

Dissemination and impacts of new information technologies and communication (NTIC) on the banking system in Algeria

Radia AIT SI SAID ¹,

¹ Faculty of Economics, Management and Business Sciences, University of Tizi-Ouzou, Algeria, radia.ait-si-said@ummto.

ARTICLE INFO

Article history:
Received:18/12/2020
Accepted:19/12/2020
Online:11/01/2021

Keywords:
Banks
ICT
Competitiveness
Performance
JEL Code:

ABSTRACT

The phenomenon of innovation and the increasing complexity of new financial instruments, supported by a phenomenon of disintermediation, had as a direct impact the intensification of competition between the different types of actors in the financial sector which thus made the market more competitive. To this end, innovation is currently a key factor of competitiveness in banking companies looking to diversify their products. The interest of this article comes from the topicality of the theme on the importance of new information and communication technologies (NICT) in various fields and more particularly in banking services. In this sense, it is essential to ask about the impact of NICTs on banking performance: the case of banks in Algeria. To complete our work, a review of the literature on the subject is essential, followed by a field survey in the city of Algiers on a sample of 15 public and private banks.

Diffusion et impacts des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur le système bancaire en Algérie

Radia AIT SI SAID ¹,

¹ Faculté des sciences économiques de gestion et des sciences commerciales, Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou, Algérie, radia.ait-si-said@ummto.

ARTICLE INFO

Reçu: 18/12/2020
Accepté: 19/12/2020
En ligne: 11/01/2021

Mots clés:
Banques
NTIC
Compétitivité
Performance

Code JEL:

RÉSUMÉ

: Le phénomène d'innovation et la complexité croissante des nouveaux instruments financiers, soutenu par un phénomène de désintermédiation a eu comme impact direct l'intensification de la compétition entre les différents types d'acteurs de la branche financière qui a rendu ainsi le marché de plus en plus concurrentiel. A cet effet, l'innovation représente actuellement facteur clefs de compétitivité dans les entreprises bancaires qui cherchent à diversifier leurs produits. L'intérêt de cet article émane de l'actualité du thème sur l'importance des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans différents domaines et plus particulièrement dans les services bancaires. Dans ce sens, il est indispensable de se demander sur l'impact des NTIC sur les performances bancaires : cas des banques en Algérie. Pour mener à terme notre travail, une revue de la littérature sur le sujet s'impose, suivie d'une enquête sur le terrain dans la ville d'Alger sur un échantillon de 15 banques publiques et privées.

- Introduction

La banque étant un des acteurs de la branche financière, elle est aussi confrontée à des mutations très rapides des conditions de son activité tels que l'ouverture des marchés, l'évolution technologique et informatique, la prolifération de la finance directe, et la concurrence très vive qui s'est progressivement mise en place.

Dans ce contexte de plus en plus concurrentiel, les banques doivent trouver des solutions pour rester compétitives, soit en diminuant les coûts, soit en tentant de se différencier de leurs concurrents. C'est ainsi que le phénomène d'innovation commence à prendre de l'ampleur de plus en plus importante dans les entreprises bancaires qui cherchent à diversifier leurs produits.

Les nouvelles technologies ont révolutionné le secteur bancaire, qui a entamé ces dernières années une véritable mutation. Aujourd'hui, il semble impensable de se passer d'internet pour consulter ou gérer ses comptes, la plupart des banques ont d'ailleurs développé leurs propres applications smartphones ou tablettes et certaines proposent de plus en plus de services connectés pour faciliter le quotidien des usagers.

Le passage au digital est devenu une nécessité vitale pour les établissements financiers qui ont de plus en plus affaire à des usagers qui consomment des produits bancaires et s'attendent à se voir offrir les mêmes fonctionnalités que ce que leur proposent les géants du e-commerce.

Cette démultiplication des canaux d'accès à la banque a, évidemment un impact sur la gestion de la relation client, mais aussi sur tous les systèmes organisationnels internes.

Le choix de ce thème relève de l'actualité du thème émanant de l'importance des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans différents domaines et plus particulièrement dans les services bancaires.

Face au développement de la concurrence, les innovations bancaires apparaissent primordiales pour que les banques puissent assurer leurs pérennités et leurs survies dans un contexte fortement concurrentiel et en constante mutation ; pour ces dernières puissent aussi développer leurs parts de marché.

Les acteurs bancaires doivent être à la pointe de la technologie et des nouvelles innovations pour assurer leur survie et leur pérennité. Ceci nous amène à la problématique centrale suivante : Quel est l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur la performance bancaire, cas : des banques de la ville d'Alger ?

Cette question principale soulève des interrogations secondaires :

- Comment peut-on définir ces (TIC) et quels sont les nouveaux moyens de paiement des banques mis en place en Algérie ?
- Est-ce que l'adoption de ces technologies constitue-t-elle uniquement un avantage ou bien il faut nuancer cette évolution ?
- Quelle est la place des TIC dans les pays en voie de développement et particulièrement en Algérie ?

L'objectif principal de notre recherche consiste à déterminer si l'intégration de nouveaux canaux technologiques dans les banques algériennes, a un impact sur leurs performances. Le choix du secteur bancaire algérien comme objet de notre recherche est à l'épicentre de ces profonds changements dus à la banalisation des nouvelles technologies, et la pression de nouveaux entrants (banques françaises et étrangères : BNP PARIBAS, Société Générale, Natixis, Arab Gulf Bank, etc.).

A la lumière de ce qui précède, une première réponse à toutes ces interrogations peut se trouver dans les hypothèses suivantes :

H1 : L'adoption des TIC dans les banques algériennes améliore la relation avec ses clients.

H2 : Grâce à l'avènement des TIC, les banques deviennent plus performantes.

I- Méthodes et Matériels

La méthodologie de travail adoptée pour élaborer ce travail. On a tout d'abord effectué une analyse théorique visant à construire un corpus conceptuel nous permettant d'appréhender le sujet. Ainsi, nous avons effectué une recherche documentaire où nous avons pu consulter et explorer différents ouvrages et documentations dans ce sens.

Ensuite, nous avons effectué une analyse de terrain en menant une enquête, par questionnaire, auprès des banques algériennes mais plus spécialement au niveau des banques de la ville d'Alger.

II- Approches théoriques et conceptuelles relatives aux Technologies de l'information et de la communication

2.1. Généralités sur l'évolution technique des TIC

La crise économique qui a frappé le monde entier en 2008 a eu de fortes conséquences sur le domaine des services financiers que sur tout autre domaine. Ainsi, de nombreuses institutions financières ont mis définitivement fin à leurs activités, tandis que d'autres se sont orientées vers le gouvernement ou ont été contraintes au renforcement.

Afin de pouvoir répondre aux demandes d'un marché mondialement intégré, les entreprises financières se tournent de plus en plus vers les technologies de l'information et de la communication (TIC) en vue d'encourager l'innovation et de prévoir des produits et services qui offrent sécurité et efficacité aux utilisateurs.

