

# École Des Hautes Études Commerciales



Mémoire de Fin de Cycle en Vue de l'Obtention du Diplôme de  
Master en Sciences Commerciales

Option : Commerce International

Thème :

Analyse des effets de la digitalisation  
sur les services bancaires  
internationaux.

**Cas : Fransabank Algérie**

Élaboré par :

*M<sup>me</sup>* **METREF Lyna**

*M<sup>me</sup>* **LABOU Dalia**

Encadré par :

Dr. Zaza ELANDALOUSSI

*Maître de Conférence « B »  
Au niveau de l'École des Hautes  
Études Commerciales*

**12<sup>e</sup> promotion  
Juin 2025**



# École Des Hautes Études Commerciales



Mémoire de Fin de Cycle en Vue de l'Obtention du Diplôme de  
Master en Sciences Commerciales

Option : Commerce International

Thème :

Analyse des effets de la digitalisation  
sur les services bancaires  
internationaux.

**Cas : Fransabank Algérie**

Élaboré par :

*M<sup>me</sup>* **METREF Lyna**

*M<sup>me</sup>* **LABOU Dalia**

Encadré par :

Dr . Zaza ELANDALOUSSI

*Maître de Conférence « B »  
Au niveau de l'École des Hautes  
Études Commerciales*

**12<sup>e</sup> promotion  
Juin 2025**

## **Résumé**

La digitalisation transforme en profondeur les services bancaires internationaux , poussant les établissements à repenser leurs pratiques .L'étude menée au sein de Fransabank Algérie vise à évaluer l'impact concret de cette transition numérique sur l'efficacité des opérations , la qualité du service et la relation client .

Une méthodologie mixte a été mobilisée : une revue documentaire pour poser le cadre théorique et des entretiens semi-directifs avec les cadres de la banque pour recueillir des données de terrain .

Les résultats montrent une amélioration nette de la rapidité et de la traçabilité des opérations grâce à des outils comme SWIFT et des plateformes automatisées .Toutefois ,certaines démarches restent physiques et l'offre internationale demeure incomplète , limitant l'effet sur la fidélisation .La digitalisation progresse , mais reste freinée par des contraintes structurelles et règlementaires .

### **Mots-clés :**

Digitalisation bancaire -Services bancaires internationaux -Fransabank Algérie-Transformation numérique

## **Abstract**

The ongoing digital transformation is reshaping international banking services and compelling financial institutions to modernize their operations. This study explores the impact of digitalization on international banking services through a case study of Fransabank Algeria, highlighting how digital tools are integrated and how they affect performance and customer interaction.

A mixed-method approach was used, combining a theoretical literature review with qualitative fieldwork through semi-structured interviews with bank employees. This allowed for an in-depth understanding of the practical implications of digital transformation within a specific institutional context.

Findings indicate that digitalization has improved transaction speed, reliability, and traceability, particularly through tools like SWIFT systems and automated platforms. However, certain procedures still require physical presence, and the limited availability of international banking products restricts long-term customer loyalty. Digitalization is underway, yet it faces regulatory and structural constraints that must be addressed for broader, more sustainable implementation

**Keywords:** Banking digitalization – International banking services – Fransabank Algeria – Digital transformation

## ملخص

في ظل التحول الرقمي الذي يشهده القطاع المالي عالمياً، تسعى المؤسسات المصرفية إلى تحديث نماذجها التشغيلية لتلبية متطلبات العصر الرقمي. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الرقمنة على الخدمات المصرفية الدولية من خلال دراسة حالة بنك فرنسبنك الجزائر، باعتباره نموذجاً لمؤسسة مالية تعمل في بيئة اقتصادية في طور التحول.

اعتمد البحث على منهجية مزدوجة تمزج بين الدراسة النظرية المبنية على مراجعة الأدبيات الأكاديمية والتقارير المتخصصة، والدراسة الميدانية المعتمدة على مقابلات شبه موجهة مع مسؤولي البنك. هذا التوجه سمح بفهم عميق لتجربة البنك في تنفيذ التحول الرقمي وأثاره المباشرة على خدماته الدولية.

كشفت النتائج أن الرقمنة ساهمت في تحسين سرعة تنفيذ العمليات وتعزيز موثوقيتها، خاصة من خلال استخدام أدوات مثل نظام SWIFT ومنصات المعالجة الآلية. ومع ذلك، لا تزال بعض الإجراءات تتطلب الحضور المادي، كما أن نقص بعض المنتجات الدولية مثل بطاقات الدفع العالمية يحد من فعالية الرقمنة في بناء ولاء الزبائن. وعليه، يظهر أن التحول الرقمي قد انطلق فعلياً داخل البنك، لكنه ما يزال يواجه تحديات تنظيمية وتكنولوجية تتطلب استراتيجيات دعم وتطوير شاملة.

## **الكلمات المفتاحية:**

الرقمنة المصرفية – الخدمات المصرفية الدولية – فرنسبنك الجزائر – التحول الرقمي

## **Dédicaces**

À mon cher papa **Merzek** et à ma chère maman **Ourida**,

Merci pour votre amour inconditionnel, vos encouragements silencieux, et votre présence à chaque étape. Ce mémoire est aussi le vôtre. Je vous aime profondément.

À mon frère **Aghiles** et à ma sœur **Nesrine**,

Merci pour les blagues, les conseils, et même les silences rassurants, vous avez été mon équilibre dans ce tourbillon de stress. Je vous adore.

À mon binôme **Dalia**,

Merci pour ton soutien, ta patience, nos discussions tardives et parfois nos crises de nerfs. On a commencé ensemble, on termine ensemble. On l'a fait.

À mes amis,

Pour leur soutien moral, leur bienveillance et les moments de partage qui ont égayé ce chemin parfois semé d'embûches.

**Lyna METREF**

## *Dédicaces*

Je dédie ce mémoire à

À mon cher papa **Madjid** et à ma chère maman **Samira**,

Qui ont toujours été là, malgré les difficultés financières. Sans leur courage et leur soutien, je ne serais jamais arrivée jusqu'ici.

À mon binôme **Lyna**,

Avec qui j'ai travaillé dur, parfois dans la fatigue, parfois dans le doute, mais toujours avec respect et entraide.

