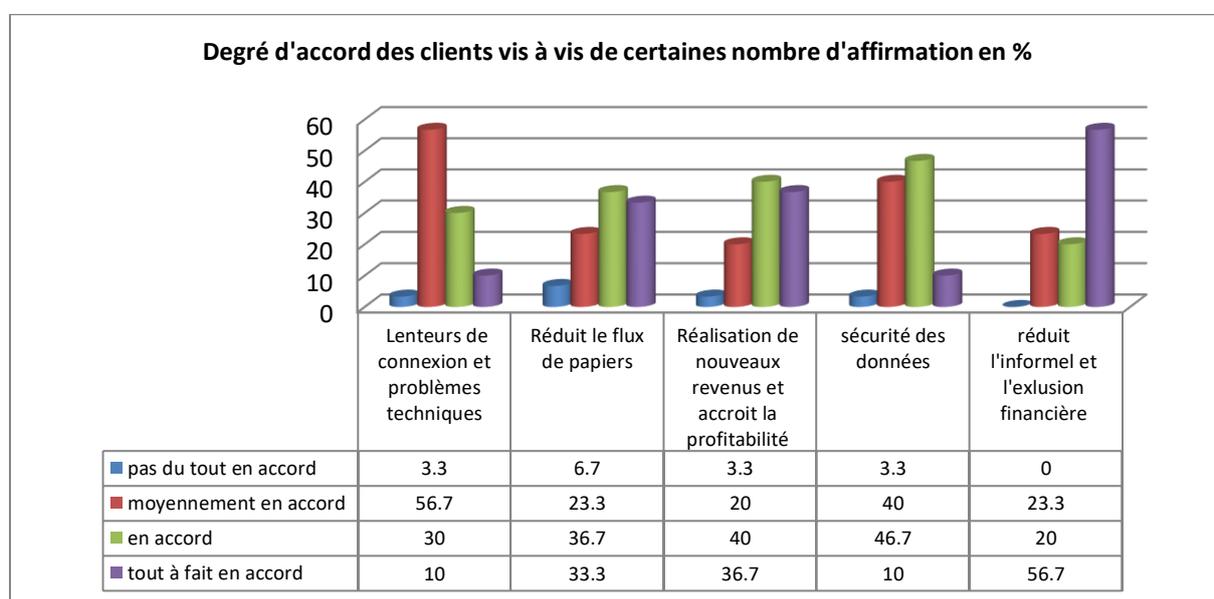
Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

En résumé, bien que l'E-banking suscite généralement un niveau élevé de satisfaction, ça nécessite une attention continue pour répondre aux attentes des utilisateurs et garantir une expérience positive et sécurisée.

C. Question N°04 : Indiquez sur une échelle votre degré d'accord avec chacune des affirmations suivantes :

La présentation graphique

Graphique N° 12 : Le degré d'accord de l'échantillon Avec les différentes affirmations concernant E'banking



Source : établi par nos soins à partir de données.

- **Commentaire :**

La représentation graphique ci-dessus présente les résultats obtenus relatifs aux opinions des utilisateurs concernant cinq aspects de l'e-banking.

Premièrement, en ce qui concerne la fiabilité de la plateforme e-banking, la majorité des sondés (56.7%) sont moyennement en accord avec l'affirmation selon laquelle la plateforme rencontre souvent des lenteurs de connexion et des problèmes techniques. Une proportion moindre des sondés est en accord (30%), tandis que seulement une minorité ne sont pas du tout d'accord (3.3%) ou sont tout à fait d'accord (10%).

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Deuxièmement, en ce qui concerne l'impact de l'e-banking sur la réduction du flux de papier coûteux dans les processus de tenue de dossiers, une proportion importante des sondés (33.3%) sont tout à fait d'accord avec l'affirmation, suivi par (36,7%) qui sont en accord. Seulement (6.7%) des répondants ne sont pas du tout d'accord, tandis que (23.3%) sont moyennement en accord.

Troisièmement, en ce qui concerne la génération de nouveaux revenus et l'accroissement de la performance et de la rentabilité des banques et des clients grâce à l'e-banking, une part significative des enquêtés (36.7%) sont tout à fait d'accord, suivie par (40%) qui sont en accord. Une minorité est moyennement en accord (20%), tandis que seuls (3.3%) ne sont pas du tout d'accord.

Ces résultats indiquent que, bien que la fiabilité technique de l'e-banking puisse être une préoccupation pour certains utilisateurs, la plupart reconnaissent ses avantages potentiels en termes de réduction des coûts et de génération de revenus supplémentaires. Cependant, des efforts supplémentaires peuvent être nécessaires pour convaincre ceux qui ne sont pas encore pleinement convaincus.

Ensuite, en ce qui concerne les préoccupations concernant la sécurité des données malgré les avantages de l'e-banking, les résultats montrent une préoccupation significative parmi les participants. En effet, une proportion importante (46.7%) est en accord avec cette affirmation, tandis que (40%) sont moyennement en accord, soulignant une prise de conscience répandue de ce problème. Seulement une minorité (3.3%) est pas du tout d'accord, indiquant que la préoccupation concernant la sécurité des données est largement partagée. De plus, (10%) des sondés sont tout à fait d'accord.

Enfin, les clients mettent en évidence un fort accord sur les avantages sociaux de l'e-banking. Une grande majorité (56,7%) des répondants sont tout à fait d'accord avec le fait que l'e-banking réduit l'exclusion financière et les transactions informelles, ce qui témoigne d'une perception largement partagée de ses impacts sociaux bénéfiques. Et même si l'e-banking présente des inconvénients, il est largement perçu comme un outil efficace pour accroître l'inclusion financière et formaliser les transactions.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Section 4 : Analyse des résultats de l'étude par le croisement des variables (usage du test de khi2)

4.1 Quelques rappels sur le tes khi2

❖ Le test de Khi-deux χ^2 est une méthode statistique utilisée pour mesurer la signification d'une relation entre deux variables qualitatives nominales.

➤ Hypothèses du test

H0 : hypothèse dite nulle : Les deux variables sont indépendantes (Il n'y a pas de relation significative).

H1 : hypothèse dite alternative : Les deux variables sont dépendantes (Il y a une relation significative).

➤ Effectifs théoriques

Ces effectifs sont ceux qui correspondent à l'hypothèse nulle (H0). Le calcul se fait de la manière suivante : le total de la ligne concernée x le total de la colonne concernée / total général.

➤ Choix du risque d'erreur (α)

Ce sont des éléments subjectifs, mais ayant des conséquences directes sur la décision issue du test. α : 1%, 2%, 5% et 10% sont les valeurs les plus courantes, mais nous allons travailler avec 5%.

4.2 Exemple 1 de test de Khi 2 selon les résultats de notre enquête

Croisement de « *Quelle est votre situation professionnelle ?* » avec « *Utilisez-vous les services financiers proposés par les banques ?* ».

Le test pratiqué ici est un test d'indépendance entre deux caractères, la situation professionnelle et l'utilisation des services financiers. Nous sommes donc en présence d'un tableau croisé qui est indiqué ci-dessous.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Tableau N°16 : Croisement entre deux variables « Situation professionnelle et l'utilisation des services financiers »

| Quelle est votre situation professionnelle / Utilisez-vous les services financiers proposés par la banque | Non | Oui | TOTAL |
|---|----------|-----------|-----------|
| Employé (e) : temps partiel | -1 | +0 | 5 |
| Employé (e) : temps plein | -3 | +0 | 14 |
| Sans emploi | +0 | +0 | 1 |
| Travailleur indépendant | -2 | +0 | 7 |
| Etudiant | +0 | +0 | 1 |
| Etudiante | +90 | -3 | 2 |
| TOTAL | 1 | 29 | 30 |
| khi2 = 14,48, ddl = 5, 1-p = 98,72%. | | | |

Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

Le problème posé est : l'utilisation des services financiers proposés par les banques est-elle influencée par la situation professionnelle des clients ?

