

École Des Hautes Études Commerciales

EHEC- Alger



Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de

Master en sciences commerciales

Option : Affaires internationales

Thème :

**Le rôle du paiement
électronique dans la mise à
niveau des services bancaires**

Cas :

Élaboré par :

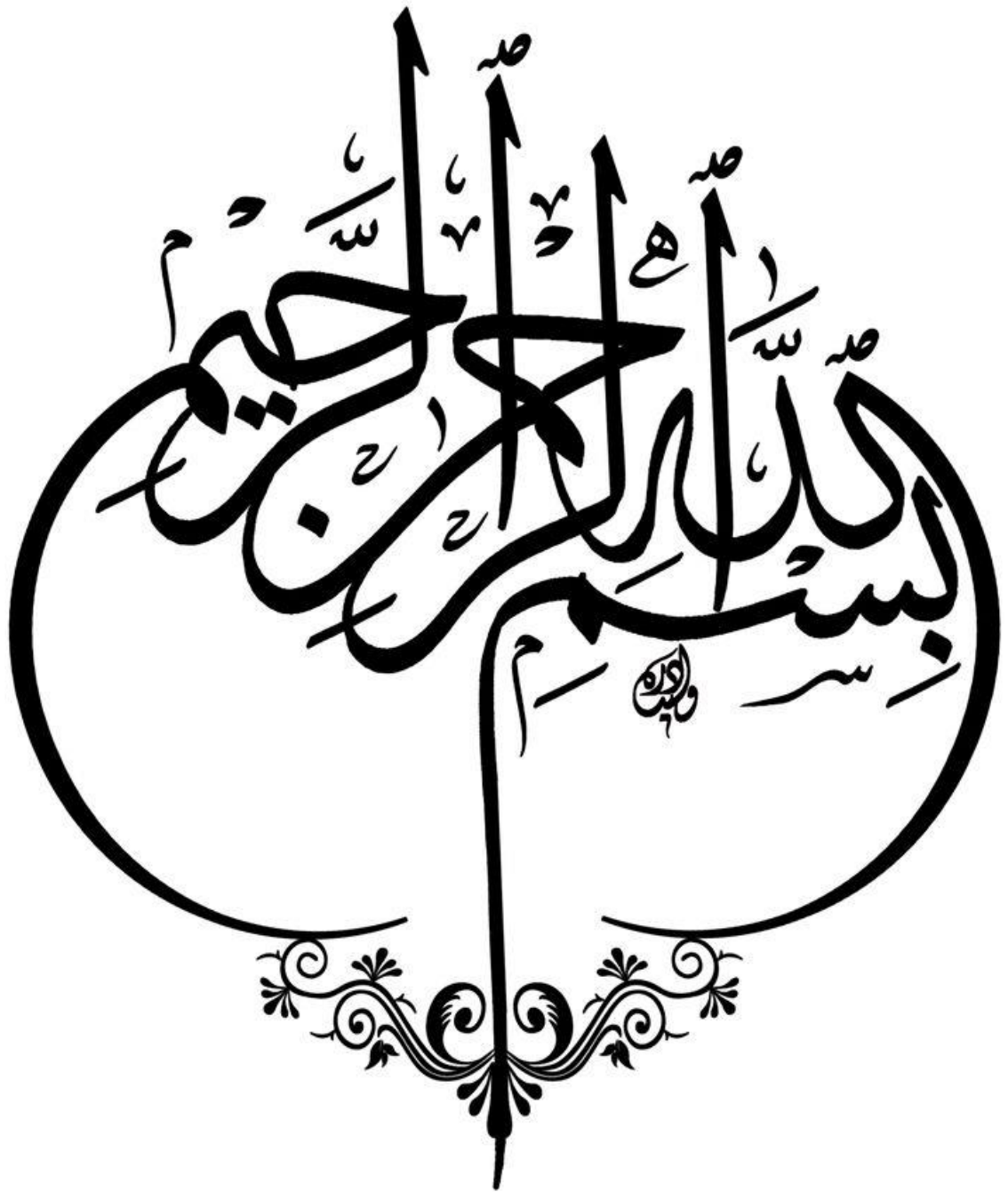
M^{elle} SELAMI Rania Hanane

Encadré par :

Mme ELANDALOUSSI Zaza
(Maître Assistante « A » à l'école
des Hautes Etudes Commerciales)

8^{ème} promotion

Juin 2021



Résumé

Après avoir révolutionné les moyens de transmettre l'information, les NTIC viennent apportés une amélioration remarquable au développement de l'activité bancaire et du système de paiement.

De nos jours. L'Algérie s'est investir dans une dynamique de réforme et de modernisation de son système de paiement à travers la mise en place des nouveaux systèmes et le lancement de la monétique. Malgré les mesures adoptées par les autorités afin de promouvoir la mise en place de ce projet qui avait comme objectif primordiale l'amélioration des services bancaires,

L'objectif principal de notre recherche s'inscrit dans le cadre de l'étude des moyens de paiement en Algérie et le rôle de moyens du paiement électronique sur l'amélioration du service bancaire.

Mots clés : système bancaire Algérien, moyen de paiement électronique , services bancaires .

Abstract

After revolutionizing the means of transmitting information, NICTs have brought a remarkable improvement to the development of banking activity and the payment system.

Nowadays, Algeria has invested in a dynamic of reform and modernization of its payment system through the implementation of new systems and the launch of electronic payment systems. Despite the measures adopted by the authorities to promote the implementation of this project, which had as its primary objective the improvement of banking services,

The main objective of our research falls within the framework of the study of means of payment in Algeria and the role of means of electronic payment on the improvement of banking service.

Keywords: Algerian banking system, means of electronic payment, banking services

ملخص

بعد الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال و المعلومات ، أدخلت NICT تحسیناً ملحوظاً في تطوير النشاط المصرفي ونظام الدفع.

في وقتنا الحاضر. استثمرت الجزائر في ديناميكية الإصلاح و تحديث نظام الدفع من خلال تطبيق أنظمة جديدة وإطلاق أنظمة الدفع الإلكتروني. هذا الإجراءات التي اتخذتها السلطات لتعزيز تنفيذ هذا المشروع الذي يهدف إلى تحسين الخدمات المصرفية .

الهدف الأساسي لبحثنا يندرج في إطار دراسة وسائل الدفع في الجزائر ودور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الخدمة المصرفية.

الكلمات المفتاحية:

- * النظام المصرفي الجزائري ،
- * وسائل الدفع الإلكتروني ،
- * الخدمات المصرفية.

Dédicaces

Je dédie cet humble travail à tous ce qui m'a aidé à tracer mon chemin : mes parents, mes frères, ma chérie sœur, mes amis, et mes enseignants.

A tous ceux qui m'ont connu dans la joie et la galère et ont supporté mes caprices.

Remerciements

Je remercie Dieu de m'avoir donné la santé et le courage afin de pouvoir réussir ce travail.

Mes parents sans qui je ne serais jamais arrivée ici, les rendre fière est ma façon de les remercier, et j'espère y arriver jusqu'au bout.

Mes chers frère Bilal, Zakaria , Saad, Mohamed et Youcef, et ma chérie sœur du plus profond de mon cœur je vous dis merci

Mme Zaza Elandaloussi qui était plus que mon encadrane, je la remercie pour sa disponibilité, sa réactivité et ses orientations tout au long de l'élaboration de mon mémoire

Liste des abréviations

- ✓ **BADR** :La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
- ✓ **BNA** :La Banque Nationale d'Algérie .
- ✓ **CIB** : Carte Interbancaire.
- ✓ **CNEP** Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque.
- ✓ **CPA** Crédit Populaire Algérie.
- ✓ **CPA** Le Crédit Populaire d'Algérie.
- ✓ **DAB** Distributeur automatique de billets.
- ✓ **GAB** Guichet automatique bancaire.
- ✓ **GIE-monétique** Groupement d'Intérêt Economique de monétique
- ✓ **OCDE** : Organisation de Cooperation et du Developpement Economique
- ✓ **SATIM** Société D'Automatisation Des Transaction Interbancaires Et De La Monétique.
- ✓ **SWIFT** : Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication
- ✓ **TPE** Terminal De Paiement Electronique.

Liste des tableaux

Tableau n°	Nom	page
1	Les formes de commerce fondées sur le processus.	11
2	Typologie du commerce électronique fondée sur le nombre d'acteurs.	12
3	Les services bancaires électroniques fournis par les banques publiques algériennes	57
4	Répartition de l'échantillon selon le sexe.	71
5	Répartition de l'échantillon selon l'âge.	72
6	Répartition de l'échantillon selon le niveau d'éducation	73
7	Répartition de l'échantillon selon la profession.	74
8	Répartition de l'échantillon selon le tranche salariale	75
9	Répartition de l'échantillon selon les transactions avec des institutions financières .	76
10	Répartition de l'échantillon selon les transactions avec les institutions financières .	78
11	Répartition de l'échantillon selon les transactions avec le institution publique .	79
12	Répartition de l'échantillon selon La période de temps de transactions des clients avec les institutions	80
13	Les services bancaires utilisées par les clients .	81
14	Répartition de l'échantillon selon la connaissance de services électroniques	82
15	Les services bancaires électroniques connus par les clients	83
16	Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de service e-paiement	84
17	Répartition de l'échantillon selon la période de commence à utiliser l'e-paiement	86
18	Répartition de l'échantillon selon qu'ont un carte de paiement	87
19	Les catégorie des cartes de paiements utilisées par les individus .	88
20	Répartition de l'échantillon selon qu'ont un carte de crédit	88
21	Répartition de l'échantillon selon le type de carte de crédit .	89
22	Les domaines de l'utilisation de carte de paiement	90
23	Répartition de l'échantillon selon la Connaissance de le TPE	91
24	Répartition de l'échantillon selon la connaissance et l'utilisation de ATM	92
25	les opinions sur la qualité de service bancaire électronique en Algérie	93

Liste des Figure

Figure n°	Nom	page
1	Typologie du commerce électronique par processus	11
2	Une carte de paiement	21
3	Terminal point de vent	21
4	Activité paiement sur Internet	36
5	Activité paiement sur TPE	37
6	Déroulement d'une transaction de paiement par SATIM	40
7	La forme de carte CIB (carte CIB classique)	42
8	la forme Carte CIB GOLD	42
9	La forme de Visa carte classique	45
10	la forme de visa carte Gold	45
11	La forme de MasterCard Gold	45
12	La forme de MasterCard classique	46
13	la forme de carte da Edahabia	47
14	Evolution de nombre de TPE en exploitation durant la période 2016-2021	48
15	Le Guichets Bancaires Automatiques (ATM)	56
16	Répartition de l'échantillon selon le sexe.	72
17	Répartition de l'échantillon selon l'âge.	73
18	Répartition de l'échantillon selon le niveau d'éducation	74
19	Répartition de l'échantillon selon la profession.	75
20	Répartition de l'échantillon selon le tranche salariale	76
21	Répartition de l'échantillon selon les transactions avec des institutions financières .	77
22	Répartition de l'échantillon selon les transactions avec le institution publique .	77
23	Répartition de l'échantillon selon La période de temps de transactions des clients avec les institutions	78
24	Les services bancaires utilisées par les clients .	79
25	Répartition de l'échantillon selon la connaissance de services électroniques	80
26	Les services bancaires électroniques connus par les clients	81
27	Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de service e-paiement	82
28	Répartition de l'échantillon selon la période de commence à	83

	utiliser l'e-paiement	
29	Répartition de l'échantillon selon qu'ont un carte de paiement	84
30	Les catégorie des cartes de paiements utilisées par les individus .	85
31	Répartition de l'échantillon selon qu'ont un carte de crédit	86
32	Répartition de l'échantillon selon le type de carte de crédit .	87
33	Les domaines de l'utilisation de carte de paiement	89
34	Répartition de l'échantillon selon la Connaissance de le TPE	90
35	Répartition de l'échantillon selon la connaissance et l'utilisation de ATM	91
36	les opinions sur la qualité de service bancaire électronique en Algérie	92
37	Répartition de l'échantillon selon leur connaissance de la pensée si l'e-paiement a un impact sur l'amélioration de qualité des services bancaire	93
38	la puissance de l'impacte du paiement électronique sur l'amélioration des services bancaires .	93
39	le canal de paiement le plus préféré .	94

Sommaire

Introduction	2
Chapitre 01 : généralité sur l'e-commerce et l'e-paiement.....	5
<i>Section 01 : Le commerce à l'ère numérique.....</i>	<i>6</i>
<i>Section 02: avantages et limites du e-commerce.....</i>	<i>13</i>
Section 03 : Généralité sur l'e-paiement.....	17
Chapitre 02 : L'e-paiement en Algérie et son impact sur services bancaire	
<i>Section 1: L'e-paiement en Algérie</i>	<i>32</i>
<i>Section 2 : Les services bancaire en Algérie.....</i>	<i>50</i>
Chapitre 03 : Analyse de l'impact d'utilisation de paiement en ligne sur promotion du service bancaire.....	61
<i>Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil.....</i>	<i>62</i>
Section 2 : présentation de la méthodologie de l'enquête terrain	69
<i>Section 3 : Exploitation et analyse des résultats de sondage</i>	<i>73</i>
Conclusion générale.....	98
Bibliographie	
Annexes	

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Introduction générale

Le système bancaire joue un rôle essentiel dans le développement économique d'un pays. L'Algérie s'est introduit depuis 1990 dans Un environnement concurrentiel, dans le but de libéraliser son système bancaire et de l'intégrer au niveau international, par la loi n°90-10 promulguée le 14 avril. Plusieurs réformes ont été menées après cette promulgation, affectant l'ensemble du système bancaire. Dans ce contexte, l'autorité bancaire algérienne a entamé la réalisation de nouvelles techniques financières pour améliorer et développer sa technologie financière dans les systèmes et moyens de paiement, assurer une circulation efficace de la distribution des services.

En effet, La mise en œuvre de la modernisation du système de paiement fait partie du développement du services bancaires électroniques destinés à favoriser les transactions et le développement des entreprises. Une industrie bancaire économique améliore l'efficacité et la sécurité des services. De plus, avec l'introduction de deux systèmes de paiement, des sommes importantes et de Paiement par lots, conformément aux normes internationales, pour assurer le meilleur Fonctionnement , rapide et sûr des fonds.

La qualité du système de paiements est un bon indicateur du fonctionnement d'une économie. Les progrès en matière d'intermédiation bancaire, le développement des institutions qui régit le marché bancaire ont permis l'évolution et la diversité des instruments et moyens de paiement.

Les nouvelles technologies de transmission de données et les progrès en informatique sont à la base de l'amélioration des procédures de paiement et de recouvrement dans les pays développés et les pays émergents. Le réseau de communications électronique contribuera à faciliter le fonctionnement des échanges et à traiter de bout en bout les opérations de paiements et les échanges de données inter et intra bancaires. Cette modernisation dont la finalité est la mise en place d'un système de paiements interbancaire moderne et efficace, aussi bien au niveau des paiements de gros montants en temps réel que des paiements de masse, qui assureront des transferts de fonds efficaces, sûrs, rapides et sécurisés.

Dans cette intervention, nous allons essayer de décrypter le rôle du paiement électronique dans le mise a niveau du service , ceci nous mène a poser la problématique suivante :

Problématique : Une question centrale est au cœur de notre problématique dans le cadre de notre recherche :

Quel est le rôle de paiement électronique dans le mise a niveau du service bancaire ?

De cette problématique découle les questions suivantes:

- Qu'entend-nous par paiement électronique?
- Quel est l'impacte du développement du technologie sur les services bancaires
- Qu'elle est la place paiement électroniques dans les Banques Algériennes?
- Qu'entend-nous par les servies bancaires électronique?
- Quel sont les nouvelles services disponibles pour les clients de la banque BEA ?

Pour répondre à ces questions, nous avons proposé les trois hypothèses suivantes :

- **H1 : Les moyennes de paiement électronique peuvent contribuer au développement des transactions bancaires et accélérer la transition vers le commerce électronique.**
- **H2 : Le paiement électronique peut faciliter les transactions financières e BEA et en Algérie**

Après avoir cerné les points clés de notre recherche nous avons jugé judicieux de scinder notre travail en trois chapitres :

Le premier chapitre sera composé de trois sections théoriques qui traiteront en premier sur du commerce. à l'ère numérique Ensuite avantages et limites du e-commerce, et Enfin Généralité sur l'e-paiement.

Le deuxième chapitre va se baser sur le paiement électronique et les services bancaires en Algérie.

Enfin le troisième chapitre englobera une présentation de notre cas d'étude à travers un présentation de l'organisme d'accueil « BEA » suivis par une analyse par questionnaire pour en sortir avec une synthèse et recommandation.

Chapitre 01 :
Généralité sur l'e- commerce et
l'e paiement

Section 01 : Le commerce à l'ère numérique

I. Les fondements du e-commerce

1. Définition de e-commerce

Définition n°01 :

“Le commerce électronique désigne en général toutes les formes de transactions commerciales, associant les particuliers et les organisations, qui reposent sur le traitement et la transmission de données numérisées, notamment texte, son et image.”¹(OCDE, 1997)

Définition n°02 :

“Le commerce électronique permet de “faire des affaires électroniquement”. Il est fondé sur le traitement électronique et la transmission de données, y compris textuelles, sonores et vidéos. Il couvre des activités multiples et diverses, et notamment le commerce des biens et services, la livraison en ligne d'informations numériques, les transferts électroniques de fonds, les activités boursières électroniques, le connaissance électronique, les enchères commerciales, la conception en collaboration et l'ingénierie, le sourcing en ligne, les marchés publics, la vente directe aux consommateurs et les services après-vente. Il concerne tant les produits que les services, les activités “traditionnelles” et des activités “nouvelles”. (Commission européenne, 1997)²

2. le passage du commerce traditionnel à l'e-commerce

Les étapes de transition du commerce traditionnel au commerce électronique

- **De 1852 à 1910 : l'émergence d'évolutions commerciales(le grand magasin ,l'agence de voyages , la vente par correspondance , la caisse enregistreuse, le distributeur automatique) :**

"Aristide Boucicaut "l'homme qui a révolutionné le commerce de détail, a appris son métier comme chef de rayon. ayant investi avec un associé dans le" Bon Marché: le Bon Marché est ainsi devenu le plus grand magasin du monde avec 1750 employés" ,il y appliqua les principes de la distribution de masse .

" Thomas Cook" a créé la première agence de voyages à Londres ,ce fut un énorme succès et attire beaucoup de monde .En 1888,la Sears une entreprise ,Roebuck & Co .,est née qui est devenue la plus grande entreprise de vente par correspondance au monde . Après une période de temps la caisse enregistreuse est apparu, cette machine a facilité l'enregistrement et recouvrement

¹www.oecd.org

² Ibid..

En 1883 qu'apparurent, en Grande-Bretagne, les premiers distributeurs automatiques. Ils vendaient des cartes postales.....et des livres interdits, cette nouvelle forme de commerce s'est ensuite développée aux Etats-Unis pour commercialiser tous sortes de produits.³ des encaissements.

➤ **De 1910 à 1960 : l'essor du commerce moderne (discount, libre-service et grandes surfaces) :**

Après les premières supérettes en libre-service sous l'enseigne *Piggly wiggly*⁴ (États-Unis), les premiers supermarchés voient le jour sous l'enseigne King Kullen à New York (États-Unis) et disposent d'une surface moyenne de 560 mètres carrés⁵. En Allemagne, ce sont les premiers

supermarchés hard discount qui sont créés en 1948, avec un assortiment étroit et peu profond. Le supermarché devient alors l'emblème de la modernisation des systèmes de distribution dans de nombreux pays, notamment en Europe. Il caractérise des points de vente en libre-service d'une surface de vente moyenne d'environ 1 000 m² et dont l'offre de produits alimentaires représente un pourcentage important de l'assortiment. Mais cette formule va connaître de nombreuses modifications avec le temps et la concurrence d'autres formules.⁶

➤ **De 1960 à 1990 : la multiplication des formats de magasins :**

Au début des années 1960, les formats du supermarché, du magasin populaire et de l'épicerie ou superette de quartier contrôlés par des succursalistes ou coopératives sont largement implantés en Europe du Nord et aux États-Unis. Ils contribuent à accélérer la disparition de nombreux petits commerces indépendants. La création de nouveaux formats de magasins révolutionnaires dans leurs approches va alors générer une intensification de la concurrence entre concepts de pays différents. Ces nouveaux points de vente jouent sur la carte d'une plus grande spécialisation ou encore d'une approche généraliste encore plus développée en termes de catégories de produits.⁷

➤ **À partir de 1990 : de l'internationalisation à la mondialisation :**

Du fait de leur taille obtenue sur leur marché national, certaines entreprises avaient déjà commencé à s'internationaliser. Il s'agit essentiellement d'enseignes de grands magasins, populaires ou supermarchés comme Sears, Woolsworth, Safeway. Ces enseignes se sont généralement implantées dans des pays limitrophes ou proches en termes de comportement d'achat et de consommation comme le Canada, l'Amérique Latine ou la Grande Bretagne. À la fin des années 1970, on recense dans le monde 170 entreprises internationalisées dont 20 % dans le secteur alimentaire. Tout fois, c'est au milieu des années

³ <https://www.capital.fr/economie-politique/distribution-une-eclosion-incessante-d-idees-neuves-517474>

⁴ <https://www.capital.fr/economie-politique/distribution-une-eclosion-incessante-d-idees-neuves-517474> consulté :06/06/2021

⁵ Ibid

⁶ Binninger, Anne-Sophie la distribution Organisation et acteurs - Développement d'une stratégie d'enseigne - Marketing du point de vente - E-commerce et cross-canal, Gualino Publication, 2013, P22.

⁷ <https://www.capital.fr/economie-politique/distribution-une-eclosion-incessante-d-idees-neuves-517474> consulté :06/06/2021

1980 et au début des années 1990 que l'internationalisation de la distribution alimentaire puis non-alimentaire s'accélère.

Si le combat est devenu mondial, des mouvements s'établissent avec des rachats ou ventes d'enseignes par les plus grands groupes.

Les marchés émergents apparaissent comme prometteurs et connaissent une chasse aux emplacements sans précédent, tandis que les pays développés ayant contribué au développement de la grande distribution connaissent une saturation des emplacements géographiques et des zones de chalandise et des réglementations parfois restrictives.⁸

➤ **À partir de 2000 : l'essor du commerce électronique et du multicanal :**

Depuis la fin des années 1990 et l'avènement d'internet, la VPC s'arrime à la vente à distance (VAD) dont l'essor se fait grâce au commerce électronique ou commerce en ligne. Les approches commerciales se complexifient avec des processus de désintermédiation (un e-commerçant peut se substituer à un commerçant traditionnel), de réintermédiation (le commerce en ligne amène la création de nouvelles enseignes), de rétromédiation (un distributeur traditionnel utilise une activité en ligne pour rediriger ses prospects vers un magasin réel). Pris de cours par le lancement de sites de e-commerce par des acteurs nouveaux comme "Amazon.com", les distributeurs traditionnels ont généralement créé des sites dédiés et font aujourd'hui coexister magasins réels et virtuels dans des systèmes de distribution multicanaux, qui complexifient les enjeux et enrichissent les approches⁹

➤ **À partir de 2018 : le commerce électronique et la pandémie de COVID-19 :**

Jumia, le géant du e-commerce en Afrique, a enregistré une augmentation de plus de 50% Les restrictions imposées pour lutter contre le virus Covid-19 ont stimulé le commerce électronique l'année dernière, mais cela ne s'appliquait pas à toutes les entreprises de vente en aggligne, selon les estimations publiées par les Nations Unies,

Un rapport publié par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) a déclaré que ce secteur a réalisé une « reprise remarquable » au vu des restrictions de mouvement, alors que l'épidémie a épuisé des secteurs entiers de l'économie.

L'autorité a indiqué les conséquences négatives de la crise sanitaire sur les services de voyage et d'autopartage, sur la base des statistiques de sept pays : Australie, Canada, Chine, Corée du Sud, Singapour, Royaume-Uni et États-Unis, qui représentent ensemble environ deux tiers des transactions électroniques pour les sites de vente des entreprises aux consommateurs en direct (B2C). Les données pour ces pays montrent que les ventes au détail en ligne ont augmenté de 22,4 % l'année dernière pour atteindre 2 495 milliards de dollars¹⁰, contre une augmentation de 15,1 % entre 2018 et 2019.

"Entre 2018 et 2019, la part des ventes au détail électroniques a augmenté de 1,7 point de pourcentage, tandis qu'entre 2019 et 2020, elle a augmenté de 3,6 points de pourcentage¹¹. Cette augmentation est plus de deux fois plus rapide", a déclaré à l'AFP l'auteur du rapport, Torbjorn Fredrickson. Cependant, ces chiffres agrégés masquent un écart entre les pays, car

⁸ Binninger, Anne-Sophie : *ibid.* , P25.

⁹ Binninger, Anne-Sophie, *ibid.*, p27

¹⁰ https://www.alhurra.com/?_gl=1*1ohuqrk*_ga*MWpQMVN6X1VDQ3hzTIBVcms5eTJGSDNZRnNkU3doRTBsdXcycUstczc4Qkh0Mk9VbTluUXNuNmoXmKEycDdjcg ,consulté :09/06/2021

¹¹ *Ibid*

l'augmentation des ventes au détail en ligne a atteint 59% en Australie, 46,7% au Royaume-Uni et 32,4% aux États-Unis, contre 14,6% en Chine.

L'autorité ne dispose pas encore de données mondiales pour l'année 2020, mais Fredrickson a souligné des études indiquant une croissance significative du commerce électronique dans d'autres régions également. Il cite par exemple Mercado Libre, le géant latino-américain du e-commerce, qui « a enregistré une augmentation de 40 % des recherches moyennes par utilisateur pour l'ensemble de ses activités en Amérique latine entre fin février et fin mai » 2020¹².

Jumia, le géant des achats en ligne en Afrique, a également enregistré une augmentation de plus de 50% du volume des transactions au cours des six premiers mois de 2020, par rapport à la même période en 2019, selon l'expert.

Les statistiques de 2019 montrent que les ventes électroniques mondiales ont augmenté d'environ 26 700 milliards de dollars, soit 4 % par rapport à 2018.

Ce chiffre comprend les ventes B2B, qui représentent la majorité du commerce électronique (82 %), et les ventes B2C, qui, selon le rapport, représentent 30 % du PIB mondial pour 2018.¹³

3. Les différents intervenants dans une transaction électronique

Une vision globale du e-Commerce nous donne trois types d'intervenants¹⁴ :

- **Les clients** : les clients sont ceux qui désirent acquérir un bien ou un service pour satisfaire un besoin quelconque. Ils peuvent être particuliers, ou entreprises ; d'envergure nationale ou internationale. Ces clients peuvent effectuer des achats en ligne en utilisant des cartes de crédits.
- **Les vendeurs** : ce sont ceux qui, possédant un bien ou ayant la capacité de produire un service, sont désireux de se départir de ce bien ou de fournir ce service moyennant une rémunération et utilisant, à cette fin des supports informatiques et électroniques. Les vendeurs gèrent la commercialisation de leurs produits à travers des sites web (sites marchands).
- **Les intermédiaires** : ce sont tous ceux qui, par l'intermédiaire des supports informatiques, facilitent ou établissent le processus de transaction commerciale entre clients et vendeurs. Il s'agit principalement :
 -
 - o **fournisseurs d'accès Internet** : responsables de la publication des informations des vendeurs, la disponibilité des sites et l'honnêteté des informations transmises par les clients.

¹² Ibid

¹³ https://www.alhurra.com/?_gl=1*1ohuqrk*_ga*MWpQMVN6X1VDQ3hzTIBVcms5eTJGSDNZRnNkU3doRTBsdXcycUstzcz4Qkh0Mk9VbTluUXNuNmoxMkEycDdjcg, consulté :09/06/2021- 01 :32

¹⁴ https://www.memoireonline.com/10/12/6330/m_E-commerce-au-Maroc-realites-et-perspectives3.html

- **des intermédiaires financiers** : les émetteurs de cartes de crédits qui effectuent les transferts d'argent du compte du client à celui de l'entreprise (vendeur).

II. les formes du commerce électronique

Henri ISAAC et Pierre VOLLE¹⁵ classent le commerce électronique dans en trois catégories différentes chaque catégorie est caractérisée par un fondement bien précis.