À mes frères **Aghiles** et **Ismail** et ma sœur **Thanina**,

Qui m'ont portée avec leurs encouragements, mais quand je n'étais pas disponible.

À mes amis,

Qui m'ont soutenue moralement quand le stress, la pression, et les réalités de la vie étudiante pesaient trop.

Ce travail n'a pas été facile. Il s'est fait avec peu de moyens, beaucoup de volonté, et surtout avec des gens vrais autour de moi.

Merci à vous.

*Dalia LABOU*

## **Remerciements**

Nous tenons à exprimer notre sincère gratitude à toutes les personnes qui ont contribué, de près ou de loin, à la réalisation de ce mémoire.

Nous remercions tout particulièrement notre encadrant universitaire, madame **ELANDALOUSSI ZAZA**, pour son accompagnement constant, sa disponibilité et ses conseils éclairés tout au long de ce travail. Sa rigueur scientifique, ses orientations méthodologiques et son soutien indéfectible ont été essentiels à la construction et à l'approfondissement de notre réflexion. Nous lui adressons nos plus vifs remerciements pour l'attention qu'il a portée à notre projet et pour l'encouragement constant qui nous a permis de surmonter les difficultés rencontrées durant ce parcours.

Nous adressons également nos remerciements à l'ensemble du corps enseignant de **L'École des Hautes Études Commerciales**, pour la qualité de l'enseignement dispensé tout au long de notre parcours universitaire, ainsi que pour leur engagement dans la formation des étudiants.

Nos remerciements s'étendent également à **Bouchra AFAFSA et à AMEL MEDANE** pour l'opportunité qui nous a été offerte d'enrichir nos connaissances au sein de **FRANSABANK EL DJAZAIR**, ainsi que pour les échanges professionnels constructifs qui ont nourri notre travail.

Enfin, nous tenons à remercier chaleureusement nos camarades pour leur esprit d'entraide, leurs encouragements et les moments de partage vécus ensemble durant ce projet.

## *Liste des tableaux*

<b>Tableau</b>	<b>Titre</b>	<b>Page</b>
N°2- 1	Les technologies pour le paiement transfrontalier	44
N°2- 2	Positionnement de l'Algérie par rapport au reste du monde dans les technologies digitales en 2025	59
N°3- 1	Présentation des produits et services de Fransabank	56
N°3- 2	Analyse SWOT de Fransabank el Djazair	68
N°3- 3	AXE 1 Perception et mise en œuvre de la digitalisation au sein de Fransabank Algérie	72
N°3- 4	AXE 2 Impact de la digitalisation sur les services bancaires internationaux	73
N°3- 5	AXE 3 Effets sur la relation client et la performance bancaire	73
N°3- 6	Résumé des constats clés par axe	74
N°3- 7	Codification	75
N°3- 8	Thématisation	75
N°3- 9	Synthèse des liens entre thématiques et hypothèses	76

## Liste des Figures

<b>Figures</b>	<b>Titre</b>	<b>Page</b>
N°1- 1	Distinction entre analogique, digital et numérique	9
N°1- 2	Illustration des enjeux de la transformation digitale	12
N°2- 1	Le fonctionnement des lettres de crédit	46
N°2- 2	Le fonctionnement des lettres de garantie directe	47
N°2- 3	Le fonctionnement des lettres de garantie indirecte	48
N°3- 1	Actionnariat de Fransabank S.A.L	54
N°3- 2	Organigramme de Fransabank	57
N°3- 3	Connexion à la plateforme E-Banking	59
N°3- 4	Services du e-banking	60
N°3- 5	L'accès à l'espace public de Bank-In-App	62
N°3- 6	L'accès à l'espace authentifié de Bank-In-App	63
N°3- 7	Les fonctionnalités de Bank-In-App	63
N°3- 8	Différents services de Bank-In-App	64
N°3- 9	Connexion à la plateforme de pré-domiciliation	65
N°3- 10	Introduction du nouvelle demande de pré-domiciliation	66
N°3- 11	Avis de rejet pour complément d'information	66

**Liste des abréviations, sigles et symboles**

<b>TIC</b>	Technologies de l'information et de communication
<b>PC</b>	Personnel Computer (ordinateur personnel)
<b>SNCF</b>	Société nationale des chemins de fer français
<b>DAB</b>	Distributeur automatique de billets
<b>ING</b>	Internationale Nederlanden Greop (banque néerlandaise)
<b>5V</b>	Volume, Valeur, Variété, Véracité, Vélacité ( 5 caractéristiques du Big Data)
<b>TV</b>	Télévision
<b>ATM</b>	automated Teller machine
<b>GAB</b>	Guichet automatique bancaire
<b>RIB</b>	Relevé d'identité bancaire
<b>PIN</b>	personal identification number
<b>NFC</b>	Near-Field communication
<b>SMS</b>	Short message service
<b>CRM</b>	customer relationship management
<b>IA</b>	intelligence artificielle
<b>RPA</b>	robotic process automation
<b>AML</b>	Anti-money laundering
<b>RGPD</b>	Règlement général sur la protection des données
<b>FEM</b>	Forum économique mondial
<b>4G</b>	4ème génération
<b>PSP</b>	Prestataires de services de paiement
<b>ARPCÉ</b>	Autorité de régulation de la poste et des communications électroniques
<b>BNA</b>	Banque nationale d'Algérie
<b>BDL</b>	Banque de développement local
<b>IOS</b>	Iphone operating system
<b>CNEP</b>	Caisse nationale d'épargne et de prévoyance
<b>BADR</b>	Banque de l'agriculture et du développement durable
<b>SEO</b>	Search Engine Optimization
<b>EADN</b>	Entreprise d'appui au développement numérique
<b>PME</b>	Petite et moyenne entreprise
<b>RTP</b>	Real-Time Payment
<b>SEPA</b>	Single euro Payments Area
<b>API</b>	Application programming Interface
<b>CBDC</b>	Central Bank Digital Currency
<b>B2B</b>	Business to Business
<b>B2C</b>	Business to Consumer
<b>ERP</b>	Entreprise resource planning
<b>TMS</b>	Transport Management System