- En suivant la méthodologie du test du khi2 nous pourrons apporter des éléments de réponse.

Exemple des effectifs théoriques du tableau ci-dessus : **(voir annexe N°04).**

➤ **Khi2 calculé :**

$$X^2 = \sum \frac{(\text{Effectifs empiriques} - \text{effectifs théoriques})^2}{\text{Effectifs théoriques}}$$

Le total de toutes les valeurs donne le khi2, dans notre cas il est égal à **14,48**. Il convient également de savoir le calcul de degré de liberté \Rightarrow ddl= (nombre de lignes-1) x (nombre de colonnes-1) \Rightarrow **(6-1) x (2-1) = 5**.

Donc la valeur de khi2 théorique est la ligne correspondante au ddl trouvé et à la colonne du risque d'erreur adopté (5%), (table de la loi khi-deux) **(annexe N°06) \Rightarrow 11.07**

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

➤ Règle de décision :

- $Khi2 \text{ calculé} < Khi2 \text{ théorique} \Rightarrow H_0$
- $Khi2 \text{ calculé} > Khi2 \text{ théorique} \Rightarrow H_1$
- $P < 0.05 \Rightarrow H_1 ; P > 0.05 \Rightarrow H_0$

➤ Interprétation :

D'après les résultats obtenus dans le tableau N°16 :

- $P = 0.01 < 0.05$ et $Khi2 = 14,48 > 11,07 \Rightarrow$ On rejette l'hypothèse nulle H_0 et on accepte H_1 , alors il existe une relation significative entre les deux variables (Elles sont dépendantes). Donc la situation professionnelle de chaque individu influence leur utilisation des services financiers proposés par les banques.

4.3 Exemple 2 de test de Khi 2 selon les résultats de l'enquête

Croisement de « *Disposez-vous d'un compte bancaire ?* » avec « *Pour quelles raisons auriez-vous recours à une banque ?* »

Tableau N°17 : Croisement entre les deux variables « Disposition d'un compte bancaire et les raisons de recours à une banque ».

| Disposez-vous d'un compte bancaire ? / pour quelles raisons auriez-vous recours à une banque ? | Non réponse | Épargner et précaution | Avoir un moyen de financement (crédit.....etc.) | Confiance et sécurité | Effectuer des transactions financières (Achats, ventes...etc.) | TOTAL |
|--|-------------|------------------------|---|-----------------------|--|-----------|
| Non | +96 | -1 | -1 | +0 | +0 | 1 |
| Oui | -2 | +0 | +0 | +0 | +0 | 46 |
| TOTAL | 1 | 13 | 13 | 11 | 9 | 47 |
| khi2 = 47,00, ddl = 4, 1-p = 99%. | | | | | | |

Source : réalisé par le logiciel Sphinx plus²

- En suivant la même méthode précédente, nous pouvons interpréter les résultats obtenus

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

➤ Hypothèses du test

H0 : hypothèse dite nulle : Les deux variables sont indépendantes (Il n'y a pas de relation significative).

H1 : hypothèse dite alternative : Les deux variables sont dépendantes (Il y a une relation significative).

➤ Effectifs théoriques

Les effectifs théoriques calculés représentant le tableau ci-dessus : **(Voir annexe N°05).**

- Khi-deux calculé = 47,00. (Donné par logiciel)
- Degré de liberté = $(5-1) \times (2-1) = 4$.
- Khi- deux théorique = 9,94 (d'après la table de la loi khi-deux) **(annexe N°06).**

➤ Règle de décision :

- $\text{Khi2 calculé} < \text{Khi2 théorique} \Rightarrow \mathbf{H0}$; $\text{Khi2 calculé} > \text{Khi2 théorique} \Rightarrow \mathbf{H1}$
- $P < 0.05 \Rightarrow \mathbf{H1}$; $P > 0.05 \Rightarrow \mathbf{H0}$

➤ Interprétation :

D'après les résultats obtenus dans le tableau N°17 :

$P = 0.01 < 0.05$ et $\text{Khi2} = 47 > 9.94 \Rightarrow$ On rejette l'hypothèse nulle H0 et on accepte H1, alors il existe une relation significative entre les deux variables « la disposition d'un compte bancaire » et « les raisons de faire recours à une banque ». Autrement dit, elles sont dépendantes.

Cette dépendance peut être interprétée de différentes manières : Les personnes ayant déjà un compte bancaire sont plus enclines à utiliser divers services bancaires pour diverses raisons comme le crédit, l'épargne ou les transactions financières..., car elles y ont déjà accès. Ainsi, Les raisons pour lesquelles une personne envisage d'ouvrir un compte bancaire peuvent influencer sa décision de posséder un compte. Par exemple, quelqu'un qui souhaite épargner de l'argent ou obtenir un crédit pourrait ouvrir un compte bancaire spécifiquement pour accéder à ces services.

Chapitre III. L'E-Banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »

Conclusion

Ce troisième chapitre, dans lequel nous avons présenté les résultats de notre enquête par questionnaire, nous a permis de décrire la situation actuelle de l'e-banking en Algérie et son lien avec la finance inclusive.

La banque algérienne a fait un bond en avant dans l'évolution numérique. L'environnement de la BNA banque, par exemple ; est devenu concurrentiel. La maîtrise et le développement des services E-banking sont devenus primordiaux pour fidéliser les clients. La banque BNA en particulier, propose une variété de services bancaires accessibles par divers canaux, tels que les distributeurs automatiques de billets (DAB), les guichets automatiques bancaires (GAB), les terminaux de paiement électronique (TPE), les cartes bancaires, etc.

A la lumière des résultats obtenus de notre enquête, il ressort que la majorité des individus sont inclus financièrement et utilisent fréquemment les services E-banking. Ce qui indique une adoption significative des technologies numériques pour les transactions financières, et l'importance croissante de la banque électronique dans la vie quotidienne des algériens.

Il ressort aussi, des résultats obtenus, que l'e-banking joue un rôle important en termes de réduction des coûts et de génération de revenus supplémentaires. Cependant, des efforts supplémentaires peuvent être nécessaires pour convaincre ceux qui ne sont pas encore pleinement convaincus.

Ensuite, en ce qui concerne les préoccupations relatives à la sécurité des données, les résultats montrent une préoccupation significative parmi les participants. En effet, une proportion importante est en accord avec l'affirmation selon laquelle les services en ligne posent des difficultés liées à la sécurité des opérations en ligne. Seulement une minorité (3.3%) qui considère que la sécurité en ligne ne pose pas de difficulté quant à l'usage de "E-banking".

Enfin, les clients mettent en évidence un fort accord sur les avantages sociaux de "e-banking". Une grande majorité des répondants sont tout à fait d'accord avec le fait que l'e-banking réduit l'exclusion financière et les transactions informelles, ce qui témoigne d'une perception largement partagée de ses impacts sociaux bénéfiques. Et même si l'e-banking présente des inconvénients, il est largement perçu comme un outil efficace pour accroître l'inclusion financière et formaliser les transactions.