1. Typologie fondée sur la nature des acteurs

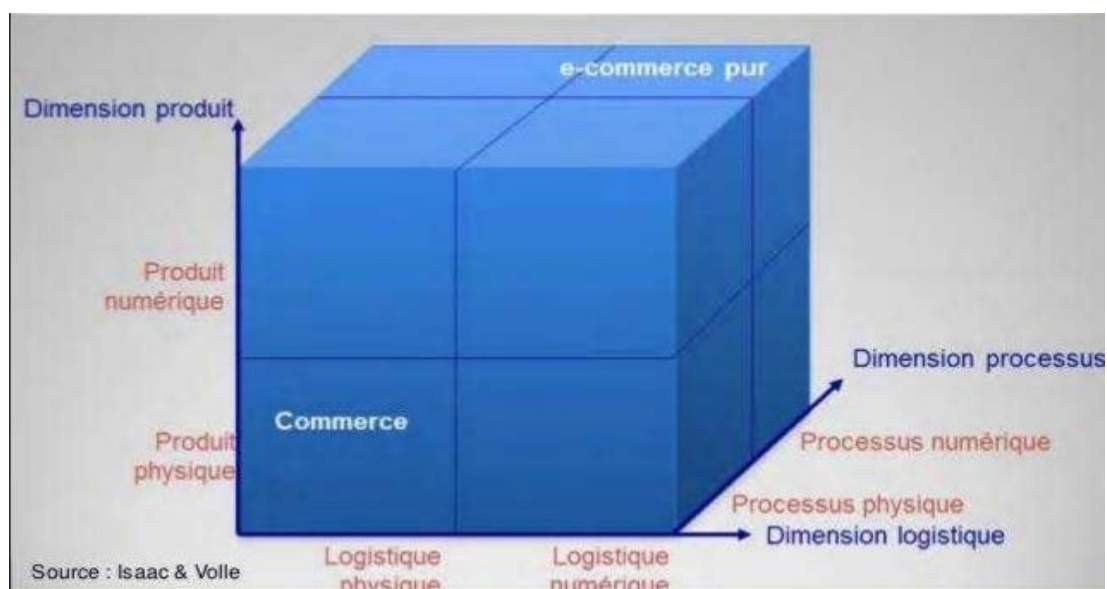
- **Le commerce B2C (Business to Consumer)** : est sans doute l'aspect le plus perceptible du commerce électronique. Il renvoie à la vente au grand public, c'est-à-dire les transactions électroniques entre les entreprises et les particuliers. Le consommateur peut acheter directement sur Internet des biens et services via des catalogues électroniques.
- **Le commerce B2B (Business to Business)** il s'agit de commerce électronique entre entreprises. Cette forme de commerce est plus ancienne que la précédente. Historiquement, s'appuie sur des solutions d'interconnexion de réseaux utilisant l'EDI. Les places de marché électronique sont une variante de cette forme de commerce.
- **Le commerce G2C (Government to Citizen)** il s'agit de toutes les solutions électroniques que développe un Etat, une administration ou une collectivité territoriale afin de faciliter les démarches administratives des usagers d'un service public. On parle également d'administration électronique ou encore d'e-administration.
- **Le commerce G2B (Government to Business)** il s'agit des solutions électroniques mises en place par la structure publiques (administrations, collectivités territoriales) pour gérer les relations et démarches des entreprises avec ces institutions. Elle inclut des sites centralisant les appels d'offres publics des administrations, mais aussi les systèmes de dématérialisation de certaines déclarations (liasses fiscales, déclaration de TVA, déclarations douanières), qui depuis plusieurs années ont été dématérialisées grâce à l'EDI et migrent pour certaines sur interne.
- **Le commerce C2C (Consumer to consumer)** ce type de commerce existait avant internet (petites annonces entre particuliers). Internet lui donne une nouvelle dimension puisqu'il démultiplie les possibilités d'échanges et facilite la recherche d'un bien selon de nombreux critères portant sur produit, sur le vendeur ou sur sa localisation. Un site d'enchères comme <http://www.ebay.com> a su très tôt mettre en place une structure fiable et robuste pour ce genre de commerce en offrant de nombreux services à valeur ajoutée comme l'évaluation des vendeurs et des acheteurs, des outils marketing, des solutions de paiement. Un site comme <http://www.leboncoin.fr> est un exemple de site de type C2C fondé sur la simplicité et proximité géographique des acheteurs et des vendeurs.

¹⁵ ISAAC (H) et VOLLE (P) : *E-commerce de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle*, 3ème édition, Pearson, France, 2013, p.23

2. Typologie fondée sur les processus

Cette typologie se base sur la notion de processus identifie trois dimensions pour caractériser les formes existantes de commerce électronique :la matérialité des produits ;la logistique nécessaire pour la livraison de la commande au client ;et l'automatisation des processus pour traiter la commande du client.¹⁶

Figure n°01 : la typologie du commerce électronique par le processus.



Source : ISAAC & VOLLE ;ibid .p.25.

Cette typologie identifie donc huit formes de commerce et propose un continuum entre le commerce traditionnel et le commerce électronique pur.six d'entre elle sont identifiables dans la réalité. le tableau n°1 précise ces différentes formes de commerce électronique ou non.

Tableau n°01 : les formes de commerce fondées sur le processus¹⁷ .

Dimension offre produit/service	Dimension logistique	Dimension commande 1	Forme de commerce	Exemple
Physique	Physique	Physique	Commerce traditionnel	Achat d'un livre dans un hypermarché (carrefour)
Numérique	Physique	Physique	Commerce traditionnel	Achat d'un jeu vidéo sur CD-ROM dans

¹⁶ ISAAC (H) et VOLLE (P) :E-commerce de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle, 3ème édition, Pearson, France, 2013, p.25

¹⁷ ISAAC (H) et VOLLE (P) :E-commerce de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle, 3ème édition, Pearson, France, 2013, p.26

				un magasin micromania
Physique	Physique	Numérique	Commerce électronique classique	Achat d'un livre sur Fnac.com
Numérique	Physique	Numérique	Service électronique	Achat d'une prestation de développement photographique sur photoservice.com, puis envoi par la poste des tirages
Numérique	Numérique	Physique	Service électronique	Achat d'un billet d'avion électronique auprès d'un centre d'appels
Numérique	Numérique	Numérique	Commerce électronique pur	Achat d'un morceau de musique sur iTunes Music Store

Source : ISAAC (H) & VOLLE(P) ;Ibid.26

Cette approche constitue deux intérêt majeurs , le premier est de mettre en lumière la différence entre la distribution des produits physiques et des produits numériques.les produits numériques peuvent être livrés directement par réseau internet ,leur logistique se différencie totalement des biens physiques.

Le deuxième intérêt est de mettre en exergue les différences des ressources et les compétences nécessaires à différentes formes de commerce électronique.

3. Typologie fondée sur le nombre d'acteurs

Cette typologie se base sur le nombre d'acteurs impliqués dans une transaction commerciale sur internet. Elle identifie quatre types de commerce électronique¹⁸

Tableau n°02 : Typologie du commerce électronique fondée sur le nombre d'acteurs

	Un acheteur	Plusieurs acheteurs
Un vendeur	EDI extranet (one to one)	Site internet de commerce électronique

¹⁸ ISAAC (H) et VOLLE (P) :E-commerce de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle, 3ème édition, Pearson, France, 2013, p.26

Plusieurs vendeurs	Central d'achat (many to one)	Places de marché internet (many to many)
--------------------	-------------------------------	--

Source : ISAAC et VOLLE(P) ibid ; p.26.

Cette typologie met en avant le fait que les technologies mobilisées dans ces différentes configurations ne sont pas identiques.

Ainsi, dans une opération entre un acheteur et un vendeur, très représentative du commerce B2B, les relations électroniques entre entreprise reposent encore massivement sur des technologies EDI. Dans ce cadre, les besoins de sécurisation et d'authentification des transactions nécessitent l'utilisation de technologies différentes de celle qui sont employées dans d'autres types de transactions électroniques, notamment les transactions B2C.

Les transactions « un vendeur/ plusieurs acheteurs » correspondant à celles des sites de commerce électronique orientés vers le grand public ou des publics ciblés. Cette catégorie est celle qui est la plus développée actuellement sur internet. Les transactions « plusieurs acheteurs/ plusieurs vendeurs » correspondant à la logique des places de marché et sont plutôt destinées aux entreprises. Ces places de marché sont initialement conçues pour gérer les achats et approvisionnement des entreprises, même si la plus belle réussite de place de marché électronique est un modèle C2C.

Enfin, les transactions « un acheteur/ plusieurs vendeurs » correspondent à une logique de centrale d'achat.¹⁹

Section 02 : avantages et limites du e-commerce

1. Les avantages et les inconvénients du commerce électronique

Le e-commerce présente de nombreux avantages différents. Il permet un achat plus rapide ainsi que la possibilité de toucher un large public 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Cependant, bien que le commerce électronique soit de plus en plus flexible aujourd'hui, il dispose encore de quelques inconvénients.²⁰

¹⁹ Ibid

²⁰ <https://actu-ecommerce.fr/quels-sont-les-avantages-et-les-inconvenients-du-e-commerce>
publié au 26 janvier 2019, actu-e-Commerce.

1.1 Les avantages du e-commerce

✚ Des achats plus rapides pour les clients :

Pour les clients, le e-commerce permet de faire des achats de n'importe où et à n'importe quel moment.

Ainsi, les acheteurs peuvent obtenir les produits qu'ils veulent et dont ils ont besoin plus rapidement. Ils ne sont donc pas limités par les heures d'ouverture d'un magasin traditionnel.

De plus, les mises à jour d'expédition rendent la livraison rapide disponible aux clients. Elles permettent également de diminuer largement le délai de livraison des commandes (pensez à Amazon Prime Now, par exemple).

✚ Les entreprises peuvent facilement atteindre de nouveaux clients : Le commerce électronique permet également aux entreprises d'atteindre plus facilement de nouveaux clients dans le monde entier. Un site de e-commerce n'est pas lié à un emplacement géographique unique. En effet, il est ouvert et accessible à tous les clients qui le visitent en ligne. D'autre part, les marques ont la possibilité d'entrer en contact avec d'importants auditoires pertinents qui sont dans un état d'esprit prêt à acheter. Cela est possible notamment grâce à la publicité sur les médias sociaux.

✚ Réduction des coûts d'exploitation : Par ailleurs, les détaillants en e-commerce peuvent ouvrir des magasins avec des coûts d'exploitation minimales. En effet, ils n'ont pas besoin d'une vitrine physique (et d'employés pour la doter en personnel). Au fur et à mesure que les ventes augmentent, les marques peuvent facilement étendre leurs activités. Aussi, elles n'ont pas besoin de faire d'importants investissements immobiliers ou à embaucher une main-d'œuvre importante. Cela signifie donc des marges plus élevées dans l'ensemble.

✚ Expériences personnalisées : Grâce à l'automatisation et à l'utilisation des données, les entreprises peuvent offrir des expériences en ligne hautement personnalisées à leurs clients de e-commerce

1.2 les inconvénients du e-commerce

✚ Interactions limitées avec les clients : Sans être face à face, il peut être plus difficile de comprendre les désirs, les besoins et les préoccupations des clients de e-commerce. Il existe encore des moyens de recueillir ces données (données d'enquête, interactions avec le service à la clientèle, etc.). Cependant, cela exige un

peu plus de travail que de parler avec les acheteurs en personne sur une base quotidienne.

- ✚ **Les pannes technologiques peuvent avoir une incidence sur la capacité de vendre :** Si le site de e-commerce d'une entreprise est lent, en panne ou indisponible pour ses clients, cela signifie qu'aucune vente ne sera possible. Les pannes de site et les défaillances technologiques peuvent nuire aux relations avec les clients et avoir un impact négatif sur les résultats financiers de l'entreprise.
- ✚ **Aucune possibilité de test ou d'essai :** Pour les acheteurs qui souhaitent voir et toucher le produit (surtout dans le domaine des produits physiques comme les vêtements, les chaussures et les produits de beauté), l'expérience du commerce électronique peut être limitée. Cependant, avec l'aide de la vidéo, des images de produits et même de la technologie de réalité virtuelle, les entreprises trouvent de nouvelles façons de surmonter cet aspect de l'expérience d'achat en ligne.

2. les limites du e-commerce

Dans cette dernière partie, nous verrons que bien que le e-commerce connaisse un essor considérable dans la pratique d'achat, il compte néanmoins des limites.²¹

2.1 Pour le consommateur

- ✚ **dématérialisation du produit:** Le principal inconvénient qui peut être la cause de ceux qui n'achète pas en ligne, concerne la dématérialisation du produit au moment de l'achat. Le client n'a qu'une photographie et les caractéristiques du produit pour s'en faire une idée. Il peut également se fier aux commentaires des autres acheteurs dans les rubriques prévues à cet effet, à condition que ceux-ci n'aient pas été filtrés préalablement, ce qui demeure invérifiable par le consommateur. En clair, le fait que l'on ne puisse se rendre compte du produit qu'à sa réception après achat peut être contraignant.
- ✚ **Modalité de renvoi du produit :** si le produit ne correspond pas aux attentes de l'acheteur, cela l'entraîne dans des démarches de renvoi du produit qui ne sont pas systématiquement prises en charge par l'entreprise. Avant de commander à distance, le consommateur se doit de prendre connaissance des modalités de retour des produits : le renvoi par voie postale est-il à la charge du vendeur ou de l'acheteur ?; l'échange ou le remboursement, il est impératif de savoir si l'entreprise prévoit un remboursement en cas

²¹ <http://mooc.politechnicart.net/ecommerce/problemes-lies-au-e-commerce> , Consulté 11/05/2021

de non-satisfaction du client ou s'il ne s'agit que d'une possibilité d'échange ou de remboursement sous forme d'avoir.

✚ **Délai de réception du produit** : la frustration qui oppose l'achat en ligne à la consommation en magasin est celle du délai entre l'achat du produit et sa réception. En effet, quand certains sites prévoient la livraison sous 24H, sous conditions des jours ouvrables et de l'heure de commande, d'autres affichent parfois huit semaines d'attente. Sur le site ServicePublic.fr, la direction de l'information légale et administrative de la vente en ligne énonce un délai maximal de trente jour, cependant le consommateur se doit de vérifier s'il figure dans le contrat d'achat la date à laquelle le vendeur s'engage à livrer le produit. Il peut également se renseigner sur ses droits dans le cas où les délais ne seraient pas respectés Il peut demander le remboursement intégral du produit sous trente jours.

✚ **L'aspect convivial** : la consommation via internet dématérialise à la fois le vendeur et l'acheteur, rendant impossible toute forme de convivialité.

✚ **La Sécurité** : le dernier risque encouru par les consommateurs sur le net, et non des moindres, réside dans la protection de leurs données. Selon un étude de la FEVAD (Fédération E-commerce et Vente A Distance) de 2011, 80 % des paiements en ligne se font par carte bancaire. Dans ce cas précis, le consommateur doit transmettre ses coordonnées personnelles et bancaires qui peuvent parfois faire l'objet de piratage informatique. C'est pourquoi il est impératif de s'assurer que le site sur lequel le client achète soit sécurisé. Pour se faire on peut tout d'abord interroger la fiabilité du site utilisé qui nous est donné par les moteurs de recherche. Cette fonctionnalité permet d'évaluer le niveau de fréquentation du site en question mais ATTENTION, bien que certains soient au top de leur popularité grâce à leur fiabilité en matière de confidentialité, ce n'est pas le cas pour tous. La manière simple de savoir si les données seront préservées, il faut s'assurer que dans la barre d'adresse internet figure un petit cadenas vert suivi de « *https* » qui signifie protocole de transfert hypertexte sécurisé qui fait acte de garantie de l'intégrité et de la confidentialité des données envoyées par l'utilisateur.

Un dernier reproche est parfois fait par les internautes au e-commerce. Certains acteurs du web se subventionnent par la publicité et c'est notamment le cas pour les réseaux sociaux. Ainsi les utilisateurs se sentent assaillis de publicité de sites de vente en ligne dont l'imbrication réduit de plus en plus le contenu visité, comme une incitation à la consommation.

2.2 Pour le vendeur

Acheter en ligne n'est pas sans risque mais le consommateur n'est pas le seul à subir les limites de la vente à distance²².

²² <http://mooc.politechnicart.net/ecommerce/problemes-lies-au-e-commerce> , consulté 11/06/2021

- ✚ **Forte concurrence** : Premièrement, l'expansion fulgurante des services en ligne offrant une grande variété de produits, a pour conséquence une hausse de la concurrence. Cela ajouté aux inconvénients vus précédemment, les entreprises de e-commerce sont poussées à casser les prix.
- ✚ **Dématérialisation du contact humain** : Deuxièmement, la dématérialisation du contact humain pose également problème chez le vendeur et notamment lors des ventes de particulier à particulier. En effet il arrive que le paiement ne soit jamais effectué. La vente ne peut se faire que par confiance mutuelle.
- ✚ **Modalités du service après-vente** : Dernièrement en cas de non-satisfaction du client, et si les modalités du service après vente ne sont pas correctement explicitées et appliquées, le vendeur encourt des poursuites et sanctions judiciaires. A répétition il en va de la survie de l'entreprise.

Section 03 :Généralité sur l'e-paiement

I. Aperçu générale sur la monétique

1. Le fondamentaux de la monétique

1.1 définition de la monétique

- a) **définition n°01** : "LAROUSSE et ACRONYMES ": LAROUSSE définit la monétique comme "l'ensemble des dispositifs utilisant l'informatique et l'électronique dans les transactions bancaires". Certains experts définissent le secteur de la monétique comme étant "l'ensemble des techniques électroniques, informatiques et télématiques permettant d'effectuer des transactions, des transferts de fonds ou toute autre opération qui relie un utilisateur final équipé d'une carte avec un ensemble de services"²³
- b) **définition n°02** : Le mot « Monétique » tout comme les termes télématique, bureautique ou domotique invoque l'idée d'une application informatique, mais pour la monétique il s'agit des traitements des flux monétaires (**Monnaie + Informatique = Monétique**). En d'autre terme le remplacement de la circulation des valeurs par la circulation des chiffres, les opérations correspondantes étant effectuées discrètement par un système de traitement des données automatiques interbancaires²⁴.
- c) **Autres définitions** :

²³ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/Mon%C3%A9tique> /52201, consulté le 30/05/2021

²⁴ HASHEM Sherif Moustafa et SERHROUCHNI Ahmed, La monnaie électronique : Systèmes de paiement sécurisé, 1999.

Selon les définitions précédentes, la monétique désigne l'ensemble des traitements électroniques, informatiques et télématiques nécessaires à la gestion de cartes bancaires ainsi que des transactions associées²⁵

Elle peut être définie aussi comme un ensemble des technologies mises en œuvre pour l'utilisation des cartes bancaires.²⁶

1.2 le domaine de la monétique

La Monétique se trouve en effet à l'intersection de plusieurs domaines: l'économie bancaire, l'informatique, la télématique et les réseaux. Les extensions de la monétique sont nombreuses on peut citer²⁷ :

- ❖ La billettique;
- ❖ La carte téléphonique;
- ❖ Le prépaiement;
- ❖ Le porte-monnaie électronique ;
- ❖ Le paiement par téléphone mobile;
- ❖ Le paiement électronique;
- ❖ Le marketing monétique;
- ❖ Le paiement sans contact.

Aussi, pour couvrir tous ces domaines on utilise de plus en plus le terme TES (Transactions électroniques sécurisées). Ce qui recouvre aujourd'hui les technologies liées à la carte, aux moyens de paiement, à l'identification numérique, à l'e-santé, l'e-administration, etc.

Les TES :se subdivise en deux domaines : TES dans le paiement et TES hors paiement.

✚ **TES dans le paiement** : le paiement bancaire, le paiement privatif, le paiement en ligne, le porte monnaie électronique, le prépaiement, la carte cadeau, le paiement par téléphone mobile.

✚ **TES hors paiement** : l'authentification, la confiance, l'identité, la traçabilité, la santé, la fidélité, la billettique, l'administration électronique, les usages mobile.

1.3 le rôle de la monétique :

En effet, la monétique permet, entre autres_:

- ✓ D'éviter la manipulation de l'argent liquide ;
- ✓ Faciliter la gestion grâce à l'automatisation ;
- ✓ Fidéliser la clientèle.
- ✓ Mettre un client en relation avec sa banque partout où il se trouve dans le monde.
- ✓ Réduire les risques liés à la manipulation de perte d'argent (perte d'argent, vole).

Ainsi, la monétique est considérée comme un marché très important, et qui a permis le développement de nouvelles entreprises dans ce domaine.

²⁵ VANTET Christophe, La Monétique : les transactions bancaires, IR3, Paris, 2008, page 4

²⁶ www.marche-public.fr , consulté le 30/05/2021

²⁷ Alphonse Christian IVINZA LEPAPA,P18, Avril 2018. publié sur www.bookelis.com

La monétique, utilisée dans le secteur bancaire, puise son origine des développements des²⁸ :

- ✓ Infrastructures de télécommunication .
- ✓ Systèmes de traitement des informations .
- ✓ Technologies d'automatisation. Pour cela, la monétique peut être désignée « comme étant la réalisation d'opération bancaires par le biais d'outils combinant les techniques d'automatisme, d'informatique et de télécommunications.

1.4 Historique

Quelques dates importantes dans l'histoire de la monétique²⁹ :

a. La genèse de la carte :

- 1914 – Western Union – carte en métal
- 1950 – Diners' Club : carte de paiement sous forme de petit carnet
- 1951 – Premières cartes bancaires de paiement – en carton
- 1957 – American Express est la première carte plastique
- 1960 – Embossage des cartes
- 1971 – Les pistes magnétiques
- 1974 – La carte à mémoire

b. Naissance de la carte de paiement :

- 1914 – Western Union – support d'identification
- 1914 – 1950 : identification associée à un crédit
- 1950 – Diners' Club : carte de paiement
- 1951 – Franklin National Bank : carte bancaire de crédit
- 1953 – Cartes bancaires de débit
- 1957 – Naissance de Bank Americard (future Visa)
- 1958 – Naissance de la carte American Express
- Années 1960 – Naissance des cartes de crédit privées Cetelem, Sofinco, Cofinoga
- Années 1960 – Naissance en Suède de l'Eurocard

c. L'ère de la puce :

- 1982 – La carte téléphonique à puce
- 1989 – La carte à crypto processeur 1994 – Le porte-monnaie électronique
- 1997 – La carte sans contact
- 2001 – La carte téléphonique virtuelle
- 2004 – Premières cartes bancaires sans contact

d. Naissance des grands réseaux :

- 1965 – En Belgique, premiers DAB par la Générale de Banque (actuelle BNP Parisbas Fortis)
- 1967 – Naissance de Interbank (futur MasterCard)
- 1967 – Naissance de Charge Master 1967 – Naissance des cartes de banque (garantie de chèques)

²⁸ C. Dragon & autres, les moyens de paiement, Edition Banque, 1997, p 25

²⁹ Alphonse Christian IVINZA LEPAPA, P27, Avril 2018. publié sur www.bookelis.com

- 1967 – Naissance de la Carte Bleue
- 1967 – Premiers DAB au Japon
- 1968 – Naissance d'Eurochèque
- 1968 – Accords Interbank et Charge Master qui deviendront Mastercard
- 1977 – Naissance de Visa
- 1978 – Naissance des cartes cobrandées
- 1978 – Naissance de Visa Europe à Londres
- 1979 – Naissance de Mastercard
- 1980 – La piste magnétique se généralise

e. L'internationalisation :

- 1974 – Accords Carte bleue Americard : la Carte Bleue internationale
- 1979 – Les premiers terminaux de paiement électronique en France et premier porte-monnaie électronique on-line
- 1985 – Les cartes de prestige Amex Gold, Visa Premier, MasterCard Gold, MasterCard Platinum
- 1998 – Arrivée des cartes bancaires internationales à autorisation systématique, dépourvues de numéro en relief : Maestro et Visa Electron

f. L'interbancaire :

- 1985 – L'interbancaire
- 1985 – Carte Bancaire avec puce
- 1986 – Cetelem émet des cartes bancaires-
- 1986 – Les cartes de crédit Carte Bleue

1. Les composants de la monétique

La monétique dans son fonctionnement fait intervenir 2 types de composants³⁰

1.1 LE SUPPORT

Le support est tout moyen de paiement ou d'encaissement présenté sous forme de carte plastique, équipée d'une bande magnétique et éventuellement d'une puce électronique. IL existe plusieurs sortes de carte, en fonction de leur vocation.

³⁰ <file:///C:/Users/pcpc/Downloads/5396f1dea4ba4.pdf> , consulté le 10/06/2021.

Figure n°02 : Une carte de paiement



Source : <https://www.capitaine-banque.com/actualite-banque/carte-bancaire/>

1.2 SYSTEME DE TRAITEMENT

Ce sont des appareils électroniques permettant de lire les informations contenues dans les différents supports de la monétique. Ils sont généralement connectés à un centre de gestion des comptes des utilisateurs.³¹

Figure n°03 : Terminal point de vente



Source : www.pngegg.com

³¹ www.pngegg.com , consulté 11/06/2021

II. Vision générale le paiement électronique

1. fondamentaux sur l'e-paiement

1.1 définition :

a. définition de paiement :

- **définition n ° 01 :** Le paiement est le transfert d'une somme d'argent d'une personne (individu, entreprise, institution financièreect) à une autre pour (service ,bien ,.....).
- **définition n ° 02 :** le paiement est un transfert d'une créance monétaire du payeur sur un tiers (la banque) acceptable par le bénéficiaire .³²

b. Définition de l'e-paiement :

- **Définition n °01 :** La Banque centrale européen définit les paiements électroniques comme : « des paiement qui sont initiés , traités et reçus électroniquement . »³³

Dans ce cadre , pour BCE, on a affaire des e-paiement lorsque « les créances monétaires sont détenues ,traitées et reçues sous forme d'information digitale et leur transfert initié via des instruments de paiement électroniques »³⁴

- **Définition n °02 :** D'après PIEDELIEVRE « La monnaie électronique est une forme de monnaie électronique qui, grâce à des logiciels spécialisés intégrés aux ordinateurs personnels, peut être transférée pour s'acquitter de paiements via des réseaux de télécommunication comme internet. »³⁵

1.2 Les différents moyens de paiement :

Ces instruments de paiement sont le virement ,les cartes de crédit et la monnaie électronique ³⁶:

- a. Le virement :** Le virement se définit par l'ordre que donne un client à sa banque de virer une somme déterminée c'est-à-dire c'est procédé de transfert de fonds ou de valeurs entre deux comptes par le biais d'un simple jeu d'écriture L'ordre de virement est donné sans formalité particulière : soit sur support papier en remplissant un imprimé spécial mis à la disposition des clients par la

³² DOMINIQUE, Ramburre. « Les systèmes de paiement » Edition Economica, 2005, page 12

³³ Bouyala (R) : les paiements à l'heure de l'Europe et de l'e-/m-paiement, RB édition 2 édition, Paris, 2013, p.55.

³⁴ Lbid,p.55

³⁵ Piedelièvre, Stéphane : Instruments de paiement et de crédit, DallozPublication,24/08/2016, p 39

³⁶ SOUACI(R)&SELLAMI(M) : Les nouveaux moyens de paiement, Revue D' Etudes juridiques et Economiques,N°01. Année 2021,p321.

banque, Soit sur support électronique ou magnétique lorsqu'il s'agit de transmettre des ordres répétitifs de virement de masse . Ce support est utilisé en général par les entreprises dans le versement de salaires , Soit par SWIFT lorsqu'il s'agit d'un virements à l'étranger .³⁷ On distingue généralement deux types de virements :

✚ **Le virement ponctuel :** Un virement est réputé ponctuel si l'ordre est émis pour une transaction unique. Dans la plupart des cas, s'il est réalisé en ligne à partir de la plateforme internet de la banque, ce service est gratuit. Dans l'hypothèse où les coordonnées bancaires du bénéficiaire soient incorrectes ou incomplètes, des frais annexes peuvent s'ajouter.

✚ **le virement permanent :** Un virement est dit permanent si un ordre est donné à la banque de le répéter plusieurs fois à fréquence régulière. Cet ordre peut être programmé pour une durée déterminée ou indéterminée. Il peut être annulé à tout moment à condition de prévenir sa banque. Lorsqu'ils sont effectués en ligne, les virements permanents sont généralement gratuits. S'ils sont mis en place ou modifiés en agence, des frais peuvent être réclamés.

b. Les cartes de crédit : les cartes de crédit sont considérées comme élément qui ne cesse pas de prendre une importance considérable dans les milieux bancaires, car la majeure partie des transactions bancaires à l'heure actuelle se fait par le biais des cartes de crédit qui couvrent presque tous les aspects de toute opération monétaire que exige une transaction. matériellement, les cartes de crédit se présentent sous la forme standard d'un rectangle plastifié d'une longueur de 86 mm, d'une largeur de 54 mm et d'une épaisseur de 0.76 mm.