<b>WMS</b>	Warehouse Managment system
<b>IAD</b>	Intelligent Application Development
<b>SAL</b>	Société Anonyme Libanaise
<b>DEG</b>	Deutsche Investitions-und Entwicklungsgesellschaft
<b>PDF</b>	Portable document format
<b>SWOT</b>	Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats
<b>SWIFT</b>	Society for worldwide interbank financial telecommunication
<b>BNP</b>	Banque nationale de Paris
<b>Comex</b>	Commerce extérieure
<b>LCB/FT</b>	Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme
<b>H1/2/3</b>	Hypothèse 1, Hypothèse 2, Hypothèse 3

## Sommaire

<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE .....</b>	<b>1</b>
<b>CHAPITRE 01 : Cadre Conceptuel de la Digitalisation Bancaire .....</b>	<b>5</b>
1. Section 01 : Clarification conceptuelle de la digitalisation bancaire .....	7
2. Section 02 : Technologies numériques au service de la transformation bancaire	14
3. Section 03 : Impacts de la digitalisation bancaire .....	21
<b>CHAPITRE 02 : Digitalisation et Services Bancaires Internationaux.....</b>	<b>26</b>
1. Section01 : Aperçu de la digitalisation bancaire en Algérie .....	28
2. Section02 : Les enjeux spécifiques des banques algériennes face à la digitalisation	36
3. Section03 : Les services bancaires internationaux et la digitalisation .....	42
<b>CHAPITRE 03 : Étude de cas-Fransabank Algérie et les effets de la digitalisation sur ses services bancaires.....</b>	<b>51</b>
1. Section01 : Présentation institutionnelle de Fransabank.....	53
2. Section 02 : État des lieux de la digitalisation des services bancaires chez Fransabank.....	58
3. Section 3 : Analyse des effets de la digitalisation .....	70
<b>CONCLUSION GÉNÉRALE.....</b>	<b>81</b>

# **INTRODUCTION GÉNÉRALE**

## Introduction générale

La transformation numérique est aujourd'hui au cœur des mutations économiques mondiales. Dans un contexte de mondialisation des marchés, d'interconnexion des économies et de montée en puissance des technologies numériques, les institutions financières sont confrontées à une nécessité impérieuse : celle de repenser leurs modèles traditionnels et de s'adapter aux nouvelles exigences d'un environnement digitalisé. Le secteur bancaire, historiquement marqué par des procédures lourdes, des structures hiérarchisées et un rapport direct avec la clientèle, connaît une profonde révolution induite par la digitalisation.

Le choix de ce thème s'explique par son lien direct avec notre spécialité en commerce international, ainsi que par son originalité et son actualité, au regard des transformations profondes que connaît aujourd'hui le secteur bancaire.

La digitalisation bancaire, entendue comme l'intégration des technologies numériques dans l'ensemble des processus bancaires, redéfinit non seulement les services proposés, mais aussi la relation client, les canaux de communication, les modes d'accès aux services financiers et les structures organisationnelles internes. Elle touche aussi bien les services bancaires de détail que les opérations à l'échelle internationale, en facilitant les transferts de fonds, la gestion des comptes à distance, le financement du commerce extérieur ou encore les opérations de change. Ce phénomène est d'autant plus crucial dans les pays en voie de développement comme l'Algérie, où les attentes en matière de modernisation du système bancaire sont fortes, tant du côté des usagers que des institutions.

Dans ce cadre, certaines banques, publiques comme privées, ont entamé des démarches concrètes de digitalisation. C'est le cas de **Fransabank Algérie**, une banque privée d'origine libanaise implantée dans le paysage bancaire algérien. L'institution s'est engagée dans une dynamique de modernisation et d'amélioration de ses services, notamment en matière de services bancaires internationaux, grâce à l'intégration progressive d'outils numériques et à l'adoption de nouveaux canaux de communication.

La présente étude s'intéresse à l'impact de la digitalisation sur les services bancaires internationaux, en prenant **Fransabank Algérie** comme cas d'étude. Elle vise à répondre à la question centrale suivante :

**Quels sont les effets de la digitalisation sur les services bancaires internationaux de Fransabank Algérie ?**

Cette problématique soulève plusieurs interrogations complémentaires qui permettent d'approfondir l'analyse :

1. Pourquoi les banques doivent-elles se mettre au digital ?

2. Quel est le rôle des supports de communication digitaux dans les services bancaires nationaux et internationaux ?
3. La digitalisation permet-elle d'éliminer complètement les démarches physiques dans les services bancaires ?

Afin de cerner les différents aspects de cette problématique, ce mémoire s'appuie sur les hypothèses suivantes :

- **H1** : La digitalisation permet à Fransabank Algérie d'améliorer l'efficacité et la rapidité des services bancaires, qu'ils soient nationaux ou internationaux.
- **H2** : Les nouveaux supports de communication numériques contribuent à attirer et à fidéliser la clientèle.
- **H3** : La digitalisation permet une dématérialisation quasi totale des démarches bancaires, rendant les déplacements en agence physique obsolètes.

L'objectif principal de ce travail est d'analyser les effets concrets de la digitalisation sur les services bancaires internationaux, à travers une étude de cas appliquée à Fransabank Algérie. Les objectifs spécifiques sont les suivants :

- Comprendre le processus de digitalisation bancaire et ses implications dans un contexte internationalisé ;
- Étudier les technologies et outils numériques mobilisés par Fransabank ;
- Évaluer les effets de la digitalisation sur l'efficacité, la qualité de service et la relation client, notamment dans les opérations bancaires internationales ;
- Appréhender les perceptions internes des acteurs bancaires impliqués dans cette transformation.

Ce mémoire adopte une **démarche méthodologique mixte**, articulée en deux volets :

- **Une approche documentaire** pour construire le cadre théorique et conceptuel de la recherche. Elle s'appuie sur des sources académiques (articles scientifiques, ouvrages spécialisés) ainsi que des documents professionnels (rapports d'expertise, publications d'institutions financières, etc.).
- **Une approche qualitative**, mobilisant des **entretiens semi-directifs** réalisés auprès de cadres et agents de Fransabank Algérie. Cette méthode vise à recueillir des données riches, ancrées dans la pratique, afin de mieux comprendre les effets concrets de la digitalisation dans un contexte spécifique.

Le présent travail est structuré en trois chapitres :

Le premier chapitre intitulé **cadre conceptuel de la digitalisation bancaire**, pose les fondements théoriques de l'étude en définissant les concepts clés liés à la digitalisation bancaire, en analysant les technologies numériques concernées, et en examinant les enjeux et les impacts de cette transformation sur le secteur bancaire.