Conclusion générale

Conclusion générale

Tenant compte des résultats obtenus à travers ce travail de recherche relatif à la thématique de ce mémoire, il est clair que la finance inclusive est un enjeu majeur pour les autorités financières des différents pays, en particulier l'Algérie. Celle-ci joue un rôle très important dans l'étalement des produits financiers envers les populations, ce qui exige de nouvelles méthodes de transmission de l'information, de collecte de l'épargne et de réduction des frais. Dans ce sens, l'inclusion financière, s'inscrit dans une vision plus large de développement économique et social inclusifs.

Malgré son importance et les progrès accomplis, de nombreux obstacles subsistent, tels que : le manque de produits financiers adaptés, une infrastructure financière insuffisante, l'éloignement géographique pour certains segments de la population et le manque de l'éducation financière. Toutefois, les efforts menés par les autorités financières continuent de développer de diverses initiatives, stratégies et réformes visant à renforcer l'inclusion financière et de faire face à ces défis.

Avec l'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication, de nombreux secteurs ont subi des transformations majeures. Comme nous l'avons montré dans ce travail de recherche, le secteur bancaire n'a pas fait exception. Les banques algériennes ont intégré les innovations technologiques en offrant des produits et services novateurs, faisant d'internet le pilier central de l'E-banking. Ce dernier, en tant qu'outil moderne, offre des solutions prometteuses pour surmonter de multiples barrières. En effet, nous avons pu constater que l'E-banking offre une alternative aux agences bancaires physiques, permettant ainsi de desservir des zones reculées et de réduire les coûts d'accès aux services financiers.

Nous précisons que l'objectif principal de cette recherche était de déterminer la relation entre l'E-banking et l'inclusion financière et comment peut-il contribuer à la promotion des services de la finance inclusive en Algérie. C'est pourquoi, nous avons opté pour une approche d'analyse basée sur une étude de la situation d'E-banking au sein de la BNA banque, avec une élaboration d'un questionnaire distribué à un échantillon de clients des banques de Bejaia afin de pouvoir répondre à la question autour de laquelle est préparé ce mémoire.

L'étude de cas menée auprès de la BNA a mis en lumière les efforts concrets déployés par cette banque pour introduire les services d'E-banking et promouvoir l'inclusion financière. L'analyse des stratégies, des produits et des initiatives de cette banque a révélé une volonté affirmée de s'adapter aux évolutions technologiques et de répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée.

Conclusion générale

Il ressort aussi de nos analyses que la révolution digitale, la formation du personnel et la sensibilisation des clients ont permis d'accroître progressivement l'adoption des services d'E-banking. En effet, les résultats du questionnaire administré à un échantillon de clients ont confirmé ces tendances, avec un degré de satisfaction élevé envers les services en ligne et une réduction significative de l'exclusion financière. Les répondants ont notamment apprécié la facilité d'utilisation, la rapidité des transactions et la possibilité d'accéder à leurs comptes à distance et à toute heure. En 2021, le manque de moyens financiers était le principal obstacle à l'inclusion financière. Cependant, en 2024, grâce à des réformes économiques et à l'essor des services bancaires en ligne, l'accès aux services financiers s'est amélioré. Malgré cela, le manque de connaissances financières est identifié comme le principal obstacle, car beaucoup d'individus ne possèdent pas les informations et compétences nécessaires pour utiliser efficacement ces services, ce qui souligne l'importance de renforcer l'éducation financière, cela pourrait inclure les programmes visant à améliorer la littératie financière.

Enfin, l'accès aux services financiers par le biais de canal en ligne peut contribuer à stimuler le développement économique, à réduire les inégalités et à améliorer la qualité de vie des citoyens. Pour promouvoir l'E-banking et consolider la finance inclusive en Algérie, il est incontestablement nécessaire d'améliorer l'infrastructure technologique, notamment en étendant l'accès à Internet dans les zones rurales et défavorisées, afin de garantir que tous les habitants puissent bénéficier des services d'E-banking. De plus, la formation et la sensibilisation sont essentielles pour surmonter le manque de connaissance financière. Des programmes éducatifs ciblés, en collaboration avec des institutions financières pourraient aider à améliorer les compétences financières de la population. La simplification des procédures d'ouverture de compte et la réduction des frais bancaires sont également des mesures nécessaires pour attirer un plus grand nombre de personnes dans le système financier formel. En outre, Les banques doivent continuer d'investir dans des mesures de sécurité avancées pour protéger les données des clients afin d'instaurer la confiance dans les services e-banking.

Références bibliographiques

Références bibliographiques

Ouvrages

- ANGERS, M. (1997), *Introduction pratique à la méthodologie de la recherche en sciences humaine*, édition Casbah, Alger.
- ARMENDARIZ, B., ET MORDUCH, J. (2005), *The economics of microfinance*, MIT press, Cambridge, USA.
- BADOUC, M., LAVAYSIERRE, B., et COPIN, E. (1998), *E-marketing de la banque et de l'assurance*, Editions d'Organisations, Paris, France.
- CHANDRA, DAS R. (2018), *Microfinance and its impact on entrepreneurial development, sustainability and inclusive growth*, IGI Global, Hershey PA, USA.
- DEMIRGUC-Kunt, A., KLAPPER, L., SIGER, D., ANSAR, S., et HESS, J. (2018), *The Global Findex Database 2017 – Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*, world bank publications, Washington, USA.
- KARYOTIS, C. (2015-2016), *l'essentiel de la banque*, Gualino, lextenso 2eme édition, France.
- LEGRAND, B. (2015), *CHANGEONS LA BANQUE ! Plaidoyer pour une banque qui rend plus autonome*, le cherche midi, Paris.
- MATHIEU, M.E. (2005), *Les services bancaires et financiers en ligne*, Revue Banque Edition, Paris.
- NOUMBA, I. (2022), *De l'inclusion financière à la croissance inclusive en Afrique*, édition l'Harmattan, Paris.
- ROZEN, M., et BONNET, M. (2019), *Accélérer l'inclusion financière dans les pays africains : nouvelles approches des stratégies d'inclusion financière*, EMS éditions, France.
- SHAH, M., et CLARKE, S. (2009), *E-Banking Management: issues, solutions and strategies*, Information Science Reference, New York.
- TOURNOIS, N. (2002), *Le marketing bancaire face aux nouvelles technologies : Le contexte de l'aube du troisième millénaire*, Tome 1. s.l.: édition e-theque, France.

Références bibliographiques

- TRIKI, T. et FAYE, I. (2013), *Financial inclusion in Africa*, African Development Bank (AFDB) African Development Bank Group. ISBN: 978-9938-882-19-3.

Articles et Revues

- AILLI, S. (2014), « Pratique de l'e-banking par la clientèle bancaire (particuliers) au Maroc : contraintes et opportunités marketing », *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, Vol.10-N°9.
- AL NAHIAN, R. et al. (2009), "The Adoption of E-banking in Developing Countries: A Theoretical Model for SMEs", *International Review of Business Research Papers*, Vol.5-N° 6, P. 212-230.
- AMRANE, S., et DAMENE, O. (2023), "FinTech Adoption in the Algerian Banking Sector: Reality and Challenges", *Journal of economic integration*, Vol.11,-N°5, P. 213-227.
- BELLAHCENE, F., et FEROUANI, B. (2014), « L'adoption des systèmes du e-banking dans les pays en voie de développement : Analyse du cas algérien à la lumière des résultats obtenus dans d'autres pays », *Revue d'économie et de management*, Vol.13,-N°2, P. 1-15.
- "Brochure sur l'inclusion financière", Bank of Algeria.
- CHAREF, L. (2017), "L'E-banking en Algérie", *AL-MOASHEER Journal of Economic Studies*, Vol.01- Iss: 02, P.173-183.
- CHOVANOVA, A., "Forms of Electronic Banking", BIATEC, Volume XIV, 6/2006.
- CHUKE, E., DONATUS, N., et NWANNEBUIKE, S. (2020), "The role of electronic banking as a tool to financial inclusion in Nigeria", *Noble Academic Publisher*, Vol. 04-N°1, P. 01-08.
- DEMİRGÜÇ-KUNT, A., et KLAPPER, L. (2013), "Measuring Financial Inclusion: Explaining Variation in Use of Financial Services Across and Within Countries", 281 pages.
- DINIZ, E. (1998), « web Banking in USA », *journal of internet Banking and commerce*, Vol. 3- N° 2.
- EPINETTE, O. et JEAN-MICHEL, S., article sur «La banque directe : canal de distribution viable ? » Institut National des Télécommunications - Département Gestion à Evry.
- IVEY, A. (2023), « A brief history of digital banking ».

