

## La Monétique en Algérie Réalité et Perspectives

Pr. REZIG KAMEL

Université de Blida

LAZREG Mohammed

C.U. Ain Témouchent

### Résumé

Le projet de modernisation du système de paiement algérien est prometteur de précieux résultats. Les facteurs clef de la réussite résident notamment dans la bonne volonté de toute la hiérarchie visée par la réforme, dans l'assurance d'un travail de coopération entre les acteurs concernés (clients, banques, technologies).

Par ailleurs, **le facteur culturel semble être un élément décisif pour réussir la promotion de la culture monétique en Algérie.** Dès lors, un plan de marketing bien étudié et commun doit être appliqué au niveau de toutes les banques algériennes.

**Mot clés :** modernisation, système de paiement, monétique.

### **Introduction :**

Durant les deux dernières décennies, la sphère financière internationale s'est radicalement métamorphosée sous le double effet des mutations profondes liées à un mouvement global de libéralisation des services financiers et du développement rapide de l'innovation technologique.

Cette mouvance a fait de la compétitivité du secteur financier une priorité essentielle des programmes de développement économique des pays et de leurs réformes structurelles, compte tenu de l'effet de la sphère financière sur l'activité réelle à travers une amélioration de la productivité.

Aussi, cette globalisation du monde financier a-t-elle favorisé la concurrence entre les institutions bancaires qui ont doublé l'effort pour inventer et imaginer les instruments financiers les plus variés et les plus compétitifs.

Ces différents instruments ont bouleversé tous les comportements sociaux et ont permis de traiter en un temps court et au moindre coût d'importants volumes d'opérations ainsi que de communiquer plus rapidement et à plus grande échelle.

Dans ce cadre, une œuvre de modernisation du système s'est inscrite dans le développement de la monétique qui a été également au centre des intérêts des autorités au regard de l'importance qu'elle requiert dans la facilitation des transactions commerciales et le développement de la bancarisation de l'économie, avec une grande célérité et sécurité des services.

L'impact de la technologie nouvelle dans la métamorphose de la relation banque-client notamment par la généralisation des nouveaux outils, distributeurs automatiques de billets et d'autres services, ont favorisé des transformations internes du système bancaire algérien. En effet, les banques ont été amenées à réorganiser leurs réseaux d'agences dans le sens de rapprocher davantage leurs services de leurs clientèles.

En effet les banques ont tenté de moderniser ces derniers en introduisant de nouvelles perspectives telle que la monétique. Répondant ainsi à l'augmentation rapide du volume des transactions d'une part et se déchargeant de la coûteuse gratuité des moyens de paiement classiques, d'autre part.

La monétique caractérise les grandes mutations que traversent actuellement le monde bancaire et financier. Ces mutations interpellent particulièrement les pays du Maghreb, qui évoluent à des rythmes différents. Bien qu'ils soient tous conscients de l'importance que revêt le développement de la monétique pour limiter la production de la monnaie scripturale, désencombrer leurs agences et redéployer leurs activités et leurs personnels pour d'autres segments de services, encourager la consommation et surtout améliorer la sécurité des transactions et des personnes.

Dans un environnement de plus en plus compétitif, l'usage de la monétique est devenu une nécessité à la continuité de l'activité des banques ; elle rentre à présent dans le cadre de la stratégie bancaire qui a pour principal objectif de rentabiliser les institutions financières.

Sur ce plan, l'Algérie accuse un retard assez significatif comparativement aux pays voisins, en matière d'introduction et de maîtrise des nouvelles technologies de paiement.

Partant de cela, elle s'est engagée dans une vaste réforme de son système bancaire. Et c'est dans ce contexte de réformes que s'inscrit le programme de modernisation des moyens de paiement.

Actuellement dans la phase de passage à l'économie de marché, les banques en Algérie se doivent d'adapter les nouveaux produits aux besoins de la demande.