Elles sont équipées d'un micro-processeur et d'une bande magnétique .elles mettent généralement en trois personnes , un émetteur ,un créancier souvent appelée le fournisseur et un titulaire appelé "porteur".On distingue les types de cartes suivantes ³⁸:

✚ **Les cartes de retrait :** Une carte de retrait n'est pas une carte de paiement. Les cartes de retrait permettent aux titulaires d'effectuer, comme son nom l'indique, des retraits d'argent dans les distributeurs automatiques de billets (DAB). Cette carte est bloquée, c'est-à-dire que le titulaire ne peut pas retirer un montant supérieur à celui qui est prévu initialement par semaine ou par mois.

Cette catégorie de cartes permet également la consultation des comptes en banque, les opérations de dépôts et les commandes de chèques via un automate appartenant au réseau de la banque où sont domiciliés les comptes du client. Par contre, elle ne permet pas le paiement des achats dans les points de vente physiques ou en ligne.

³⁷ Ibid,P321.

³⁸ SOUACI(R)&SELLAMI(M) : Les nouveaux moyens de paiement, Revue D' Etudes juridiques et Economiques,N°01. Annér 2021,p322

✚ **Les cartes des paiements** : Une carte de paiement fournit les mêmes services qu'une carte de retrait, mais ajoute en plus la possibilité de payer des achats ou des services dans les points de vente physiques ou en ligne. Il existe actuellement deux grands réseaux de cartes bancaires, le réseau Carte Blue visa et le réseau Eurocard-MasterCard qui sont réunis au sein de Groupement d'Intérêts Economiques des cartes bancaires. Les données obligatoires pour la réalisation d'une transaction par une carte de crédit sont : le numéro de la carte , la date d'expiration , le nom et prénom de titulaire de la carte et le cryptogramme qui est visible dans le dos de la carte si la transaction se fait sans insertion de la carte dans un appareil lecteur (paiement en ligne par exemple) si le paiement se fait en insérant la carte dans appareil lecteur un mot de passe est demandé qui est autre que le cryptogramme est qui est invisible dans la carte .

c. La monnaie électronique : La monnaie électronique c'est une valeur monétaire stockée sous forme électronique, y compris magnétique représentant une créance sur l'émetteur et émise contre la remise de fonds aux fins d'opération de paiement.

On distingue deux sorte de monnaie électronique³⁹ :

✚ **La monnaie réseau** : La monnaie réseau est une forme de monnaie électronique qui peut être transférer pour s'acquitter de paiement via réseau de télécommunication comme internet grâce à des logiciels spécialisés intégrés aux ordinateurs personnels .

✚ **le porte-monnaie électronique** : Le porte monnaie électronique désigne des cartes à circuits intégrés, multi usage rechargeables, stockant une valeur monétaire sur supports dont les détenteurs sont prioritaires et elles sont détachée des comptes bancaires . Appelé aussi les cartes prépayée, on les achète pour un montant donné , un consommateur peut réaliser des paiement ,souvent de petits montants , chez tous les commerçants équipés d'un terminal de paiement .les plus sophistiquées sont dotées d'une puce qui permet de les recharger à un terminal en transférant de l'argent du compte bancaire de leur détenteur.

2. Caractéristiques d'un mécanisme de paiement électronique

Il y a plusieurs moyens de paiement électronique disponible sur internet ,. Bien que chaque entreprise prétende commercialiser le produit idéal, aucune d'entre elles ne convient parfaitement à l'ensemble des situations. Tous les mécanismes proposés possèdent des avantages et des inconvénients spécifiques et chaque commerçant doit choisir celui ou ceux qui paraissent convenir le mieux à sa situation. Il est donc important que le commerçant connaisse les différents éléments à considérer lors de cette prise de décision afin d'être en mesure d'effectuer un choix éclairé⁴⁰

³⁹ SOUACI(R)&SELLAMI(M) : Les nouveaux moyens de paiement, Revue D' Etudes juridiques et Economiques, N°01. Année 2021,p323.

⁴⁰ Khadidja (N) Haoues (S) , PAIEMENT ELECTRONIQUE : MECANISMES ET CARACTERISTIQUES , Revue d'Economie et de Statistique Appliquée .

- a. **Universalité :** L'acceptation généralisée d'un mécanisme de paiement est l'un des éléments déterminants pour sa viabilité. Dans le contexte de l'internationalisation des échanges propre au commerce électronique, cette caractéristique redouble d'intérêt. Aussi, du point de vue du commerçant, le meilleur mécanisme n'est pas celui qui comble simplement ses propres besoins, mais plutôt celui qui répond aux attentes de l'ensemble de la communauté commerçante. Le système qui réussira à rassembler de nombreux commerçants attirera inévitablement de nombreux consommateurs, assurant ainsi son succès.

Pour y arriver, le mécanisme de paiement doit permettre un certain niveau de compatibilité entre les différents systèmes. En d'autres mots, il doit prévoir une standardisation essentielle aux communications sur un réseau hétérogène comme Internet. À ce niveau, il faut d'abord que les logiciels et le matériel nécessaires au fonctionnement du serveur de transaction puissent être utilisés sur de nombreuses plates-formes.

De la même façon, du matériel à la fine pointe de la technologie ne doit pas être exigé du commerçant. Ensuite, si le système nécessite l'installation de logiciels clients, il est essentiel que ceux-ci soient disponibles pour un maximum de consommateurs, sans considération pour l'environnement matériel et logiciel qu'ils utilisent.

Dans la même optique, les mécanismes de paiement rattachés à une catégorie de transaction ou à un site en particulier doivent être évités. La compartimentation est dangereuse pour le commerçant qui prend alors le risque de s'isoler. L'universalité doit également être respectée en ce qui a trait à l'accessibilité du mécanisme de paiement dans le temps. Sur Internet, les consommateurs s'attendent à un système de transaction disponible en tout temps. Le commerçant doit tenir compte du fait que sa clientèle se trouve dispersée dans plusieurs fuseaux horaires.

Finalement, l'universalité passe par la possibilité de transiger avec une pluralité de devises. Le mécanisme de paiement doit donc prévoir le recours à un système de conversion des devises qui informe le consommateur du taux de change offert.

- b. **Faibles coûts de transaction et rapidité d'exécution :** Pour que l'utilisation d'un mécanisme de paiement soit avantageuse, les frais relatifs à son utilisation doivent être peu élevés. Parmi les facteurs contribuant à faire augmenter les coûts de transaction, le principal consiste à recourir à un tiers afin de compléter le processus de paiement. Il n'est pas difficile de comprendre que les frais augmentent rapidement lorsque les parties doivent rémunérer une personne supplémentaire pour prendre le paiement en charge. Le degré d'automatisation influence également les coûts de transaction. Lorsque la supervision de personnes physiques est nécessaire au bon déroulement du processus, les coûts augmentent inévitablement. De la même façon, les systèmes basés sur l'utilisation de matériel (carte, lecteur, puces électroniques, etc.) engendrent des

coûts plus élevés que les systèmes reposant sur l'utilisation de logiciels. Toutefois, il est possible qu'une solution matérielle soit avantageuse dans la mesure où celle-ci est largement utilisée.

Dans tous les cas, le coût d'utilisation d'un mécanisme de paiement électronique doit être proportionnel à la valeur de la transaction. Ainsi, les commerçants misant sur des transactions de faibles valeurs ont souvent avantage à opter pour des systèmes dont les coûts sont calculés au pourcentage. D'un autre côté, les commerçants dont les transactions atteignent des sommes importantes recherchent plutôt les mécanismes de paiement établissant un coût fixe pour toutes les transactions.

Le temps passé par le consommateur à effectuer le paiement est un autre type de coût pour l'utilisateur d'un mécanisme de paiement électronique. L'exécution du paiement doit être rapide sinon ce dernier risque d'abandonner l'opération ou chercher un autre commerçant pour ses futurs achats. Comme la partie la plus longue du processus de paiement en ligne concerne la saisie des données par le consommateur, le commerçant devrait lui faciliter cette tâche. Pour y arriver, le commerçant doit être en mesure de conserver les données du consommateur, lui évitant ainsi d'avoir à remplir un nouveau formulaire pour chaque achat. L'utilisation de fichiers témoins peut également être envisagée afin de permettre au consommateur de personnaliser le processus de paiement en fonction de ses propres besoins, dans la mesure où les considérations ayant trait au respect de la vie privée sont prises en compte.

- c. **Facilité d'utilisation :** Pour que les consommateurs acceptent d'utiliser un mécanisme de paiement électronique, celui-ci doit avant tout être simple. Actuellement, une majorité d'Internautes estiment que les méthodes proposées sont difficiles à utiliser. Le commerçant doit donc porter une attention particulière aux systèmes qui ne requièrent aucune expertise particulière de la part des consommateurs. Les mécanismes de paiement les plus simples sont évidemment ceux qui ne nécessitent pas d'installation de logiciels clients. Malheureusement ceux-ci sont plutôt rares. Lorsque l'installation de logiciels est inévitable, le recours à des plugiciels (plug-in) est souhaitable puisqu'elle permet au consommateur de continuer à utiliser un logiciel dont il connaît déjà les fonctionnalités. De plus, une fois le processus d'installation complété, le logiciel de paiement électronique doit nécessiter le moins d'interventions possibles de la part de l'utilisateur. Le mécanisme de la transaction devrait être transparent pour lui dans la mesure où il en comprend les implications.

Enfin, il est très important que l'entreprise qui met de l'avant le mécanisme de paiement offre un support technique efficace au consommateur

- d. **Anonymat :** Pour des raisons de discrétion, les consommateurs ne désirent pas qu'un organisme ou qu'un commerçant puisse accéder à leur identité ou retracer l'ensemble de leurs paiements. Il s'agira de faire en sorte que les transactions effectuées au moyen d'unités de paiement électroniques répondent aux caractéristiques de la monnaie fiduciaire, dont l'utilisation demeure anonyme

- e. **Vérification de l'authenticité de l'argent** : Tout moyen de paiement doit être en mesure de garantir au créancier la valeur de ce qui lui est remis en guise de paiement. Les mécanismes de paiement électronique doivent donc être capables d'authentifier l'argent transmis afin d'obtenir la confiance des différents acteurs. Cette exigence est particulièrement pertinente pour les systèmes reposant sur l'utilisation de monnaies électroniques. Puisque celle-ci est composée de données informatiques, elle est théoriquement facile à reproduire. Comme la copie informatique est impossible à distinguer de l'originale, la contrefaçon serait alors impossible à détecter. S'il en était ainsi, toute personne disposant d'une pièce de monnaie électronique pourrait devenir millionnaire en quelques minutes. Pour être viable, les mécanismes de paiement électronique doivent donc éliminer ce problème de la double utilisation (double spending) . Pour les systèmes en ligne, la solution consiste à communiquer avec la banque émettrice à chaque fois qu'une transaction a lieu. Cette dernière, en maintenant une base de données des pièces utilisées, indique au commerçant si la monnaie qui lui est proposée a déjà été dépensée. Si la réponse est positive, la transaction est annulée, alors que si la réponse est négative, la transaction peut être complétée. Cette façon de faire ressemble en partie à la méthode actuellement utilisée pour vérifier les cartes de crédit.

Pour ce qui est des systèmes hors ligne, il existe principalement deux méthodes pour régler le problème de la double utilisation . La première consiste à doter les cartes d'une puce qui tient un compte exact des pièces de monnaie dépensées. Si le propriétaire de cette carte tente d'utiliser une pièce déjà dépensée, la puce n'autorise pas la transaction. Ces puces sont conçues de façon à ce que la carte devienne inutilisable après toute tentative de modification des données qui s'y trouvent. La seconde méthode repose sur la cryptographie. En structurant le protocole cryptographique, il est possible de s'assurer que l'identité du double utilisateur soit révélée lorsqu'une pièce de monnaie retourne à la banque. En principe les utilisateurs ne devraient pas dépenser deux fois leurs pièces s'ils sont certains d'être pris en peu de temps.

L'avantage de cette deuxième solution est qu'elle ne nécessite pas l'utilisation de puces spéciales et qu'elle peut donc reposer entièrement sur des logiciels.

- f. **Assurance de l'intégrité du paiement** : Pour qu'un mécanisme de paiement gagne la confiance des acteurs du commerce électronique, il doit aussi assurer l'intégrité des communications ayant lieu lors de la transaction. Il s'agit du principal élément de sécurité en matière de commerce sur Internet. Cela signifie premièrement que les tiers ne doivent pas être en mesure de modifier les messages transmis. Deuxièmement, il faut que l'intégrité du paiement soit aussi protégée contre la fraude de l'une ou l'autre des parties. De plus, dans le cas de la monnaie électronique, l'hypothèse de la collusion entre le consommateur et le commerçant dans le but de tromper la banque émettrice doit être envisagée. Lorsque ces exigences ne sont pas respectées, un grand nombre de transactions courent le risque d'être répudiées, ce qui affecterait la stabilité

du commerce électronique en général. Pratiquement, l'intégrité du paiement est assurée par le recours à la cryptographie. Les procédés utilisés pour une transaction d'une faible valeur sont les mêmes que ceux qui servent pour les transferts importants entre banque ou pour la défense nationale. Cependant, comme aucun procédé cryptographique n'est totalement inviolable, le commerçant doit tout de même être vigilant en ce qui a trait à la sécurité de son système.

- g. Identifications adéquate des parties :** Très souvent, il sera important pour une partie d'être en mesure d'identifier exactement son co-contractant au moment du paiement. En étant certain de l'identité du commerçant, le consommateur a la certitude de ne pas se faire escroquer par un usurpateur et se réserve des éléments de preuve qui lui seront utiles en cas de litige. De son côté le commerçant s'assure que le consommateur est le véritable détenteur du mode de paiement utilisé, ce qui lui confirme la validité du paiement. En fait, l'identification des parties est avantageuse dès lors que la transaction possède un élément non instantané. Il peut s'agir, par exemple, d'une garantie, de la possibilité de poursuites en responsabilité, de la possibilité que possède l'une des parties de répudier le paiement, etc. En conséquence, un mécanisme efficace de paiement électronique doit donner aux parties la possibilité de s'identifier mutuellement.

Toutefois, la simple utilisation de procédés cryptographiques ne garantit aucunement que la personne à l'origine d'une communication n'est bel et bien celle qu'elle prétend être. Heureusement, d'autres techniques peuvent être utilisées pour établir un mécanisme d'identification efficace.

Ainsi, certains mécanismes de paiement électronique prévoient l'enregistrement des participants qui doivent alors fournir des informations sur leur identité. Ces informations sont ensuite rendues disponibles aux cocontractants. D'autres systèmes reposent sur les certificats d'identification émis par des autorités de certification. Ceci permet aux parties de s'assurer que la clé de chiffrement utilisée émane effectivement de la bonne personne. En utilisant un tel certificat de concert avec un mécanisme de signatures électroniques, le consommateur et le commerçant obtiennent un niveau de confiance élevé quant à l'identité de l'autre partie à la transaction. Cette façon de procéder ne permet pas de certifier hors de tout doute l'identité du contractant, mais il s'agit définitivement de la méthode la plus efficace disponible actuellement

- h. Confidentialité :** Finalement, le niveau de confidentialité offert par un mécanisme de paiement électronique est un autre élément dont le commerçant doit tenir compte. En effet, le paiement suppose la communication de nombreux renseignements de la part du consommateur. Ce sont justement ces renseignements, récoltés lors de l'utilisation d'un service, qui sont les plus prisés par les entreprises. Il s'agit, entre autres, de

l'adresse physique du consommateur, de ses renseignements bancaires, du mode de paiement utilisé, du contexte du paiement (date, heure, provenance ...), etc. Ces données ont une valeur économique élevée et permettent un contrôle social important. Il n'est donc pas étonnant que plusieurs entreprises les accumulent afin de dresser des portraits extrêmement détaillés des consommateurs. C'est, entre autres, le cas de certains mécanismes de paiement électronique . Les commerçants doivent toutefois apprendre à se méfier de ces systèmes. Premièrement, il est fort possible que les pratiques de ceux-ci soient illégales dans plusieurs juridictions. Comme beaucoup d'États se sont dotés de législations sur la protection des renseignements personnels au cours des dernières années, la collecte en est souvent limitée

Deuxièmement, les entreprises accumulant ces données tentent généralement de les vendre par la suite . Il peut être extrêmement nuisible pour un commerçant d'être associé à ce type de comportement. Sa réputation peut être définitivement entachée. Troisièmement, les consommateurs n'accorderont pas leur confiance à un système qui permet de récolter des renseignements à outrance. Peu importe la méthode utilisée (base de donnée centrale ou carte à puce), s'il existe un doute quant au contenu des données accumulées lors du paiement, cela peut être suffisant pour freiner l'utilisation d'un système.

D'un autre côté, les mécanismes de paiement électronique totalement anonymes ne représentent pas une meilleure solution. En effet, plusieurs États envisagent de les interdire à cause du risque qu'ils représentent pour le blanchiment d'argent, l'évasion fiscale et l'achat de produits et services illégaux . Il faut comprendre que le contexte des environnements dématérialisés permet d'atteindre un niveau d'anonymat encore inégalé dans le monde physique. Si la monnaie classique ne laisse aucune trace, le commerçant traditionnel peut toujours identifier le consommateur visuellement. Le commerce électronique élimine ce dernier élément d'identification. A cela s'ajoute le fait que plusieurs législations exigent des institutions financières qu'elles suivent le déroulement de certaines transactions électroniques et en conservent des traces.

**Chapitre 02 : L'e-paiement en
Algérie et son impact sur
services bancaire**

Section 1: Le paiement électronique en Algérie

I. Présentation de la monétique et domaine interbancaire

1. Bref historique des reformes monétique en Algérie

Les réformes économiques prise depuis les années 1990 ont engendré de profondes mutations, qui ont permis l'émergence de la monétique dans le secteur bancaire Algérien. L'introduction de la monétique en Algérie a été envisagée par la plupart des banques à des périodes différentes, dont le plus ancien projet remonte à l'année 1975. D'autres tentatives faites par la suite sont restées au stade expérimental, juste quelques projets ont vu la lumière et parmi ces expériences réussies on citera l'expérience du : (LAZREG & GOUDIH , 2016) :

- Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) qui a commencé son activité monétique en 1989 par l'adhésion à Visa International en qualité de membre principal émetteur et acquéreur, et en 1990 par l'adhésion à Mastercard International en qualité d'acceptant
- La BADR qui a tenté de développer la monétique à travers une carte pour les clients salariés domiciliés dans les agences BADR.
- La BEA qui a mis en place une carte monétique spéciale pour l'achat de carburant auprès des stations de services Naftal en remplacement des bons d'essence.
- Algérie poste occupe une place privilégiée, vu le nombre de cartes qu'elle a émis et le parc DAB de son réseau.⁴¹

2. Le GIE Monétique

2.1 Présentation de GIE Monétique

La mise en place d'un système de paiement électronique efficient est une des priorités des pouvoirs publics Algériens. Elle fait partie des outils de modernisation du système bancaire, à l'instar du système de télé-compensation des instruments de paiement de masse.

La création du Groupement d'Intérêt Economique Monétique (GIE Monétique), en juin 2014, est venue appuyer cette démarche stratégique par la régulation du système monétique interbancaire et la définition des missions et des attributions de l'ensemble des acteurs de ce système.

Il est également en charge d'assurer l'interbancaire du système monétique et son interopérabilité avec des réseaux monétiques locaux ou internationaux.

Le GIE Monétique est composé de 19 membres adhérents dont 18 banques et Algérie Poste. La Banque d'Algérie y participe en tant que membre non adhérent pour s'assurer de la

⁴¹ Refafa Brahim ; La monétique en Algérie, développement et perspectives, P6 , Date d'acceptation: 01/12/2020

sécurité des systèmes et des moyens de paiement ainsi que de la production et de la pertinence des normes applicables en la matière, conformément à la réglementation en vigueur.⁴²


2.2 les fonctions de GIE Monétique

Le GIE Monétique pilote le système monétique par le biais des fonctions essentielles suivantes⁴³ :

- La gestion des standards, spécifications et normes dans le secteur de la monétique ;
- La définition des produits monétiques bancaires et des règles de leur mise en œuvre opérationnelle ;
- La gestion de la plate-forme technique de routage ;
- L'homologation ;
- La gestion de la sécurité.

Il concrétise ainsi une transparence dans la définition des normes et des règles de l'activité monétique de façon à libérer les initiatives d'investissement dans l'industrie de la monétique. L'objectif étant de promouvoir la monétique par la généralisation de l'usage des moyens de paiement électronique.

2.3 les activités de GIE Monétique

 **Sécurité** : Le GIE Monétique joue un rôle stratégique dans la surveillance de l'activité monétique interbancaire. Il œuvre à l'amélioration continue des mécanismes sécuritaires basés sur les normes internationales et ce pour assurer et maintenir la confiance de tous les acteurs du système monétique interbancaire, notamment l'utilisateur final qu'il soit client porteur de carte ou commerçant accepteur.⁴⁴

Pour se faire, le GIE Monétique s'est doté d'outils divers, dont :

- a) Charte de sécurité** : Des règles et normes de sécurité sont consignées dans une charte de sécurité du GIE Monétique qui est opposable à tous les acteurs du système monétique interbancaire et couvre les aspects techniques, organisationnels et réglementaires.
- b) Dispositif de lutte contre la fraude** : Le GIE Monétique investit ses efforts en la matière pour accompagner les acteurs du système monétique interbancaire dans la mise en œuvre des mécanismes de lutte contre la fraude monétique les plus adaptés et ce pour prévenir, contenir et traiter les actions de fraude.
- c) sécurité des moyens de paiement** : Le GIE Monétique se tient informé des dernières normes & règles de sécurité dans le domaine de la monétique et aux dernière évolutions technologiques en matière de sécurité pour choisir celles qui s'adaptent au mieux à l'écosystème monétique interbancaire national.

⁴² <https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/gie-monetique>

⁴³ Ibid

⁴⁴ <https://giemonetique.dz/activites/securite>

La norme adoptée au système monétique interbancaire est la norme EMV qui est une norme technique, élaborée conjointement par les organismes internationaux et qui définit l'interaction entre tous les moyens de paiement pour assurer l'intégrité et la sécurité des transactions⁴⁵.

- ✚ **Sécurité des cartes : La carte de paiement** émise utilise la technologie « Puce » qui héberge les paramètres de sécurité difficiles à lire et à reproduire telles que les clés cryptographiques et les certificats EMV. Elle embarque plusieurs paramètres tels que les règles de gestion de risque définies par l'émetteur et propres à chaque client, une application de paiement interbancaire certifiée et d'autres informations d'authentification pour garantir l'authenticité de la carte lors d'une transaction monétique.
- ✚ **Sécurité des Terminaux de Paiement : Les Terminaux de paiement (TPE)** sont verrouillés pour n'accepter que la lecture sur puce. Ils offrent une facilité d'utilisation permettant au client d'introduire le code confidentiel à l'abri des regards en toute sécurité. Un terminal de paiement ne peut être commercialisé que s'il est homologué par le GIE Monétique. L'application embarquée sur ces Terminaux est, elle aussi, certifiée.
- ✚ **Sécurité des automates bancaires : Les automates bancaires** sont munis de dispositifs pour protéger les données confidentielles du porteur lorsqu'elles sont introduites par celui-ci sur le clavier ou lorsque les données de la carte sont lues par le lecteur de l'automate. Parmi ces dispositifs de sécurité nous citerons les mécanismes cryptographiques, l'anti-skimming, les caméras de surveillance et les miroirs de vigilance. Un automate bancaire ne peut être connecté au réseau monétique interbancaire que s'il est homologué par le GIE Monétique.
- ✚ **Sécurité des Sites Web Marchands** : Le service de paiement sur internet par carte CIB, il est autorisé que sur les sites homologués par le GIE Monétique. Certaines exigences minimales de sécurité sont requises telles que le cryptage des échanges avec la plateforme de paiement interbancaire et l'authentification par la méthode 3D-Secure.
- ✚ **Interbancairité Monétique** L'interbancairité représente l'activité monétique interbancaire en émission et en acquisition à travers le réseau interbancaire . Elle permet au porteur d'une carte CIB de bénéficier des services proposés par les systèmes d'acceptation interbancaire d'un adhérent sans en être nécessairement client. Ce mode d'acceptation interbancaire est rendu possible grâce à la normalisation des systèmes et des produits monétiques, d'une part, et à l'engagement d'assurer l'interopérabilité des systèmes entre les membres, d'autre part. Cette interopérabilité permet de garantir l'acceptabilité des produits et services monétiques interbancaires émis par l'ensemble des membres et les échanges de transactions dans des conditions de performance et de sécurité optimales.

⁴⁵ Ibid

Les cartes interbancaires émises par les membres du Groupement sont identifiées visuellement par le logo de l'interbancaire

Les points d'acceptation sont aussi identifiés par une signalétique (vitrophanie) correspondant au logo de l'interbancaire⁴⁶

✚ **Régulation** : Dans le cadre de la mission de régulation, le GIE Monétique⁴⁷:

- Gère la relation entre les membres adhérents ;
- Édicte aux membres adhérents toutes règles, normes ou procédures à l'effet de cadrer l'activité monétique interbancaire ;
- S'assure de leur respect par les membres adhérents.

✚ **Promotion** : Le GIE Monétique, engagé dans la promotion de la monétique interbancaire, consacre un pôle d'activité au développement des produits et services monétiques interbancaires. Dans ce cadre, une démarche projet est entreprise pour l'introduction des nouveaux produits et services monétiques répondant aux besoins multiples et variés des membres adhérents. Cette démarche consiste, pour chaque produit ou service, en⁴⁸:

- L'opportunité du produit ou du service ;
- La définition des spécifications fonctionnelles ;
- La définition des spécifications techniques ;
- La promulgation de règles de fonctionnement ;
- La définition des responsabilités et obligations des acteurs intervenants pour l'exploitation du produit ou du service ;
- La planification de la mise en production en collaboration avec les acteurs de la monétique interbancaire ;
- Le suivi et l'éventuelle mise à niveau du produit ou service.

✚ **Politique d'homologation** :

Le GIE Monétique compte parmi ses missions, la régulation, la normalisation ainsi que la promotion de l'activité monétique interbancaire. La conformité de l'activité monétique interbancaire se traduit par le respect d'un référentiel commun décrivant le contour, les constituants ainsi que les mécanismes régissant l'activité monétique interbancaire.

La mise en place d'une politique d'homologation s'inscrit dans la démarche stratégique du GIE Monétique visant, entre autre, à libérer et promouvoir les initiatives d'investissement dans l'industrie de la monétique.

⁴⁶ <https://giemonetique.dz/activites/interbancaire-monetique> , consulté :10/05/2021.

⁴⁷ <https://giemonetique.dz/activites/regulation> ,consulté :10/05/2021.

⁴⁸ <https://giemonetique.dz/activites/promotion> , consulté :10/05/2021.

Cette politique se traduit par la mise en place de règles à l'adresse des acteurs de l'activité monétique interbancaire de façon à leur permettre de s'insérer dans le processus d'homologation arrêté par le GIE Monétique ⁴⁹.

✓ Les acteurs impliqués dans le processus d'homologation sont :

Le demandeur : L'entité qui se présente au GIE Monétique sollicitant une homologation selon les règles définies.

L'entité de pré-certification : toute entité morale ou physique habilitée par le GIE Monétique pour délivrance des pré-certifications.

L'entité accréditée : tout organisme national et international reconnu par le GIE Monétique.

✓ Les formes de prononciation du GIE Monétique, selon les champs d'application, sont :

Agrément : délivré par le GIE Monétique en faveur de :

- Centres de personnalisation de cartes interbancaires ;
- Prestataires de services ;
- Centres d'appels ;
- Centres d'archivage numérique.

Certification : procédure par laquelle le GIE Monétique délivre un certificat pour les :

- Equipements interbancaires ainsi que l'ensemble des logiciels nécessaires à leur interaction avec ce système ;
- Solutions, dans leurs dimensions logicielles et matérielles ;
- Personnes physiques.

Autorisation : délivrée par le GIE Monétique en faveur d'un Web-marchand adossé à sa banque domiciliataire permettant l'entrée en exploitation du son site web à travers la plateforme de paiement sur internet par carte interbancaire.