- Définition des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ou Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC)

Par définition, les NTIC désignent tout ce qui relève des techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations, principalement l'informatique, l'internet et les télécommunications. Selon SPERANDIO, J.-C (2000) « L'expression NTIC désigne... des technologies récentes issues du mariage de l'informatique, le traitement, la conservation et le transport de textes, de sons... en plus des traditionnelles données numériques... elles se caractérisent par une grande diversité d'objets numérisés..., une grande capacité de diffusion et de transport en réseau..., une forte interactivité avec les utilisateurs... ».¹ Le tableau suivant, tableau n°1, résume les différentes définitions et inscriptions des TIC selon différentes parties : Etats-Unis, Union européenne et France, Selon ONU et OCDE ainsi que certains auteurs :

Tableau N°1 : Définitions des NTIC	
Etats-Unis (1987)	Les industries des technologies de l'information comprennent les offreurs comprenant d'une part, les offreurs (grossistes et détaillants) d'ordinateurs et d'équipements informatique ainsi que d'instruments électroniques de mesure et, d'autre part, les logiciels et les industries de services incluant les industries qui fournissent des logiciels « prêts à l'usage » et des services associés aux ordinateurs ; les industries d'équipements de communication et des services recensant les offreurs qui fournissent des infrastructures matérielles et immatérielles permettant la connexion entre ordinateurs et serveurs
Union européenne et France (1998)	Le secteur TIC apparaît sous la forme d'une liste d'activité recouvrant trois filières : l'informatique avec la fabrication des ordinateurs et des logiciels, les télécommunications qui comprennent les réseaux et donc Internet et enfin l'électronique.
Selon ONU et OCDE (1998)	Le secteur des TIC comprend les secteurs manufacturiers et des services qui facilitent la transmission, le stockage et le traitement de l'information par des moyens électroniques.

Source : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00199011>, publié le 18 Décembre 2007.

¹ SPERANDIO, J.-C.(2000). Les NTIC. Impacts ergonomiques chez l'utilisateur. Implications pour l'ergonomie. Actes du XXXV congrès de la SLEF-Séances plénières 2000. Toulouse. P.17-25

Tableau N°2: Définitions des NTIC	
Benoit Chapron (2006). Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente	TIC, Technologie de l'information et de la communication : Expression aux contours assez flous, apparue avec le développement des réseaux de communication, désignant tout ce qui tourne autour d'Internet et du multimédia. Elle recouvre également la notion de convivialité accrue de ces produits et services destinés à un large public de non-spécialiste. Au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audiovisuel ; les TIC s'adressent au plus grand nombre employé dans ce mémoire sans distinction avec le terme NTIC .

Source : <http://www.systemesdinformation.fr/glossaire.html> , Recueilli le 10 Mars 2009.

Le revirement des TIC semble représenter un atout essentiel dans l'activité bancaire moderne. Dès lors, nous pensons que le recours aux TIC est un passage indispensable pour les banques si elles veulent obtenir plus d'efficacité dans la gestion de la relation client (CRM) et plus de rapidité dans l'accès à l'audience sur le plan de la communication marketing.

▪ Avantages et limites des TIC

Parmi les principaux avantages d'une meilleure intégration des TIC, réside dans ce qui suit :

- Selon des études de l'OCDE, l'investissement dans les TIC serait l'un des principaux moteurs de compétitivité des entreprises. Les TIC seraient un facteur important de croissance économique aux Etats-Unis. De manière succinct, on peut présenter les avantages des TIC en trois niveaux :²
 - Point de vue du système d'information : une meilleure connaissance de l'environnement ; réactivité plus forte face à cet environnement ; hausse de la productivité du travail pour la saisie et réutilisation de l'information, donc baisse des coûts ; amélioration de l'efficacité de la prise de décision permise par une stratégie plus performante.
 - Point de vue organisationnel et professionnel : fonctionnement et organisation moins hiérarchisée et partage d'information de l'entreprise ; meilleure gestion des ressources humaine comme le recrutement et gestion des carrières plus facile ; création de nouveaux emplois.
 - Point de vue commercial : meilleure connaissance de la clientèle ; développement des innovations en matière de services et répondre aux besoins des consommateurs ; nouveau circuit de production grâce à l'extension potentielle du marché dont le commerce électronique.
- Des systèmes de paiement plus efficaces et rentables à l'échelle internationale. Entre 1999 et 2010, le volume global des paiements a atteint 330 milliards d'opérations par an, où la plus forte croissance a été enregistrée dans les paiements électroniques, qui représentaient 85% de tous les paiements autres que ceux en espèces.³
- Une meilleure capacité pour lutter contre le cyber insécurité émanant des pirates informatiques et des cybercriminels. A lui seul, le vol d'identité coûte à l'économie canadienne 2.5 milliards par an.
- La capacité de répondre à la croissance de demande par désintermédiation en offrant aux consommateurs un plus grand accès en ligne aux produits et prestations de service. Selon une récente enquête OCM (Organisation Commune de Marché), les cadres dans divers industries augmentent les canaux de désintermédiation pour deux raisons : elle leur permet d'en apprendre d'avantage de leurs clients et permet de les servir plus efficacement.⁴

Selon Benat Bilbao-Osorio: « Le rôle des TIC pour la croissance économique et la création d'emplois de qualité n'ont jamais été examinés d'aussi près. Malgré les craintes de voir les TIC accélérer le déploiement des ressources dans les pays en développement, les avantages des TIC sont aujourd'hui largement reconnus et représentent une méthode permettant aux entreprises et au secteur économique d'optimiser la productivité, de libérer des ressources

² <http://experts-univers.com/inconvenients-avantagesdes-ntic.html>, consulté le 20 décembre 2019.

³ Association canadienne des paiements (2010), Stratégie de l'APC pour les paiements : vision 2020 : https://www.cdnpay.ca/imis15/pdf/pdfs_news/payments_strategy_vision_2020_fr.pdf, consulté le 20 décembre 2019.

⁴ Les TIC dans le secteur des services financiers// évaluer les besoins en matière de ressources humaines : http://www.ictc-ctic.ca/wp-content/uploads/2012/09/ICTC_ICT_in_FinancialService_FR_9_12.pdf, consulté le 20 décembre 2019.