Références bibliographiques

- KOO, Y. et WATI, P. (2010), “Toward an Understanding of the Mediating Role of “Trust” in Mobile Banking Service: An Empirical Test of Indonesia Case”. *Journal of Universal Computer Science*, Vol.16-N°13.
- KULDEEP, S. R. (2019), “The impact of E-banking on the use of banking services and customers satisfaction”, *Journal of Banking and Financial Services*, Vol. 3-N° 4, P. 21.
- KUMARI, K. M. (2017), “Mobile banking: A tool for financial inclusion”, *International Journal of Business Management and Research*, Vol. 7- N° 01, P. 19-26.
- MOURLOT, N. (2011), « Quels sont les avantages pour une PME à utiliser la banque en ligne ? », *L’express l’Entreprise*.
- N. JEN, et W. MICHAEL, (2006), “Electronic Commerce Research”, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol.7- N°2, P. 2-31.
- NOUI, N., DOUFFI, M., et CHOUBAR, L. (2023), « Vers le E-banking sécurisé en Algérie », *Revue Cahiers Economiques*, Vol.14-N°01, P.96 -111.
- RAMBICUR, J.F., et KHAC, T.D. (1997), « Après l’e-commerce, l’e-produit, Banque », *Revue Banque*, P. 20-21.
- SANE, S., et NDIAYE, B. (2022), « Performance des institutions de microfinance et la réduction de pauvreté au Sénégal : Une approche en termes du taux global de pénétration géographique et démographique des services », Vol. 01-N°35.
- WIND, Y. J. (2001), “The challenge of Customization in Financial Services”, *Journal of Communication of ACM*, 44(6), P. 39-44.

Rapports

- DEENA, M., BURJORJEE, L. et BARBARA SCOLA B. (2015), « Une approche systémique de l’inclusion financière Guide à destination des bailleurs de fonds », Groupe consultatif d’assistance aux plus pauvres (CGAP), Washington, DC 20433 États-Unis, P.18.
- Federal Deposit Insurance Corporation, (1998), “Electronic Banking: Safety and Soundness Examination Procedures”, P. 1-13.
- Fonds Monétaire International, (2015), « Fintech et inclusion financière : en vue d’ensemble ». FMI.
- MANTEL, B. (2000), “Why do consumers pay Bills Electronically?”, Federal Reserve Bank of Chicago, Economic Perspectives, P.32-47.
- RATNA, S., MARTIN, Č. et al. (2015), “Financial Inclusion: Can It Meet Multiple Macroeconomic Goals? ”, IMF.

Références bibliographiques

- SCHAECHTER, A. (2002), « Issues in electronic banking », International Monetary Fund, P.3.
- SCIALOM, L. et TADJEDDINE, Y. (2014) « Banques hybrides et réglementation des banques de l'ombre ».
- SUJOY Kumar Dhar, (2015), "Role of Electronic Banking in Financial Inclusion", IBS business school, Kolkata.
- TRICHET, J. C. (2000), « Internet, quelles conséquences prudentielles ? », Livre Blanc, Banque de France.

Thèses et Mémoires

- ABIDI, S. (2022), « La pratique de l'e-banking par la clientèle bancaire cas CNEP Banque », mémoire de master en sciences commerciales, université Abderrahmane Mira de Bejaia.
- BEKHTI, M. (2013), « Politique de lancement d'un nouveau produit enjeux des NTIC dans le secteur bancaire algérien. Etude de cas : le comportement des clients bancaires avec le multicanal ». Mémoire de Magister : Marketing, Université de Tlemcen.
- DENOEL, C. (2008), « L'E-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? », mémoire de master en sciences de gestion, Ecole de Gestion de l'université de Liège.
- DOREEN, M. (2018), « The impacts of electronic banking on customer satisfaction in Tanzania banking industry: a case study of NMB Bank », mémoire de master management, university of Tanzania.
- DOUANLA, F.E. (2009), « M-banking: Analyse, conception et implémentation d'une solution de SMS-Banking », mémoire de master, Institut d'ingénierie informatique de Limoges.
- HIBER, K., et MANSERI, L. (2020), « Le comportement du consommateur algérien face aux défis de l'E-Banking », mémoire de master en sciences de gestion, université MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU.
- KHEDIM, M. (2016), « L'adoption des systèmes d'information « L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien », mémoire de magister, Université Abou BakrBelkaid Tlemcen.
- Katia, M. (2020), « L'e-banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population », mémoire de master en sciences économiques, université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou.

Références bibliographiques

- NEBBALI, M., et SELLAIMI, F. (2022) « E-banking en Algérie et son rôle dans l'inclusion financière de la population », mémoire de master en sciences des finances et comptabilités, université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou.
- TOUFAILY, E. (2004), « Adoption de la banque électronique et son impact sur la performance organisationnelle : cas du secteur du marché du LIBAN », mémoire en administration des affaires, université du Québec à Montréal.

Actes de colloques et séminaires

- HOUADI, A., et RABHI, A. (2018), « Les déterminants de l'inclusion financière en Afrique : évidence sur la détention d'un compte courant », Colloque international, " Finance, inclusion et durabilité en Afrique " 4 et 5 Mai 2018 à l'ENCG de Fès., May 2018, Fès, Maroc. fahal-0243308.

Dictionnaire

- New century's dictionary of Banking and Finance, 2008.

Sites Internet

- <https://www.unCDF.org/fr/financial-inclusion-and-the-sdgs> "L'inclusion financière et les ODD", consulté le 21/02/2024.
- <https://www.banquemondiale.org/fr/topic/financialinclusion> , banque mondiale, consulté le 22/02/2024.
- <https://www.centerforfinancialinclusion.org> , consulté le 22/02/2024.
- <https://www.findevgateway.org/fr/inclusion-financiere>, consulté le 24/02/2024.
- <https://journals.openedition.org> , consulté le 26/02/2024.
- <https://www.bceao.int> , consulté le 26/02/2024.
- <https://www.cairn.info>, consulté le 02/03/2024.
- <https://www.ilo.org>, consulté le 02/03/2024.
- <https://www.afdb.org>, consulté le 02/03/2024.
- <https://www.afi-global.org> , « Document politique : Mesurer l'inclusion financière par les organismes régulateurs », consulté le 04/03/2024.
- <https://www.findevgateway.org>. « Parvenir à l'inclusion financière : l'importance des fintech, de l'utilisation des comptes bancaires et de l'innovation », consulté le 30/03/2024.