2.4 les membres de GIE Monétique :

les membres adhérents au GIE Monétique ayant une activité monétique émission et acquisition :

- La Banque Extérieure d'Algérie (BEA)
- La Banque nationale d'Algérie (BNA)
- La Banque de l'Agriculture et Développement (BADR)
- La Banque de Développement local (BDL)
- Le crédit Populaire d'Algérie (CPA)
- La Caisse National d'Épargne et Prévoyance –Banque (CNEP-BANQUE)
- Banque AL BARAKA d'Algérie
- Arab Banking Corporation Algérie (ABC BANK)
- Société Générale Algérie (SGA)
- Natixis Algérie
- Arab Bank plc

⁴⁹ <https://giemonetique.dz/activites/promotion> , consulté :11/05/2021

- BNP Paribas El Djazair
- The Housing Bank For Trade & Finance – Algeria;
- Gulf Bank Algeria.
- Trust Bank Algeria
- FRANSABANK El Djazair
- Crédit Agricole Corporate investment bank
- HSBC Algeria, Succursale d’HSBC Bank Middle East Limited
- Al Salam Bank
- Algérie Paste
- Et La Banque d’Algérie, en tant que Membre non adhérent

2.5 Chiffres clés sur l’activité monétique de la GIE Monétique

✚ **Le paiement sur Internet :** Depuis le mois d’octobre 2016, le paiement sur Internet par carte CIB est officiellement opérationnel en Algérie. Dans une première phase, le service a été ouvert pour les grands facturiers : les sociétés de distribution d’eau, d’énergie (gaz et électricité), de téléphonie fixe et mobile, les compagnies d’assurances et de transport aérien et quelques administrations.

Aujourd’hui, **97** Web marchands sont adhérents au système de paiement sur internet par carte interbancaire. A ce jour le nombre global des transactions, depuis le lancement du paiement sur internet, est de **8 080 961**.

Ci-dessous la répartition par secteur d’activité des transactions de paiement sur internet : Faisant suite à l’adhésion d’Algérie Poste au GIE Monétique et la réalisation de l’interopérabilité CIB/EDAHABIA, entrée en production depuis le 05 janvier 2020, les statistiques publiées engloberont dorénavant l’activité monétique réalisée par la carte CIB et la carte EDAHABIA⁵⁰

Figure n°04 :Activité paiement sur Internet

Année	Télécom	Transport	Assurance	Electricité/Eau	Service Administratif	Préstataire de Service	Vente de biens	Nombre Total des TRX	Montant
2016	6 536	388	51	391	0	0	0	7 366	15 009 842,02 DZD
2017	87 286	5 677	2 467	12 414	0	0	0	107 844	267 993 423,40 DZD
2018	138 495	871	6 439	29 722	1 455	0	0	176 982	332 592 583,28 DZD
2019	141 552	6 292	8 342	38 806	2 432	5 056	0	202 480	503 870 361,61 DZD
2020 (*)	4 210 284	11 350	4 845	85 676	68 395	213 175	235	4 593 960	5 423 727 074,80 DZD

source : <https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet>

⁵⁰ <https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet> , consulté :11/05/2021

* « Faisant suite à l'adhésion d'Algérie Poste au GIE Monétique et la réalisation de l'interopérabilité CIB/EDAHABIA, entrée en production depuis le 05 janvier 2020, les statistiques publiées engloberont dorénavant l'activité monétique réalisée par la carte CIB et la carte EDAHABIA »⁵¹

✚ Paiement sur TPE

Figure n°05 : Activité paiement sur TPE

Année	Nombre global des TPE en exploitation
2016	5 049
2017	11 985
2018	15 397
2019	23 762
2020	33 945
à Mai 2021	38 144

source : <https://giemonetique.dz/activite-paiement-sur-tpe>

3. La société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et des Monétique (SATIM) :

3.1 Création de SATIM :

Créée en 1995 à l'initiative de la communauté bancaire, la Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique « SATIM » est filiale de 07 Banques Algériennes BADR, BDL, BEA, BNA, CPA, CNEP, ALBARAKA et de l'institution des assurances CNMA.

Il s'agit de l'unique 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 réuni 19 adhérents dans son réseau monétique interbancaire, se composant de 18 banques dont 06 banques publiques et 12 banques privées ainsi qu'Algérie Poste.

SATIM a connu ces dernières années une évolution conséquente et une croissance soutenue sur ses services. À ce jour, plus de 1351 Automates bancaires et 36000 terminaux de paiement électronique déployés sont connectés à ses serveurs, ajouté à cela + 71 sites Webmarchands opérationnels sur sa plateforme. Cette croissance est essentiellement due à l'impact de la carte CIB sur les habitudes d'achat des citoyens Algériens.⁵²

⁵¹ <https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet> , consulté :10/05/2021

⁵² <https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html> , consulté :15/05/2021.

3.2 les missions de SATIM :

les missions de SATIM sont ⁵³ :

- ✚ Œuvrer au développement et à l'utilisation des moyens de paiement électronique. Mise en place et gestion de la plate-forme technique et organisationnelle assurant une interopérabilité totale entre tous les acteurs du Réseau Monétique en Algérie.
- ✚ Participation à la mise en place des règles interbancaires de gestion des produits monétiques interbancaires en étant une force de proposition. Accompagnement des banques dans la mise en place et le développement des produits monétiques.
- ✚ Personnalisation des chèques et des cartes de paiement et de retrait d'espèces. Mise en œuvre de l'ensemble des actions qui régissent le fonctionnement du système monétique dans ses diverses composantes à savoir la maîtrise des technologies, l'automatisation des procédures, la rapidité des transactions, l'économie des flux financiers, etc...
- ✚ La Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique SATIM assure les fonctions de connexion et de gestion des DAB/GAB, la personnalisation des cartes de retrait interbancaires « pour les banques », la mise en place de switch pour les membres ayant leur propres système d'autorisation.
- ✚ Plusieurs banques participent au Réseau Monétique Interbancaire de retrait d'espèces dont sept banques actionnaires de SATIM (Al Baraka, BNA, BDL, CPA, BADR, BEA, CNEP-Banque) ainsi que la CNMA et d'autres institutions, on citera notamment (Algérie-Poste, Société Générale Algérie, BNP Paribas El Djazair, Housing bank, Algérie Gulf Bank, Natixis, Fransabank, Hong Kong & Shanghai Banking Corporation « HSBC », Arab Banking Corporation « ABC », ARAB Bank et Al Salam Bank).
- ✚ Aujourd'hui les porteurs de différentes institutions financières peuvent effectuer des retraits d'espèces à travers 1380 Distributeurs Automatiques de Billets installés sur le territoire national.
- ✚ En plus de retrait, le client titulaire d'une carte domestique Interbancaire CIB peut régler ses achats de biens et de services, avec sa carte auprès des commerçants affiliés au Réseau Monétique Interbancaire et dotés d'un TPE.
- ✚ La monétique, comme instrument d'inclusion financière, demeure au stade embryonnaire car les innovations à venir devraient offrir plus d'opportunités au secteur bancaire. On peut imaginer une jonction entre le Mobile Banking et la Carte Bancaire pour servir de catalyseurs pour une offre de produits encore plus large, pour un plus grand nombre et sûrement, une certaine rentabilité pour les banques.

⁵³ <https://www.satim.dz/fr/la-satim/nos-missions.html> , consulté :10/05/2021 .

3.3 Les services de la SATIM

les services nationaux

- ✓ Routage transactions
- ✓ Hébergement services monétiques
- ✓ Acquisition transactions
 - Retrait sur DAB/GAB
 - Paiement sur TPE
 - Paiement sur Internet (E-Commerce)
- ✓ Monitoring activité monétique
- ✓ Lutte contre la fraude et gestion des litiges
- ✓ Laboratoire certification des moyens de paiement interbancaires
- ✓ Personnalisation cartes CIB et Impression des codes confidentiels (code PIN et mot de passe e-paiement)
- ✓ Personnalisation des chèques Prestation fournie depuis 1996, la personnalisation des chèques est la première activité de SATIM offrant à l'ensemble des institutions bancaires des chéquiers normalisés et sécurisés de divers types destinés à la clientèle des agences bancaires privées et étatiques pour les particuliers et entreprises à travers le territoire national.
- ✓ Assistance et support au **3020**

Les services internationaux

- ✓ Routage Transactions vers les réseaux internationaux
- ✓ Traitement du flux
- ✓ Emission Cartes MasterCard
- ✓ Personnalisation Cartes MasterCard
- ✓ Acquisition Transactions
 - Retrait sur DAB/GAB
 - Paiement sur TPE
- ✓ Lutte contre la fraude et charge back

3.4 Le rôle et les objectifs du RMI SATIM

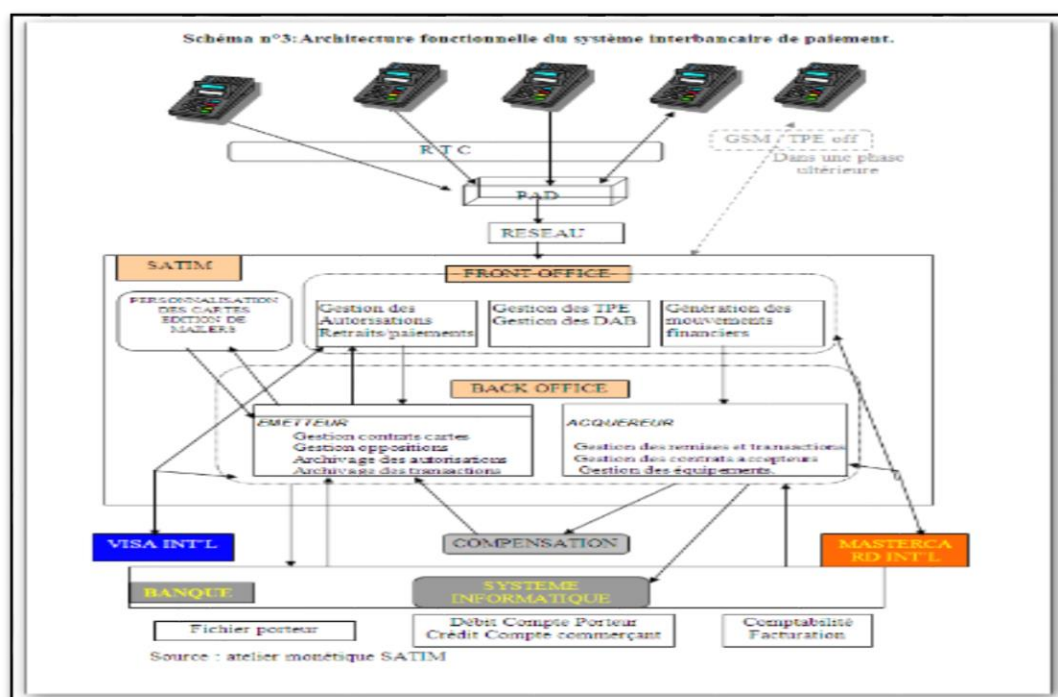
Ce réseau est garant des normes et de la réglementation carte et aussi du fonctionnement et de l'évolution du système, mais l'intérêt de ce réseau est surtout dans la mutualisation des coûts gènes et leurs optimisation par l'implantation d'un système de gestion de cartes Banques (porteurs et DAB) sur une plate forme unique répondant aux besoins définis par la

Banque elle même et ses clients tout en réduisant les coûts de maintenance et d'évolution, le RMI assure ⁵⁴:

- L'interbancaire des transactions de retrait et de paiement effectuées sur le RMI pour tous les porteurs des adhérents ;
- La mise à disposition de DAB par le RMI aux Banques adhérentes ;
- L'intégration au RMI de DAB propre a la Banque adhérente ;
- L'intégration de terminaux de paiement électronique (TPE) ;
- L'intégration du système monétique des banques qui en possède ;
- L'acquisition des demandes d'autorisation de retrait émanant de DAB ;
- Le traitement des transactions DAB pour le compte des Banques adhérentes

La préparation et le transfert de flux financiers destinés à la pré compensation des transactions DAB. Le RMI SATIM permet d'assurer l'interbancaire du système de retrait et de paiement sur DAB et TPE

Figure N°04 : Déroulement d'une transaction de paiement par SATIM



Source :Document interne de la SATIM

⁵⁴ Document interne de la SATIM

II. Les moyens de paiement électroniques en Algérie

1. Le lancement de paiement en linge

En 2010 la SATIM lance dans un projet prometteur en introduisant les cartes internationales Visa et Mastercard. La BDL, la BEA et le CPA sont les premières banques algériennes à adhérer à Visa.

Le service du paiement électronique (e-paiement) a été officiellement lancé en octobre 2016 en Algérie avec 11 banques et 9 entreprises proposant ce service à leurs clients. Concernant les banques il y a six banques publiques la BADR, CPA, BDL, BNA, BEA, CNEP, et cinq autres privées, Trust Bank Algérie, Natixis Algérie, Société Générale Algérie, Gulf Bank Algérie et Al Baraka. Et pour les entreprises, Il s'agit d'Algérie Télécom, Mobilis, Air Algérie, la CNAS, Société des eaux et d'assainissement d'Alger (SEAAL), Djezzy, Ooredoo et Amana Assurances.⁵⁵

2. Les instruments de l' E-paiement

2.1 La carte bancaires qui sont utilisées en Algérie

En Algérie utilisée les cartes comme moyens de paiement électronique de différentes types" carte nationaux et internationaux ,bancaire et interbancaire , carte de crédit et carte de débitect "

✚ **La carte interbancaire (CIB) :** La carte CIB est une carte interbancaire, elle est reconnaissable par le logo CIB de l'inter-bancarité monétique. On y trouve également le logo et la dénomination de la banque émettrice de la carte. La carte est équipée d'un micro-processeur appelé communément « puce » qui gère et sécurise les transactions de paiement, elle permet à son titulaire appelé « porteur de carte» de régler ses achats auprès de différents commerces de détail. C'est un instrument de paiement et de retrait interbancaire domestique qui est accepté chez les commerçants affiliés au réseau monétique interbancaire et sur tous les DAB installés sur le territoire national.⁵⁶ Il existe deux types de carte CIB ,sont : CIB Classique ,CIB Gold

⁵⁵ Refafa Brahim ; La monétique en Algérie, développement et perspectives, P9 , Date d'acceptation: 01/12/2020

⁵⁶ Ibid

Figure n°07: La forme de carte CIB (carte CIB classique)



Source : <https://www.bitakati.dz/fr/page/decouvrir-la-carte-cib-p2>

Figure n°08: la forme Carte CIB GOLD



source : <https://particuliers.societegenerale.dz>

Le processus d'une transaction monétique demeure simple et se traduit comme suit⁵⁷ :

- Introduction de la carte dans le terminal par le porteur (DAB, TPE)
- Introduction du code PIN pour la validation de la transaction
- Demande d'autorisation à l'émetteur
- Réponse à la demande d'autorisation
- Collecte de la transaction par l'acquéreur
- Présentation par l'acquéreur de la transaction en compensation

⁵⁷ <https://www.satim.dz/fr/services-cib/carte-cib.html>

- Débit du compte du porteur et crédit du compte de l'acceptant.

Selon les chiffres du GIE Monétique, organe régulateur du système monétique interbancaire, 202.480 transactions ont été réalisées durant 2019 en utilisant la carte interbancaire (CIB) avec un montant global de 503,87 millions de dinars, contre 176.982 transactions d'une valeur de 332,59 millions de dinars en 2018.

Le nombre des transactions cumulées depuis le lancement du paiement sur Internet en 2016, a

La valeur cumulée de ces transactions s'est élevée à 1,12 milliard de dinars à fin 2019, réalisant ainsi une croissance de 82% comparativement à fin 2018.⁵⁸

✚ **Les carte de crédit :** La carte de crédit, est une carte qui nous permet de faire des paiements presque partout sans disposer d'argent liquide. Elle est émise par les banques ou les institutions financières et on peut la caractérisée comme un moyen de paiement ou de l'argent plastique.

On utilise la carte de crédit pendant " shopping, réservations aux hôtels ou visites aux restaurants. "Mais surtout, on fait des achats facilement sur Internet.⁵⁹

Nous vous expliquerons quelques cartes de crédit qui sont le plus utilisée en Algérie

1. la carte Visa et MasterCard: La carte visa est une carte bancaire créée et développée par la société Visa. Il existe différentes sortes de carte VISA commercialisées par les établissements de crédit. La carte VISA standard est la carte de paiement nationale ou internationale standard de la gamme VISA. Elle permet de payer partout en France et à l'étranger. La carte VISA premier est la carte haut de gamme destinée aux particuliers. Elle est positionnée comme une carte de services particulièrement ciblés autour du voyage et des loisirs. Elle offre également une capacité élevée de paiement et de retrait dans le monde entier. La carte VISA infinité est le produit le plus haut de gamme proposé par VISA. Elle vise une clientèle de particuliers disposant de revenus élevés nécessitant une relation privilégiée avec la banque émettrice.⁶⁰

La *MasterCard* désigne une carte de paiement, comme les autres cartes bancaires de type Visa ou American Express. Selon les pays et les clients, elle peut être une carte de crédit ou une carte de débit, à prélèvement immédiat ou différé. Elle est distribuée par le groupe du même nom, qui travaille avec les établissements financiers pour la faire distribuer. Ce sont ces établissements qui les émettent, et non la société MasterCard. Cette carte est acceptée chez près de 30 millions de commerçants, dans plus de 220 pays, ce qui en fait l'une des trois premières au monde.⁶¹

⁵⁸ <https://www.algerie-eco.com/2020/04/11/coronavirus-en-algerie-forte-hausse-des-transactions-via-internet>

⁵⁹ <https://www.cartedecredit.be/pourquoi-une-carte-de-credit>

⁶⁰ <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/carte-visa>

⁶¹ <https://www.boursedescredits.com/lexique-definition-mastercard-2817.php>

Une carte de crédit Visa ou Mastercard est une carte qui permet d'effectuer des achats en ligne et dans les supermarchés. Les cartes de crédit Visa ou Mastercard ont le même usage.

La carte de crédit Visa suivie de la carte MasterCard ont été introduites, depuis quelques années, par la Banque Extérieure d'Algérie – BEA. Aujourd'hui, plusieurs banques proposent ces cartes de crédit.

Il existe plusieurs types de cartes de crédit Visa et MasterCard soit, carte Gold, carte prépayée, etc....⁶²

- **Les étapes de obtenir un Mastercard ou un visa carde en Algérie :** Ces étapes applicables dans tous les banque Algérienne ⁶³

Étape 1 : Ouvrir un compte en devise

Cette étape est semblable chez toutes les banques, sauf que quelques-unes essayent de vous obliger a avoir un compte courant et un compte en dinars ils vous demandent généralement :

- Une pièce d'identité
- Extrait de naissance
- Résidence
- Attestation de travail ou registre de commerce
- Frais d'ouverture de compte en dinars c'est de 5000 à 10.000da (si vous êtes déjà client de la banque sautez cette étape)
- Déposit pour l'ouverture du compte en devise généralement 50€*

Étape 2 : Demande de la visa carde ou de la MasterCard

La procédure ici diffère d'une banque a l'autre mais ce qu'il y'a de plus commun c'est qu'on vous demande de faire un deposit chez société général le deposit est de 1000€ il y'en a qui vous demandent moins d'autres plus.

Étape 3 : Activation de la carte

Après réception de votre carte et avant de pouvoir payer en devise vous devrez activer la carte et vous recevrez en même temps le code a 4 chiffres pour les retraits a l'étranger.

⁶² Ibid

⁶³ <https://evact.net/fr/tous-les-articles/208-comment-cr%C3%A9er-une-mastercard-ou-une-visa-card-en-alg%C3%A9rie.html> .27/10/2020

Figure n°09 : La forme de Visa carte classique



source : <https://particuliers.societegenerale.fr>

Figure n°10 : la forme de visa carte Gold



source : site de société général .

Figure n°11: La forme de MasterCard Gold .



Source : La Banque extérieure d'Algérie (BEA)

Figure n°12 : la forme de MasterCard classique



source <https://www.elbilad.net/flash/detail?id=49534>

2. La Carte magnétique (CARTE EDAHABIA)

Carte de débit émise par ALGERIE POSTE conforme à la norme EMV, revêtue du logo d'ALGERIE POSTE et permettant à son titulaire d'effectuer des opérations de retrait, de libre service bancaire et de paiement sur TPE et par internet.⁶⁴

cette carte plus utilisée surtout les années de confinement ; parce que après épidémie de Corona virus ,on a besoin de passer à l'utilisation de paiement électronique .

➤ Les services offerts par la Carte Edahabia

La carte EDAHABIA permet à son titulaire d'effectuer sur le territoire Algérien sur⁶⁵:

2.1.GAB

- Retrait d'espèces en dinar ;
- Opérations de Libre Service Bancaire : consultation du solde, demande de mini relevé des **10** dernières opérations effectuées avec la carte et commande de chéquier ;
- Transfert de fonds ;
- Versement de fonds ;
- Paiement de factures ;
- Recharge crédit communication mobile.

2.2 PINPAD Etablissements postaux :

- Authentification du client pour des retraits d'espèce en dinar ;
- Retrait d'espèces en monnaie nationale ;
- Consultation du solde

2.3. TPE Commerçants :

- Paiement d'achat de biens et/ou de services ;

⁶⁴ <https://edcarte.poste.dz/fr/terms.html>

⁶⁵ Lbid

- Recharge mobile.

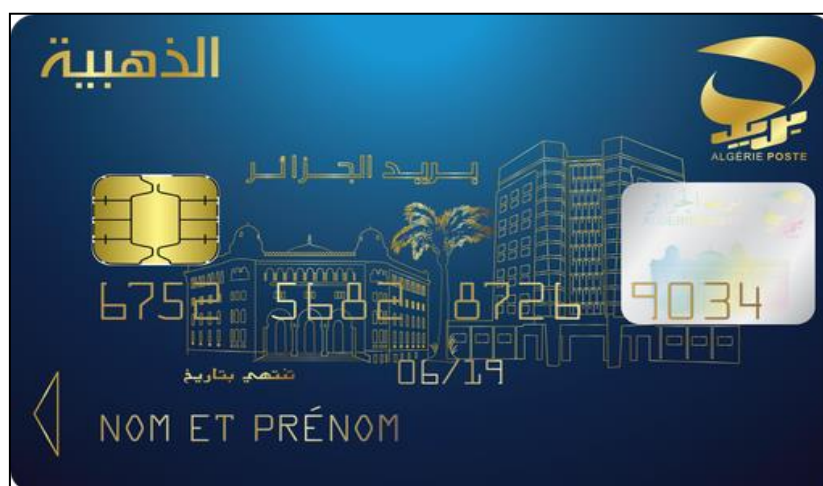
2.4. Téléphone mobile

- Paiement d'achat de biens et/ou de services ;
- Paiements de factures ;
- Recharge mobile ;
- Demande de mini relevé des dernières des 10 dernières opérations effectuées avec la carte.
- Notification par SMS des opérations financières (Paie, Retrait, Virement, E-PAY, etc..)

2.5. Sites WEB MARCHANDS

- Paiement d'achat de biens et/ou de services ;
- Paiements de factures

Figure n° 13 : la forme de carte da Edahabia



source : Algérie Poste

2.2 Les Terminaux de Paiement Électronique (TPE)

Un terminal de paiement électronique (TPE), ou terminal au point de vente au Québec, est un petit appareil destiné à lire les cartes bancaires. Le TPE communique avec un serveur à distance pour authentifier les informations sur le **titulaire de la carte** et s'assurer que sa provision est suffisante pour régler son achat.

Un terminal de paiement électronique peut également être intégré à une caisse enregistreuse.

Par extension, les porte-monnaies électroniques, et les ordinateurs et téléphones reliés à un système de paiement, sont également des terminaux de paiement électronique.⁶⁶

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. Le commerçant peut aussi intégrer à son terminal de paiement électronique une fonction de caisse enregistreuse.

Les types de TPE : Il existe deux types de TPE :

- le TPE fixe à lecteur de puce PIN-PAD pour les grandes surfaces.
- le TPE mobile pour les surfaces réduites (DRAGONS, 1999).

La SATIM et les banques offrent aux commerçants la solution du paiement de proximité à travers la carte CIB pour l'acceptation des transactions financières sur les Terminaux de Paiement électronique (TPE), cette solution permet la sécurité des transactions via le standard EMV et la sécurité des personnes contre les vols, les agressions et la fausse monnaie à travers l'utilisation d'un code confidentiel. Les sommes perçues sont directement et automatiquement versées sur le compte du commerçant et les délais du crédit du compte du commerçant sont très court.⁶⁷

Figure n° 14: Evolution de nombre de TPE en exploitation durant la période 2016-2021

Année	Nombre global des TPE en exploitation
2016	5 049
2017	11 985
2018	15 397
2019	23 762
2020	33 945
à Mai 2021	38 144

Source : <https://giemonetique.dz/activite-paiement-sur-tpe>

Le nombre de TPE dans différents commerce en 2016 est de 5049 TPE , il a enregistré une progression durant les années 2017-2018 et atteint 15397 TPE ,ensuite a enregistré une

⁶⁶ <https://www.boursedescredits.com/lexique-definition-terminal-paiement-electronique-tpe-4278.php>

⁶⁷ Refafa Brahim ; La monétique en Algérie, développement et perspectives, P11 , Date d'acceptation: 01/12/2020

légère régression durant l'année 2019 (33945), ces chiffres ont suite connu une augmentation remarquable durant les années 2020-2021 ,arrivant à 38144 TPE .

Toutes ces augmentation démontre intérêts de l'utilisation des cartes monétique et l'encouragement pour passer aux paiements électroniques

Section 2 : Les services bancaires en Algérie.

I. les services classiques proposés par les banques

Les services bancaires classiques représentent l'ensemble des produits proposés par une banque. Les services bancaires les plus connus sont : Epargne et placements ,Crédits, Assurances et prélèvements bancaires .

1. Le crédit bancaire

1.1 Définition :

Pour les économistes, le crédit est une opération qui consiste pour un prêteur ou créancier à mettre à disposition d'un emprunteur ou débiteur, une certaine somme d'argent moyennant un engagement de remboursement à une date déterminée à l'avance ⁶⁸

1.2 Les critères de crédit

Différents critères peuvent être pris en compte pour classer les crédits, les principaux étant la durée , le bénéficiaire et la destination :

- ✓ **la durée** : elle va dépendre du type d'opération pour laquelle le crédit est utilisé. On relève :
 - le crédit à très court terme (au jour le jour) qui est utilisé par les banques pour ajuster quotidiennement leur trésorerie.
 - le crédit à court terme, de 3 mois à deux ans, utilisé par les ménages et les entreprises.
 - le crédit à moyen terme, entre deux et sept ans.
 - le crédit à long terme, plus de sept ans, concernant les ménages, les entreprises et les collectivités locales (communes, département...).
- ✓ **les bénéficiaires** : ce sont essentiellement les ménages, les entreprises et les administrations publiques
- ✓ **la destination** : il s'agit de l'utilisation qui va être faite des sommes mises à disposition. Un ménage peut emprunter pour acheter un logement (crédit immobilier) ou un téléviseur (crédit à la consommation).

1.3 Les types de crédit

⁶⁸ <https://www.lafinancepourtous.com/pratique/credit/credit-a-la-consommation/qu-est-ce-que-le-credit-a-la-consommation>

Aujourd'hui il existe différents types de crédits

3. Les crédits à la consommation

Le **crédit à la consommation** est un contrat par lequel un prêteur (un établissement financier) met à disposition d'un emprunteur une somme d'argent qui devra être remboursée de façon échelonnée dans le temps. Il existe deux types de crédits à la consommation :

- le **crédit affecté**, qui finance un bien défini (voiture, cadeau, voyage...) et seulement lui ;
- le crédit non affecté dont le montant est à la libre utilisation de l'emprunteur : c'est le cas des « **prêts personnels** » et des « **crédits renouvelables** », anciennement nommés « crédits revolving ».

✚ **Le crédit immobilier** : Le crédit immobilier est un financement par emprunt destiné à couvrir tout ou une partie d'un achat immobilier, d'une opération de construction, ou des travaux sur un bien immobilier existant. Il concerne le plus souvent un logement (prêt habitat), utilisé par le propriétaire soit pour sa résidence principale ou secondaire, soit *pour le louer à un tiers. Il peut concerner aussi un immeuble de rapport dans sa totalité, ou encore de l'immobilier d'entreprise, Dans la catégorie des **crédits immobiliers**, il y a :

- Le PEL (Plan Epargne Logement).
- Le prêt habitat.