et d'encourager l'innovation et la création d'emploi ».⁵

▪ Technologies de l'information et de la communication dans le monde

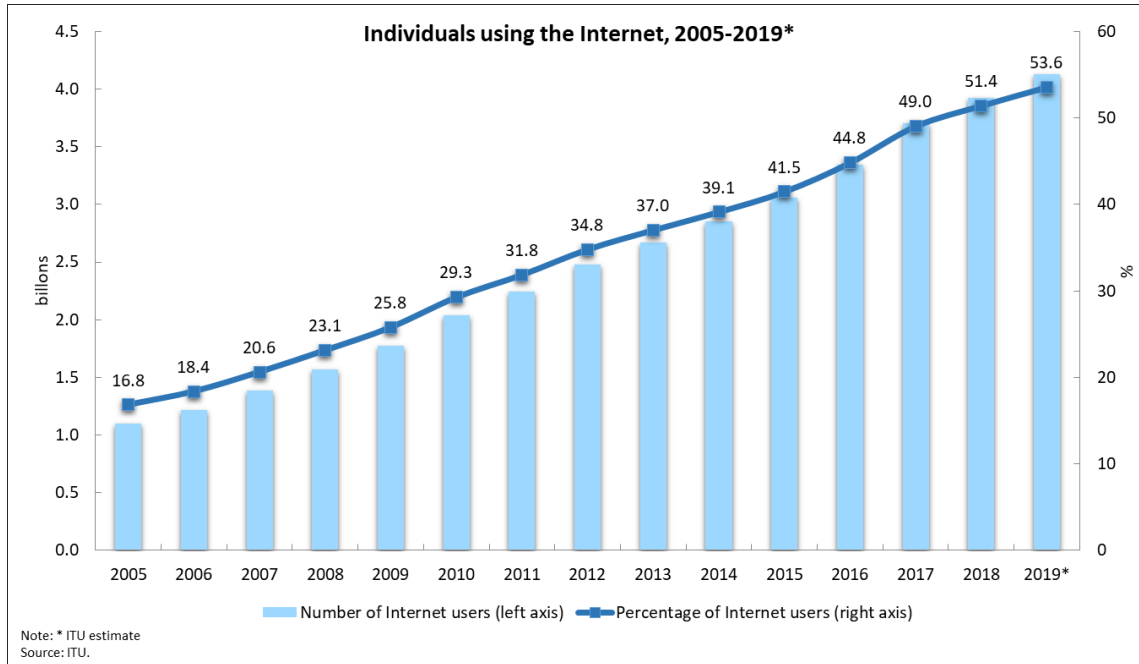
Les TIC continuent de se développer et de croître sans cesse avec un rythme très important et cela dans tous les pays du monde. Les pays sous-développés ont compris l'importance de ces TIC dans les différents secteurs de la vie sociale et économique.

Aujourd'hui, on connaît les opportunités offertes par les TIC favorisant la croissance et la productivité et jouent un rôle important dans l'amélioration des conditions de vie (création d'emplois, accès à l'éducation et la culture, etc.). Les TIC constituent une chance pour les pays du sud ; le rapprochement des distances est un avantage considérable ; l'abaissement des frontières facilite et favorise l'échange et le partage tant économiquement que culturellement ; une opportunité d'enrichissement réciproque.

En effet, on peut parler de mondialisation dans ce cas et même plus encore de globalisation ; ces concepts ne cessent de se confirmer, tout le monde est en concurrence, sur toute la planète et sur tous les domaines d'activité humaine, et les TIC sont au service de cette mutation mondiale. Pour chiffrer et quantifier toutes les évolutions des TIC au niveau mondial, on s'est référé aux publications de l'UIT (Union Internationale des Télécommunications) qui publie les données mondiales à ce sujet.

Dans son rapport de 2005-2019, le nombre d'internautes dans le monde est passé de 16,8% en 2005 à 53,6% en 2019.

Figure N° 1 : Evolution de nombre d'internaute dans le monde



Source : <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>, consulté le 30 mars 2020.

Dans son classement, on constate la présence de pays européens dans les premières places et par les pays à revenus élevés (Australie, Canada, Etats Unis, Chine...), et met en évidence l'aspect dynamique de plusieurs pays dans leurs progrès, en l'occurrence les pays du Golf ainsi que l'Europe de l'Est. Les pays d'Afrique progressent aussi moyennement selon leurs richesses et les politiques menées. L'Algérie, elle aussi a compris les bienfaits de cette révolution numérique et a mis en place une stratégie nationale, l'e-Algérie, pour atteindre des objectifs selon un plan préétabli ; les voisins du Maghreb en l'occurrence le Maroc et la Tunisie sont sur la même lancée, la Tunisie un peu plus en avance dans ce domaine.

Malgré ces efforts, l'Algérie reste loin derrière selon le classement du forum économique mondial sur les TIC et se positionne à la 129ème place sur 143 pays en 2014, d'où l'urgence d'accélérer les mesures pour améliorer la situation

⁵ Senior économiste et co-auteur du rapport, Global Competitiveness and Benchmarking Network, World Economic Forum.

et se mettre au moins au niveau de nos voisins.

2.2. Performances et concepts liées aux TIC

Certainement le développement d'internet, est regardé comme une transformation des règles de la concurrence dans l'industrie bancaire. Les entreprises s'équipent en effet en moyens informatiques (matériels et logiciels) et en moyens de communication.

Les TIC apparaissent séparément dans les secteurs et branches d'activités, notamment dans le secteur économique. Ainsi, il existe une ressemblance avec d'autres concepts de ce secteur, bien que l'étude des facteurs déterminants de la performance ait toujours été au cœur des préoccupations de la recherche en entreprise. Cette section, consiste à définir l'analogie des TIC avec d'autres concepts économiques ainsi que la notion de performance et enfin les facteurs favorisant le développement des TIC.

La notion de performance est définie sur le plan littéraire par plusieurs interprétations qui sont simultanément ou indistinctement utilisées dans le but d'établir de manière précise sa définition, bien que l'étude des facteurs déterminants de la performance ait toujours été au cœur des préoccupations de la recherche en entreprise.⁶

La performance a trois significations majeures tels que : le succès, l'action et la capacité :

- Le succès : la performance transmet un résultat positif et donne une représentation de la réussite propre à l'entreprise ;
- L'action : peut désigner conjointement les résultats et les actions mis en œuvre dans le but de les atteindre ;
- La capacité : la performance renvoie au potentiel Albanes (1978), défini la performance comme « la raison des postes de gestion; elle implique l'efficacité et l'efficacé ». De son côté, Tchankam (2000) définit l'entreprise performante comme « celle qui fait mieux que ses concurrents sur le court, moyen et long terme ». On peut dire aussi que la performance autorise les dirigeants d'expliquer le lien entre l'entreprise et son fonctionnement habituel.

Par ailleurs, il est difficile d'approprier le concept de performance dans une définition complexe dans l'entreprise ; elle a atteint tous les services et tous les niveaux de responsabilité.

2.3. Facteurs favorisant le développement des TIC

Il existe quatre facteurs qui sont expliqués comme suit :

- Facteurs sociétaux

Les collectivités locales investissent dans l'enseignement sur les TIC pour perfectionner la compétitivité des établissements de leurs territoires. Une hausse du niveau d'éducation a permis l'utilisation d'ordinateurs personnels et de logiciels plus ou moins complexes par un coefficient croissant de la population. Selon Bille Gates, PDG de Microsoft, ami 1997 : « Internet entraînera de nombreux changements dans la société parce que c'est potentiellement un moyen extrêmement efficace de mettre en contact acheteurs et vendeurs ».

- Facteurs techniques

Une augmentation rapide de la capacité des processeurs et de la capacité des artères de transmission a entraîné une baisse importante des coûts unitaires des services de communications et surtout une génération croissante des systèmes d'accès à l'internet à haut débit.