Références bibliographiques

- <https://blogs.worldbank.org> MALPASS D, « Accompagner la révolution numérique de l'inclusion financière », 12 juillet 2022, consulté le 31/03/2024.
- <https://banque.meilleurtaux.com> « le risque de blanchiment d'argents est plus élevé chez les banques en ligne », consulté le 07/04/2024.
- <https://www.postfinance.ch> « Online banking : brève rétrospective », consulté le 15/04/2024.
- <https://www.lafinancepourtous.com> , consulté le 16/04/2024.
- <https://www.satim.dz>, consulté le 22/04/2024.
- <https://www.satim.dz/fr/la-satim/nos-missions.html>, consulté le 22/04/2024.

Annexes

Annexe N°01 : Conditions de banque applicables aux services bancaires à distance « E-banking » (Client Entreprise).



Conditions de banque applicables aux services bancaires à distance « E-Banking » (Client Entreprise)

| Service | Détail des services | Tarification (Unitaire/DA/HT) |
|-----------------------------|------------------------|-------------------------------|
| Virement de compte à compte | Virement même agence | 10 |
| | Virement inter-agences | 10 |
| Commande | Commande de chéquier | 0 |
| | Commande de carte | 0 |
| Opposition | Opposition sur carte | 100 |

Les commissions sur transactions sont diffusées par les conditions de banque, en cas de changement celle en vigueur sera appliquée.

Annexe N°02 : Conditions de banque applicables aux services bancaires à distance « E-banking » (Client Particulier).

<http://10.3.0.31/BNA/Panel/Print.php?p=3c16a09585889435cf67...>

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Conditions de banque applicables aux services bancaires à distance « E-Banking » (Client Particulier)

| Service | Détail des services | Tarification (Unitaire/DA/HT) |
|-----------------------------|------------------------|-------------------------------|
| Virement de compte à compte | Virement même agence | 10 |
| | Virement inter-agences | 10 |
| Commande | Commande de chéquier | 0 |
| | Commande de carte | 0 |
| Opposition | Opposition sur carte | 100 |

Les commissions sur transactions sont diffusées par les conditions de banque et sont prélevées en automatique après chaque opération.

Annexe N°03 : Questionnaire

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE A.MIRA - BEJAIA



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عبد رحمان ميرة- بجاية

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

Questionnaire d'enquête

Mémoire de Master 2 sous le thème :

L'inclusion financière et le E-banking en Algérie : Quel lien et quelle perspective ?

Réalisé par

1. MOUZAIA Kamélia
2. MOUSSAOUI Sara

Sous la direction de

Dr. GANA Brahim

2023/2024

Questionnaire sur l'inclusion financière et l'e-banking

Madame, Monsieur,

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire Master t en Sciences Economiques, option économie monétaire et bancaire, nous mettons entre vos mains ce questionnaire auquel nous vous prions de bien vouloir répondre.

Nous tenons à vous rassurer que les renseignements que vous nous donnerez seront traités dans la plus grande discrétion et seront présentés d'une façon anonyme et ne seront utilisés qu'à des fins de la recherche scientifique.

Comptant sur votre aimable collaboration, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, nos sincères salutations.

Partie 1 : Identification du répondant

Question 1 : Quel est votre âge ?

- 18-25ans
- 25- 35ans
- 35-55ans
- Plus de 55 ans

Question 2 : Quel est votre sexe ?

- Masculin
- Féminin

Question 3 : Quel est votre lieu de résidence ?

- Ville
- Campagne

Question 4 : Quelle est votre situation professionnelle actuelle ?

- Employé(e) à temps plein
- Employé(e) à temps partiel
- Travailleur indépendant
- Sans emploi
- Autre

Question 5

Quel est votre niveau d'études ?

- Etudes primaires
- Etudes secondaires

- Etudes universitaires
- Diplôme d'études supérieures
- Autre

Partie 2 : L'inclusion financière

Question 1 : Disposez-vous d'un compte bancaire ?

- Oui
- Non

Si oui, pour quelles raisons auriez-vous recours à une banque ?

- Epargner et précaution
- Avoir un moyen de financement (crédit...etc)
- Confiance et sécurité
- Effectuer des transactions financières (Achats, ventes...etc)

Question 2 : Utilisez-vous les services financiers proposés par les banques

- Oui
- Non

Si oui, quels sont ces services financiers (cochez la bonne réponse) ?

- Comptes courants et d'épargne
- Services de paiements et de transferts
- Services d'assurance
- Services de financement et de crédit

Question 3 : Quels sont les principaux obstacles que vous rencontrez pour accéder à des services financiers ?

- Distance par rapport aux institutions financières
- Manque de documentation appropriée
- Manque de connaissances sur les services financiers disponibles
- Coûts élevés
- Considérations religieuses
- Autre (.....)

Question 4 : Avez-vous déjà été exclu de services financiers en raison de votre situation financière, votre sexe ou d'autres facteurs ?

- Oui
- Non

Partie 3 : Utilisation des services d'E-banking

Question 1

Quelle est votre fréquence d'utilisation des services "E-banking" ?

- Quotidienne
- Hebdomadaire
- Mensuelle
- Occasionnelle
- Jamais utilisé

Question 2 : Quels services utilisez-vous le plus fréquemment sur votre plateforme d'E-banking ?

- Consultation des soldes et des transactions
- Virements bancaires
- Paiements de factures
- Commande de chèquiers ou de cartes bancaires
- Autre

Question 3 : Quel est votre degré de satisfaction concernant l'importance donnée par votre banque aux aspects "E-banking" suivants ?

| | Très satisfait | Moyennement satisfait | Peu satisfait | Pas du tout d'accord |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Facilité d'utilisation | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Disponibilité 24h/24 et 7j/7 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rapidité des transactions | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sécurité des transactions en ligne | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Annexes

Question 4. Indiquez sur une échelle allant de 1 (Pas du tout en accord) à 4 (Tout à fait en accord) votre degré d'accord avec chacune des affirmations suivantes :

| | pas du tout en accord | Moyennement en accord | En accord | Tout à fait en accord |
|---|------------------------------|------------------------------|--------------------------|------------------------------|
| La plateforme "E-banking" rencontre souvent des lenteurs de connexion et des problèmes techniques. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| L'E-banking réduit le flux de papier coûteux dans le processus de tenue de dossiers. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| L'E-banking génère de nouveaux revenus, et accroît la performance et la profitabilité des banques et des clients. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Malgré ses avantages, l'E-banking présente des préoccupations concernant la sécurité des données. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Malgré ses inconvénients, l'E-banking réduit l'exclusion financière et réduit les transactions informelles. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Annexes

Annexe N°04 : Les effectifs théoriques du croisement « quelle est votre situation professionnelle et l'utilisation des services financiers proposés par les banques ».

| Quelle est votre situation professionnelle /Utilisez-vous les services financiers proposés par les banques | Non | Oui | TOTAL |
|--|----------|-----------|-----------|
| Employé (e) : temps partiel | 0,17 | 4,83 | 5 |
| Employé (e) : temps plein | 0,47 | 13,53 | 14 |
| Sans emploi | 0,03 | 0,97 | 1 |
| Travailleur indépendant | 0,23 | 6,77 | 7 |
| étudiant | 0,03 | 0,97 | 1 |
| étudiante | 0,07 | 1,93 | 2 |
| TOTAL | 1 | 29 | 30 |

Valeur 1 : $5/30 \times 1 = 0,17$; **Valeur 2** : $14/30 \times 1 = 0,47$; **Valeur 3** : $1/30 \times 1 = 0,03$;
Valeur 4 : $7/30 \times 1 = 0,23$; **Valeur 5** : $1/30 \times 1 = 0,03$; **Valeur 6** : $2/30 \times 1 = 0,07$; **Valeur 7** :
 $5/30 \times 29 = 4,83$; **Valeur 8** : $14/30 \times 29 = 13,53$; **Valeur 9** : $1/30 \times 29 = 0,97$; **Valeur 10** :
 $7/30 \times 29 = 6,77$; **Valeur 11** : $1/30 \times 29 = 0,97$; **Valeur 12** : $2/30 \times 29 = 1,93$.