✚ **Le crédit Permanent Revolving** : Ce crédit est un crédit dit renouvelable qui permet à un emprunteur de disposer d'une certaine somme d'argent réutilisable selon les remboursements déjà effectués. Le montant de ce crédit dépend de plusieurs critères comme : les revenus de l'emprunteur et le montant des autres crédits contractés. Ce crédit est renouvelable d'un an et les remboursements sont définis entre l'emprunteur et le banquier. Le crédit Permanent Revolving est une forme de crédit à la consommation.

✚ **Les crédits classiques amortissables** : Ces crédits sont destinés aux particuliers souhaitant acheter des équipements. Chaque mois, le particulier rembourse une somme fixe

2. Epargne et placements

1. Définition de l'Epargne

L'épargne est constituée de la partie du revenu disponible des ménages qui n'est pas consacrée à une consommation immédiate, qui n'est pas consommée. Les économistes la considèrent comme une consommation différée dans le temps. Elle se calcule comme suit :

Épargne = Revenu disponible – Consommation

2. Les formes de l'épargne.

On distingue deux catégories d'épargne :

- L'épargne financière qui comprend les moyens de paiement (billets, pièces, comptes chèques, etc.) et l'ensemble des placements financiers des ménages (assurance-vie, actions, obligations, SICAV, livrets d'épargne, dépôts à terme...).
- L'épargne conservée sous forme de billets et pièces, qui ne font pas l'objet d'un placement productif, s'appelle thésaurisation ou, dans la langue courante, le "bas de laine". L'épargne non financière avec, principalement, l'investissement immobilier (achat de logement).

L'épargnant va arbitrer entre ces différentes formes d'épargne en fonction de paramètres tels que la liquidité, la sécurité ou la rentabilité.

3. Les raisons de l'épargne.

Plusieurs raisons incitent l'individu à épargner :

- Avoir une réserve, une **épargne de précaution** pour se prémunir contre les risques potentiels et les aléas de la vie (chômage, maladie, accident...).
- Se **constituer un patrimoine** pour disposer d'un complément de revenus, léguer un capital à ses descendants ou ne plus payer de loyer (dans le cas de l'achat d'une résidence principale par exemple).
- Réaliser une **épargne préalable** et **avoir des liquidités** en vue d'effectuer une dépense de consommation importante dans un futur proche (croisière, voiture...).
- Réaliser une **épargne de spéculation** pour acquérir des titres (actions...) en espérant les revendre à la hausse et obtenir une plus-value.

3. Définition de placement

Un placement bancaire est une forme d'épargne peu risquée, déposée auprès d'une banque et non d'une caisse d'épargne. La durée du placement est très variable, à court terme, moyen ou long terme.

Les fonds peuvent rester disponibles, ou être bloqués pendant un certain temps, sous peine de subir des *pénalités de retrait*. Les intérêts sont négociés directement avec la banque, et peuvent parfois être capitalisés. Ils sont soumis à l'impôt et aux divers prélèvements sociaux. En général, plus la durée de placement est longue, plus ils sont élevés

3.1 Les types de placements

✚ **Les Bons de Caisse** : La formule bon de caisse permet de bloquer l'argent pour une durée déterminée en contre partie du versement d'un intérêt. Ce produit est destiné tant aux clients particuliers qu'aux entreprises.

➤ **Avantages :**

- Le taux varie en fonction de la durée du placement.

- Le placement peut être nominatif ou encore anonyme.
- La durée du placement est librement choisie (3 mois, 6 mois, 12 mois ou plus).
- Le placement est matérialisé par un titre.
- la possibilité de nantir le bon de caisse pour obtenir un crédit.

✚ **Les Dépôts à Terme :** Le dépôt à terme ou encore compte à terme permet de placer une somme d'argent sur une durée déterminée, à un taux d'intérêt défini à l'avance.

➤ **Avantage :**

- Un taux d'intérêt avantageux.

La durée du placement est librement choisie (3 mois, 6mois ,12 mois ou plus).

Placer les excédents de trésorerie et assurer une liquidité et un rendement suffisants.

Bénéficiaire en cas de besoins d'un crédit en contre partie du gage du dépôt à terme

Une assurance est un service qui apporte une prestation lors de la survenance d'un risque. La prestation, le plus souvent financière, peut être conçue pour un individu, une association ou une entreprise ou établissement financière , en échange de la vision d'une cotisation ou prime.

Par extension, l'assurance est le secteur économique qui regroupe les activités de conception, de production et commercialisation de ce type de service.

La banque propose désormais à ses clients de nombreux services annexes, en plus des moyens de paiement, du crédit et de l'épargne. Le coffre-fort, l'assurance, l'assistance et la sécurité font partie de ces services.

La **bancassurance**, ou les produits d'assurance proposés par les banques, désigne deux réalités⁶⁹ :

- des services financiers qui intègrent les activités de banque et d'assurance, telle l'assurance des moyens de paiement... et liés à la détention d'un compte courant ;
- la collaboration entre les banques et le métier d'assurance. Actuellement, ces deux activités ont tendance à être regroupées par l'une et l'autre partie, par achat ou création de sociétés

✚ **Proposition d'assurance**

Lorsque obtenir une assurance auprès de la banque, la banque remet une proposition d'assurance avec :

- des informations sur les prix et garanties ;
- le projet du contrat d'assurance ;
- les annexes au contrat ;
- une notice d'information détaillée ;

⁶⁹ <https://banque.ooreka.fr/comprendre/bancassurance>

- la liste des risques non couverts par l'assurance

4. prélèvement bancaire

Définition

Un prélèvement bancaire est un transfert d'argent entre deux comptes, le plus souvent entre un particulier et un organisme qui va prélever une somme prévue. C'est un moyen de paiement très utilisé pour payer son fournisseur d'électricité, d'internet ou encore ses assurances et parfois son loyer.

Le prélèvement bancaire est un moyen de paiement très utilisé alternatif au virement, au chèque ou à la carte bancaire. On y fait souvent appel pour régler ses factures automatiquement, comme son fournisseur d'électricité ou d'internet mais aussi ses mensualités de crédit. La somme sera **prélevée automatiquement** du compte bancaire à la date prévue (tous les mois par exemple) sans que le consommateur ait besoin de faire quoi que ce soit.⁷⁰

Les types de prélèvement bancaire

Un prélèvement bancaire peut être récurrent ou ponctuel⁷¹.

- Le prélèvement bancaire récurrent correspond à un transfert d'argent qui se fait de façon répétée dans le temps. On utilise généralement ce genre de prélèvement pour payer un abonnement. La fréquence de prélèvement peut être hebdomadaire, mensuelle, annuelle...
- Le prélèvement bancaire ponctuel se fait, lui, une seule fois. Pour les prélèvements bancaires ponctuels le créancier remet généralement un document appelé TIP (Titre Interbancaire de Paiement) à la personne qui sera prélevée. Cette personne signe alors le TIP et le renvoie, accompagné de ses coordonnées bancaires, au créancier.

II. Les Services Bancaires Électroniques

Après de la technologie et de la e-commerce ,les banques algériennes sont proposées des nouveaux services électroniques qui sont permette de faciliter les transactions et aussi améliorer les relations entre les banque et les clients .

1. E-banking

1.1 Définition

⁷⁰ <https://www.capitaine-banque.com/actualite-banque/prelevement-bancaire>

⁷¹ <https://www.budgetbanque.fr/banque/prelevement-bancaire-definition> , 8 nov. 2019

L'échange de biens et services par l'intermédiaire de l'internet a donné naissance à plusieurs nouveaux procédés de service dont, l'e-banking. Ce dernier a contribué, d'une manière significative, à l'instauration et à l'automatisation des services financiers et à l'augmentation du volume des transactions en ligne. Ce procédé a fait émerger un concept largement partagé dans le milieu financier, à savoir la banque électronique.

L'e-banking est tellement développé, qu'il a donné naissance à la banque virtuelle ou la banque par internet, c'est à dire, une banque sans succursales qui offre les mêmes produits et services financiers qu'une banque traditionnelle. Cette offre ou prestation de service ne se fasse que par Internet ou toute autre voie électronique.

C'est un service continu et mobile qui permet avec un simple clic d'accéder en toute sécurité à les comptes bancaires 24h/24 et 7j/7 à travers les liens des banque ⁷²

1.2 Les avantages de l'e-banking

L'e-banking tel qu'il est conçu, présente en effet pour les utilisateurs des avantages . Même présente distinctement, la banque, les clients particuliers et les entreprises

trouvent de l'e-banking des avantages qu'on tente de les expliquer comme suit ⁷³ :

a) Pour les banques :

- L'e-banking offre de nouvelles possibilités
- L'e-banking est moins cher ; il réduit les coûts de transactions
- L'e-banking est plus rapide, il permet un gain de temps considérable

b) Pour les clients :

- Suite aux nouvelles attentes des clients vis-à-vis des nouvelles technologies mises en évidence par diverses études, les consommateurs déclarent privilégier la banque à distance pour les opérations courantes .
- Globalement, l'e-banking permet aux clients de bénéficier des avantages tels qu'une disponibilité permanente 24 heures /24, une offre transfrontalière et de plus en plus de fonctionnalités proposées .
- Les clients préfèrent l'e-banking pour le confort, la vitesse, des services autour de l'horloge et l'accès au compte de toutes les parties du monde

2. la télé compensation (ATCI) :

Définition :

⁷² DAHDOUBI Djelloul, Mémoire de fin d'étude L'E-banking et son impact sur l'environnement de la Banque , P 26

⁷³ Lbid


La télé compensation contribue au traitement automatisé des moyens de paiements, dont l'échange entre les banques est dématérialiser , elle a pour principal avantage de réduire le délai de traitement et d'acheminement des opérations interbancaire , de réduire les coûts et offrir un service de meilleure qualité aux différents clients⁷⁴ ,

Le SIT ou Système Interbancaire de Télé compensation peut se définir comme étant un système mis en place par un consortium de banques qui compte actuellement plus de 1000 établissements. Ce système a pour vocation de permettre une gestion plus efficace et plus pragmatique de ce que l'on pourrait identifier comme étant les « moyens de paiement de masse ». ⁷⁵

Les principes de tété compensation ⁷⁶:

- La notion de la place unique (un seul centre par banque).
- La sécurisation des moyennes de paiement (cheque, carte...).
- Règles d'échanges disciplinés aux normes inter bancaire.

3. Le Guichets Bancaires Automatiques (ATM)

 **Définition :** ATM est un concept à usages multiples. Le terme, dérivé du latin capsarius, peut être utilisé pour décrire la personne qui exploite une caisse enregistreuse (l'endroit ou la machine où les valeurs mobilières, en particulier l'argent, sont stockées) dans un établissement commercial. Quelque chose d'automatique, par contre, fonctionne en partie ou totalement seul.

L'idée d'un distributeur automatique de billets, de cette façon, se réfère à une machine capable d'effectuer certaines fonctions d'un employé de banque en charge d'une caisse enregistreuse.

Pour utiliser ces dispositifs, il est généralement nécessaire d'insérer une carte magnétique à côté d'une clé qui garantit la sécurité du client, bien que certaines opérations ne nécessitent pas l'utilisation de la carte. Une fois que l'utilisateur s'est identifié dans le système de guichet automatique avec sa carte et son mot de passe, il peut commencer à trader avec son compte bancaire⁷⁷

⁷⁴ <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/telecompensation> , consulté :20/05/2021

⁷⁵ <https://www.finance-banque.com/SIT-Systeme-Interbancaire-Telecompensation.html> , consulté :20/05/2021

⁷⁶, R Tekili · L'impact de introduction des TIC sur les innovations financières de la banque

<http://www.univ-bejaia.dz>

⁷⁷ Lbid

Figure n°15 ; Le Guichets Bancaires Automatiques (ATM)



Source : www.bea.dz

4. SMS banking :

✚ **Définition :** Le SMS Banking est l'un moyen qu'utilise par les banque et établissement financier la poste d'Algérie pour envoyer des notifications ou des alertes à ses clients (particuliers, professionnels et entreprise). C'est aussi un service simplifié qui se fait via les téléphones mobiles des clients. Ce qui permet à ces derniers d'être informés à tout moment sur leurs transactions bancaires mais aussi sur les cas d'urgence et de fraude constaté.⁷⁸

✚ **Le services comprend l'information du client sur ;**

- services de notification de salaire pour le compte de client .
- services de notification pur l'inclusion de prêt su le compte de client .
- services de notification de l'arrivée d'un virement sur le compte de client .
- services de notification de droit a la prime de carte de crédit sur le compte de client .
- signaler un chèque sans provision sur le compte de client .
- service reporting pour l'ouverture de tout types de comptes .
- en plus des financiers qui ont lieu sur le compte .

⁷⁸ <https://wendkunibank.bf/votre-banque/dispositif-multicanal/sms-banking>

Tableau n°03 : Les services bancaires électroniques fournis par les banques publiques algériennes

La banque	Les services fournis
La Banque d'Algérie (BA) site de la banque: www.bank-of-algeria.dz	La télé compensation
La Banque Extérieure d'Algérie (BEA) site de la banque: www.bea.dz * Tableau (10). Les services bancaires électroniques les plus importants fournis par les banques publiques algériennes	- La compensation électronique - La carte CIB - La carte NAFTAL - La carte AMEX (Il s'agit d'un produit «Cash Advance», formule dédiée aux porteurs de la carte American Express. Cette formule permettra aux porteurs de cartes American Express, lors de leur séjour en Algérie, de recourir aux guichets de la BEA pour se procurer les sommes en espèces (dinars algériens) nécessaires à leurs besoins) - Guichets bancaires automatiques (ATM) - E-Banking
La Banque Nationale d'Algérie (BNA) site de la banque: www.bna.dz	- La compensation électronique - La carte CIB - Guichets bancaires automatiques (ATM) - E-Banking
La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) site de la banque: www.badr-bank.dz	- La compensation électronique - La carte CIB - Guichets bancaires automatiques (ATM) - E-Banking - Carte CBR pour les retraits en Algérie seulement - La carte BADR épargne
La Banque de Développement Local (BDL) site de la banque: www.bdl.dz	- La compensation électronique - La carte CIB - Guichets bancaires automatiques (ATM) - E-Banking - Carte VISA BAL internationale - Money Gram (le transfert rapide d'argent)
Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) site de la banque: www.cpa-bank.dz	- La compensation électronique - La carte CIB - Guichets bancaires automatiques (ATM) - E-Banking - Carte VISA CPA internationale - MasterCard CPA

La Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque (CNEP-Banque) site de la banque: https://ebank.cnepbanque.dz	- La compensation électronique - La carte CIB - Guichets bancaires automatiques (ATM) - E-Banking - Carte d'Epargne (CE) - Terminal de paiement électronique (TPE)
--	--

Source ; les sites web des banques publiques

***Chapitre 03 : Analyse de
l'impact d'utilisation de
paiement en ligne sur
promotion du service bancaire***

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil

Présentation de la banque extérieure d'Algérie « BEA »

1 Création et Historique de BAE :

La Banque Extérieure d'Algérie « BEA » fût créée en 1967 le premier Octobre par ordonnance n°67.204 ,pour objet principale de faciliter et développer le commerce extérieure en Algérie .

Dans le cadre du parachèvement du processus de nationalisation du système bancaire algérien , la BEA a repris successivement les activités des banques étrangère exerçant en Algérie ;celles de la Société Générale dans sa situation au 31 décembre 1967 ,puis de la Barclay Bank Limited au 30 Avril 1968 , pus du Crédit Nord et Banque Industrielle de l'Algérie et la Méditerranée (BIAM) dans leurs situations au 31 mai 1968 .

Cependant ,la BEA n'a eu sa structure définitive qu'a partir du 1 juin 1968 dont le capitale ayant été strictement souscrit par l'Etat .⁷⁹

Compte tenu du rôle attribue à la BEA , les autorisés ont mis en place un organigramme :

- direction générale .
- le département des affaires administratives .
- la structure des hydrocarbures .
- le département de l'étranger .
- le département de l'exploitation .

Depuis 1970 , la Banque Extérieure d'Algérie s'est vu confier la totalité des opérations bancaires sociétés industrielles nationales .Elle avait pour objet principal de faciliter et développe ,les rapports économique et financiers de l'Algérie avec le reste du monde .

A la faveur de la restructuration des entreprises industrielles et mutations profondes engagées par les pouvoirs publics dans les années 80, la BEA change de statut et devient , le 05 février 1989,Société Par Actions (cf. disposition de la loi 88.01 du 17 janvier 1988 portant autonomie des entreprises) en gardant globalement le même objet que celui qui lui fixé par l'ordonnance du premier octobre 1967,les principaux secteurs du portefeuille commercial de la BEA⁸⁰ :

- Fonds de participation « construction » ,
- Fonds de participation « Électronique ,télécommunication , Informatique » ,
- Fonds participation « Transport et Services » .

2 Les missions et les Taches de la BEA :

⁷⁹ document interne de BEA

⁸⁰ Ibid

Chapitre 03 : Analyse de l'impact d'utilisation de paiement en ligne sur promotion du service bancaire 61

la BEA est la banque désignée pour le finement de des opérations du commerce international en Algérie et pour objectif principal de faciliter et développer les rapports économique de l'Algérie avec d'autres pays dans le cadre de la planification nationale ,pour ce faire la banque assurer les missions suivantes ⁸¹ :

- ✚ La BEA participe à tout système ou institution d'assurances crédit pour les opérations avec l'étranger et peut être chargée d'en assurer la gestion et le contrôle .
- ✚ La BEA doit également rendre aux entreprises algériennes un service central de renseignements commerciaux susceptible de leur permettre dans les meilleures conditions continues de la conjoncture international
- ✚ LA BEA peut mobiliser tous les crédits , notamment du commerce extérieur relevant des autres institutions bancaires publiques participer dans tels crédits , les assortir de sa garantie conditionnelle ,mobiliser auprès d'autre établissements tout financement qu'il aura elle-même consentie .dans le cadre de la réglementation en vigueur ,elle peut exécuter toutes opérations bancaires intérieures comptables avec son sujet.
- ✚ Pour favoriser la réalisation de son projet , elle peu avec l'accorde du ministre des finances et du plan crée des succursales ,agences ou filiales à l'étranger ou y prendre des participations dans la société existante .
- ✚ La BEA peut également être autorisée , par décision conjointe des finances du plan et ministre finances du plan et ministère du commerce à prendre à l'étranger des participation dans des entreprises à promouvoir l'expansion du commerce Algérien .

I. Présentation de l'organisme d'accueil (BEA de Djelfa)

1 Présentation de la BAE de Djelfa :

1.1 Définition de la Banque Extérieure D'Algérie de Djelfa /Agence 31 :

c'est un banque au sien de Djelfa , elle considérée comme un établissement autorisé par loi a des opérations de banque comme la réception des fonds publics , les opérations de crédit , la mise a la disposition les moyens des paiements dans les transactions internationales

C'est une agence qui tire sa spécifié de son portefeuille clients ,et elle entrer comme intermédiaire entre l'importateur et l'exportateur dans le commerce international .

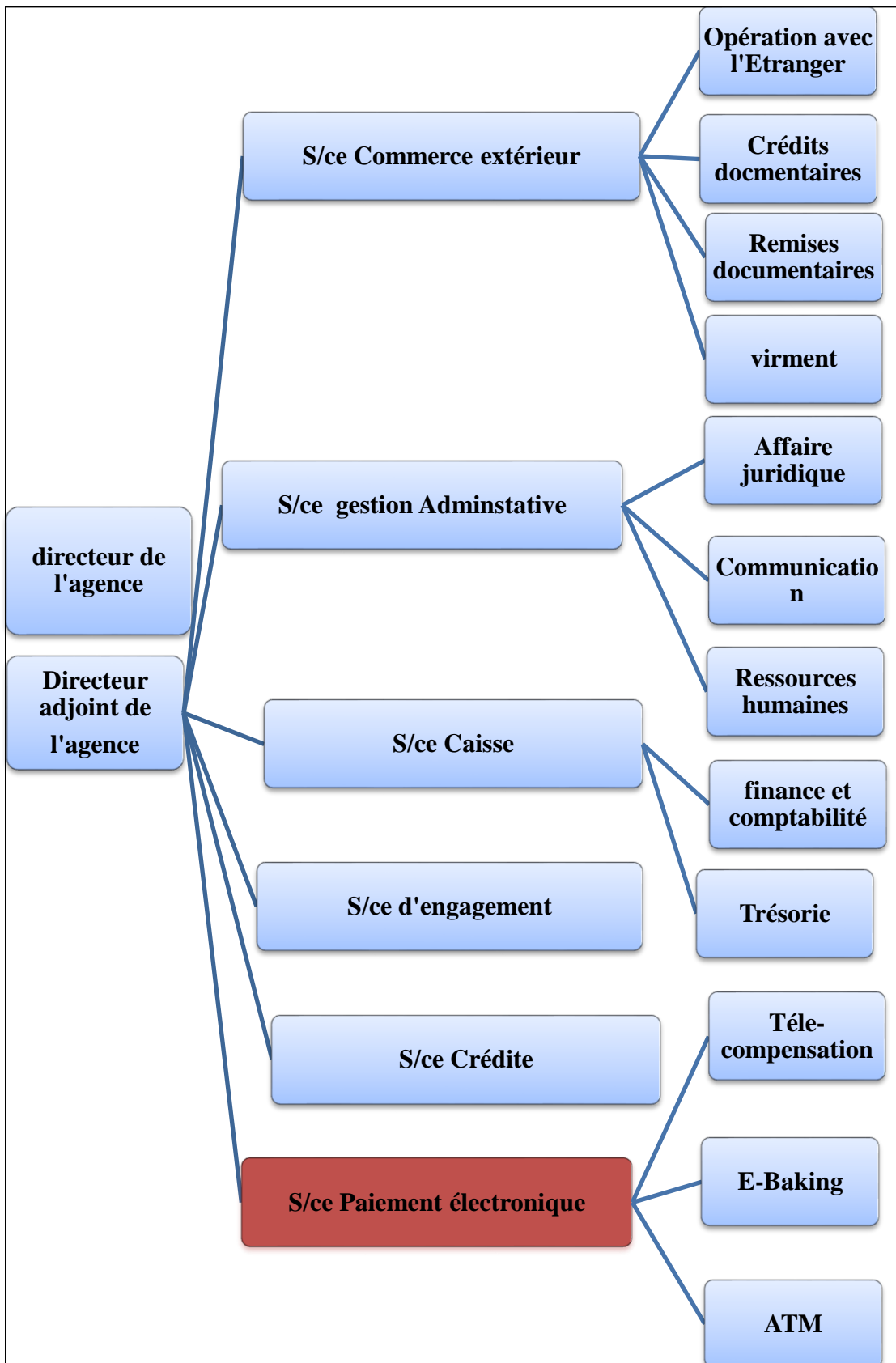
« Adresse : cité Berrbih –Djelfa »

1.2 L'organigramme de la BEA de Djelfa/Agence 31 :

la structure organisationnelle de l'agence repose sur un modèle hiérarchique ,cette structure est représentée par l'organigramme suivant :

⁸¹ Ibid

Schéma n°01 : L'organigramme de la BEA / Agence Djelfa



1.3 Les fonctions de BEA /Agence 31 :

L'activité principale de la BEA Agence Djelfa est financer l'ensemble des transactions internationales de ses clients ,

Elle assure les fonction suivantes :

a. Fonction de commerce extérieur :

cette fonction est assurée par Directeur adjoint de l'agence qui chargée du développement du commerce extérieur , de la prospection de marchés et de l'évaluation du risque des exportateurs ou/et l'importateurs à l'étranger, et la gestions de moyens de paiement internationaux , les moyens de paiement qui sont utilisée en commerce extérieur sont :

✓ Crédit documentaire :

Le crédit documentaire est l'opération par laquelle la banque s'engage, à la demande et pour le compte de son client importateur (donneur d'ordre), à régler à un tiers exportateur (bénéficiaire), dans un délai déterminé, un certain montant contre remise des documents strictement conformes et cohérents entre eux, justifiant de la valeur et de l'expédition des marchandises ou des prestations de services. il apport la sécurité de la garantie de la banque .

le crédit documentaire appelée « Le Crédoc ».les types de crédoc sont :

- Le crédit documentaire révocable ,
- Le crédit documentaire irrévocable ,
- Le crédit documentaire irrévocable et confirmé

Le client qui sont choisir le type de crédoc et le pluparts des client choisis le crédit documentaire irrévocable et confirmé pour la garantie bancaire .

✓ Remise documentaire :

La remise documentaire est un mode de règlement utilisé lorsqu'il y a une confiance et de bonnes relations d'affaire entre le client et l'autre partie , et une stabilité politique, économique et monétaire dans le pays de deux partie de contrat .

b. Fonction d 'engagement :

elle est assurée par le bureau de service d'engagement ,chargée du suivi et du contrôle des engagements et des opérations de recouvrement .

c. Fonction administrative :

elle assurée par directeur de l'agence et sécuritaire ,ils chargées du suivi les activités suivantes :

- ✓ Communication avec les clients « dans la banque ou par téléphone »
- ✓ Suivi les affaires juridique « applique les réglementation de la BEA et le Ministère de Finance
- ✓ Gestion de ressource humaine
- ✓ Rester en contact ave la BEA

d. Fonction de crédit :

elle assurée par le bureau de service crédit ,et suivi les activités suivantes :

- ✓ l'ouverture de compte bancaire « Compte Dinar ,Compte Devise »,
- ✓ Demande de carte bancaire « carte CIB , carte Mastercard et carte American Express »,
- ✓ Demande de Crédit bancaire .
- ✓ Mettre en œuvre la stratégie de la banque relative aux moyens de paiement offerts à la clientèle

e. Fonction Comptabilité et finance :

Elle assurée par des comptable et financier qui sont spécialisée en comptabilité et finance et gestion des comptes ,qui consiste à élaborer la stratégie de la banque ,de la trésorerie et de contrôle de gestion cette fonction donner des informations sur la situation financière de la banque ,et utiliser les ressources financières disponible

contrôler les retraites "Dinar ,Devis "

f. Fonction de paiement électronique :

cette fonction est assurée par des personnes diplômés en sciences commerciales et financières et des personnes experts

création de compte bancaire : compte de Dinars et compte de Devise

demande de carte de crédit de BEA " Carte de CIB , Mastercard ,American express " .

* Dans cette section nous allons vous présenter la direction d'accueil où nous avons effectué notre stage.

2 Présentation de direction d'accueil (S/ce Paiement électronique) :

Le service paiement électronique en BEA Agence Djelfa ,dans cette partie nous allons présenter la direction d'accueil où nous avons effectué notre stage ,ils chargés les activités suivantes :

Création de compte bancaire , carte de crédit : La carte CIB, la carte American Express. la carte Mastercard , , E-Banking ,TPE

+ Création de compte bancaire :

Pour ouverture l'un compte bancaire en BEA, ils vous demandent généralement :

- Pour compte en Dinars

Attestation de travail ou registre de commerce

Extrait de naissance et résidence

Frais d'ouverture de compte : 5000 à 10.000 DA .

- Pour compte e Devise

Attestation de travail ou registre de commerce

Pièce de d'identité

Extrait de naissance et résidence

Pièce de d'identité

Frais d'ouverture de compte :50 € .

L'E-Banking :

Sur le site web de la BEA une service permettant à d'un identifiant client et un mode passe de se connecter de manière sécurisée à E-Banking et d'effectuer l'ensemble d'opérations en ligne ce service offre des services telle que :

- la consultation des différents comptes
- la commende du chéquier

1. Application De "BEA MOBILE"

Le 27/12/2020 la banque BEA émis l' application "BEA MOBILE" ⁸² grâce à l'application les clients gérer les comptes bancaires e toute simplicité et sécurité par les mobiles :

- Consulter le solde et les mouvements des comptes BEA (comptes bancaires, livrets d'épargne, comptes-titres,...) d'un simple click.
- Visualiser d'un seul coup d'œil les dernières opérations et accéder directement aux détails des opérations d'un compte,
- Réaliser les virements vers des comptes internes ou externes en quelques secondes ou ajouter un bénéficiaire directement depuis l'application.
- Paramétrer des notifications pour le client averti des dépenses de compte
- Visualiser le RIB le mobile et envoyer-le directement par email ou SMS, Viber ou messenger.
- L'application BEA est un service gratuit accessible pour les clients de la banque. Pour bénéficier d'une assistance technique ou pour toutes autres , le nombre de téléchargements de l'application plus de 10 mille en 2021 ⁸³

Les cartes bancaires de BEA

En BEA offrent les cartes du paiement suivantes :

1) Le carte CIB :

La carte nationale de retrait et paiement interbancaire permet à son titulaire d'effectuer sur le territoire Algérienne ,des retraits d'espèces en monnaie nationale des Distributeurs Automatique de Billets DAB ou des Guichets Automatique de banque GAB affichant le logo « CIB » , et de régler des achats de biens ou des prestations de services à l'aide d'un Terminal de Paiement Électronique TPE , et les principes de CIB ⁸⁴ :

- Est délivrée par la banque
- Est adossée à un compte bancaire
- Est adossée à un contrat « carte » A un usage personnel
- Est utilisable sur tout le réseau
- Est valide pour une durée déterminée.