Le second chapitre désigné sous le nom de **digitalisation et services bancaires internationaux**, présente l'état de la digitalisation bancaire en Algérie, les défis propres aux banques locales, ainsi que les effets spécifiques de la digitalisation sur les services bancaires internationaux.

Enfin le troisième chapitre ayant pour titre **Étude de cas – Fransabank Algérie et les effets de la digitalisation sur ses services bancaires**, présente Fransabank, décrit les initiatives digitales mises en œuvre, analyse les résultats des entretiens qualitatifs et discute des effets de la digitalisation sur ses services bancaires internationaux.

L'étude ainsi engagée revêt une importance particulière, dans la mesure où elle permet de mieux appréhender les mutations du secteur bancaire algérien à l'heure du numérique, tout en offrant un éclairage original sur les leviers de performance et de compétitivité dans les services bancaires à l'international. Elle s'inscrit ainsi dans une double perspective : **théorique**, en contribuant à la réflexion académique sur la transformation digitale, et **pratique**, en proposant une analyse de terrain utile aux décideurs bancaires et aux acteurs du commerce international.

**CHAPITRE 01 : Cadre  
Conceptuel de la Digitalisation  
Bancaire**

## **Introduction du chapitre 01**

Dans un contexte mondial en perpétuelle mutation, la digitalisation s'impose comme un vecteur de transformation majeur, impactant tant la vie quotidienne des individus que les stratégies adoptées par les organisations. Le secteur bancaire, en particulier, n'échappe pas à cette dynamique : il est profondément influencé par les avancées technologiques qui redéfinissent les modes d'interaction entre les institutions financières et leur clientèle.

Ce premier chapitre s'organise autour de trois sections complémentaires. La première est consacrée à la clarification des notions clés relatives à la digitalisation et à la transformation digitale, en mettant en lumière les différences sémantiques et conceptuelles entre les termes « numérique » et « digital », ainsi qu'à l'introduction de la notion de digitalisation bancaire. La deuxième section s'attarde sur les principales innovations technologiques ayant un impact direct sur le secteur bancaire, telles que le *Big Data*, la *blockchain* et le *cloud computing*. Enfin, la troisième section examine les principaux défis que soulève cette transition numérique, notamment en matière de sécurité, de régulation et d'adaptation organisationnelle.

## **1. Section 01 : Clarification conceptuelle de la digitalisation bancaire**

Cette première section a pour objectif de poser les fondements conceptuels indispensables à la compréhension du phénomène de digitalisation bancaire. Dans un premier temps, elle propose une distinction claire entre les notions de numérique et de digital, souvent utilisées de manière interchangeable dans le discours courant. Dans un second temps, elle s'intéresse à la définition et à la portée de la digitalisation appliquée spécifiquement au secteur bancaire.

### **1.1. Clarification conceptuelle : entre numérique et digital**

#### **1.1.1. Le concept de numérique : définitions et portée**

Le terme « numérique » est un mot polysémique qui peut être employé à la fois comme nom et comme adjectif, selon les contextes. Le *Dictionnaire Larousse* définit le numérique comme :

« La représentation d'informations ou de grandeurs physiques au moyen de caractères, tels que des chiffres, ou au moyen de signaux à valeurs discrètes. Cela se dit des systèmes, dispositifs ou procédés employant ce mode de représentation discrète, par opposition à l'analogique » (*Dictionnaire Larousse*).

Didier Dubasque propose une définition plus globale et opérationnelle du numérique, le considérant comme :

« L'ensemble des technologies qui utilisent le langage binaire pour classer, traiter et diffuser des données. Cela inclut les interfaces, les smartphones, les tablettes, les ordinateurs, les téléviseurs, ainsi que les réseaux qui transportent ces données. Le numérique englobe donc les outils, les contenus et les usages associés » <sup>1</sup> (*Didier Dubasque*).

Cette approche met en évidence la transversalité du numérique, qui dépasse les simples dispositifs technologiques pour englober les pratiques, les contenus et les interactions rendues possibles par ces technologies.

#### **1.1.2. Le concept de digital : origines et évolutions**

Le terme « digital » renvoie à un univers technologique en constante évolution, fondé sur des outils issus des dernières avancées telles qu'Internet, les médias sociaux, ou encore les technologies mobiles. Il s'agit d'un domaine multidisciplinaire qui transforme en profondeur

---

<sup>1</sup>Didier Dubasque, « Comprendre et maîtriser les excès de la société numérique », 1<sup>ère</sup> édition, Paris, France, 2017, p.17.

les secteurs de la communication, du marketing, de la stratégie d'entreprise, et bien d'autres encore, en instaurant une nouvelle culture centrée sur l'interconnexion et l'instantanéité.

Le digital repose essentiellement sur les technologies de l'information et de la communication (TIC), mais interagit également avec d'autres innovations majeures telles que l'intelligence artificielle, la robotique, l'impression 3D ou le cloud computing. Son développement s'est articulé autour de quatre grandes vagues technologiques : l'émergence du PC, la généralisation d'Internet, la montée en puissance des réseaux sociaux, et enfin l'essor de l'informatique mobile.<sup>1</sup> Ces évolutions ont rendu les outils digitaux toujours plus performants, accessibles et intégrés au quotidien des usagers.

### 1.1.3. Approche comparative : numérique vs digital

Dans un contexte où la digitalisation occupe une place centrale dans les processus de modernisation, les termes « numérique » et « digital » sont souvent employés de manière indifférenciée. Pourtant, une distinction s'impose sur les plans technique et sémantique.

Le **numérique** renvoie principalement au traitement de l'information sous forme codée, souvent en binaire, et concerne les infrastructures techniques et logiques permettant la circulation et le traitement des données. Il s'agit donc d'un concept davantage lié à l'architecture des systèmes et des réseaux d'information.