Annexe N°05 : Les effectifs théoriques du croisement « Disposition d'un compte bancaire et les raisons de recours aux banques ».

| Disposez-vous d'un compte bancaire ?/Si oui, pour qu'elles raisons auriez-vous recours à une banque | Non réponse | épargner et précaution | Avoir un moyen de financement (crédit.....etc) | Confiance et sécurité | Effectuer des transactions financières (Achats, ventes....etc) | TOTAL |
|---|-------------|------------------------|--|-----------------------|--|-----------|
| Non | 0,02 | 0,28 | 0,28 | 0,23 | 0,19 | 1 |
| Oui | 0,98 | 12,72 | 12,72 | 10,77 | 8,81 | 46 |
| TOTAL | 1 | 13 | 13 | 11 | 9 | 47 |

Valeur 1 : $1/47 \times 1 = 0,02$; **Valeur 2** : $1/47 \times 13 = 0,28$; **Valeur 3** : $1/47 \times 13 = 0,28$;
Valeur 4 : $1/47 \times 11 = 0,23$; **Valeur 5** : $1/47 \times 9 = 0,19$; **Valeur 6** : $46/47 \times 1 = 0,98$;
Valeur 7 : $46/47 \times 13 = 12,72$; **Valeur 8** : $46/47 \times 13 = 12,72$; **Valeur 9** : $46/47 \times 11 = 10,77$;
Valeur 10 : $46/47 \times 9 = 8,81$.

Annexes

Annexe N°06 : Table de la loi Khi-deux.

Loi de khi deux avec k degrés de liberté

Quantile d'ordre $1-\gamma$

| k | γ | | | | | | | | | | |
|-----|----------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 0.995 | 0.990 | 0.975 | 0.950 | 0.900 | 0.500 | 0.100 | 0.050 | 0.025 | 0.010 | 0.005 |
| 1 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.45 | 2.71 | 3.84 | 5.02 | 6.63 | 7.88 |
| 2 | 0.01 | 0.02 | 0.05 | 0.10 | 0.21 | 1.39 | 4.61 | 5.99 | 7.38 | 9.21 | 10.60 |
| 3 | 0.07 | 0.11 | 0.22 | 0.35 | 0.58 | 2.37 | 6.25 | 7.81 | 9.35 | 11.34 | 12.84 |
| 4 | 0.21 | 0.30 | 0.48 | 0.71 | 1.06 | 3.36 | 7.78 | 9.94 | 11.14 | 13.28 | 14.86 |
| 5 | 0.41 | 0.55 | 0.83 | 1.15 | 1.61 | 4.35 | 9.24 | 11.07 | 12.83 | 15.09 | 16.75 |
| 6 | 0.68 | 0.87 | 1.24 | 1.64 | 2.20 | 5.35 | 10.65 | 12.59 | 14.45 | 16.81 | 18.55 |
| 7 | 0.99 | 1.24 | 1.69 | 2.17 | 2.83 | 6.35 | 12.02 | 14.07 | 16.01 | 18.48 | 20.28 |
| 8 | 1.34 | 1.65 | 2.18 | 2.73 | 3.49 | 7.34 | 13.36 | 15.51 | 17.53 | 20.09 | 21.96 |
| 9 | 1.73 | 2.09 | 2.70 | 3.33 | 4.17 | 8.34 | 14.68 | 16.92 | 19.02 | 21.67 | 23.59 |
| 10 | 2.16 | 2.56 | 3.25 | 3.94 | 4.87 | 9.34 | 15.99 | 18.31 | 20.48 | 23.21 | 25.19 |
| 11 | 2.60 | 3.05 | 3.82 | 4.57 | 5.58 | 10.34 | 17.28 | 19.68 | 21.92 | 24.72 | 26.76 |
| 12 | 3.07 | 3.57 | 4.40 | 5.23 | 6.30 | 11.34 | 18.55 | 21.03 | 23.34 | 26.22 | 28.30 |
| 13 | 3.57 | 4.11 | 5.01 | 5.89 | 7.04 | 12.34 | 19.81 | 22.36 | 24.74 | 27.69 | 29.82 |
| 14 | 4.07 | 4.66 | 5.63 | 6.57 | 7.79 | 13.34 | 21.06 | 23.68 | 26.12 | 29.14 | 31.32 |
| 15 | 4.60 | 5.23 | 6.27 | 7.26 | 8.55 | 14.34 | 22.31 | 25.00 | 27.49 | 30.58 | 32.80 |
| 16 | 5.14 | 5.81 | 6.91 | 7.96 | 9.31 | 15.34 | 23.54 | 26.30 | 28.85 | 32.00 | 34.27 |
| 17 | 5.70 | 6.41 | 7.56 | 8.67 | 10.09 | 16.34 | 24.77 | 27.59 | 30.19 | 33.41 | 35.72 |
| 18 | 6.26 | 7.01 | 8.23 | 9.39 | 10.87 | 17.34 | 25.99 | 28.87 | 31.53 | 34.81 | 37.16 |
| 19 | 6.84 | 7.63 | 8.81 | 10.12 | 11.65 | 18.34 | 27.20 | 30.14 | 32.85 | 36.19 | 38.58 |
| 20 | 7.43 | 8.26 | 9.59 | 10.85 | 12.44 | 19.34 | 28.41 | 31.41 | 34.17 | 37.57 | 40.00 |
| 21 | 8.03 | 8.90 | 10.28 | 11.59 | 13.24 | 20.34 | 29.62 | 32.67 | 35.48 | 38.93 | 41.40 |
| 22 | 8.64 | 9.54 | 10.98 | 12.34 | 14.04 | 21.34 | 30.81 | 33.92 | 36.78 | 40.29 | 42.80 |
| 23 | 9.26 | 10.20 | 11.69 | 13.09 | 14.85 | 22.34 | 32.01 | 35.17 | 38.08 | 41.64 | 44.18 |
| 24 | 9.89 | 10.86 | 12.40 | 13.85 | 15.66 | 23.34 | 33.20 | 36.42 | 39.36 | 42.98 | 45.56 |
| 25 | 10.52 | 11.52 | 13.12 | 14.61 | 16.47 | 24.34 | 34.28 | 37.65 | 40.65 | 44.31 | 46.93 |
| 26 | 11.16 | 12.20 | 13.84 | 15.38 | 17.29 | 25.34 | 35.56 | 38.89 | 41.92 | 45.64 | 48.29 |
| 27 | 11.81 | 12.88 | 14.57 | 16.15 | 18.11 | 26.34 | 36.74 | 40.11 | 43.19 | 46.96 | 49.65 |
| 28 | 12.46 | 13.57 | 15.31 | 16.93 | 18.94 | 27.34 | 37.92 | 41.34 | 44.46 | 48.28 | 50.99 |
| 29 | 13.12 | 14.26 | 16.05 | 17.71 | 19.77 | 28.34 | 39.09 | 42.56 | 45.72 | 49.59 | 52.34 |
| 30 | 13.79 | 14.95 | 16.79 | 18.49 | 20.60 | 29.34 | 40.26 | 43.77 | 46.98 | 50.89 | 53.67 |
| 40 | 20.71 | 22.16 | 24.43 | 26.51 | 29.05 | 39.34 | 51.81 | 55.76 | 59.34 | 63.69 | 66.77 |
| 50 | 27.99 | 29.71 | 32.36 | 34.76 | 37.69 | 49.33 | 63.17 | 67.50 | 71.42 | 76.15 | 79.49 |
| 60 | 35.53 | 37.48 | 40.48 | 43.19 | 46.46 | 59.33 | 74.40 | 79.08 | 83.30 | 88.38 | 91.95 |
| 70 | 43.28 | 45.44 | 48.76 | 51.74 | 55.33 | 69.33 | 85.53 | 90.53 | 95.02 | 100.42 | 104.22 |
| 80 | 51.17 | 53.54 | 57.15 | 60.39 | 64.28 | 79.33 | 96.58 | 101.88 | 106.63 | 112.33 | 116.32 |
| 90 | 59.20 | 61.75 | 65.65 | 69.13 | 73.29 | 89.33 | 107.57 | 113.14 | 118.14 | 124.12 | 128.30 |
| 100 | 67.33 | 70.06 | 74.22 | 77.93 | 82.36 | 99.33 | 118.50 | 124.34 | 129.56 | 135.81 | 140.17 |