2. Modalités d'utilisation de la carte :

- Les retraits d'espèces sont possibles dans les limites du montant du plafond hebdomadaire / mensuel de retrait fixées dans les conditions de banque

⁸² <https://ebanking.bea.dz>

⁸³ IBId

⁸⁴ document interne

- Les montants enregistrés de ce retraits ,ainsi que les commissions éventuelles , sont portés dans les délais habituels propres aux retraits d'espèces au débit du compte concerné sans aucune obligation d'indiquer le numéro ou le titulaire de la carte utilisée notamment lorsque plusieurs cartes fonctionnent sur même compte
- Le titulaire du compte doit ,préalablement à chaque retrait et sous sa responsabilité ,s'assurer de l'existence au compte , d'un solde suffisant et disponible et le maintenir jusqu'au débit correspondant .

2) La carte Mastercard :

la carte Mastercard est délivrée au client titulaire d'un compte en devises , le titulaire de la carte s'engage à l'utiliser au niveau des commerces et des automates acceptants ,

La carte est rigoureusement personnelle :son titulaire doit y apposer obligatoirement sa signature dès réception , il est strictement limité aux opérations suivantes⁸⁵ :

- Opérations de paiement et de retraiter
- Consultation du solde

✓ Modalités d'utilisation de la carte :

les services auxquels le porteur a accès grâce à l'utilisation de sa carte sont :

- Retraits d'espèces auprès des GAB/DAB de l'émetteur et des banque affiliées au réseau indiqué sur la carte ;
- Paiements de proximité : règlements des achats de biens ou de services auprès des commerçants et prestataires de services équipés de TPE ou Automates adéquats ;
- Règlements à distance ,de biens et de services
- Chargement ou rechargement le cas échéant d'un le carte prépayée

3) la carte American Express :

La BEA utilise aussi le service offert de carte la carte American Express. comme carte de crédit en Devise portant le (nom du titulaire ,date d'émission ,la date de son expiration ,et numéro secret) et cette carte est lance par Organisation « American express »,Il n'est pas nécessaire d'avoir un compte pour son titulaire auprès de la banque émettrice

Cette carte dépend des élément suivants :

- Le titulaire est tenu de payer 4 versements : les frais d'abonnement ,les frais de renouvellement ,les intérêts de prêt et les intérêts de retard .
- Le paiement est effectué en plusieurs fois sous forme de versement .
- IL n'est pas nécessaire que le client ait un compte pour son émission.

📡 Terminal de Paiement Électronique TPE :

Les TPE sont des appareils électroniques au siège de la BEA Agence 31 permettant de lire les informations contenues dans les différents supports de la monétique. Ils sont généralement connectés à un centre de gestion des comptes des utilisateurs.

⁸⁵ document interne

✚ Guichets Automatique de banque GAB :

Pour que les clients de l'agence aient accès en permanence à leur argent, les banques ont investi dans des **guichets automatiques (GAB)** qui offrent une possibilité de retrait d'argent 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

C'est un guichet bancaire automatique conçu en un appareil électronique permettant aux clients d'effectuer différentes transactions bancaires en libre-service. Il y a de différents modèles de GAB permettent d'effectuer des retraits, d'accepter des dépôts en liquide ou par chèque et d'ordonner des transferts de fond.

***Remarque :**

Après la pandémie de la Covid-19 la carte Edahabia utilisable dans les GAB de BEA et toutes les banque

✚ Le distributeur automatique des billets DAB

Le DAB C'est un distributeur automatique comme le GAB, c'est un GB simplifié ne permettant que les opérations de retrait, 24H/24H et 7j/7. La procédure consiste à insérer une carte et de saisir un code confidentiel, puis le client est invité à inscrire le montant qu'il souhaite retirer à condition que le plafond de sa carte ne soit pas dépassé.

Section 2 : présentation de la méthodologie de l'enquête terrain

I. Présentation de l'étude

1) Présentation de l'enquête :

Dans le but de donner à notre travail une certaine logique, nous étions dans l'obligation de consacrer une partie de notre étude à une enquête auprès des différents clients. Dans cette section il s'agira d'aborder le sujet de manière explicative. Nous utiliserons l'analyse du questionnaire afin d'apporter des éléments de réponses aux différentes hypothèses émises au début de ce travail .

2) Objectif de l'enquête :

L'objectif de notre enquête est clair et réalisable ,il s'agit d'étude qui permet d'avoir une prévision sur l'impact du paiement électronique sur l'amélioration du services bancaire en Algérie en générale et sur le rôle de la mise à niveau des services bancaire de BEA en particulier .

3) les informations recherchées :

Les informations sont recherchées au travers chaque question posée :

- Connaitre la vision des clients de la BEA par rapport au e-paiement .
- Les motivations à l'utilisation de paiement en ligne .
- Les moyens paiements électronique et de services bancaires susceptible les Algériens .
- Les principales raisons à réticence des algériens et des clients de la BEA lié à l'utilisation de cette nouvelle solution de paiement électronique ;
- L'usage d'e-paiement pour effectuer des achats des biens et services.

- - Connaitre les attentes supposées des clients de le BEA en matière d'e-paiement.

II. Méthodologie de la recherche :

1) Déroulement de l'enquête :

Notre enquête est passée automatiquement par certaines étapes, allant de l'identification de nos besoins en informations à leur analyse et traitement des résultat.

Après avoir identifié nos besoins pour cette étude, nous avons élaboré le questionnaire de façon à traiter une multitude de point .

Il s'agit ici de recueillir des informations portantes sur l'usage de la population du service paiement électronique et sur le rôle de ce service sur le mise à niveau du service bancaire en Algérie, notamment dans le cas de la Banque Extérieur d'Algérie .

2) La taille de l'échantillon :

Afin de pouvoir présenter une étude qui se rapproche le plus de la réalité du marché et qui pourra plus au moins répondre au principe généralisation, nous avons donc constitué un échantillon de 65 individus , Pour rester dans le cadre de notre étude, l'échantillon a été choisi par rapport à les utilisateur de services E-paiement en Algérie et les clients de la BEA .

3) La conception de questionnaire :

Le questionnaire représente l'un des éléments essentiel d'une enquête ,il permet de collecter une information afin de pouvoir mener suite à cela les actions adéquates

La préparation du questionnaire est une étape cruciale car l'ordre et la formulation adéquate des questions constitue un enjeu important dans la précision des informations recueille et la qualité des résultats à obtenir .

Pour l'élaboration du questionnaire , nous avons suivi certain étapes que nous énumérons ci-après :

a. Rédaction du questionnaire :

Dans la rédaction de notre questionnaire , nous avons utilisé un vocabulaire simple, employé et compris par tout le monde.

Notre questionnaire est présenté en 3 parties :

- Introduction par un petit texte présentant l'objet du questionnaire..
- La fiche signalétique.
- Le corps du questionnaire

b. Structure du questionner :

Notre questionnaire s'adresse aux clients de BEA et les utilisateurs de E-paiement, il comprend 26 questions qui nous permettront de générer les informations nécessaires à l'accomplissement des objectifs de notre étude .

Cette enquête couvre plusieurs questions qu'on peut classer sous les rubriques suivantes :

- Les services bancaires le plus utilisées .
- L'utilisations du E- paiement et les services bancaires électronique .

- La connaissance et l'expérience de l'enquêté avec le paiement électronique et services bancaire .
- La connaissance de l'enquêté avec le commerce électronique.

Les types de question utilisées sont :questions ouverts ,questions fermées , questions filtre .

c. Les questions fermées :

Nous avons puisé dans le large éventail deux types de questions fermées qui existe , à savoir :

❖ **Les questions fermées uniques**

Le répondant dispose d'une liste de choix supérieurs à deux réponses mais sa réponse doit être unique dans ce types de question donc un seul modalité doit être choisie ,

Exemple :

Quel est votre statut socioprofessionnel ?

- Etudiant
- Employé
- Sans emploi
- Retraité
- Autre...

❖ **Les questions fermés à choix multiple :**

le répondant dispose d'un éventail de réponses, il peut choisir plus d'une réponse

Exemple :

Quel service électronique connaissez-vous ?

- La compensation électronique
- E-Banking
- Les cartes de paiements
- Guichets bancaires automatiques (ATM)
- Les Terminaux de Paiement Électronique (TPE)
- Communication électronique

Autre

❖ **Les questions dichotomiques :**

Ces questions n'offrent que deux choix de réponses, celle-ci devrait être unique, le répondant est devant une alternative, c'est l'une ou l'autre.

Exemple :

Réalisez vous habituellement des transactions avec une institution financière ?

Oui

Non

d. La durée de l'enquête :

Notre enquête s'est déroulée durant une période de deux semaines une semaine qui a servi à élaborer notre questionnaire, et la deuxième semaine qui nous a permis de collecter des informations pour ensuite les analyser

Section 3 : Exploitation et analyse des résultats de l'enquête

1. les caractéristiques de l'échantillon :

Cette partie du questionnaire d'identifier la clientèle de la BEA selon différents caractéristiques et identifier aussi les utilisateurs de paiement électronique en Algérie ,il faut connaitre l'échantillon considère avant de procéder à l'analyse des réponses .

Les caractéristiques prises en compte dans notre étude de sont : le sexe , l'âge , la situation socioprofessionnelle , le niveau d'éducation ,ainsi que le tranche salariale .Nous avons récolté toutes ces informations à travers la fiche signalétique proposé .

2. Présentation des résultats de l'enquête :

Pour une analyse plus pertinente des données , on a anticipé l'ordre de fiche signalétique en l'alignant en première position

2.1 La fiche signalétique :

L'objectif est les d'identifier les différents enquêtés à travers :

❖ **sexe :**

Q1 : vous êtes ?

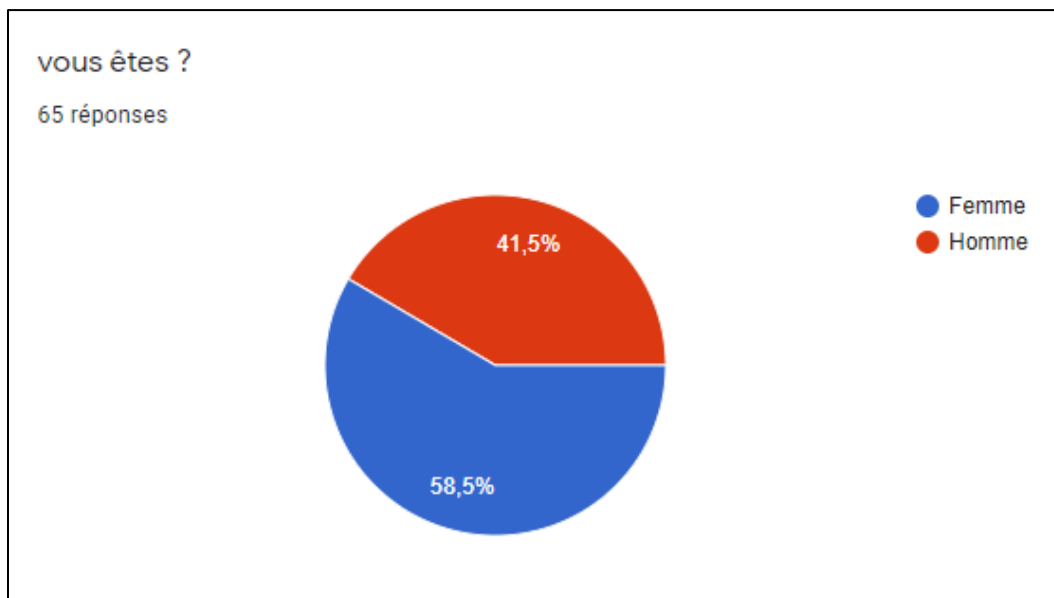
Le tableau ci-dessous est relatif à répartition de l'échantillon choisi selon le sexe

Tableau n° 4: La répartition de l'échantillon selon le sexe

Variables	Effectifs	Pourcentage
Femme	38	58,5%
Homme	27	41.5%
Total	65	100%

Source :élaborer par nos soins

Figure n°16 : répartition de l'échantillon selon le sexe



Commentaire :

Comme le montre la figure ci-dessus, Notre échantillon est composé 58.5% de femmes (38 femmes) et de 41.5% d'hommes (27 hommes). On remarque déséquilibre entre les deux sexes.

❖ **Âge : Quelle est votre tranche d'âge ?**

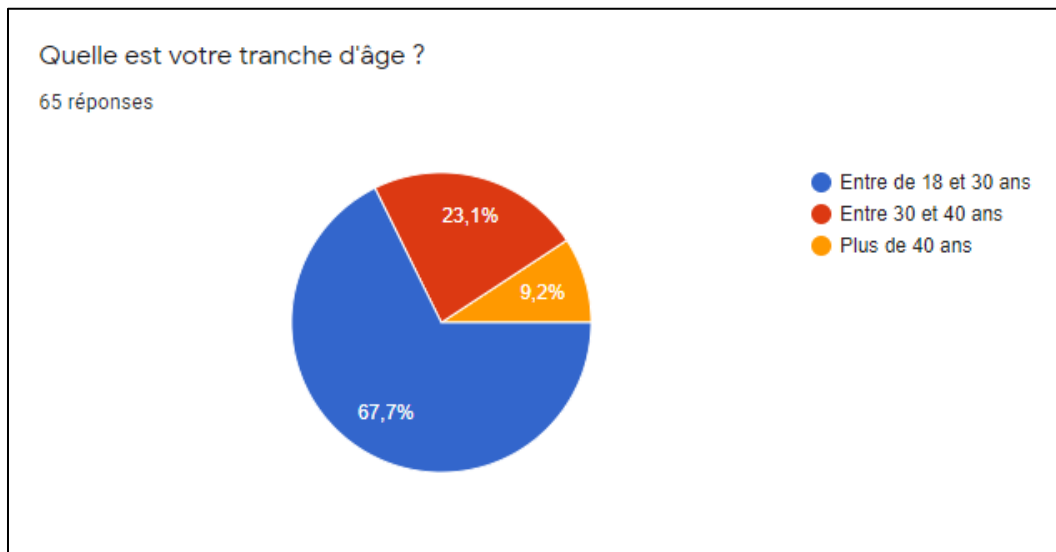
Le but de cette question est connaître les tranches d'âge de notre échantillon. Et les résultats obtenus sont résumés dans le tableau ci-dessous :

Tableau n° 05: Répartition de l'échantillon selon l'âge

Variabes	Effectifs	Pourcentages
Entre de 18 et 30 ans	44	66.7%
Entre 30 et 40 ans	15	23,8%
Plus de 40 ans	6	9,5%
Total	65	100%

Source :élaborer par nos soins

Figure 17 n° 13: répartition de l'échantillon selon l'âge



Commentaire :

A travers notre enquête nous avons tenté de toucher toute les tranches d'âge pour apprécier les résultats et pour mieux définir la nature de la population interrogée. Notre échantillon est composé de 67,7% d'individus dont l'âge est entre 18 ans et 30 (44 personnes), Nous avons aussi la tranche 30ans - 40 ans (15 personnes) qui est aussi importante avec 23,1%,

Par ailleurs le pourcentage des personnes ayants plus de 40 ans ne représente que 9,2% (6 personnes) .

❖ Niveau d'éducation : Quel est votre niveau d'éducation ?

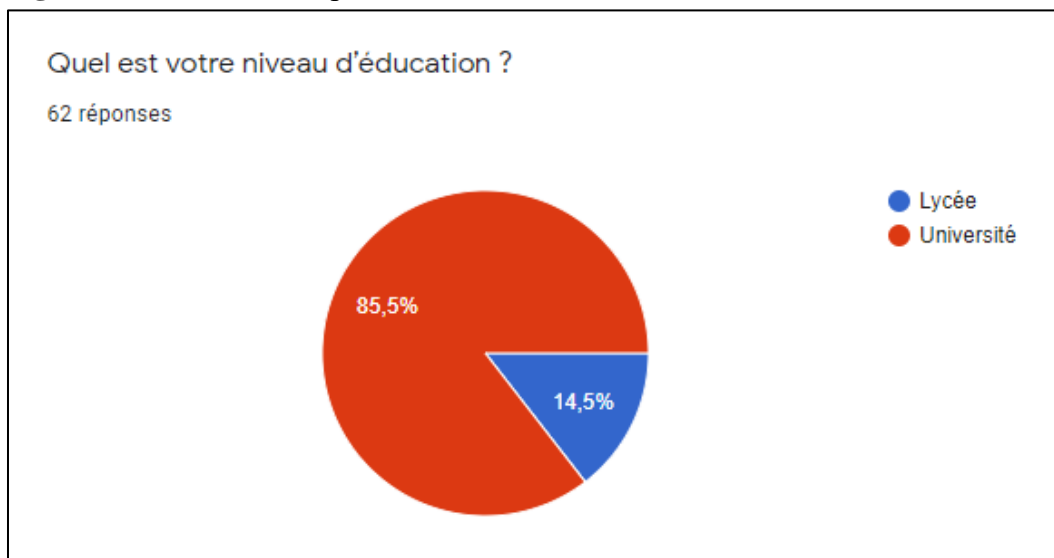
Avec cette question nous nous intéressons aux d'éductions de notre échantillon.

Tableau N° 6: Répartition selon le niveau d'éducation .

Variabes	Effectifs	pourcentage
Lycée	9	13,3%
université	53	86,7%
Autre	00	00%
Total	100	100,00%

Source : élaborer par nos soins.

Figure n°18 : Répartition de l'échantillon selon le niveau d'éducation.



Commentaire

Sur les 65 personnes que nous avons interrogé, 95,5 % d'entre eux ont le niveau ,universitaire et 14,5% un niveau lycée. Notre échantillon est composé majoritairement de personnes assez instruits.

❖ **statut socioprofessionnel : Quel est votre statut socioprofessionnel ?**

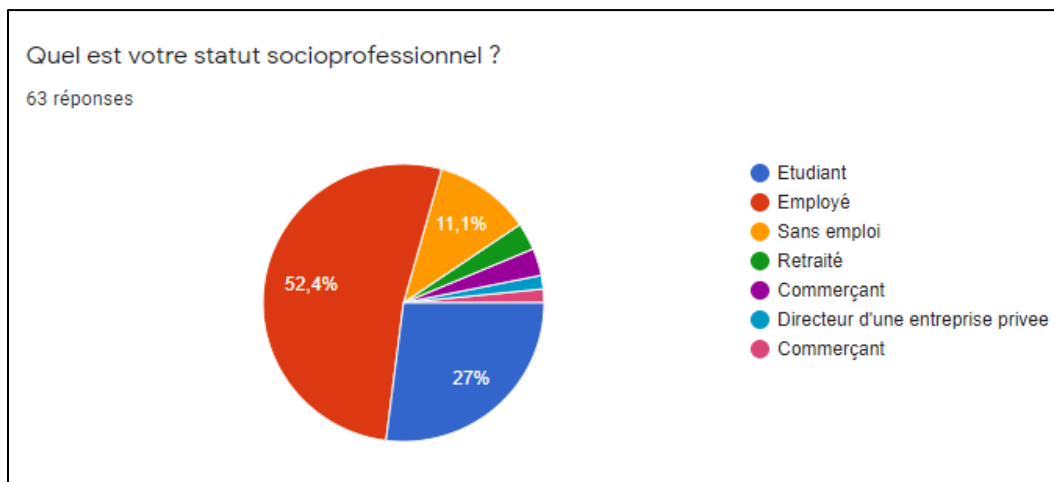
Avec cette question nous avons intéressons plus aux catégories socioprofessionnelles dont notre échantillon fait partie.

Tableau n°07 : Répartition de l'échantillon selon la profession.

Variabes	Effectifs	pourcentage
Etudiant	17	26,2%
Employé	33	52,5%
sans emploi	7	11,5%
Retraite	2	3,2%
commerçant	3	4,8%
Autre	03	1,8%
Total	65	100%

Source : élaborer par nos soins.

Figure n° 19: Répartition de l'échantillon selon la profession.



Commentaire :

Dans ce cas le but était de toucher toutes les catégories socioprofessionnelles pour diversifier la nature des informations recueillies, la population est composée majoritairement d'employés (es) ce qui représente 52,4 %, ils sont suivis par les étudiants qui représentent 27% de notre échantillon, juste après nous retrouvons les personnes sans emploi avec 14 % et puis les commerçants avec 4,8 %. et les retraités avec 3,2%

❖ Quelle est votre tranche salariale ?

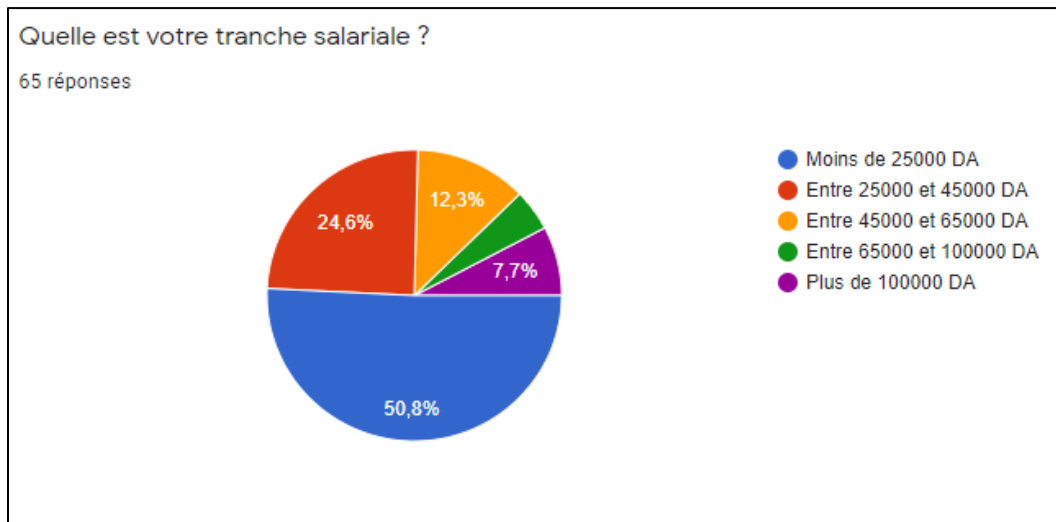
Avec cette question nous avons intéressons plus aux le tranche salariale de notre échantillon

Tableau n°08 : Répartition de l'échantillon selon le tranche salariale

Variabes	Effectifs	pourcentage
Moins de 25000DA	33	49,2%
Entre 25000 et 45000DA	16	25,4%
Entre 45000 et 65000DA	8	37,00%
Entre 65000 et 100000DA	3	4,6%
Plus de 100000DA	5	7,8%
Total	65	100%

Source : élaborer par nos Sions

Figure n°20 : Répartition de l'échantillon selon le tranche salariale



Commentaire :

Sur les 65 personnes que nous avons interrogé, 50,8 % d'entre eux ont le tranche salariale moins de 25000 DA, et 24,6% personnes qu'ont tranche salariale entre 25000 et 45000 DA , et 12,3% qu'ont tranche salaire entre 45000 et 65000 DA ,et le reste sont des qu'ont tranche salariale plus de 100000 Da

Nous remarquons que la majorité d'échantillon qu'ont tranche salariale moins de 25000 DA

2.2 Le corps du questionnaire :

❖ Questions 01 : Réalisez vous habituellement des transactions avec une institution financière ?

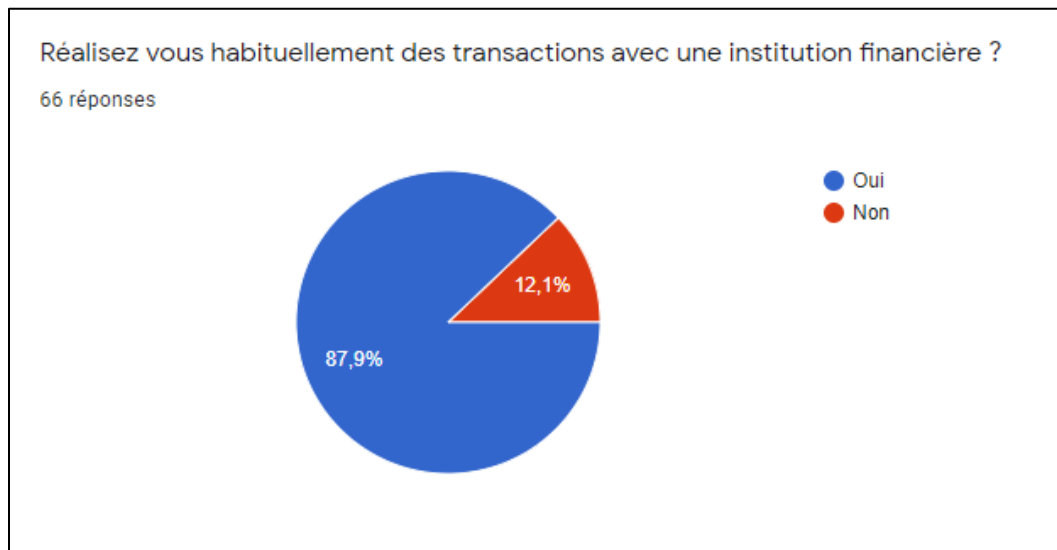
A travers cette question , nous pouvons distinguer si l'interviewé correspond notre cible ou non, nous continuerons l'enquête avec s'il répond « oui ».

Tableau n°09 : Répartition de l'échantillon selon les transactions avec des institutions financières .

Variabes	Effectifs	Pourcentage
Oui	58	87,9%
Non	8	12,1%
Total	65	100%

Source : élaborer par nos soins .

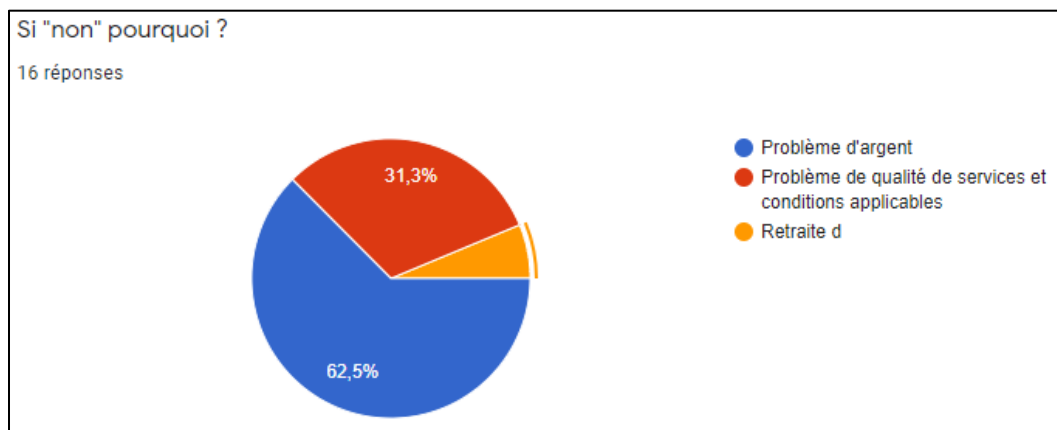
Figure n°21: Répartition de l'échantillon selon les transactions avec des institutions financières



Commentaire :

Notre échantillon est composé de 87,9 % d'individus qui ont des transactions avec des institutions financières ,et 12,1% des personnes qui n'ont aucune transactions avec des institutions financières c'est-à-dire s'il répond non ;

Figure n°22 : Les personnes qui ont répondu par « non »



Commentaire :

16 personne qui ont répondu par « non », 62,5 % problème d'argent et 31,3% problème de qualité de services et les conditions applicables .

❖ **Questions 02 :** Si "oui" Avec quelle institution ?