En dépit du fait que la monétique en Algérie ait connu un démarrage acceptable, les banques manifestent ces dernier temps une motivation, dans l'optique d'une mise à niveau de ce nouveau service. Cette motivation s'est concrétisée par le lancement du projet de paiement et de retrait en même temps par carte interbancaire régi par la SATIM, filiale des banques. La CNEP-Banque est l'une des banques qui a introduit la monétique au niveau de son réseau qui contient 206 agences en avril 2010.

Malheureusement, à fin avril 2010, les détenteurs de la carte interbancaire (CIB) utilisent toujours le chèque pour le retrait de l'espèce au niveau de l'agence au lieu de la carte interbancaire

**Nombres de transactions réalisées en 2010**  
**Source : Statistique au niveau de la CPA ET LA CNEP Banque**

## Problématique

### « Pourquoi les détenteurs de la monétique retirent-ils des espèces aux guichets bancaires ? » Les Hypothèses

- **H1** : L'absence de culture bancaire peut empêcher le développement de la monétique en Algérie
- **H2** : Le paiement de commissions au niveau des distributeurs automatiques de billets amène les détenteurs de la carte interbancaire à retirer des espèces au niveau des guichets bancaires
- **H3** : Le placement de l'appareil à l'extérieur de l'agence indispose le client bancaire lors de l'utilisation de la carte interbancaire
- **H4** : Le client bancaire ne fait pas confiance aux distributeurs automatiques de billets (montant, erreur,...) au regard de sa présence au guichet bancaire
- **H5** : Le plafond fixé par la banque peut transformer la carte interbancaire en un instrument contraignant de retrait chez les porteurs de la carte interbancaire
- **H6** : Manque de publicité

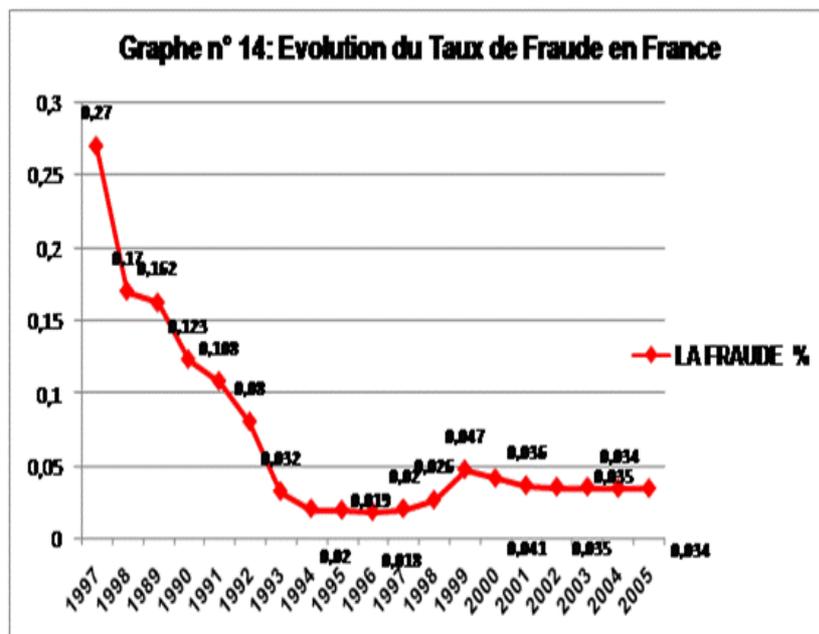
### Définition de la Monétique

- La monétique est un ensemble de techniques électroniques, informatiques, magnétiques et télématiques permettant d'effectuer des transactions des transferts de fonds (carte bancaire).
- La monétique intègre le triptyque :
- Carte à puce ou à piste magnétique;
- Terminal de Paiement Electronique (TPE) / Distributeur automatique de billets (DAB)
- Etablissement financier
-

## Les conditions de développement de la monétique en Algérie

- L'interbancaire :
- L'interbancaire est une coopération entre les banques qui permet de garantir l'acceptabilité des moyens de paiement émis par l'ensemble des banques et leur échange dans les meilleures conditions de rapidité, de sécurité et de coût.
- La migration vers la carte à puce
- La migration des cartes à puce à la norme EMV (Eurocard MasterCard Visa) est entamée depuis les années 2005/2006. la carte à puce est une appellation strictement française, a été créée en 1974 par l'inventeur français **Roland Moreno**.