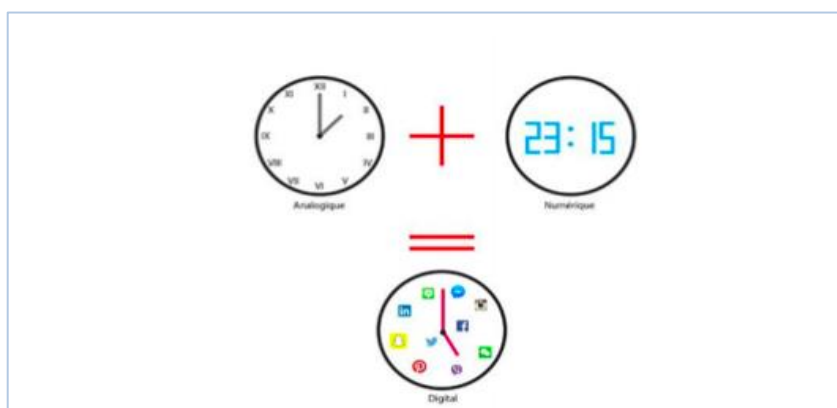
Le **digital**, quant à lui, fait référence à l'utilisation concrète et appliquée de ces technologies dans les sphères sociales, économiques et culturelles. Il évoque ainsi les usages innovants, les interfaces interactives, les stratégies digitales des entreprises, ou encore le marketing numérique.

Pour illustrer cette distinction (Voir la figure ci-après), considérons l'exemple d'un utilisateur naviguant sur les réseaux sociaux via son smartphone. L'expérience vécue par l'utilisateur – l'interaction avec l'interface, la consultation des contenus – relève du **digital**. En revanche, les protocoles de transmission de données, les algorithmes et les infrastructures qui permettent cette interaction sont du domaine **numérique**.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Rochas et Audrey, "Maîtriser le digital selon 10 axes incontournables", édition médicilline, Paris, France, 2018, p.13.

<sup>2</sup> Rochas et Audrey, Ibid., 2018, p.14.

**Figure N°1- 1: Distinction entre analogique, digital et numérique**

**Source :** Rochas et Audrey, “**Maitriser le digital selon 10 axes incontournables**”, édition médicilline, Paris, France, 2018, p : 16.

La figure ci-dessus illustre de manière claire la distinction entre les notions d’analogique , de digital et de numérique à travers l’exemple de l’horloge . L’horloge analogique représente l’affichage traditionnel à aiguilles , tandis que l’horloge numérique montre une lecture directe de l’heure sous forme chiffrée (23 :15) . L’horloge dite « digitale » combine ces deux dimensions , en intégrant des éléments d’information et d’interprétation plus complexes . Cette représentation met en évidence les évolutions technologiques dans la manière de transmettre et de percevoir l’information .

## **1.2. Transformation Digitale**

La transformation digitale désigne un processus global de changement où les technologies numériques sont intégrées dans toutes les dimensions d’une organisation. Il ne s’agit pas simplement d’adopter de nouveaux outils technologiques, mais d’adopter une véritable culture de l’innovation et du progrès technique. Ce processus doit être mis en œuvre à tous les niveaux de l’organisation, afin d’améliorer son fonctionnement interne et sa manière d’interagir avec ses clients. Dans ce contexte, la transformation digitale s’avère essentielle pour permettre à l’organisation de rester compétitive dans un environnement en constante évolution.

### **1.2.1. Définition de la Transformation Digitale**

La révolution numérique est le moteur qui dynamise les organisations modernes en encourageant l’innovation et le progrès technique. Cette révolution entraîne des changements profonds et visibles, tels que la création de nouveaux produits, services, ainsi que l’apparition de nouvelles méthodes de travail et de production. Ces transformations ne se limitent pas à des

innovations techniques, mais redéfinissent la manière dont les entreprises et les institutions fonctionnent au quotidien.

Selon Riemer, Gilchrist, Brunk et Gal, la transformation digitale englobe tous les changements provoqués par les nouvelles technologies numériques. Ces changements affectent directement le modèle économique d'une organisation, modifiant sa manière de penser, de concevoir ses processus et de collaborer avec son environnement.

D'un point de vue sociétal, le professeur et académicien français Michel Serres a décrit la digitalisation comme étant une "troisième révolution anthropologique majeure", soulignant l'impact profond que cette transformation a sur la société dans son ensemble. En effet, cette révolution numérique n'est pas uniquement technologique, elle transforme la manière dont nous vivons, travaillons et interagissons.

### **1.2.2.      Processus et Étapes de la Transformation Digitale**

Pour réussir sa transition numérique, une entreprise doit suivre un processus structuré, bien défini et cohérent. Ce processus ne se limite pas à l'adoption de technologies, mais nécessite une réflexion stratégique globale, centrée sur l'intégration du numérique dans la vision et la stratégie à long terme de l'organisation.

Les dirigeants doivent donc définir une vision stratégique du numérique et l'intégrer pleinement dans la stratégie globale de l'entreprise. Cette vision doit être claire, partagée et alignée avec les objectifs organisationnels pour garantir une transformation réussie. Il s'agit également de former les collaborateurs afin qu'ils comprennent les enjeux du numérique et adhèrent plus facilement aux changements en cours. La formation permet non seulement d'améliorer la compréhension des outils numériques, mais aussi de renforcer la collaboration interne et de stimuler la créativité collective.

Cette transformation entraîne souvent une réorganisation interne des processus et des ajustements dans les rôles et compétences des employés. Il devient essentiel de mettre en avant les expertises spécifiques de chaque collaborateur tout en favorisant le partage des connaissances. Cela renforcera la dynamique collective et stimulera l'innovation au sein de l'organisation.

De plus, l'expérience client doit rester au cœur de la transformation digitale. Comprendre les attentes des consommateurs et proposer des solutions personnalisées permet à l'entreprise de se différencier sur un marché de plus en plus compétitif. L'exploitation des données clients est un levier fondamental pour améliorer la prise de décision et anticiper les évolutions du marché.

Il est également crucial pour l'entreprise de rester flexible. À mesure que les résultats se concrétisent et que le secteur évolue, l'entreprise doit ajuster ses choix stratégiques en fonction de ces nouveaux apprentissages et des tendances émergentes.<sup>1</sup>

En intégrant ces différentes étapes, l'entreprise pourra maximiser ses chances de réussir sa transformation digitale, assurant ainsi sa pérennité dans un environnement en constante mutation.