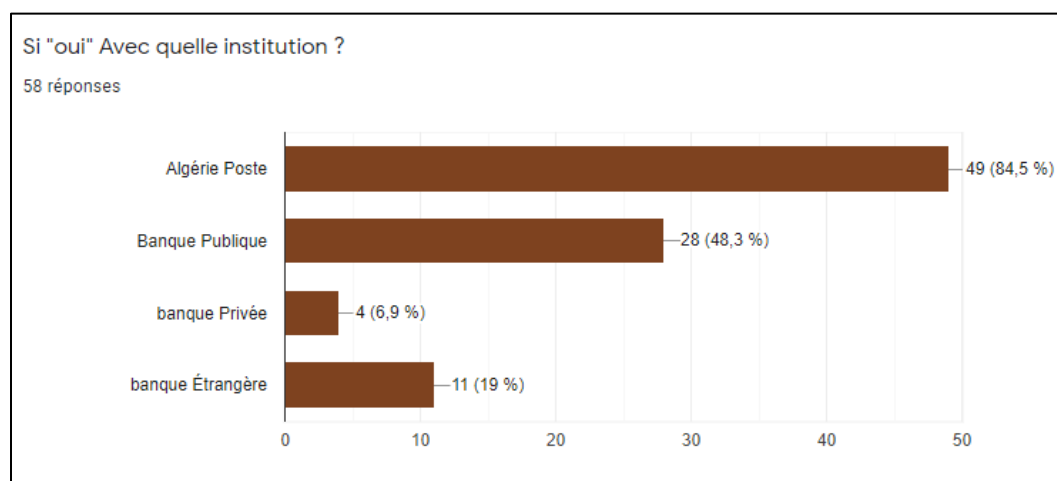
Cette question parmi les questions fermés à choix multiple , le répondant dispose d'un éventail de réponses, il peut choisir plus d'une réponse

Tableau n° 10: les transactions avec les institutions financières .

Variabes	Effectifs	pourcentage
Algérie poste	49	84,5%
Banque publique	28	48,3%
Banque privée	4	6,9%
Banque étrangère	11	19%
Total	58	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°23 : les transactions avec les institutions financières.



Commentaire :

nous remarquons que 84,5 % de notre échantillon a réalisé une transaction avec l'Algérie Poste et 48,3% avec les Banques Publiques et 19% de transactions avec les Banques étrangères, et le reste avec les Banques Privées .

Question 03 : Si "une institution publique " Avec quelle institution ?

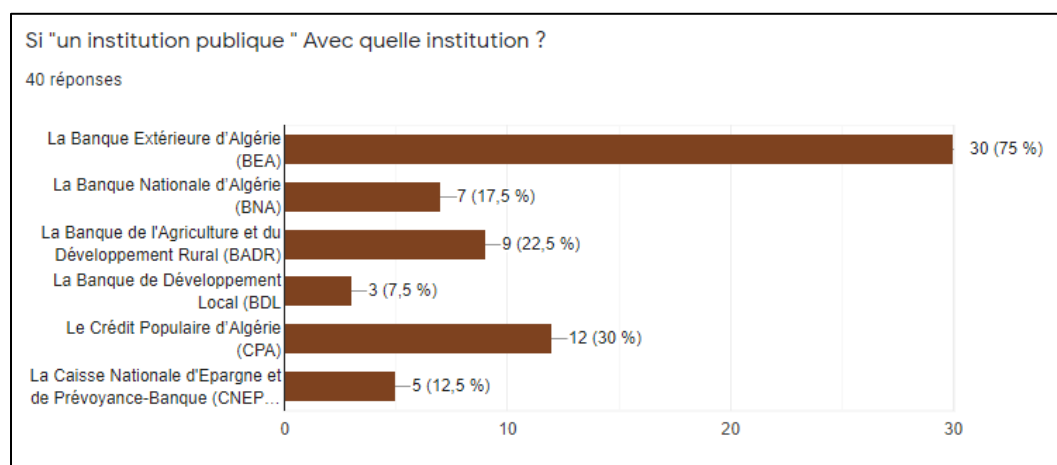
Cette question est une question fermée à choix multiple , le répondant dispose d'un éventail de réponses, il peut choisir plus d'une réponse

Tableau N° 11: les transactions avec le institution publique .

Variabes	Effectifs	pourcentage
La Banque Extérieure d'Algérie (BEA)	30	75%
La Banque Nationale d'Algérie (BNA)	7	17,5%
La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR)	9	22,5%
La Banque de Développement Local (BDL)	3	7,5%
Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA)	12	30%
La Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque (CNEP-Banque)	5	12,5%
Total	40	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°24 : les transactions avec les Banques publiques .



Commentaire :

La majorité des répondants sont des clients de la Banque Extérieure d'Algérie BEA de 75% des réponses ,ils sont suivis par les clients de la Le Crédit Populaire d'Algérie CPA de 30%, Et du degré moindre les client de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural BADR, , La Banque Nationale d'Algérie BNA et La Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque CNEP-Banque La Banque de Développement Local BDL 22,5%,17,5%, 15,5%, 7,5%.

Question 04 : Ça fait combien de temps que vous êtes un client de l'institution ?

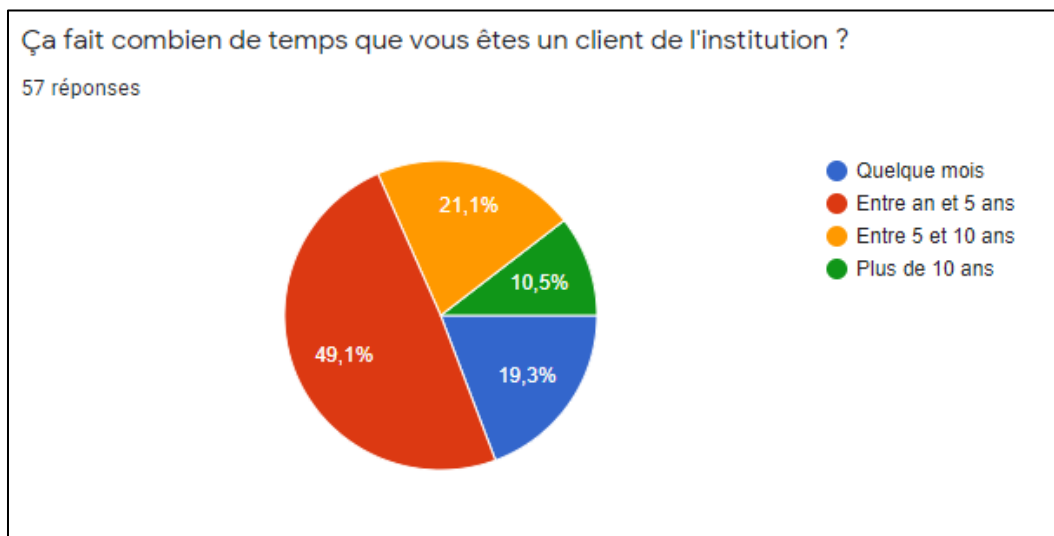
A travers cette question nous s'intéresse sur la période de temps de chaque clients avec des institutions et la BEA

Tableau n°12 : La période de temps de transactions des clients avec les institutions

Variables	Effectifs	Pourcentages
Quelque mois	11	19,3%
Entre an et 5 ans	28	49,1%
Entre 5 et 10 ans	12	21,1%
Plus de 10 ans	6	10,5%
Total	57	100%

Source :élaborer par nos soins

Figure n°25 : La période de temps de transactions des clients avec les institutions.



Commentaire :

A partir ces réponses , nous remarquons 49,1 % sont clientèles des institutions de période plus d'un an .

Question 05 : Quels sont les services auxquels vous avez bénéficié ?

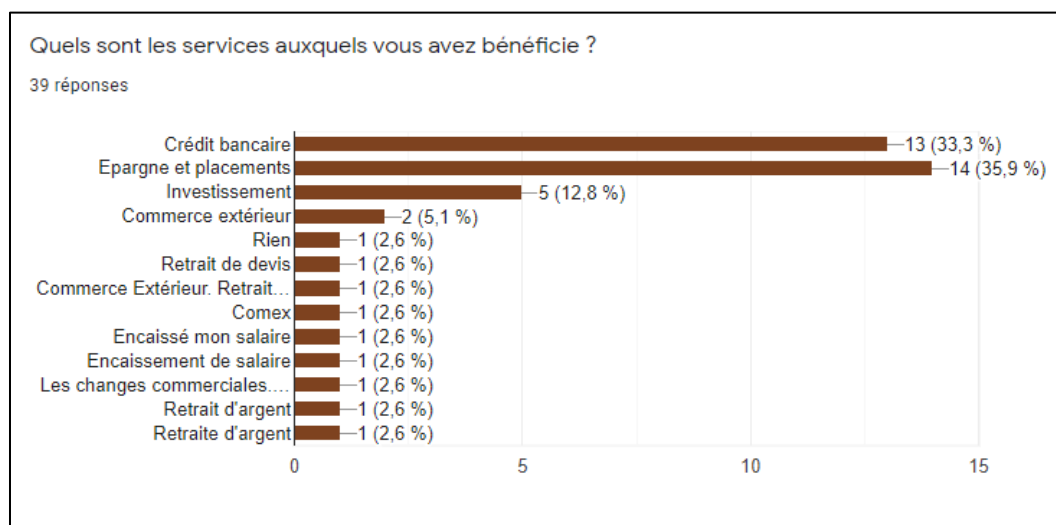
L'objet de cette question est de savoir le services bancaire le plus utilisées par les clients

Tableau N° 13: Les services bancaires utilisées par les clients .

Variabes	Effectifs	pourcentage
Crédit bancaire	12	33,3%
investissement	5	12,8%
Epargne et placement	14	35,9%
Commerce extérieur	4	10,4%
Autre	4	7,6
Total	39	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°26 : Les services bancaires utilisées par les clients .



Commentaire

Les service " Epargne et placements " le plus utilisée de 35,9% et aussi le service " Crédit bancaire" de 33,3 % , et les services " Investissement et Commerce Extérieur "sont utilisées mais de degré moindre .Et existe aussi d'autre services comme retrait d'argent

Question 06 : Connaissez-vous les services électroniques ?

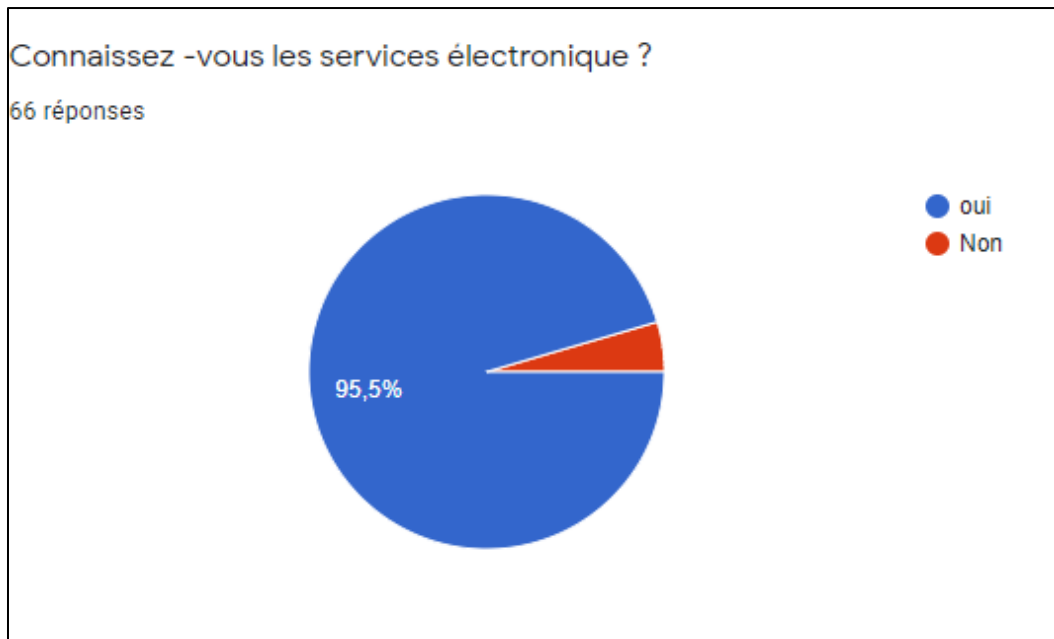
cette question destinée pour savoir s'ils co
nnaissent les services électronique .

Tableau N°14: Répartition de l'échantillon selon la connaissance de services électroniques

Variables	Effectifs	Pourcentage
Oui	63	95,5%
Non	3	4,5%
Total	66	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°27 : Répartition de l'échantillon selon la connaissance de services électroniques



Commentaire :

Le services électronique est connu par tous les individus d'échantillon sauf 3 personnes .

Question 06 : Quel service électronique connaissez-vous ?

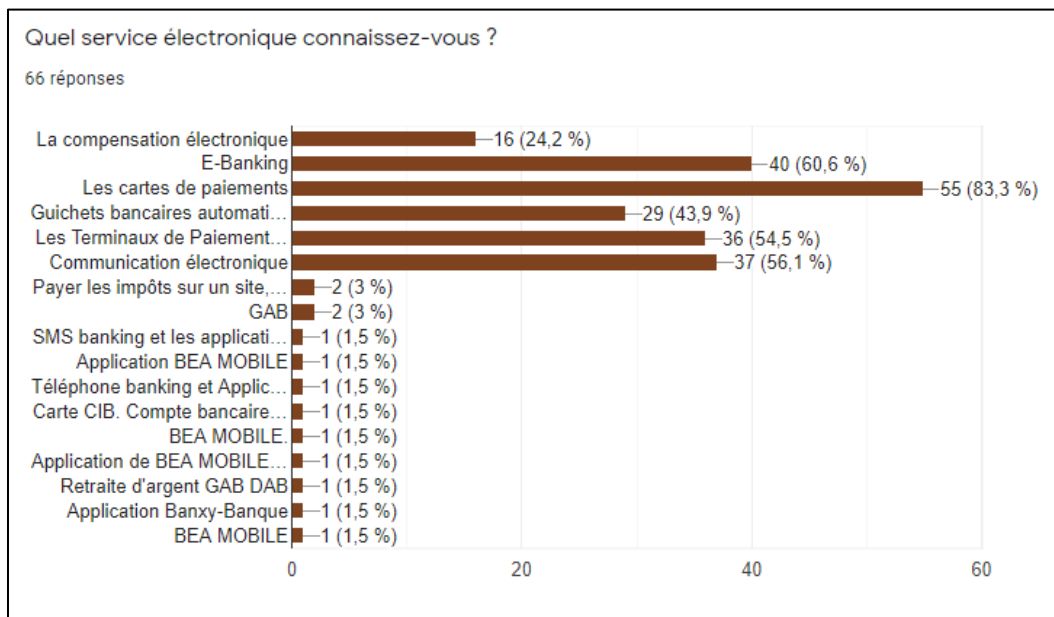
Cette question vise à savoir quels services connus par les individus de l'échantillon , Et est un question fermé à choix multiple, les individus peuvent plus d'une option .

Tableau n° 15: Les services bancaires électroniques connus par les clients .

Variables	Effectifs	pourcentage
La compensation électronique	16	24,2%
E-Banking	40	60,6%
Les cartes de paiements	55	83,3%
Guichets bancaires automatiques (ATM)	29	43,9%
Les Terminaux de Paiement Électronique (TPE)	36	54,5%
Communication électronique	37	65,1%
BEA MOBILE(Application)	6	9%
Total	66	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n° 28: Les services bancaires électroniques connus par les clients .



Commentaire :

Les cartes paiements et E-Banking sont les services le plus connus par notre échantillon ,et les communication électronique, les Guichets Automatiques et la compensation électronique sont des services aussi connus ,et l'application de BEA MOBILE .

Question 07 : Utilisez vous habituellement les services du paiement électronique ?

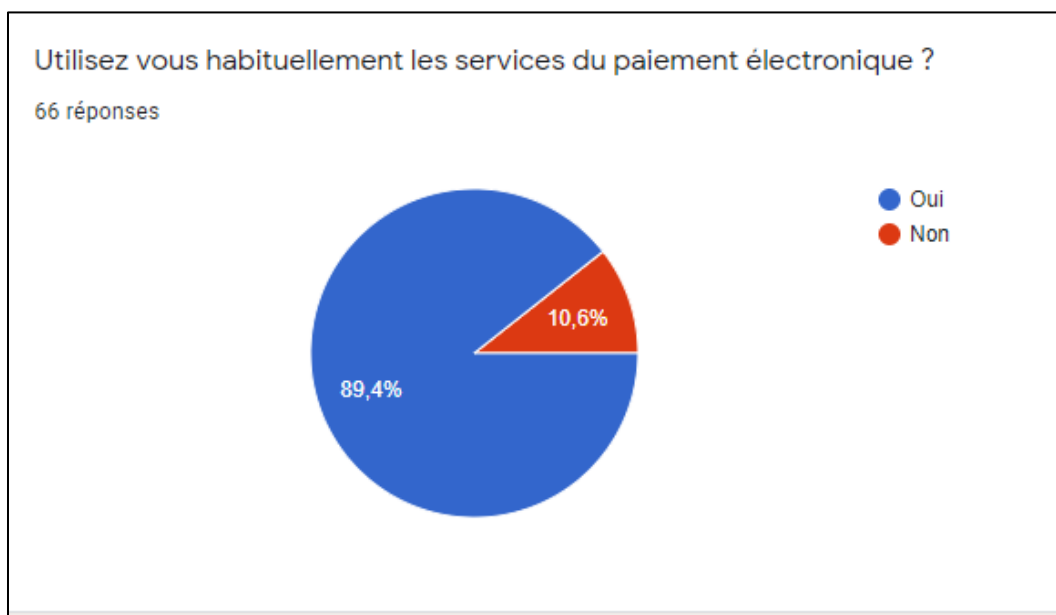
Cette question vise à savoir si notre échantillon utilise les services du e-paiement

Tableau n°16: Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de service e-paiement

Variables	Effectifs	Pourcentage
Oui	63	89,4%
Non	3	10,6%
Total	66	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n° 29: Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de service e-paiement



Commentaire :

La majorité de notre échantillon utilise le service e-paiement .

Question 08 : A quelle période vous avez commencé à utiliser le paiement électronique ?

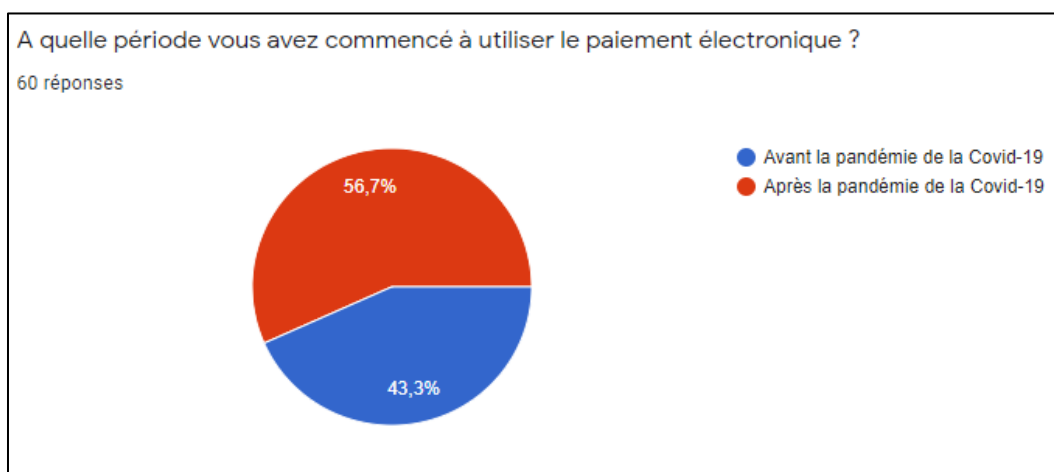
L'objet de cette question est de connaître si notre échantillon a commencé à utiliser les services du e-paiement avant la pandémie de la Covid-19 ou après la pandémie de la Covid-19.

Tableau n°17: Répartition de l'échantillon selon la période de commence à utiliser l'e-paiement

Variabes	Effectifs	Pourcentage
Avant la pandémie de la Covid-19	34	43,3%
Après la pandémie de la Covid-19	26	56,7%
Total	60	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°30: Répartition de l'échantillon selon la période de commence à utiliser l'e-paiement



Commentaire :

Nous remarquons que 56,7% des personnes interrogées ont commencé à utiliser le paiement électronique après la pandémie de la Covid-19 et 43,3% ont commencé avant la pandémie de la Covid-19.

Question n° 9: Avez vous une carte de paiement électronique ?

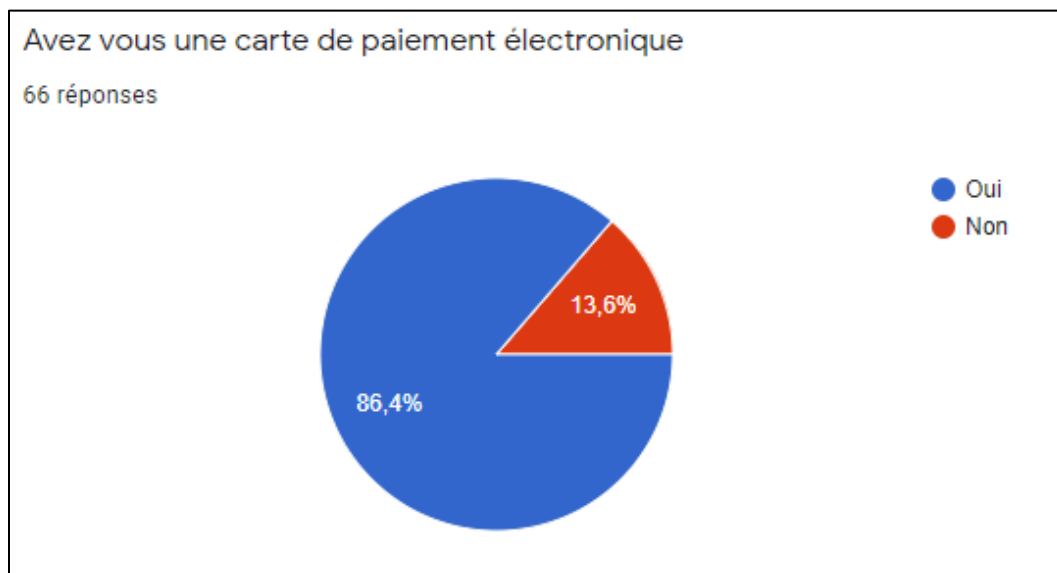
Nous avons tenté avec cette question d'identifier parmi notre échantillon le nombre de personnes qui ont une carte de paiement.

Tableau n°18: Répartition de l'échantillon selon qu'ont un carte de paiement .

Variables	Effectifs	Pourcentage
Oui	57	86,4%
Non	9	13,6%
Total	66	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°31:Répartition de l'échantillon selon qu'ont un carte de paiement .



Commentaire :

Nous remarquons que 86,4% des personnes interrogées possèdent une carte de paiement alors que les 13,6% qui restent n'ont pas de carte .

Question n° 10 : Si "oui" Votre carte fait partie de quelle catégorie ?

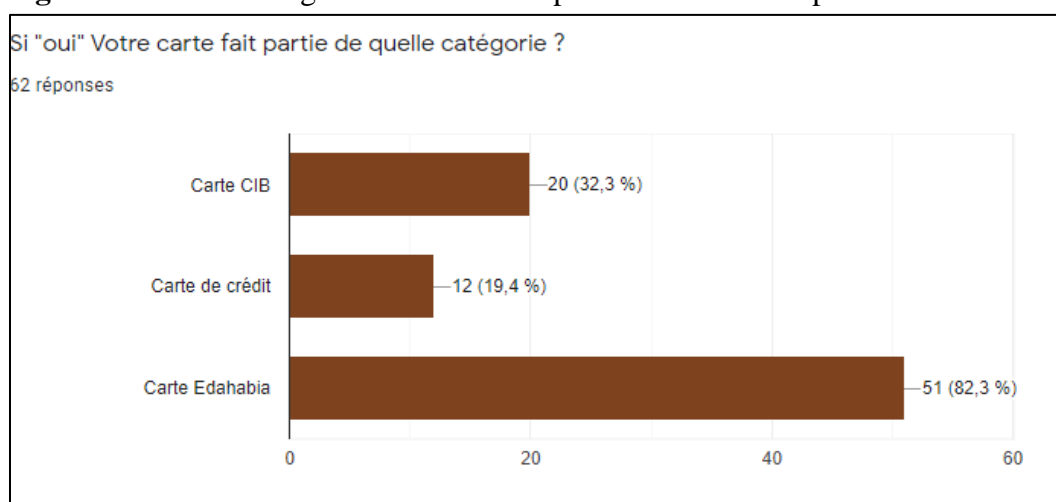
Cette question pour savoir les catégorie des cartes qui sont utilisées par les individus de notre échantillon .

Tableau °19: Les catégorie des cartes de paiements utilisées par les individus .

Variabes	Effectifs	pourcentage
Carte CIB	20	32,3%
Carte de crédit	12	19,4%
Carte Edahabia	51	82,3%
Total	39	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°32 : Les catégorie des cartes de paiements utilisées par les individus .



Commentaire :

Selon les réponses , 82% des réponses sont des clients utilisent la carte EDAHABI et 32,3% qui sont des clients utilisent la carte CIB et 19,4% utilisent les cartes de Crédit .

car le question est un question de choix multiple ,nous pouvons trouver des personnes utilisent trois types de carte ou deux et des personnes utilisent un seul type de carte .

Question n°11 :11 Avez vous un crédit de crédit ?

Tableau n°20: Répartition de l'échantillon selon qu'ont un carte de crédit .

Variables	Effectifs	Pourcentage
Oui	27	40,9%
Non	39	59,1%
Total	66	100%

Source : élaborer par nos soins .

Question n°12 : Si "Oui" quel type est votre carte ?

Tableau n°21: Répartition de l'échantillon selon qu'ont un carte de crédit .

Variables	Effectifs	Pourcentage
MasterCard	13	50%
Visa carte	13	50%
American Express	2	7,7%
Total	26	100%

Source : élaborer par nos soins .

Commentaire

Nous commentons sur le question 11 et 12 à la fois

les cartes de crédit est un carte utilisée par 40,9% des individus de notre échantillon ,et ces individus diviser en trois groupes , des individus utilisent Mastercard et des individus utilisent Visa carte et des autres utilisent American Express .

Question 13 : Dans quelles situations utilisez vous votre carte de paiement ?

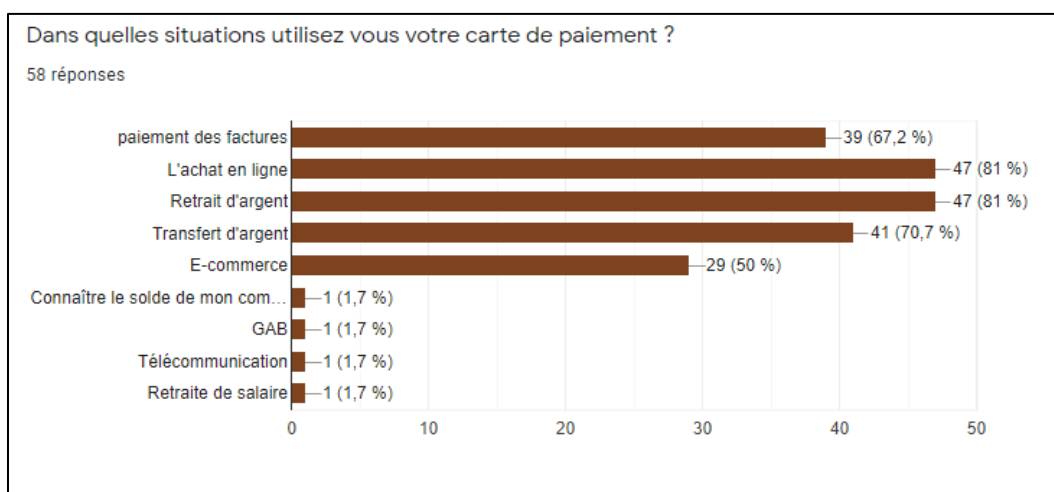
nous voulons connaitre les domaine d'utilisation des cartes de paiements

Tableau n°22: Les domaines de l'utilisation de carte de paiement

Variables	Effectifs	Pourcentage
paiement des factures	39	67,2%
L'achat en ligne	47	81%
Retrait d'argent	47	81%
Transfert d'argent	41	70,7%
E-commerce	29	50%
Autres	4	6,8%
Total	58	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°33 : Les domaines de l'utilisation de carte de paiement



Commenter :

Ils existent plusieurs domaine de l'utilisations de carte de paiement et les individus de notre échantillon ils utilisent les cartes des paiements dans les domaines suivants :

A travers les réponses de notre échantillon nous remarquons « L'achat en linge et Retraite d'argent » les domaines les plus utilisés de pourcentage 81% et « Transfert d'argent et Paiement des factures » » les domaines utilisés de pourcentage 70 et 67%.