Liste des illustrations

Liste des tableaux

| N° | Intitulé | Page |
|-----------|--|-----------------|
| 1 | Tarification des services E-Banking (Client Particulier). | 60 |
| 2 | Tarification des services E-Banking (Client Entreprise). | 61 |
| 3 | Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte CIB Particulier. | 67 |
| 4 | Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte CIB Affaires. | 68 |
| 5 | Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte Elite Particulier. | 69 |
| 6 | Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte Elite affaires. | 70 |
| 7 | Plafonds journaliers de paiement et de retrait de la carte prépayée. | 70 |
| 8 | Les opérations effectuées sur GAB pour chaque type de carte. | 71 |
| 9 | La répartition des répondants selon les variables démographiques de l'échantillon étudié. | 76 |
| 10 | Répartition de l'échantillon selon leur disposition d'un compte bancaire. | 77 |
| 11 | Répartition de l'échantillon selon leur utilisation des services financiers. | 79 |
| 12 | Répartition de l'échantillon selon les différents obstacles rencontrés pour accéder aux services financiers. | 81 |
| 13 | Exclusion de l'échantillon des services financiers. | 83 |
| 14 | Répartition de l'échantillon selon leur fréquence d'utilisation des services E-banking. | 84 |
| 15 | Répartition de l'échantillon selon les services les plus fréquemment utilisés sur la plateforme E-banking. | 85 |
| 16 | Croisement entre deux variables « situation professionnelle et l'utilisation des services financiers ». | 91 |
| 17 | Croisement entre les deux variables « Disposition d'un compte bancaire et les raisons de recours à une banque ». | 92 |
| 18 | Les effectifs théoriques du croisement « quelle est votre situation professionnelle et l'utilisation des services financiers proposés par les banques ». | Annexe 4 |
| 19 | Les effectifs théoriques du croisement « Disposition d'un compte bancaire et les raisons de recours aux banques ». | Annexe 5 |
| 20 | Table de la loi Khi-deux. | Annexe 6 |

Liste des figures

| N° | Intitulé | Page |
|-----------|--|-------------|
| 1 | Le passage de microcrédit à l'inclusion financière. | 6 |
| 2 | Importance de la finance inclusive sur le plan macroéconomique et microéconomique. | 11 |
| 3 | Les effets des obstacles de l'inclusion financière. | 18 |
| 4 | Les différents outils de l'e-banking en plus des succursales traditionnelles. | 38 |
| 5 | Les formes de l'E-banking. | 38 |
| 6 | Organigramme de la BNA agence « 587 ». | 58 |

Liste des graphes

| N° | Intitulé | Page |
|-----------|--|-------------|
| 1 | Les obstacles de l'inclusion financière en Algérie. | 21 |
| 2 | Les barrières à l'inclusion financière en Afrique. | 22 |
| 3 | Disposition d'un compte bancaire. | 78 |
| 4 | Raisons du recours à une banque. | 79 |
| 5 | Utilisation des services financiers de la banque. | 80 |
| 6 | Les différents services proposés par les banques. | 80 |
| 7 | Principaux obstacles d'accès aux services financiers. | 82 |
| 8 | Exclusion des services financiers. | 83 |
| 9 | Fréquence d'utilisation des services E-banking. | 84 |
| 10 | Services les plus fréquemment utilisés sur la plateforme E-banking. | 86 |
| 11 | Le degré de satisfaction de l'échantillon selon les aspects E-banking. | 87 |
| 12 | Le degré d'accord de l'échantillon Avec les différentes affirmations concernant E'banking. | 88 |

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Sommaire

| | |
|--|-----------|
| Introduction Générale | 1 |
| Contexte de l'étude..... | 1 |
| Problématique de recherche..... | 2 |
| Méthodologie de recherche..... | 2 |
| Structure de mémoire..... | 3 |
| CHAPITRE I. Aspects théoriques sur la finance inclusive | 4 |
| Introduction chapitre I..... | 4 |
| Section 1 : Définition et importance de la finance inclusive..... | 4 |
| 1.1 Définitions de la finance inclusive..... | 4 |
| 1.2 Evolution de la finance inclusive..... | 5 |
| 1.2.1 Du microcrédit à l'inclusion financière..... | 5 |
| 1.3 Les caractéristiques de la finance inclusive..... | 7 |
| 1.3.1 Accès à une gamme de services financiers..... | 7 |
| 1.3.2 Abordabilité..... | 7 |
| 1.3.3 Pertinence..... | 7 |
| 1.3.4 Utilisation effective..... | 8 |
| 1.3.5 Durabilité..... | 8 |
| 1.4 Les acteurs de la finance inclusive..... | 8 |
| 1.5 L'importance de la finance inclusive..... | 9 |
| Section 2 : Déterminants et mesures de la finance inclusive | 12 |
| 2.1 Déterminants de l'inclusion financière..... | 12 |
| 2.1.1 Les déterminants liés à l'offre..... | 12 |
| 2.1.2 Les déterminants liés à la demande..... | 13 |
| 2.2 Les dimensions de l'inclusion financière..... | 13 |
| 2.3 Les indicateurs de mesures de l'inclusion financière..... | 14 |
| 2.3.1 Les indicateurs d'accès (TPSFd et TPSFg)..... | 14 |
| 2.3.2 Les indicateurs d'utilisation (TBS, TBE, TUSF)..... | 15 |
| 2.4 Les mesures de la finance inclusive..... | 16 |

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| Section 3 : Les obstacles de la finance inclusive | 17 |
| 3.1 Le manque d'informations sur les prestataires et les services | 18 |
| 3.2 Coûts élevés des services financiers..... | 19 |
| 3.3 Méfiance à l'égard des institutions financières..... | 19 |
| 3.4 Manque d'infrastructures technologiques..... | 19 |
| 3.5 Faible densité d'agences bancaires | 19 |
| 3.6 Une capacité institutionnelle limitée | 20 |
| 3.7 Inégalités de genre..... | 20 |
| 3.8 Obstacles culturels..... | 20 |
| Conclusion chapitre I | 23 |
| CHAPITRE II. La relation entre L'E-banking et la finance inclusive..... | 24 |
| Introduction chapitre II | 24 |
| Section 1 : Notions de bases sur l'E-banking..... | 24 |
| 1.1 Définition et évolution de l'E-banking..... | 25 |
| 1.1.1 Les définitions de l'E-banking..... | 25 |
| 1.1.2 Evolution de l'E-banking..... | 26 |
| 1.2 Les acteurs de l'E-banking | 31 |
| 1.2.1 Les Banques | 31 |
| 1.2.2 Les fournisseurs | 31 |
| 1.2.3 Les clients | 32 |
| 1.3 Les types de banques électroniques..... | 33 |
| 1.4 Les formes de l'E-banking..... | 34 |
| Section 2 : Les atouts et inconvénients de l'e-banking | 39 |
| 2.1 Les atouts de l'e-banking..... | 39 |
| 2.1.1 Pour la banque | 39 |
| 2.1.1.1 Un gain de temps considérable | 40 |
| 2.1.1.2 Diversification de produits..... | 40 |
| 2.1.1.3 L'e-banking offre de nouvelles possibilités..... | 40 |
| 2.1.1.4 Réduction des coûts de transaction | 41 |
| 2.1.1.5 L'amélioration de la gestion de la relation client..... | 41 |
| 2.1.1.6 La conquête de nouveaux marchés..... | 42 |
| 2.1.1.7 Élargissement de la portée géographique :..... | 42 |
| 2.1.2 Pour le client | 43 |