### 1.2.3. Enjeux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire

La digitalisation du secteur bancaire est un phénomène en pleine expansion, entraînant une profonde transformation des pratiques et des services. La dématérialisation des services change la manière dont les clients interagissent avec leurs institutions financières, redéfinissant ainsi leur expérience. Par exemple, dans certaines entreprises comme la **SNCF**, les visiteurs ne sont plus confrontés à un comptoir, mais sont accueillis directement par des agents munis de tablettes, ce qui permet d'optimiser l'accueil et de renforcer le sentiment de personnalisation du service. Ce changement est représentatif de la manière dont la digitalisation peut offrir une valeur ajoutée, non seulement en termes de gain de temps, mais aussi sur le plan relationnel et de l'expertise.

Au-delà de l'accueil, le numérique permet de repenser et d'optimiser l'ensemble de la chaîne de valeur des organisations bancaires. L'intégration des outils digitaux facilite l'amélioration des processus, la réduction des coûts, et l'ajout de nouveaux services, contribuant ainsi à améliorer l'expérience client. Par exemple, grâce à l'analyse des données transactionnelles, les institutions bancaires peuvent mieux comprendre les habitudes de consommation de leurs clients et leur proposer des recommandations plus ciblées et personnalisées.

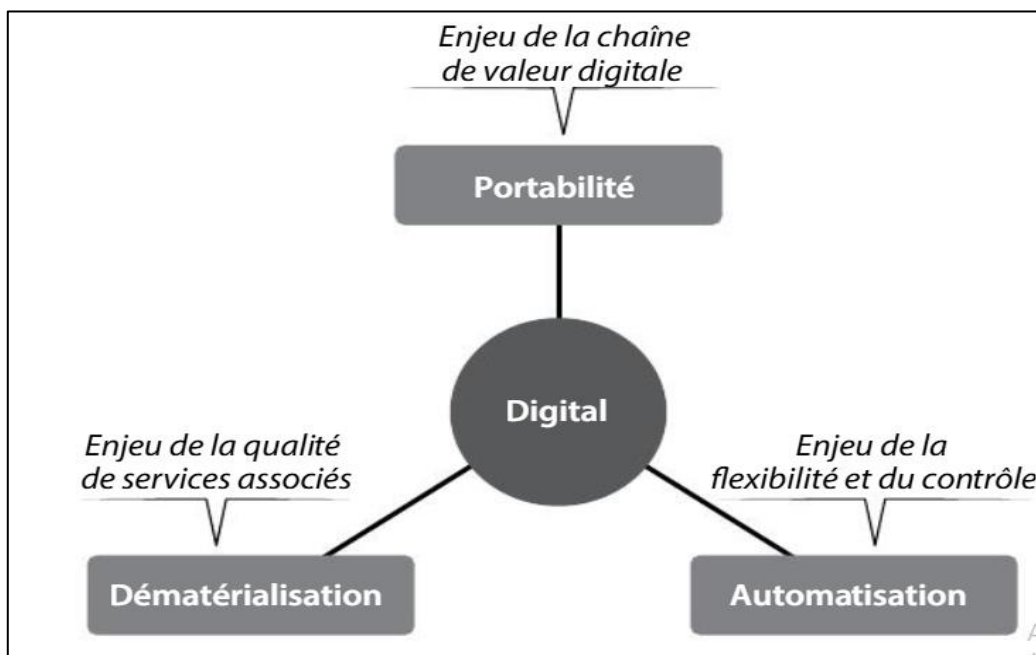
L'automatisation des processus bancaires permet d'améliorer l'efficacité des services tout en réduisant les erreurs humaines. L'intégration de contrôles rigoureux empêche les fraudes, comme celles liées à la création de comptes multiples dans des systèmes mal sécurisés, tout en offrant une plus grande souplesse dans la gestion des opérations. En résumé, la transformation digitale dans le secteur bancaire ne se limite pas à la simple modernisation des outils. Elle transforme profondément les méthodes de gestion, la relation client et la manière dont les entreprises bancaires fonctionnent à tous les niveaux.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Vincent Dutot , Charles Perez , “100 Fiches pour comprendre le digital”, , 2eme édition, Paris, France, 2023, p.01.

<sup>2</sup>Houalière , Sébastien Lange et AlexndraAutissier ,David , “Penser digitale”, Edition Eyrolles, Paris, France, Novembre 2017, p.38.

Figure N°1- 2: Illustration des enjeux de la transformation digitale



Source : Houlière, Sébastien Lange et Alexandra Autissier et David, « **Penser digitale** », Edition Eyrolles, Paris, France, Novembre 2017.

Cette figure met en lumière les principaux enjeux de la transformation digitale, articulés autour de la portabilité, de la dématérialisation et de l'automatisation. Chaque axe reflète une exigence concrète : améliorer la qualité des services, renforcer la flexibilité et assurer la continuité de la chaîne de valeur numérique.

### **1.3.Évolution de la Digitalisation dans le Secteur Bancaire**

Le secteur bancaire a connu de profondes évolutions au fil des années, et l'un des phénomènes les plus marquants est sans aucun doute celui de la digitalisation. Cette transformation implique un changement significatif dans les interactions entre les banques et leurs clients. En effet, les clients doivent désormais s'adapter à de nouvelles méthodes pour accéder aux services bancaires, et un certain temps d'adaptation est parfois nécessaire. Afin de faciliter cette transition, il est crucial que les banques accompagnent leurs clients dans cette démarche de digitalisation, en simplifiant l'accès aux services et en veillant à la fluidité de leurs expériences en ligne.

#### **1.3.1. Définition de la Digitalisation Bancaire**

La digitalisation bancaire, parfois appelée banque digitale, englobe l'ensemble des services bancaires qui peuvent être accessibles via des plateformes numériques, éliminant ainsi la nécessité de se déplacer en agence. Ce phénomène repose sur l'adoption des technologies

numériques pour permettre aux clients d'effectuer leurs opérations bancaires en ligne, que ce soit via des sites internet, des applications mobiles, ou d'autres canaux digitaux. La digitalisation facilite ainsi l'accès aux services bancaires à tout moment et de n'importe où, offrant une flexibilité accrue tant pour les clients que pour les institutions financières.