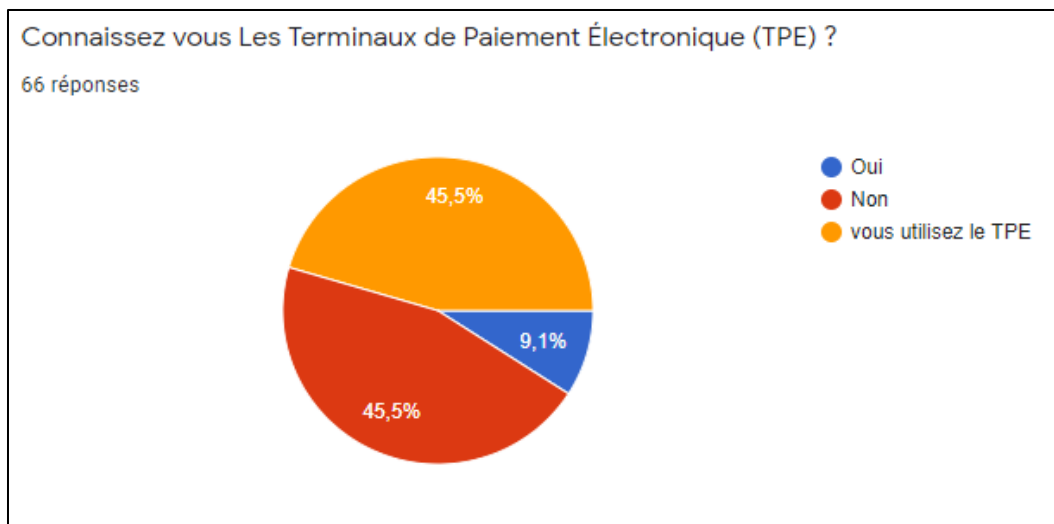
Question 14 : Connaissez vous Les Terminaux de Paiement Électronique (TPE) ?

Tableau n°23: Répartition de l'échantillon selon la Connaissance de le TPE

Variables	Effectifs	Pourcentage
Oui	6	9,1%
Non	30	45,5%
vous utilisez le TPE	30	45,5%
Total	66	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°34 : La répartition de l'échantillon selon la Connaissance de le TPE



Commentaire

Nous remarquons que 45,5% des personnes utilisé les Terminaux de Paiement Electroniques (TPE) pour effectuer des retraits , et les autres 45,5% cannaît pas le TPE et 9,1% restant déclare n'avoir jamais utilisé le TPE

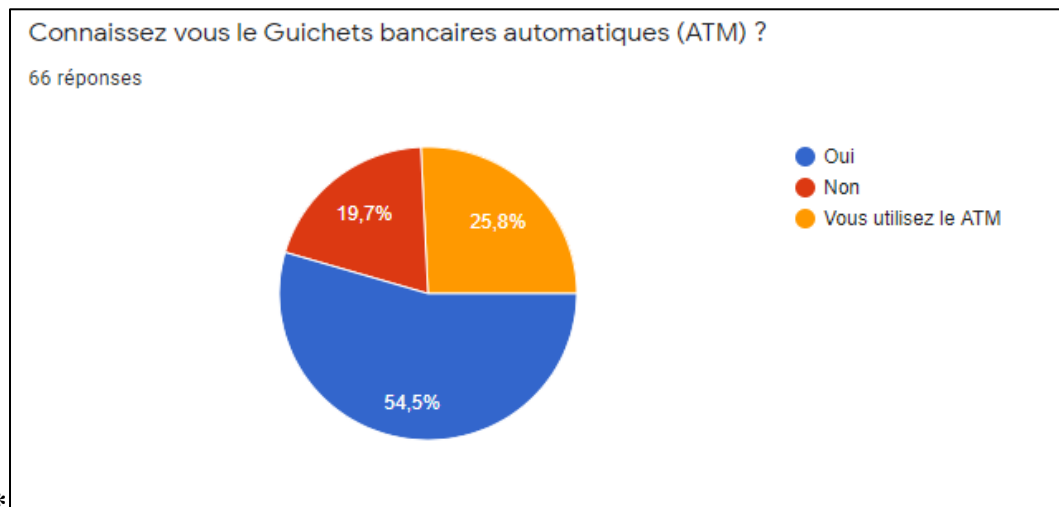
Question 15 : Connaissez vous le Guichets bancaires automatiques (ATM) ?

Tableau n°24: Répartition de l'échantillon selon la connaissance et l'utilisation de ATM

Variables	Effectifs	Pourcentage
Oui	36	54,5%
Non	13	19,7%
vous utilisez le ATM	17	25,8%
Total	66	100%

Source : élaborer par nos soins .

Figure n°35: Répartition de l'échantillon selon la connaissance et l'utilisation de ATM



Question 16 : Quel est votre avis sur la qualité de service bancaire électronique en Algérie ?

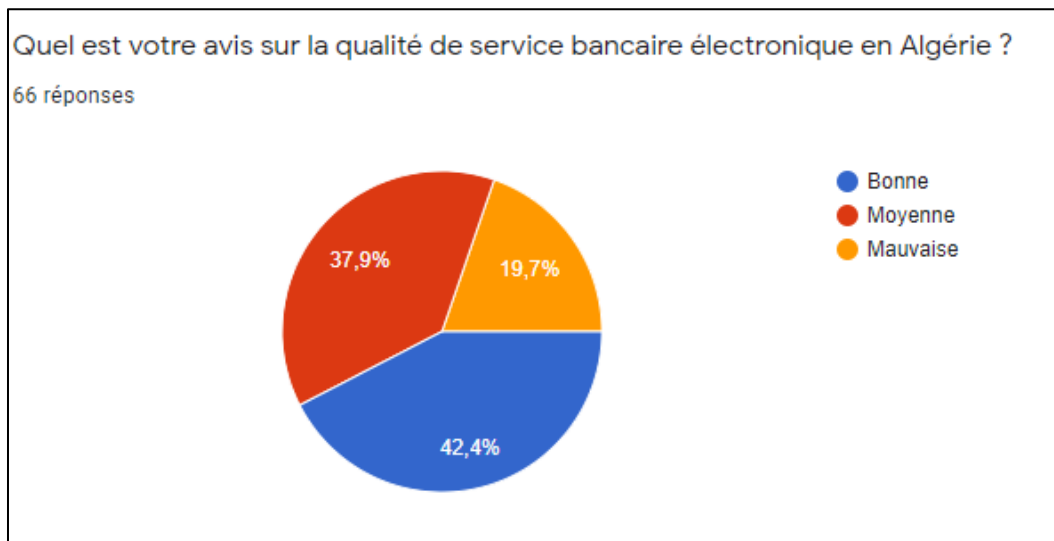
L'objectif de cette question est de savoir les opinions sur la qualité de service bancaire électronique en Algérie

Tableau n°25: les opinions sur la qualité de service bancaire électronique en Algérie

Variables	Effectifs	Pourcentage
Bonne	28	42,4%
Moyenne	25	37,9%
Mauvaise	13	19,7%
Total	66	100%

Source : élaborer par nos soins

Figure n° 36: les opinions sur la qualité de service bancaire électronique en Algérie

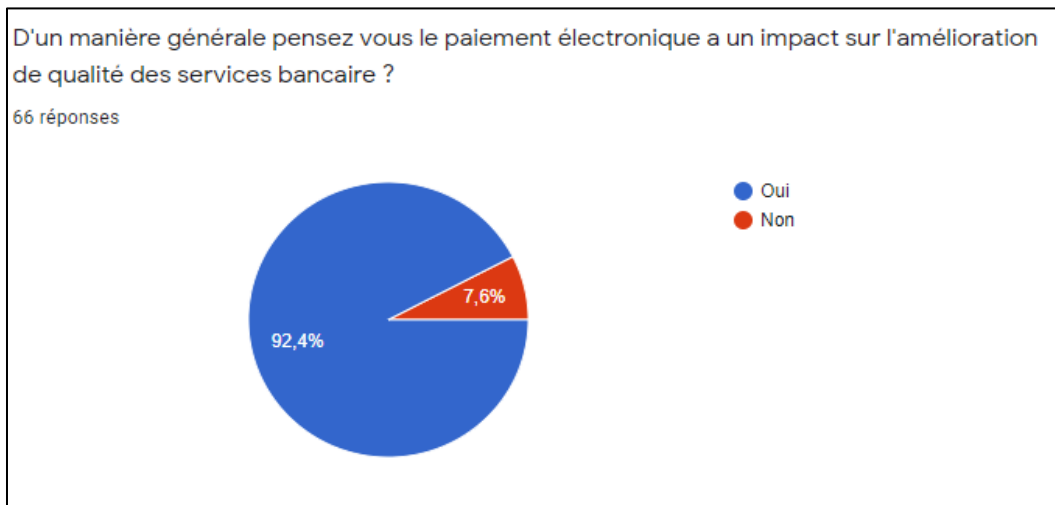


Commentaire :

A travers les reponses ,Nous remarquons que seulement 42,4% repondent « Bonne » c'est- à-dire la qualité de service bancaire électronique en Algérie est de bonne qualité, 37,9% et19,7% répondent « Moyenne etMouvaise », la majorité de notre échantillon n'ont pas des bonnes opinions sur la qualité de service bancaire électronique en Algérie

Question n°17 : D'un manière générale pensez vous le paiement électronique a un impact sur l'amélioration de qualité des services bancaire ?

Figure n°37 : Répartition de l'échantillon selon leur connaissance de la pensée si l'e-paiement a un impact sur l'amélioration de qualité des services bancaire

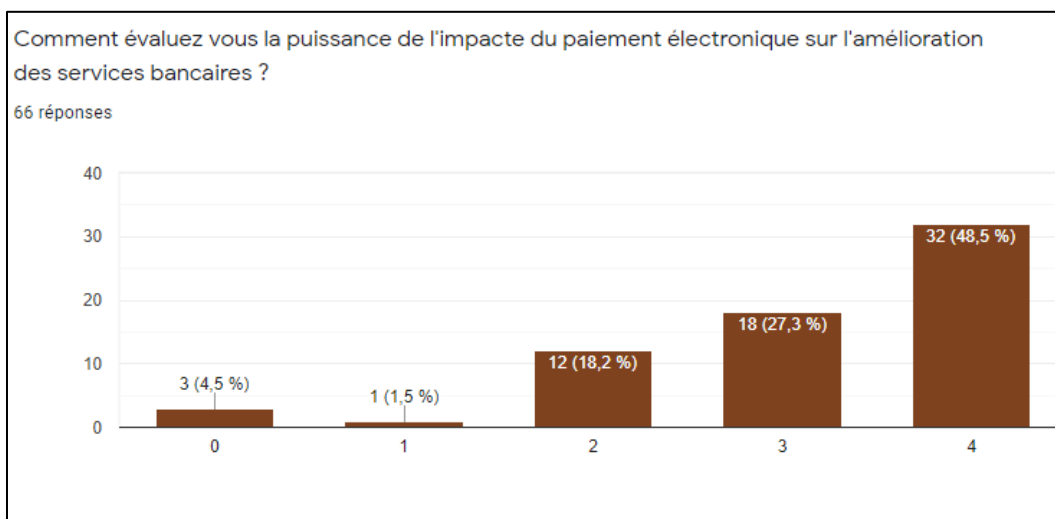


Commentaire :

Selon les réponses ,L'e- paiement a un impact sur l'amélioration de qualité des services bancaires car 92,4 repondent par Oui .

Question n°18 : Comment évaluez vous la puissance de l'impacte du paiement électronique sur l'amélioration des services bancaires ?

Figure n°38 : la puissance de l'impacte du paiement électronique sur l'amélioration des services bancaires .

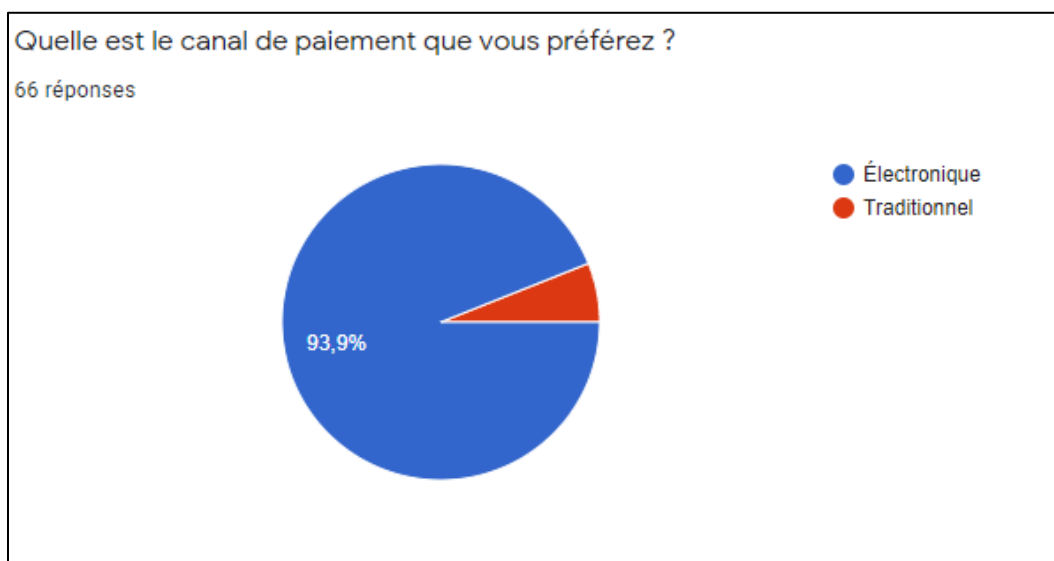


Commentaire :

Nous constatons 48,5% des personnes interrogées ont évalué la puissance de l'impacte du paiement électronique sur l'amélioration des services bancaires est très fort

***Question n°19 : Quelle est le canal de paiement que vous préférez ?**

Figure n°39 : le canal de paiement le plus préféré .



Commentaire

les personnes préférant le paiement électronique ,
Pour 6,1% des personnes qu'ils préfèrent le paiement traditionnel.

II. Exploitation et analyse des résultats de sondage :

A. Synthèse des résultats et recommandations :

Nous pouvons conclure qu'à travers l'analyse des résultats obtenus lors de notre sondage, que notre principal objectif est atteint ; à savoir les moyens du paiement électronique et les services bancaires et l'effet du e-paiement sur l'amélioration des services bancaires et les avis des clients de BEA et les utilisateurs su e-paiement en Algérie .

A cet effet, nous avons élaboré le résumé général des résultats comme suit :

- Pour notre enquête, nous nous sommes basés sur les personnes utilisateurs du e-paiement en BEA et en Algérie , soit 100% de notre échantillon .
- Nous constatons après cette étude que la notion du paiement électronique est bien cernée chez les interrogés, ainsi près de 50% des personnes interrogées ont répondu que cela signifie les services électronique .

- Pour ce qui est de le service bancaire électronique , nous constatons que beaucoup de clients interrogés sont des client de BEA et la EDAHABIA c'est la carte le plus
- Ils existent plusieurs domaine de l'utilisations de carte de paiement et les individus de notre échantillon .
- la puissance de l'impacte du paiement électronique sur l'amélioration des services bancaires .
- les opinions des personnes interrogées sur la qualité de service bancaire électronique en Algérie .
- le canal de paiement le plus préféré .

B. Recommandations :

Nous remarquons que l'utilisations des moyens du paiement électronique est important ,surtout les derniers années , et la majorité des personnes interrogées commencé à utiliser le paiement électronique après la pandémie de la Covid-19,

Et aussi nous constatons que l'évolution de transations des clients avec les institutions financières et La Banque Extérieure d'Algérie BEA augmente chaque année surtout après la pandémie de la Covid-19 .

le paiement électronique paiement a un impact sur l'amélioration de qaulité des services bancaires car le paiement en linge facilité de paiement dans les trancations financières

Les moyenes de paiement utilisées en La Banque Extérieure d'Algérie BEA :

- Les catres de crédits Mstercard et Amrican Express et la carte CIB
- E-Banking
- La compensation électronique
- Les Terminaux de Paiement Électronique (TPE)
- Guichets bancaires automatiques (ATM)
- Communication électronique
- BEA MOBII
- E (Application)

Conclusion

Conclusion:

En fin on peut dire que le monde bancaire a connu une grande évolution et modernisation grâce à ces nouvelles moyens de paiement, qui lui ont permis une meilleure qualité de service pour clientèle.

Les dernières années, la modernisation des services de paiement en Algérie en tant que composant importante d'amélioration des services bancaires, il s'agit de favoriser le développement des instruments de paiement électronique notamment les cartes bancaires et la communication électronique le virement

A travers notre modeste étude que nous menons, soulignant le rôle du paiement électronique dans le Niveau du service bancaire en Algérie, Notamment en la banque extérieure d'Algérie BEA qui fait l'objet de notre recherche.

Nous avons donc abouti aux résultats suivants :

- ✚ La majorité des clients interrogés sont prêts à adopter l'e-paiement. Néanmoins, lorsque nous analysons le nombre de Carte Edahabia en circulation, nous nous apercevons que leur nombre est relativement fort ;
- ✚ Les services susceptibles d'intéresser les clients sont en premier lieu le service paiement des factures ainsi que pour L'achat en ligne ;

Pour conclure nous pouvons avancer que les hypothèses de départ à savoir :
H1 : Les moyennes de paiement électronique peuvent contribuer au développement des transactions bancaires et accélérer la transition vers le commerce électronique .

H2 : Le paiement électronique peut faciliter les transactions financières dans BEA et en Algérie .

Ont été bien confirmées et par conséquent cela permet de répondre à la problématique de départ. Ce qui nous a permis d'avoir une vision plus précise sur les perspectives d'adoption d'e-paiement en faveur du développement de services bancaires.

De ce fait, on peut donc nous confirmer la première hypothèse selon laquelle Le paiement électronique a joué un rôle dans l'amélioration de service bancaire .

on peut aussi confirmer la deuxième hypothèse car **Le paiement électronique facilite les transactions financières dans Banque Extérieure d'Algérie et en Algérie .**

Pour conclure et répondre à notre problématique le paiement électronique joue un rôle important dans l'amélioration de qualité de services bancaires.

Bibliographie

Ouvrage :

- Binninger, Anne-Sophie la distribution Organisation et acteurs - Développement d'une stratégie d'enseigne - Marketing du point de vente - E-commerce et cross-canal, GualinoPublication, 2013
- C. Dragon & autres, les moyens de paiement, Edition Banque, 1997, p 25
- ISAAC (H) et VOLLE (P) : E-commerce de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle, 3ème édition, Pearson, France, 2013*
- VANTET Christophe, La Monétique : les transactions bancaires, IR3, Paris, 2008, page 4 , consulté le 30/05/2021

Travaux universitaires :

- Radia Tekili · L'impact de introduction des TIC sur les innovations financières de la banque <http://www.univ-bejaia.dz>

Articles et revues :

- Alphonse Christian IVINZA LEPAPA,P18, Avril 2018. publié sur www.bookelis.com
- Bouyala (R) : les paiements à l'heure de l'Europe et de l'e-/m-paiement, RB édition 2 édition, Paris, 2013, p.55.
- DOMINIQUE, Ramburre. « Les systèmes de paiement » Edition Economica, 2005, page 12.
- HASHEM Sherif Moustafa et SERHROUCHNI Ahmed, La monnaie électronique : Systèmes de paiement sécurisé, 1999.
- Khadidja (N) Haoues (S) , PAIEMENT ELECTRONIQUE : MECANISMES ET CARACTERISTIQUES , Revue d'Economie et de Statistique Appliquée.
- Piedelièvre, Stéphane : Instruments de paiement et de crédit, DallozPublication,24/08/2016, p 39
- Refafa Brahim ; La monétique en Algérie, développement et perspectives, P6 , Date d'acceptation: 01/12/2020
- SOUACI(R)&SELLAMI(M) : Les nouveaux moyens de paiement, Revue D' Etudes juridiques et Economiques,N°01. Année 2021,p321.
- VANTET Christophe, La Monétique : les transactions bancaires, IR3, Paris, 2008, page 4 www.marche-public.fr , consulté le 30/05/2021 .

webographie

<http://mooc.politechnicart.net/ecommerce/problemes-lies-au-e-commerce> , consulté 11/06/2021

<http://mooc.politechnicart.net/ecommerce/problemes-lies-au-e-commerce>

<https://actu-ecommerce.fr/quels-sont-les-avantages-et-les-inconvenients-du-e-commerce>

<https://edcarte.poste.dz/fr/terms.html>

<https://giemonetique.dz/activites/interbancaire-monetique> , consulté :10/05/2021.

<https://giemonetique.dz/activites/promotion>

<https://giemonetique.dz/activites/regulation> ,consulté :10/05/2021.

<https://giemonetique.dz/activites/securite>

<https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet> , consulté :10/05/2021
<https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet>

<https://giemonetique.dz/qui-sommes-nous/gie-monetique>
<https://particuliers.societegenerale.dz>

<https://particuliers.societegenerale.fr>

<https://wendkunibank.bf/votre-banque/dispositif-multicanal/sms-banking>
<https://www.algerie-eco.com/2020/04/11/coronavirus-en-algerie-forte-hausse-des-transactions-via-internet>
https://www.alhurra.com/?_gl=1*1ohuqrk*_ga*MWpQMVN6X1VDQ3hzT1BVcms5eTJGSDNZRnNkU3doRTBsdXcycUstzcz4Qkh0Mk9VbTluUXNuNmoxMkEycDdjcg

<https://www.bitakati.dz/fr/page/decouvrir-la-carte-cib-p2>

<https://www.boursedescredits.com/lexique-definition-terminal-paiement-electronique-tpe-4278.php>
<https://www.budgetbanque.fr/banque/prelevement-bancaire-definition>

<https://www.capitaine-banque.com/actualite-banque/prelevement-bancaire>
<https://www.capital.fr/economie-politique/distribution-une-eclosion-incessante-d-idees-neuves-517474>

<https://www.cartedecredit.be/pourquoi-une-carte-de-credit>

<https://www.lafinancepourtous.com/pratique/credit/credit-a-la-consommation/qu-est-ce-que-le-credit-a-la-consommation>

<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/Mon%C3%A9tique/52201> , consulté le 30/05/2021
https://www.memoireonline.com/10/12/6330/m_E-commerce-au-Maroc-realites-et-perspectives3.html

<https://www.satim.dz/fr/la-satim/qui-sommes-nous.html> , consulté :15/05/2021.
<https://www.satim.dz/fr/services-cib/carte-cib.html>
www.marche-public.fr

www.oecd.org

Annexes

Annexe n°1 : Questionnaire

Le rôle du paiement électronique dans la mise à niveau des services bancaires

Dans le cadre de l'élaboration d'un mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention d'un diplôme de master en sciences commerciales, option affaires internationales, à l'école des Hautes Etudes Commerciales "EHEC Alger", dont l'objectif principal est traiter le thème "Le rôle du paiement électronique dans la mise à niveau des services bancaires".

je vous prie de bien nous accorder quelques minutes de votre temps

***Obligatoire**

1. vous êtes ?

Une seule réponse possible.

Femme

Homme

2. Quelle est votre tranche d'âge ?

Une seule réponse possible.

Entre de 18 et 30 ans

Entre 30 et 40 ans

Plus de 40 ans

3. Quel est votre niveau d'éducation ?

Une seule réponse possible.

Lycée

Université

Autre : _____

4. Quel est votre statut socioprofessionnel ?

Une seule réponse possible.

- Etudiant
- Employé
- Sans emploi
- Retraité
- Autre : _____

5. Quelle est votre tranche salariale ? *

Une seule réponse possible.

- Moins de 25000 DA
- Entre 25000 et 45000 DA
- Entre 45000 et 65000 DA
- Entre 65000 et 100000 DA
- Plus de 100000 DA

6. Réalisez vous habituellement des transactions avec une institution financière ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

7. Si "non" pourquoi ?

Une seule réponse possible.

- Problème d'argent
- Problème de qualité de services et conditions applicables
- Autre : _____

8. Si "oui" Avec quelle institution ?

Plusieurs réponses possibles.

- Algérie Poste
- Banque Publique
- banque Privée
- banque Étrangère

9. Si "un institution publique " Avec quelle institution ?

Plusieurs réponses possibles.

- La Banque Extérieure d'Algérie (BEA)
- La Banque Nationale d'Algérie (BNA)
- La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR)
- La Banque de Développement Local (BDL)
- Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA)
- La Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque (CNEP-Banque)

10. Ça fait combien de temps que vous êtes un client de l'institution ?

Une seule réponse possible.

- Quelque mois
- Entre an et 5 ans
- Entre 5 et 10 ans
- Plus de 10 ans

11. Quels sont les services auxquels vous avez bénéficié ?

Plusieurs réponses possibles.

- Crédit bancaire
- Epargne et placements
- Investissement

Autre : _____

12. Connaissez -vous les services électronique ? *

Une seule réponse possible.

oui

Non

13. Quel service électronique connaissez-vous ? *

Plusieurs réponses possibles.

La compensation électronique

E-Banking

Les cartes de paiements

Guichets bancaires automatiques (ATM)

Les Terminaux de Paiement Électronique (TPE)

Communication électronique

Autre : _____

14. Utilisez vous habituellement les services du paiement électronique ? *

Une seule réponse possible.

Oui

Non

15. A quelle période vous avez commencé à utiliser le paiement électronique ?

Une seule réponse possible.

Avant la pandémie de la Covid-19

Après la pandémie de la Covid-19

16. Avez vous une carte de paiement électronique ? *

Une seule réponse possible.

Oui

Non

17. Si "oui" Votre carte fait partie de quelle catégorie ?

Plusieurs réponses possibles.

Carte CIB

Carte de crédit

Carte Edahabia

Autre : _____

18. Avez vous une carte de crédit *

Une seule réponse possible.

Oui

Non

19. Si "Oui" quel type est votre carte ?

Plusieurs réponses possibles.

MasterCard

Visa card

Ammerican Express

Autre : _____

20. Dans quelles situations utilisez vous votre carte de paiement ?

Plusieurs réponses possibles.

paiement des factures

L'achat en ligne

Retrait d'argent

Transfert d'argent

E-commerce

Autre : _____

21. Connaissez vous Les Terminaux de Paiement Électronique (TPE) ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- vous utilisez le TPE

22. Connaissez vous le Guichets bancaires automatiques (ATM) ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non
- Vous utilisez le ATM

23. Quel est votre avis sur la qualité de service bancaire électronique en Algérie ? *

Une seule réponse possible.

- Bonne
- Moyenne
- Mauvaise

24. D'un manière générale pensez vous le paiement électronique a un impact sur l'amélioration de qualité des services bancaire ? *

Une seule réponse possible.

- Oui
- Non

25. Comment évaluez vous la puissance de l'impacte du paiement électronique sur l'amélioration des services bancaires ? *

Une seule réponse possible.

	0	1	2	3	4	
Faible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Forté

26. Quelle est le canal de paiement que vous préférez ? *

Une seule réponse possible.

Électronique

Traditionnel

Table des matières

Résumé

Dédicaces

Remerciements

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des Figure

Sommaire

Introduction générale	2
Chapitre 01 : Généralité sur l'e- commerce et l'e paiement	5
Section 01 : Le commerce à l'ère numérique	6
Les fondements du e-commerce.....	6
Les formes du commerce électronique.....	10
Section 02 : avantages et limites du e-commerce	13
Les avantages et les inconvénients du commerce électronique.....	13
Les limites du e-commerce	15
Section 03 :Généralité sur l'e-paiement	17
Aperçu générale sur la monétique.....	17
Vision générale le paiement électronique	22
Chapitre 02 : L'e-paiement en Algérie et son impact sur services bancaire	31
Section 1: Le paiement électronique en Algérie	31
Présentation de la monétique et domaine interbancaire	31
Les moyens de paiement électroniques en Algérie.....	41
Section 2 : Les services bancaires en Algérie.	49
Les services bancaires classique.....	49
Les Services Bancaires Électroniques.....	53
Chapitre 03 : Analyse de l'impact d'utilisation de paiement en ligne sur promotion du service bancaire	59
Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil	
Présentation de la banque extérieure d'Algérie« BEA »	60
Présentation de l'organisme d'accueil (BEA de Djelfa).....	61
Section 2 : présentation de la méthodologie de l'enquête terrain	67
Présentation de l'étude.....	67
Méthodologie de recherche	68
Section 3 : Exploitation et analyse des résultats de l'enquête	71
Les caractéristiques de l'échantillon.....	71
Présentation des résultats de l'enquête.....	71
Exploitation et analyse des résultats de sondage.....	94
Conclusion	97
Bibliographie	
Annexes	
Table des matières	