**Effet de la puce en France**  
 La carte à puce a diminué la fraude en France de **0.27 % en 1997 à 0.034 % à fin 2005**.



**Evolution de la Monétique au niveau des Pays du Maghreb au 31/12/2010**

Année 2010	Tunisie	Maroc	Algerie
Nombre des cartes interbancaire	2 366 174	6 039 291	979 933
Population	12 128 000	32 568 000	33 000 000
% de la population possédant une carte	19.47%	18.52%	2.96%
Nombre de DAB	1 629	4 545	636
DAB / Habitant	7445 H / DAB	7 165 H / DAB	51 836 H / DAB
Nombre de TPE	14 505	28254	2 946
TPE/ Habitant	836 H / TPE	1 152 H / DAB	11200 H / TPE

**Evolution de la monétique en Algérie :**

Année	2009	2010
	569558	979933

**Les résultats obtenus**

1- La question n°7 ayant trait à l'utilisation de la carte interbancaire, démontre l'insuffisance de l'utilisation par les détenteurs au niveau de la CNEP-Banque.

**50%** des porteurs utilisent leurs cartes **une fois** par mois et **39%** une fois par semaine (**4 fois par mois**).

Pour rattraper le retard par rapport à nos voisins marocains et tunisiens , une véritable culture monétique doit être développée en Algérie.

Ce résultat nous indique l'instauration d'une véritable culture monétique à travers des campagnes de sensibilisation à travers le territoire national.

Donc la première hypothèse de recherche (l'absence de culture bancaire peut empêcher le développement de la monétique en Algérie) posée initialement est **ainsi validée**.

2- En réponse à l'hypothèse n°2, concernant le paiement de commission, **81%** des détenteurs estiment que la carte interbancaire induit des coûts par rapport aux services des guichets bancaires.

En réalité toutes les banques vivent à travers les commissions de leurs services.

Alors **19%** des détenteurs de la carte interbancaire sont conscients des bienfaits de cette dernière et considèrent ses coûts comme des frais de services rendus (non dépendance des guichets bancaires, retrait d'argent après la fermeture des guichets ainsi que les week-ends, les jours fériés...).

La deuxième hypothèse de recherche (le paiement de commissions au niveau des distributeurs automatiques de billets amène les détenteurs de la carte interbancaire à retirer des espèces au niveau des guichets bancaires) est **ainsi rejetée**.

3- La réponse à la question n°24 confirme notre hypothèse sur l'étude ergonomique au préalable. L'emplacement des Distributeurs Automatiques de Billets doit correspondre à des finalités et études et facilite la tâche des détenteurs de la carte interbancaire au moment du retrait (emplacement sécurisé à côté des rues fréquentées ou movimentées).

**83%** des détenteurs de la carte interbancaire considèrent que l'emplacement des Distributeurs Automatiques de billets constitue une crainte majeure lors des opérations de retrait (agressions, vols, discrétion,...).

La troisième hypothèse (le placement de l'appareil à l'extérieur de l'agence indispose le client bancaire lors de l'utilisation de la carte interbancaire) est **ainsi validée**.

4- Pour la quatrième hypothèse concernant la confiance des porteurs de la carte interbancaire au distributeur automatique de billets par rapport au guichet bancaire en présence du guichetier : Ce Distributeur automatique de billet est technologiquement infaillible grâce à la carte à puce qui utilise des

algorithmes cryptographiques intégrés aux normes de sécurité EMV (Eurocard, Mastercard, Visa).