Au lieu d'avoir des infrastructures séparées pour chaque catégorie des services (téléphone, diffusion de l'audiovisuel, transmission des données, etc.), les informations de toutes formes (texte, image, film, musique, photos, etc.) ont été numérisées, ce qui a permis de tirer profit de la convergence numérique dans les TIC en rassemblant des infrastructures de commutation et de transmission hors de prix. Cette numérisation est d'autant plus intéressante que ces infrastructures sont caractérisées par des coûts fixes élevés et des coûts marginaux faibles ce qui implique un immense changement des modèles économiques des opérateurs de télécommunications.

- Facteurs commerciaux

Le marché des TIC a été bouleversé ces quinze dernières années. En premier lieu, avec l'essor colossal de la téléphonie mobile et de l'Internet fixe à haut débit, puis récemment avec l'internet mobile à haut débit, ce qui définit l'étape essentielle de la convergence des technologies du traitement de l'information et de la communication. L'évolution des coûts des systèmes des TIC et le développement de la concurrence avec l'émergence de nouveaux fournisseurs de services ont favorisé l'essor spectaculaire des offres commerciales des

⁶ Fidél Nwamen (2006), Impact des TIC (technologie de l'information et de communication) sur la performance commerciale des entreprises, *Revue des sciences de gestion*, n18, P.60.

services de l'information et de la communication. Cet essor est caractérisé par des bouquets de services avec des tarifs forfaitaires abordables incluant généralement des appels téléphoniques illimités, en accès à l'internet à haut débit et un accès à des chaînes de télévision.

- Facteurs économiques

Le développement des activités tertiaires au détriment des activités primaires et secondaires dans les pays industrialisés a augmenté les besoins de traitement de l'information et de communication des entreprises.

La diffusion des technologies de l'information représente l'exemple le plus flagrant de la pénétration intersectorielle des progrès technologiques, et elle constitue désormais une des principales sources potentielles de gains de productivité dans le secteur tertiaire. Les nouvelles technologies d'information ont bouleversé l'organisation et la structure des entreprises et ont provoqué une nette amélioration des performances techniques dans beaucoup d'activités économiques.⁷

En conclusion des points qu'on vient de traiter, nous pouvons dire que l'espace des technologies de l'information et de communication (TIC) reste en évolution. Cette position est effectivement due au développement que ce secteur prend principalement en matière d'innovation et il ne finit pas de se confirmer jour après jour. Les TIC ont une place importante sur presque tous les aspects de notre vie quotidienne et il devient très difficile d'entourer tous les concepts. Cela nous a permis la compréhension de quelques éléments clés tentant d'intégrer ces TIC dans le cadre de la théorie économique.

III- Evolution des moyens de paiement et leur dématérialisation

Le secteur bancaire intègre peu à peu les procédés de paiement électronique et notamment grâce à l'informatique et à l'informatisation des moyens de paiement. De nos jours, ces derniers sont existants sous de multiples formes et font partie intégrante de l'activité humaine. De plus, la société dans laquelle nous vivons, c'est à dire une société de consommation, tout le monde, est intéressé par les moyens de paiement car ils sont omniprésents. Aujourd'hui, il est même possible de payer directement à domicile avec le développement d'internet et la création de la monnaie virtuelle. Ainsi, depuis la création de la monnaie, elle est passée de l'état matériel, à l'état scriptural, puis à l'état électronique et enfin à l'état virtuel.

En effet, les activités de paiement sont au cœur des métiers de la banque. Elles sont déterminantes dans la construction et le développement d'une relation de qualité avec leurs clients.

Ainsi, le développement des NTIC a changé la façon dont les agents détiennent et échangent la monnaie. En effet, la monnaie fiduciaire tend dans les pays les plus développés vers un usage très minime, et se voit remplacer par des outils plus sûrs, plus rapides, moins encombrants et donc énormément efficaces. Cette dématérialisation des moyens de paiement se poursuit actuellement avec le processus de monétisation de manière accélérée, en vue d'améliorer la qualité des prestations bancaires qui dépendent fortement de la qualité de leur système de paiement mis en place et qui a conduit à la création des banques à distance.

3.1. Modernisation des systèmes et moyens de paiement

La modernisation des systèmes de paiement conduit à des réformes financières représentatives menées jusqu'à son achèvement par le ministère des finances par la modernisation rapide des systèmes de paiement pour améliorer et développer la qualité des services bancaires. L'admission de nouveaux canaux d'accès offert à la clientèle répond à la volonté et le bon plaisir de mettre à la disposition des clients de nouveaux services.

3.2. Infrastructures nécessaires à l'évolution des moyens de paiement

L'innovation dans le domaine des moyens de paiement s'est accélérée, et il est important à l'économie dans son ensemble, qui contribue à la confiance des utilisateurs de la monnaie ; il existe aussi de large compétence en évolution (système de paiement, système de compensation et système de règlement-livraison d'instruments financiers) ainsi que des moyens de paiement scripturaux.

Les moyens de paiement permettent d'utiliser la monnaie disposée en compte de dépôt ou en espèce pour régler les dépenses et dettes. Aujourd'hui, à partir d'un support connecté et avec la notion de nouveaux moyens accessibles sur le marché, les opérations de paiement sont réalisées à distance.

Les banques exposent un nombre conséquent de services à leurs clients quelque soit les particuliers ou bien les

⁷ Croissance, emplois et productivité dans le secteur tertiaire : controverses théoriques et réalités suisses. Mara C. Harvey, dissertation.com.

entreprises. A titre d'exemple, on peut citer la tenue des comptes, la publication de relevés bancaires, la fourniture d'identités bancaires et la propagation de moyens de paiement (virements, prélèvements, chèques, cartes bancaires, etc.) et pour que les clients soient satisfaits à propos de ses opérations, les banques doivent être puissantes et compter sur des infrastructures solides et adaptés, c'est-à-dire chercher de nouvelles solutions.

L'accès à la concurrence des services de paiement à de nouveaux acteurs a été favorable aux innovations technologiques conduisant à l'invention de nouvelles accoutumances de paiement; la concurrence doit être encadrée pour permettre le développement dans un cadre favorable aux consommateurs.

La sécurité et la garantie des paiements sont les attentes essentielles. Ainsi, l'accroissement du commerce sur internet s'est accompagnée d'une intensification de solutions de paiement « e-paiement »¹ offrant des alternances au traditionnel paiement par carte.

L'objectif est donc d'être au courant, parmi les différentes solutions d'adaptation de ces technologies à l'intérieur de la banque, ce qui a été fait ou ce qui peut aussi être transformé et amendé, autrement dit amélioré. L'utilisation de ces technologies peut aussi s'appliquer aux niveaux des agences ou des particuliers ou encore pour les réseaux internet ou les réseaux d'information qui permettent la circulation des opérations entre les banques.