### **1.3.2. Historique de la Digitalisation dans les Services Bancaires**

La digitalisation dans le secteur bancaire a progressé de manière graduelle, transformant en profondeur la manière dont les banques fonctionnent et répondent aux attentes des clients. Voici les grandes étapes de cette évolution :

- **Des débuts marqués par l'électronique (années 1970 – 1990) :**

L'informatisation des banques débute dans les années 1970, avec l'introduction des distributeurs automatiques de billets (DAB) et des premiers services bancaires électroniques. Ce fut une étape préliminaire, qui a permis d'automatiser certaines tâches, réduisant ainsi les coûts et améliorant l'efficacité des services. Dans les années 1990, l'émergence d'Internet a permis aux banques de proposer des services de base en ligne, tels que la consultation des comptes et la gestion des virements.

- **L'essor du numérique et des banques en ligne (années 2000) :**

Au début des années 2000, l'Internet s'est largement démocratisé, et cela a radicalement changé le secteur bancaire. Les banques traditionnelles ont commencé à développer leurs services en ligne, permettant aux clients de réaliser des transactions à distance. Parallèlement, les banques dites "pure players", comme ING Direct et Boursorama, ont émergé, proposant une alternative sans agences physiques et un service bancaire entièrement digitalisé.

- **La révolution mobile et l'ère de tout-digital (années 2010) :**

L'arrivée des smartphones a marqué une nouvelle étape dans la transformation numérique du secteur bancaire. Les applications bancaires sont devenues incontournables, permettant aux clients de gérer leurs finances à tout moment, où qu'ils se trouvent. Les fintechs et néobanques ont pris une place importante, en offrant des services bancaires plus flexibles, personnalisés et souvent à moindre coût, défiant ainsi les modèles traditionnels des banques.

- **L'ère de la banque connectée et des nouvelles technologies (2020 et au-delà) :**

Aujourd'hui, des technologies comme l'intelligence artificielle, la blockchain et les paiements instantanés redéfinissent les pratiques bancaires. Les agences bancaires ferment progressivement, laissant place à un modèle hybride qui combine l'expérience physique et

numérique. La digitalisation bancaire devient ainsi un levier stratégique essentiel pour le développement et la pérennité du secteur à l'avenir. <sup>1</sup>

### 1.3.3. Objectifs de la Digitalisation Bancaire

La digitalisation bancaire a pour objectif principal d'améliorer l'expérience client, en rendant les services plus fluides, accessibles en temps réel et personnalisés. Grâce aux applications mobiles, aux chabots et aux conseillers virtuels, les banques répondent aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée et exigeante. Les banques cherchent à offrir une expérience plus fluide et plus instantanée, permettant à chaque client de gérer ses finances selon ses besoins spécifiques.

En outre, la digitalisation permet d'optimiser la gestion des données, facilitant ainsi une meilleure connaissance des clients et l'adaptation des offres en conséquence. À l'aide d'une base de données centralisée et de systèmes multicanaux, les institutions bancaires sont désormais en mesure de proposer des solutions sur mesure, loin des modèles standardisés du passé.

En somme, la digitalisation transforme profondément le secteur bancaire. Elle allie efficacité, personnalisation des services et sécurité, tout en préservant la relation client, essentielle au maintien de la confiance et de la fidélité des utilisateurs. <sup>2</sup>

## **2. Section 02 : Technologies numériques au service de la transformation bancaire**

La digitalisation du secteur bancaire repose sur l'introduction progressive d'outils technologiques avancés, conçus pour améliorer les services, renforcer la sécurité, personnaliser l'expérience client et accroître l'efficacité des processus. Face à des consommateurs de plus en plus connectés et exigeants, les institutions financières doivent adopter des solutions digitales innovantes pour répondre aux nouveaux usages et conserver leur compétitivité.

Cette section se concentre sur les principales technologies qui soutiennent cette transformation : le Big Data, la blockchain et le cloud computing. Ces outils constituent des leviers stratégiques qui redéfinissent les pratiques traditionnelles du secteur bancaire.

---

<sup>1</sup>Fabrice Lamirault, « L'évolution du modèle bancaire à l'ère du digital », Livre blanc, 1ère édition, Paris, France, 2017, p.08.

<sup>2</sup> Nathalie Habets, "La banque de détail face Au défi numérique", l'expansion Management Review, Septembre 2014, p.130.

## 2.1. Les technologies de gestion de l'information bancaire

La gestion efficace de l'information est un pilier fondamental de la transformation numérique. Avec la croissance exponentielle des données générées quotidiennement, les banques doivent exploiter des outils adaptés pour collecter, stocker, analyser et sécuriser ces flux massifs d'informations. Parmi les technologies les plus déterminantes figurent le Big Data, la blockchain et le cloud computing, qui permettent une gestion plus agile, intelligente et sécurisée des ressources numériques.

### 2.1.1. **Le Big Data : exploiter les données massives pour mieux connaître les clients**

Le Big Data désigne l'ensemble des données massives, souvent hétérogènes et non structurées, générées à grande vitesse par les interactions numériques. Les outils traditionnels ne suffisent plus à les traiter efficacement. Dans le secteur bancaire, cette technologie constitue un levier essentiel pour analyser les comportements des clients, anticiper leurs besoins et personnaliser les offres.

Le Big Data repose sur cinq caractéristiques clés, les « 5V » :

- **Volume** : Des quantités gigantesques de données, exprimées aujourd'hui en zettaoctets.
- **Variété** : Une diversité de formats (textes, images, vidéos, etc.), structurés ou non.
- **Vitesse** : Les données sont générées en continu et doivent être traitées en temps réel.
- **Véracité** : Il est essentiel de garantir la qualité et la fiabilité des données pour éviter les erreurs d'analyse.
- **Valeur** : Les données ne prennent tout leur sens que si elles sont transformées en valeur ajoutée, permettant d'améliorer la prise de décision, les services et la satisfaction client.<sup>1</sup>

### 2.1.2. **La Blockchain : sécuriser et automatiser les échanges financiers**

La blockchain est une technologie de registre distribué, immuable et transparent, qui révolutionne les échanges dans le domaine bancaire. Elle permet de sécuriser les transactions, d'automatiser les procédures et de renforcer la confiance entre les parties.

Selon Jean-Paul Delahaye, elle peut être décrite comme « un immense cahier que tout le monde peut lire librement, sur lequel chacun peut écrire, mais qu'il est impossible d'effacer ou de détruire ».