Toutefois, les erreurs peuvent être générées lors de l'utilisation de la carte Interbancaire par les porteurs au moment de l'opération de retrait (trois fois le numéro confidentiel composé de manière erronée, ou bien en laissant l'argent plus de **5 secondes** sur l'appareil DAB).

Ce phénomène est certes rare puisque **100%** des clients l'affirment.

La quatrième hypothèse ( le client bancaire ne fait pas confiance au DAB au regard de sa présence au guichet bancaire) **est ainsi rejetée.**

**5-** Le plafond fixé par la banque peut transformer la carte interbancaire en un instrument contraignant chez les porteurs?

Nous ne le pensons pas, étant donné que cette mesure s'applique même au niveau de nos voisins marocains et tunisiens qui sont avancés dans le domaine de la monétique ainsi qu'en Europe, notamment en France que l'on compte parmi les pays les plus développés sur ce plan.

Le plafond de retrait est une mesure de sécurité consistant à minimiser les dégâts en cas de vols ou de falsification du numéro confidentiel malgré l'existence de la puce et le niveau technologique de cette dernière.

La cinquième hypothèse (le plafond fixé par la banque peut transformer la carte en un instrument contraignant de retrait chez les porteurs de la carte interbancaire) **est ainsi rejetée.**

**6-** Pour la dernière hypothèse concernant la publicité, qui traite des supports d'information écrits, visuels et sonores que le « **bouche à oreille** » selon les porteurs ou les détenteurs de la carte interbancaire semble être le moyen d'information et de communication atteignant un score de **42%** des personnes interrogées ayant été informées par le biais de banquiers, amis et collègues.

A la fin, on peut dire que le manque de publicité académique laisse la voie libre au circuit informel du «bouche à oreille» à la propagande des produits et aux services offerts par les banques algériennes.

La dernière hypothèse de recherche concernant (le manque de publicité) **est ainsi validée.**

### **Recommandations**

Les systèmes de paiement sont un bon indicateur du fonctionnement d'une économie, en particulier, dans un contexte d'économie de marché. Ils influencent la rapidité, le risque, la fiabilité, et le coût des transactions domestique et internationales.

Alors, suite à l'analyse qui précède, nous formulons une série concrète dans l'option d'optimiser et d'accélérer le développement de la monétique en Algérie, je propose quelques recommandations qui me semble fort utile et ce à travers quatre domaines:

#### **-A- Domaine réglementaire :**

- Création de l'instance de réglementation interbancaire dont la mission est l'élaboration des règles assurant la pérennité de l'interbancaire. Cette instance aura la charge de rédiger les textes et manuels sensés être la base de données réglementaires de la monétique.
- Offre d'une meilleure bancaire par l'offre de meilleures prestations en facilitant les procédures et en les rendant plus simples et plus souples avec des délais plus courts.
- Mise en exploitation d'une base de données complète et accessible à l'ensemble des acteurs de la monétique.
- Mise en place d'un dispositif législatif et réglementaire réactif de traitement des incidents de paiement.

#### **-B- Domaine technique :**

- Mise à disposition d'un parc d'acceptation de retrait conséquent et une qualité de service appréciable reflétant le sérieux de la banque, son efficacité et son professionnalisme.
- Chaque banque doit être chargée d'assurer la maintenance de ses automates. Aussi, il importe d'acquérir les installations et le matériel adéquat pour le suivi des automates.

- Mise en place d'un réseau de télécommunication fiable et rapide.
- L'installation de systèmes d'information traitant les opérations de paiement le plus rapidement possible, et leur généralisation aux structures d'exploitation.
- Mise en place de programmes de formation et de redéploiement au profit des ressources humaines des banques pour une meilleure expérience et une meilleure maîtrise de ce domaine.