IV-Aperçu sur l'environnement bancaire en Algérie

La dernière liste des banques agréées arrêtée au 2 janvier 2017, comprend une vingtaine de banques publiques et privées et 9 établissements financiers, selon la dernière décision de la banque d'Algérie portant publication de la liste des banques et de la liste des établissements financiers agréés et qui vient d'être publiée sur le journal officiel.⁸

Concernant les banques agréées en Algérie, il s'agit de 6 banques publiques à savoir la Banque extérieure d'Algérie, la Banque nationale d'Algérie, le Crédit populaire d'Algérie, la Banque de développement local, la Banque de l'agriculture et du développement rural, Caisse nationale d'épargne et de prévoyance (Cnep Banque). Et de 14 banques et institutions financières privées à l'exemple de la Banque Al Baraka d'Algérie, Citibank N.A Alegria « Succursale de Banque », Arab Banking Corporation – Alegria, Société Générale – Algérie et BNP Paribas Al-Djazair. Quant aux établissements financiers, on trouve la Société de Refinancement Hypothécaire ; la société financière d'investissement, de participation et de placement (SPA) « Sofinance -SPA » ; Arab Leasing Corporation ; Maghreb Leasing Algérie ; Cetelem Algérie ; Caisse Nationale de Mutualité Agricole Etablissement Financier^a ; Société Nationale de Leasing (SPA) ; Ijar Leasing Algérie (SPA) et El Djazair Ijar (SPA).

Notons que la Banque d'Algérie s'attelle à réhabiliter les instruments de refinancement en renforçant les mécanismes de transmission de la politique monétaire dans le cadre d'une politique prudemment mesurée. C'est ainsi que l'ensemble des instruments de refinancement des banques et établissements financiers est mis en œuvre sur le marché monétaire et hors marché monétaire (réescompte), et ce, à travers un règlement et trois instructions faisant l'objet de promulgation.

Il s'agit, en effet, du règlement du 28 juillet 2016 complétant celui du 19 février 2015, relatif aux opérations d'escompte d'effets publics, de réescompte d'effets privés, d'avances et crédits aux banques et établissements financiers, de l'instruction du 1er septembre 2016 fixant le taux de réescompte, de l'instruction du 1er septembre 2016, relative aux opérations d'open market, portant refinancement des banques et, enfin, de l'instruction du 1er septembre 2016 relative à la facilité de prêt marginal. Aussi, le Conseil de la monnaie et du crédit a adopté récemment un nouveau règlement portant sur les opérations d'escompte d'effets publics, de réescompte d'effets privés, d'avances et crédits aux banques et établissements financiers, apprend-on auprès de la Banque d'Algérie.

V- Etude et analyse des résultats de l'enquête

Les banques intègrent sans cesse de nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs fonctions et dans leurs systèmes. Le facteur clé de succès d'une banque doit se traduire par le fait que cette institution est un réseau de confiance ; ce qui implique que l'intégration des TIC devra prendre en compte cette dimension des choses.

Dans le cadre de ce travail de recherche, on a élaboré un questionnaire qu'on a distribué aux différentes banques de notre échantillon constitué de 15 banques, privées et publiques, de la ville d'Alger afin d'essayer de mieux comprendre l'impact des nouvelles technologies sur le secteur bancaire local.

Notre objet de recherche en l'occurrence les banques, sont toutes sur le même territoire local qui est celui de la ville d'Alger, l'échantillon composé de 15 banques, soit 09 banques privées et 06 banques publiques, est représentatif car les différentes agences suivent la politique de l'agence mère, donc la même stratégie sur le plan national. Le tableau ci-dessous (N°2), représente les banques auxquelles on s'est rapproché pour remettre nos questionnaires. On les a

⁸ <https://www.algerie-eco.com/2017/01/29/liste-de-20-banques-9-etablissements-financiers-agrees/>, consulté le 14/04/2020.

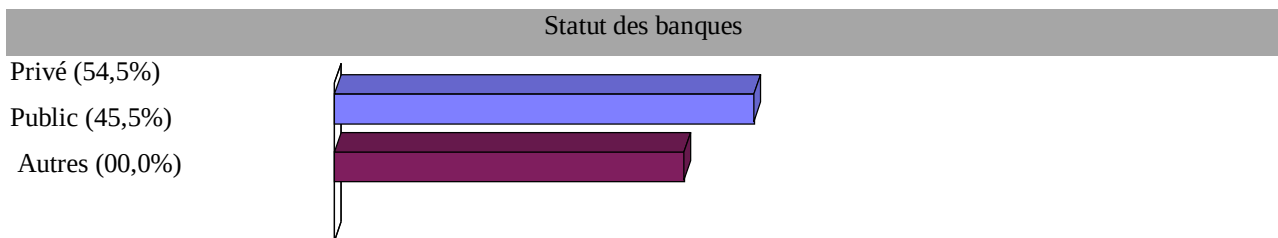
classé selon leurs statuts privés ou publiques, ainsi que celles qui ont acceptées ou non de répondre au questionnaire.

Tableau N° 3 : Noms des banques ayant été rapprochées pour l'enquête.

Nom de la banque	Réponse
Banques publiques	
1. CPA Banque Crédit Populaire d'Algérie	Oui
2. BNA Banque Nationale d'Algérie	Oui
3. BEA Banque	Oui
4. CNEP Caisse Nationale de Prévoyance et de Développement Rurale	Oui
5. BDL Banque de développement Local	Oui
6. BADR Banque de l'Agriculture de Développement Rural	Oui
Banques privées	
1. Trust Banque	Non
2. Algeria Glof bank	Oui
3. NATEXIS Bank	Oui
4. EL BARAKA d'Algérie	Oui
5. Citibank N.A Alegria « Succursale de Banque »	Non
6. Arab Banking Corporation – Alegria	Oui
7. BNP Paribas Al-Djazair	Non
8. Société Générale Algérie	Oui
9. Houssing Bank	Non
Total	11/15

D'après ce tableau, le nombre de banques qui ont répondu au questionnaire est de onze (11) banques sur un total de quinze (15) approchées. Comme le démontre la figure N°2, ces banques sont réparties entre 54.5% banques privées et 45.5% banques publiques, ce qui fait six (09) banques privées et cinq (06) banques publiques de notre échantillon d'étude.

Figure n°2 : Répartition par Statut Source



Source : Résultats de notre enquête.

Les banques, confrontées à un environnement économique, réglementaire et technologique en pleine mutation, ont subi des changements profonds dans leur fonctionnement. Le tableau ci-dessous nous montre le degré d'intégration des différents aspects des TIC dans leur système.

Tableau N° 4 : Les technologies disponibles dans les banques

Les TIC dont disposent les banques	Nb. cit	Fréq
D'un réseau des distributeurs et guichets automatiques (DAB/GAB)	11	100%
D'un réseau de paiement électronique chez les commerçants	9	81,8%
D'un réseau des cartes bancaires	10	90,9%
D'un réseau de " banque à domicile "	6	54,5%
D'un réseau " SWIFT "	9	81,8%
D'un réseau " INTERNET "	9	81,8%
Autres	1	9,1%

Source : Résultats de notre enquête

Le tableau ci-dessus, nous démontre que la totalité des banques disposent d'un réseau de distributeurs et guichets automatiques, (DAB/GAB), soit 100% ; alors que les autres services sont partagés selon le besoin et l'objectif de chaque banque.