Table des matières

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.1.2.1 | Une offre transfrontalière | 43 |
| 2.1.2.2 | La mise en avant de plusieurs fonctionnalités proposées | 43 |
| 2.1.2.3 | Disponibilité et accessibilité constantes..... | 44 |
| 2.1.3 | Pour les entreprises..... | 44 |
| 2.2 | Les inconvénients de l'e-banking..... | 45 |
| 2.2.1 | Complexité et sécurité | 45 |
| 2.2.2 | Commodité..... | 46 |
| 2.2.3 | Manque de support personnalisé (contact humain)..... | 46 |
| 2.2.4 | Blanchiment d'argent | 47 |
| 2.2.5 | Dépendance à la technologie et les problèmes d'accessibilité | 47 |
| 2.2.6 | Confiance et risques | 48 |
| Section 3 : L'impact de l'e-banking sur l'inclusion financière | | 50 |
| 3.1 | Rôle de l'E-banking dans la promotion de l'inclusion financière | 51 |
| Conclusion chapitre II..... | | 54 |
| CHAPITRE III. L'E-banking et la finance inclusive en Algérie : Etude du cas de la « BNA Banque »..... | | 55 |
| Introduction chapitre III..... | | 55 |
| Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil « BNA agence 587 BEJAIA »..... | | 55 |
| 1.1 | Historique de la BNA | 55 |
| 1.2 | Présentation de la BNA | 56 |
| 1.2.1 | Présentation de l'Agencede Bejaia (BNA agence 587) | 57 |
| 1.3 | Organigramme de l'agence d'accueil BNA 587 | 58 |
| Section 2 : Les modalités et fonctionnements des services E-banking..... | | 59 |
| 2.1 | Les services E-banking de la BNA | 59 |
| 2.1.1 | E-banking (BNA.net)..... | 59 |
| 2.1.2 | E-paiement (+SMS OTP)..... | 61 |
| 2.1.3 | WIMPAY-BNA..... | 62 |
| 2.1.4 | Demande de financement en ligne..... | 63 |
| 2.1.5 | E-Trade BNA..... | 64 |
| 2.1.6 | Pré-ouverture de comptes en ligne | 65 |
| 2.2 | Présentation de la monétique | 65 |
| 2.2.1 | Définition de la monétique | 65 |
| 2.2.2 | Cartes CIB Particulier (+SMS CARD) | 66 |
| 2.2.3 | Cartes CIB Affaires (+SMS CARD)..... | 67 |

Table des matières

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.2.4 | Cartes CIB Epargne | 68 |
| 2.2.5 | Cartes Elite Particulier | 69 |
| 2.2.6 | Cartes Elite Affaires | 69 |
| 2.2.7 | Cartes prépayées | 70 |
| 2.2.8 | Les automates DAB ET GAB | 71 |
| 2.2.9 | Terminal de paiement TPE | 72 |
| Section 3 : La méthodologie de recherche appliquée à notre étude et analyse des résultats | | 72 |
| 3.1 | Choix de la méthode d'enquête par questionnaire | 72 |
| 3.2 | Présentation et contenu du questionnaire d'enquête | 73 |
| 3.3 | Analyse des résultats du questionnaire | 76 |
| Section 4 : Analyse des résultats de l'étude par le croisement des variables (usage du test de khi2) | | 90 |
| 4.1 | Quelques rappels sur le tes khi2..... | 90 |
| 4.2 | Exemple 1 de test de Khi 2 selon les résultats de notre enquête..... | 90 |
| 4.3 | Exemple 2 de test de Khi 2 selon les résultats de l'enquête..... | 92 |
| Conclusion chapitre III | | 94 |
| Conclusion Générale | | 95 |
| Références bibliographiques | | 97 |
| Annexes | | |
| Liste des illustrations | | |
| Table des matières | | |
| Résumé | | |

Résumé :

La présente étude vise à déterminer la relation entre l'E-banking et l'inclusion financière en Algérie, en analysant comment l'essor des services financiers en ligne peuvent contribuer à la promotion de la finance inclusive dans un pays où elle reste encore un défi majeur.

Pour répondre à notre problématique, nous avons effectué un stage au sein de la BNA banque, suivi par une étude d'enquête par questionnaire. Ce dernier a été administré en ligne via la plateforme google forms. Les résultats de nos investigations ont montré que l'E-banking permet de réduire significativement l'exclusion financière.

Enfin, ce mémoire propose des perspectives de développement pour le renforcement de l'inclusion financière à travers la banque électronique. Ces deux concepts représentent deux stratégies clés pour l'Algérie lui permettant de surmonter les obstacles économiques et sociaux actuels et de progresser vers une croissance durable et inclusive.

Mots clés : E-banking, finance inclusive, Algérie, obstacles, perspectives, BNA.

Summary :

This study aims to determine the relationship between E-banking and financial inclusion in Algeria, by analyzing how the rise of online financial services can contribute to the promotion of inclusive finance in a country where it still remains a major challenge.

To address our problem statement, we carried out an internship at the BNA Bank, followed by a survey study using a questionnaire. This was administered online via the Google Forms platform. The results of our investigations showed that e-banking significantly reduces financial exclusion.

Finally, this thesis proposes development perspectives for strengthening financial inclusion through e-banking. These two concepts represent two key strategies for Algeria, enabling it to overcome current economic and social obstacles and progress towards sustainable and inclusive growth.

Key words : E-banking, inclusive finance, Algeria, obstacles, perspectives, BNA.

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والشمول المالي في الجزائر، من خلال تحليل كيف يمكن لتطور الخدمات المالية عبر الإنترنت المساهمة في تعزيز التمويل الشامل في بلد لا يزال يمثل فيه هذا الأخير تحديًا كبيرًا.

للإجابة على إشكاليتنا، قمنا بإجراء تربية في بنك الوطني الجزائري تلاه دراسة استقصائية باستخدام استبيان، تم توزيع هذا الأخير عبر الإنترنت باستخدام منصة نماذج جوجل. أظهرت نتائج تحقيقنا أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تقل بشكل كبير من الإقصاء المالي.

وأخيرًا، يقترح هذا البحث أفقًا لتطوير وتعزيز الشمول المالي عبر الخدمات المصرفية الإلكترونية. يمثل هذان المفهومان استراتيجيتين رئيسيتين للجزائر، مما يمكنها التغلب على العقبات الاقتصادية والاجتماعية الحالية والتقدم نحو نمو مستدام وشامل.

الكلمات المفتاحية : الخدمات المصرفية الإلكترونية، الشمول المالي، الجزائر، العقبات، الأفاق، البنك الوطني الجزائري.