**-C- Domaine économique :**

- Mise en place, par les banques, d'une stratégie de déploiement basée sur des études économiques et des simulations de fonctionnement. Ce déploiement leur permettra de gagner des parts de marchés détenus, jusque là, par Algérie Poste.
- Adapter les frais relatifs à la carte interbancaire, aux revenus des clients .
- Lancement d'actions commerciales et marketing incitant l'ouverture de compte, et de ce fait, l'augmentation du taux de bancarisation.

**-D- Domaine commercial :**

- Lancement d'actions de sensibilisation de la clientèle à travers une politique commerciale proactive axée sur la communication, la publicité et un plan marketing adapté.
- L'ouverture du produit à la clientèle à travers des actions publicitaires sur les masses medias (télévision, radio, journaux, affiches...).
- La monétique doit être considérée comme une activité à part entière de la banque. Pour cela, ses dirigeants doivent bénéficier d'une autonomie et d'une crédibilité réelle au sein de la banque, ainsi que d'une participation active de tous les intervenants.
- Instauration d'une véritable culture monétique à travers des séminaires et des formations, aussi souvent que nécessaire, permettant ainsi d'actualiser les connaissances acquises, et de s'informer des nouvelles technologies en la matière.

## Conclusion

A la fin on peut dire que le facteur culturel semble être un élément décisif pour réussir la promotion de la culture monétique en Algérie. Dès lors, un plan de marketing bien étudié et commun doit être appliqué au niveau de toutes les banques algériennes.

## Références

- BADO M. (2000), « le E-marketing de la banque et de la société d'assurance », Edition d'Organisation, Paris.
- BENHALIMA A., « Le système bancaire algérien », Ed. DAHLAB, Alger.
- BOULAYA R. (2005), «Le mode de paiement », Edition Revue Banque, Paris.
- BOULEY F. (1990), «Moyens de paiement et monétique», Editions EYROLLES, Paris.
- CHAINEAU A. (1973), « Mécanismes et politiques monétaires », Edition Dalloz, 1973, Paris.
- DRAGON C. & les autres (1997), «Les moyens de paiement », Edition Banque, Paris.
- GUITTON H. (1965), « Economie politique », Edition Dalloz, 1965, Paris.
- HASHEM SHERIF M., SERHROUCHNI A. (2000), « La monnaie électronique : système de paiement sécurisé », Edition Eyrolles, Paris.
- KOTLER P. & MANCEAU D. (2004), « Marketing Management », Edition PEARSON Education, Paris.
- MOURGUES M. (1993), « La monnaie », Editions Economica, Paris.
- PIEDELIEVRE S. (2001), « Instrument de crédit et de paiement », Edition Dalloz, Paris.

- PLIHON D. (2001), « La monnaie et ses mécanismes », Edition la Découverte, Paris.
- RENAUD R. (1982), « Les institutions financières françaises », Edition Revue banque, Paris.
- RENVERSEZ F. (1995), « Les éléments d'analyse monétaire », Edition Dalloz, Paris.
- TOERNIG J.P, BRION F. (1999), « Les moyens de paiement », édition « Que Sais-Je », Paris.
- VIGOUROUX J.C (1991), « Découvrir la banque », Edition Dunod, Paris.
- [www.banque de France.fr](http://www.banque de France.fr)
- [www.unitar.org/isd/dt/ddt2-doctrine1.html](http://www.unitar.org/isd/dt/ddt2-doctrine1.html)
- [www.juriscom.net](http://www.juriscom.net). Thoumya L., le commerce électronique,
- [www.cartes-bancaires.fr](http://www.cartes-bancaires.fr)
- [www.ingenico.com](http://www.ingenico.com), IDS consulting, groupe INGENICO, « La monétique, fondamentaux et évolutions ».
- [www.cartes-bancaires.fr](http://www.cartes-bancaires.fr) étude réalisé par Sofres 2006.
- [www.Bank al Maghrib](http://www.Bank al Maghrib) « Système de paiement au Maroc », Mars 2008.
- [www.Visa.com](http://www.Visa.com)