Selon le résultat de notre enquête, nous avons constaté que la majorité des banques disposent d'un réseau « INTERNET », d'un réseau « SWIFT », d'un réseau de paiement électronique chez les commerçants (de 81.8%) et d'un réseau de cartes bancaires (de 90.9%), c'est-à-dire le taux varie entre 55.6% et 66.7% pour les banques privées, et de 33.3% et 44.4% pour les banques publiques. Par contre, seulement la moitié des banques (six au total) qui ont répondu à notre enquête disent posséder un réseau de banque à domicile.

Ces dernières années, chaque banque introduit de nouvelles technologies dans le but de mieux s'intégrer dans la société et afin d'améliorer ses services. Hormis les technologies qui ont été citées dans le tableau n°3, quelques banques (neuf (09)) au total introduisent d'autres technologies qui sont présentées comme suit :

Le tableau ci-dessous résume les différentes technologies introduites par certaines banques privées ou publiques, nationales ou internationales, selon l'intérêt, le besoin et l'objectif estimé et espéré par chacune d'entre elles.

Tableau n°5 : Nouvelles technologies introduites

Les banques	Les TIC introduites
Housing bank	- E-Banking, - E-Mailing, - SMS-Banking
Bank ABC	- Logiciels de gestion des produits bancaires
BADR bank	- E-domiciliation bancaire
Société générale Algérie	- Mise en place d'une version DELT plus récente et adaptée aux opérations bancaires avec une ergonomie - Divers produits BAD : Messagipro-SGANET, messagipro-SWIFT, SOGELINE
CNEP banque	- Service E-Banking (suivez vos comptes en ligne 24h/24 et 7 jours/7, en toute sécurité)
Bnp Paribas	- La banque en ligne
CPA banque	- E-D-I; - NUMEX; - CNIS; - E-Banking
Gulf bank Alegria	- Pré-domiciliation en ligne; - AGB on line

BNA	- OUTLOOK
-----	-----------

Source : Résultats de notre enquête.

5.1. Importance de l'utilisation des TIC

Selon les résultats de notre enquête, on constate que 63.6% des banques qui ont répondu à notre enquête considèrent que les nouvelles technologies sont une propriété privée qui les concerne seules ; 18.2% des banques estiment qu'elles résultent de leur association avec d'autres banques pour une meilleure prise en charge des opérateurs économiques (BADR). Le reste des banques, c'est sans réponses.

Le site web représente, en tant que media interactif, présente une solution à la fois une solution attirante et novatrice pour la banque. Il consiste un nouveau canal pour mieux faire connaître et promouvoir le produit et les services financiers. Mais peut-on s'interroger sur la perspective de changement induite par ce canal, devenu un outil stratégique au service du client ?

Tableau n°6 : Nombre moyen d'internautes après que la banque ayant intégré un site web

Le nombre d'internaute	Nb. Cit.	Fréq.
Non réponse	7	63,6%
Moins de 200	2	18,2%
700 et plus	2	18,2%

Source : Résultats de notre enquête

La majorité des banques ont hébergé un site web, soit 90% des banques répondantes (figure n°5). Lorsqu'on regarde le tableau ci-dessus, on remarque que la plupart des banques (63.6%) n'ont pas répondu considérant que cette question était vague selon elles ; mais 18.2% des banques ont répondu qu'en moyenne 200 internautes par jour se connectent à leur site alors que pour les autres 18.2%, plus de 700 internautes par jours accèdent à leur site web. Les banques d'aujourd'hui créent un site web dont l'objectif est de présenter leur banque d'une meilleure façon, d'exposer des services à fournir et faire une publicité et promotion de nouveaux produits, comme le démontre le tableau suivant :

Tableau n°7 : Les objectifs de création d'un site internet

Objectifs de création d'un site	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	1	9,1%
Présentation de la banque	9	81,8%
Exposition des services à fournir	8	72,7%
Publicité et promotion de nouveaux produits	10	90,9%
Autres	0	0,0%
TOTAL OBS.	11	

Source : Résultats de notre enquête.

Dix banques sur onze soit 91% créent un site internet pour des publicités et des promotions de nouveaux produits ; la majorité des banques ont plus besoin de ce site pour présenter les leurs banques et les services offerts par la banque. Le CPA Banque et Housing Bank ont d'autres objectifs qu'ils ont cité tels que d'être plus proche de leurs clients et pouvoir réaliser des transactions en ligne.

Face à l'essor de numérique, les banques vont devoir mettre les bouchées doubles pour tenter de rester en contact avec leurs clients. Les particuliers désertent les agences au profit d'internet, et d'autres se déplacent encore pour des opérations complexes. Pour ceux qui disposent d'une connexion Internet, ce canal est exploité pour les modalités suivantes (voir tableau n°7).

Tableau n°8: Utilisation d'Internet via le statut de la banque

Statut de la banque L'utilisation d'Internet	Privée	Publique	Autres	TOTAL
Pour rechercher des informations	44,4%	55,6%	0,0%	100%
Consultation courrier électronique	44,4%	55,6%	0,0%	100%
Pour télécharger des fichiers (documents, rapport, études,...)	42,9%	57,1%	0,0%	100%
Echange de fichiers avec les clients	66,7%	33,3%	0,0%	100%
Echange de données avec les coopérants (ou liens avec vos agences)	60,0%	40,0%	0,0%	100%
La présentation de la banque	50,0%	50,0%	0,0%	100%
Diminuer les coûts	66,7%	33,3%	0,0%	100%
Non réponse	100%	0,0%	0,0%	100%
Pour télécharger des logiciels (gratuit ou pas)	0,0%	100%	0,0%	100%
Autres	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	54,5%	45,5%	0,0%	100%

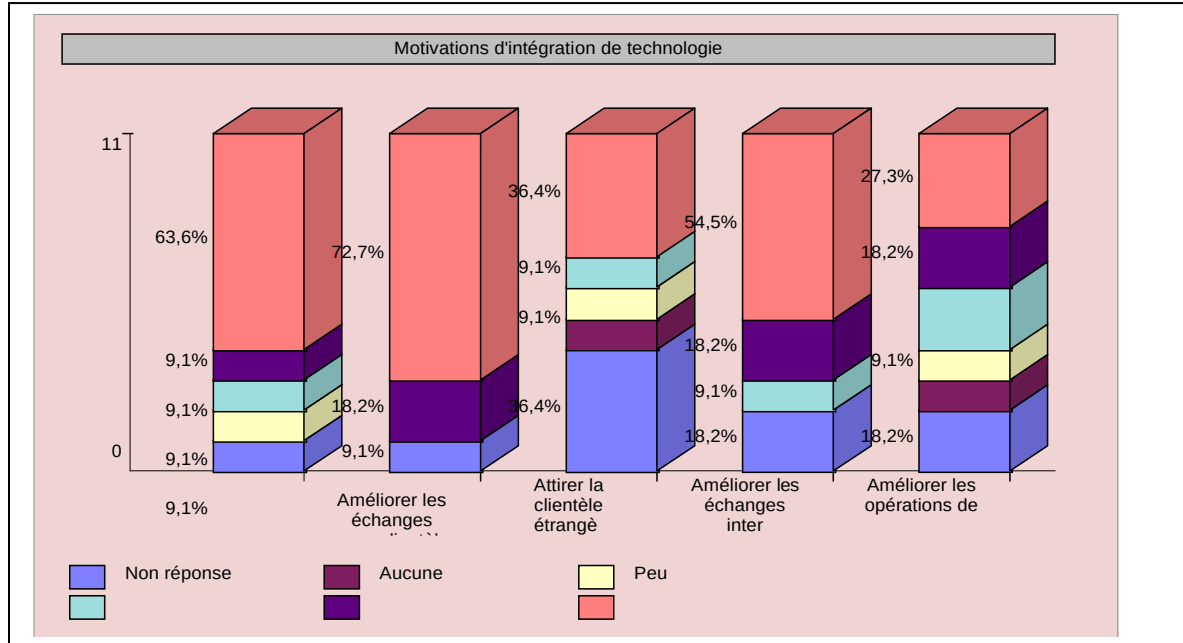
Source : Résultats de notre enquête.

D'après les résultats obtenus, on remarque que toutes les banques utilisent l'internet pour différentes opérations. Ainsi, les banques privées utilisent plus l'internet pour : échange de fichiers avec les clients, échange de données avec les coopérants et aussi pour diminuer les coûts (taux d'utilisation varie entre 60% et 66.7%). En ce qui concerne les banques publiques, plus de 55% disent que l'usage d'internet est plus réservé à la recherche d'informations, consulter les courriers électroniques et aussi pour télécharger des fichiers (études, rapports, documents,...).

On constate aussi que 100% des banques publiques utilisent internet pour télécharger des logiciels. Donc, les banques sont bien motivées d'introduire des nouvelles technologies tout au long de l'année. Afin de mieux connaître leurs motivations, on a analysé un échantillon de onze (11) banques et on a constaté que la majorité des motivations sont à un degré d'importance élevé (voir figure n°3) :

5.2. Impacts des TIC sur la performance bancaire

Figure n°3 : Motivations d'intégration de technologie



Source : Résultats de notre enquête.

Comme le démontre la figure n°6, on remarque que toutes les motivations des banques sont de tendance élevée et le minimum est de 27.3% pour l'amélioration des opérations de marché. La majorité varie entre 54.5% et 72.7% pour une amélioration des échanges interbancaires, des échanges avec la clientèle ainsi que le pouvoir d'étendre les champs d'action de leur banque.

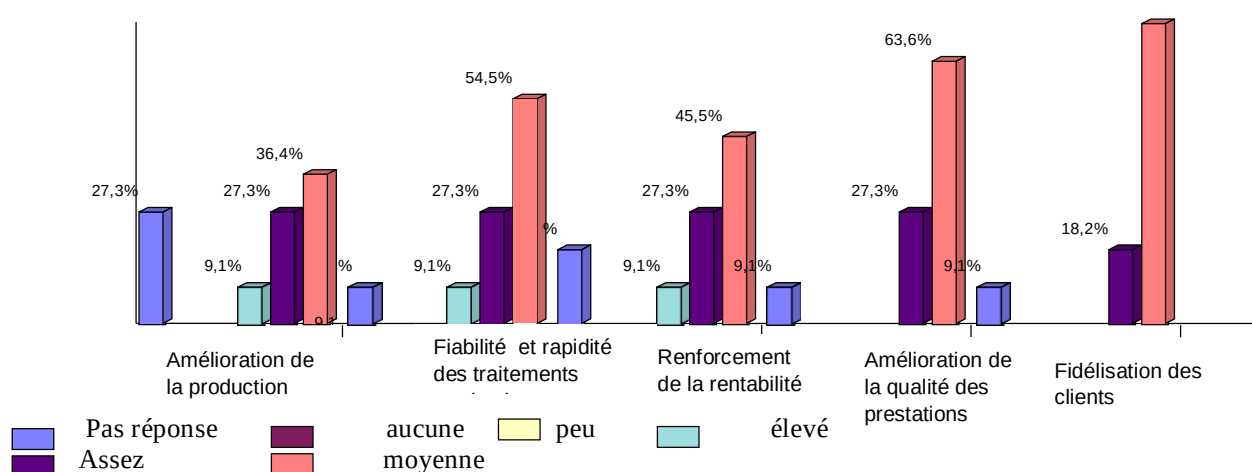
Tableau N°9 : Facteurs d'adaptation des banques

Nom de la banque	Causes d'adaptation
HOUSSING BANK et BNA	Des formations préalables
BADR Bank	Dispose d'un effectif jeune et compétent
BANK ABC	Training, tests, assistance
Société Générale Algérie	Par voie d'instruction et de guide d'utilisation
CNEP Bank	Pour répondre à la demande de la clientèle
BNP Paribas	Facilité d'utilisation
CPA Banque	Formation, Encadrement, Maitrise
GULF Bank Algeria	Cela s'impose, il faut se démarquer

Grâce à ces motivations que les banques arrivent à s'adapter aux mutations technologiques. Dans notre enquête, 82% des banques qui ont répondu « Oui » s'adaptent facilement aux mutations. Quelques banques ont donné des facteurs de leur adaptation comme suit (voir tableau ci-dessus n°8). On remarque aussi que 9% n'ont pas répondu à cette question et les 9% restantes prouvent des difficultés à s'adapter ce qui les poussent à programmer des séminaires ou des stages de perfectionnement, des cours de formation initiés par leur banque et aussi un apprentissage par la pratique.

Après s'être adapté aux mutations technologiques, viennent les satisfactions d'introduction des TIC au sein des banques. On a constaté que la majorité des banques, soit 72.7% ont acquis la fidélisation des clients, 63.6% ont une amélioration de la qualité des prestations et 54.5% ont une fiabilité et rapidité de traitement des opérations. Pour certaines banques, c'est encore tôt de parler de ces quatre objectifs. Certes, elles introduisent de nouvelles technologies mais elles n'arrivent toujours pas à s'intégrer et à s'adapter à ces mutations ; donc aucune ou peu de satisfaction.

Figure n°4 : Les satisfactions de l'introduction des TIC



Source : Résultats de notre enquête

Les TIC présentent un impact sur la productivité qui est à une échelle très importante pour la banque, mais également sur le mode interne de travail. Les réponses de cette dernières ont été les suivantes :

Tableau n°10 : Impacts sur le mode interne du travail

	Sans réponse	1	2	3	4	5	6	TOTAL
Rapidité et fiabilité de traitement des	27,3%	36,4%	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%	27,3%	100%
Réduction de la contrainte de la présence physique	27,3%	0,0%	0,0%	9,1%	18,2%	18,2%	27,3%	100%
Amélioration de l'efficacité et de la précision	27,3%	0,0%	9,1%	18,2%	0,0%	27,3%	18,2%	100%
Réduction du risque d'erreurs	27,3%	0,0%	18,2%	9,1%	9,1%	27,3%	9,1%	100%
Suppression des tâches en double	27,3%	0,0%	9,1%	0,0%	27,3%	18,2%	18,2%	100%
Autres	72,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	27,3%	100%
Ensemble	34,8%	6,1%	6,1%	6,1%	9,1%	16,7%	21,2%	100%

Source : Résultats notre enquête.

La majorité des réponses des banques déterminent que l'impact des TIC réside dans la rapidité et la fiabilité des opérations. Autres effets de l'introduction de nouvelles technologies sont : augmentation du nombre d'opérations (concernant CNAP Bank), stockage de l'information en archive pour toute re-vérification et une approche étroite dans la communication entre banque et client (banque CPA).

Ainsi, grâce aux technologies de l'information, les banques peuvent effectuer plusieurs opérations par jour et le temps moyen pour le traitement est rapide et efficace. Seule une banque qui a répondu à cette dernière, en l'occurrence la CPA, elle enregistre environ 400 opérations par jour avec l'outil informatique et seulement 100 opérations sans ; concernant le temps consacré au traitement qui est de 10 secondes par opération avec l'outil informatique et de 5 minutes sans. Cinq banques, soit 45.5%, disposent d'indicateurs permettant de mesurer cet impact ; trois banques sur onze ont pu nous donner quelques indicateurs comme : PNB par agence (concernant ABC Bank), les statistiques (Société Générale Algérie) et évolution de la productivité et du portefeuille client (CPA). L'utilisation des TIC doit être accompagnée par le perfectionnement des moyens de sécurité puisque l'informatisation des banques fait augmenter désormais leur vulnérabilité. Ces études préalables sont primordiales pour une banque afin d'introduire des nouvelles technologies. Cependant, selon notre enquête, sept (07) banques sur onze (11), soit 54.5%, sont favorables pour des études alors que 9.1% ont décidé d'introduire des TIC sans aucune procédure d'étude (voir tableau n°9).

VI- CONCLUSION

Face à l'offre multi canal des banques dans un contexte intensifié par l'apport technologique et marketing des banques privées où le monopole des banques publiques se trouve confronté à une nouvelle dynamique de marché, induite par les banques privées. Le système bancaire a connu un développement important et les TIC jouent un rôle croissant dans l'évolution des métiers bancaires. Ainsi, nous avons essayé, dans cet Article d'évaluer l'impact des TIC sur l'activité bancaire ; elles ne se limitent plus à accompagner le changement mais elles en deviennent le moteur du fait qu'elles font évoluer les bases de la concurrence entre les banques de réseau, les banques virtuelles ainsi que les différents acteurs, bancaires ou pas.

A travers notre enquête menée auprès des banques, des directions informatiques et de divers services bancaires utilisant l'outil informatique, nous avons montré que la carte de paiement est le moyen de paiement le plus automatisé dans les banques de la ville d'Alger, suivi de chèque et de l'avis de prélèvement en dernier rang. Ces dernières ont eu recours au principe de mutualisation afin d'introduire les nouvelles technologies et de réaliser des économies d'échelle. Il devient indispensable donc aux différentes banques de consacrer une part très importante de leurs budgets globaux pour l'investissement dans les TIC. L'objectif des banques en Algérie est de parvenir à une automatisation et à l'industrialisation de leur processus afin d'améliorer la production, la distribution et de réaliser des gains de productivités. A cet effet, l'utilisation des TIC doit être accompagnée par le perfectionnement des moyens de sécurité puisque l'informatisation des banques fait augmenter désormais leur vulnérabilité.

Dans ce nouveau contexte mondial, l'objectif principal des établissements financiers et bancaires est la recherche de la performance, la qualité du service à la clientèle, l'efficacité organisationnelle ainsi que la rentabilité financière. Ces critères sont fortement conditionnés par l'apparition de nouveaux canaux de distribution issus de l'innovation technologique. A cet effet, la banque réactive en temps réel, intègre des services bancaires en ligne et réalise des frais de transaction; ce sont autant de caractéristiques qui jouent sur la performance. Ces critères de performance sont intimement liés et il n'est plus possible d'envisager un de ces vecteurs de performance sans les autres.

REFERENCES

- [1] Alain Capiez (2001), « Nouvelles technologie et performance le cas de la banque à distance ». 22^{ème} congrès de l'AFC, France.
- [2] Benat Bilbao-Osorio, Senior économiste, Global Competitiveness and Benchmarking Network, World Economic Forum.
- [3] Benoit Chapron (2006), « Evaluation des systèmes d'information pour une optimisation du management des forces de vente : Glossaire »
- [4] Bossard Consultants (1997), « La banque future, l'impact des nouvelles technologies sur l'organisation de l'agence bancaire de demain »
- [5] Bouquin H. (2000), « Du contrôle de gestion au pilotage », L'expression Management Review, septembre », 58-66
- [6] Casino G. (Septembre 1999), « NTIC : de quoi parle-t-on ? Etude TICO : Technologie de l'information et de la communication dans les organisations » ; Ed. ANACT : Agence Nationale pour l'Amélioration des Conditions de Travail.
- [7] Fidel Nwamen (2006), « Impact des TIC sur la performance commerciale des entreprises, Revue des sciences de gestion, N°18.
- [8] Jacques Richer (1998), « Vers la banque multicanal », extrait de la revue banque N°588, janvier.
- [9] Jean-Michel SAHUT, « L'impact des NTIC sur le secteur bancaire », Cahier du numérique, N°3, Hermès Sciences, septembre 2000.
- [10] Klein Olivier (2018), In <https://www.aef.asso.fr/publications/revue-d-economie-financiere/120-innovation-technologie-et-finance/3340-banque-et-nouvelles-technologies-la-nouvelle-donne>, consulté le 05 mai 2020.
- [11] Pons T., Kruger H. (1999), « contraintes juridiques et fiscales », Banque magazine, N°603.
- [12] Rouach M., Naulleau G. (2000), « Contrôle de gestion et stratégie dans la banque», Banque éditeur, Paris.
- [13] Reynaud Laetitia (2018), « L'impact des nouvelles technologies sur le système bancaire », In <https://www.davidson.mc/temp/EH5L2YLIR36B9L4HPZTG1PP332FY1C.pdf>, consulté le 05 mai 2020.
- [14] Sperandio, J.-C. (2000), « Les NTIC, Impacts ergonomiques chez l'utilisateur », Implications pour l'ergonomie, Actes du XXXV congrès de la SLEF-Séances plénières 2000. Toulouse.
- [15] ITUP Publications (2019), « Measuring digital development Facts and figures 2019», In <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2019.pdf>, consulté le 05 mai 2020.
- [16] <https://www.algerie-eco.com/2017/01/29/liste-de-20-banques-9-etablisements-financiers-agrees/>, consulté le 14/04/2020.

-