Dans le domaine du Trade Finance, la blockchain apporte plusieurs bénéfices majeurs :

- **Optimisation des processus** : Automatisation et numérisation des procédures, réduction des délais et coûts.

---

<sup>1</sup>Gilles Babinet, "Big Data", Dmb digital marketing et business, p.1.

- **Accélération des transactions** : Fluidification des échanges entre les nombreux intervenants (banques, clients, assureurs, etc.).
- **Sécurité renforcée** : Transparence et traçabilité totale des transactions.
- **Expérience client améliorée** : Accès à des services plus rapides, fiables et adaptés.

La blockchain complète les systèmes existants, en apportant une couche d'innovation et de fiabilité supplémentaire.<sup>1</sup>

### 2.1.3. Le Cloud Computing : flexibilité, mobilité et efficacité

Le cloud computing permet aux banques de stocker et gérer leurs données sur des serveurs distants, accessibles via Internet. Cette technologie remplace progressivement les infrastructures locales, coûteuses et complexes à maintenir.

Les principaux avantages du cloud dans le secteur bancaire sont :

- **Accessibilité universelle** : Accès aux données en tout lieu et à tout moment, facilitant le travail à distance et la collaboration internationale.
- **Collaboration renforcée** : Possibilité pour plusieurs utilisateurs de consulter et modifier des documents en temps réel.
- **Économie de coûts** : Paiement à l'usage, sans nécessité d'investissement lourd en matériel.
- **Sécurité et conformité** : Prestataires spécialisés assurant la protection des données, les sauvegardes et la mise en conformité avec les normes réglementaires.

Le *cloud* est devenu un levier stratégique incontournable pour les banques qui souhaitent rester agiles, innovantes et centrées sur leurs clients.<sup>2</sup>

## 2.2. Les canaux numériques de distribution des services bancaires

À l'ère de la transformation digitale, les banques ne se limitent plus à leurs agences physiques pour interagir avec leurs clients. Elles déploient une stratégie multicanale combinant les médias traditionnels (télévision, presse, radio) avec des outils numériques comme les sites web, les applications mobiles, les réseaux sociaux ou encore les services de messagerie électronique.

L'objectif est de multiplier les points de contact afin de couvrir un large éventail de profils et de comportements clients, tout en offrant une expérience fluide et cohérente sur l'ensemble des canaux. Cette diversification permet aux établissements bancaires de répondre à des attentes

---

<sup>1</sup>Vamparys ,Xavier, "La *blockchain* au service de la finance», RB édition , 2018, pp.27-37.

<sup>2</sup>BlazquezCristophe , "Bien travailler à distance avec les outils numériques", GERESO Edition , 23/06/2022 , pp.16-17.

variées : communication descendante via la publicité, interactions personnalisées via les canaux digitaux, ou encore accompagnement en temps réel via des interfaces en ligne.

### **2.2.1. Les services bancaires en ligne : vers une autonomie numérique du client**

Les services bancaires en ligne, également appelés *Internet Banking*, représentent une évolution majeure dans la relation banque-client. Ils permettent aux utilisateurs d'accéder à leurs comptes, d'effectuer des virements, de suivre leurs transactions et de gérer leurs produits financiers à tout moment, depuis un ordinateur ou un smartphone, sans passer par une agence physique.

Ce modèle séduit particulièrement une clientèle jeune et connectée, en quête de réactivité, de simplicité et de transparence. Il a d'ailleurs favorisé l'essor des banques exclusivement en ligne (*Pure Players*), qui se distinguent par des frais réduits, une accessibilité permanente, et une interface utilisateur optimisée. Les clients peuvent ainsi réaliser des opérations courantes, mais aussi accéder à des services plus avancés comme la gestion de portefeuille ou le trading en ligne.

En conséquence, le modèle traditionnel des banques physiques est remis en question. L'*Internet Banking* transforme les structures de coûts, les chaînes de valeur et les sources de revenus du secteur bancaire. Il impose également une évolution du service client, qui devient plus technologique, mais doit rester humain et personnalisé pour maintenir la confiance des usagers.<sup>1</sup>

### **2.2.2. Le mobile banking : un levier d'autonomisation numérique du client bancaire**

L'essor des smartphones a profondément transformé la relation entre les banques et leurs clients. L'application mobile bancaire, également appelée *mobile banking*, constitue aujourd'hui un outil incontournable permettant aux usagers d'accéder à leurs services financiers à tout moment, de manière simple, rapide et sécurisée.

Téléchargeable sur smartphone ou tablette, cette application permet de consulter son solde, d'effectuer des virements, de gérer ses cartes ou encore de bloquer un compte en cas de besoin. Contrairement à un site web classique, l'application mobile offre une interface ergonomique et optimisée pour les écrans tactiles, garantissant une meilleure expérience utilisateur. Les principales fonctionnalités disponibles via une application bancaire sont les suivantes :

- Ouverture de compte à distance et en quelques clics ;
- Consultation en temps réel du solde et des mouvements du compte ;
- Réalisation de paiements et d'achats en ligne ;

---

<sup>1</sup>Auteurs collectifs, "La revue du financier", n 145, février 2004, p.93.

- Virements internes ou externes sécurisés ;
- Gestion des paramètres liés aux cartes (plafonds, blocage temporaire, opposition) ;
- Suivi des dépenses et catégorisation des opérations.

En rendant les services bancaires accessibles en mobilité, les applications renforcent l'autonomie du client et diminuent le recours aux agences, tout en améliorant l'efficacité des services.

### **2.2.3. Les automates bancaires interactifs : vers des services en libre-service 24/7**

Les automates bancaires représentent une solution technologique permettant aux clients d'accéder de manière autonome à un large éventail de services financiers, en dehors des horaires d'ouverture des agences.

Installés dans les agences, les centres commerciaux ou les lieux publics stratégiques, ces dispositifs répondent à un double objectif : fluidifier la gestion des opérations simples et réduire la charge de travail du personnel bancaire. On distingue deux grandes catégories d'automates :

- **Les distributeurs automatiques de billets (DAB)** : ils permettent principalement les retraits d'espèces à l'aide d'une carte bancaire et d'un code confidentiel. Ils sont souvent installés par les banques, les CCP ou les grands réseaux de cartes de paiement.
- **Les guichets automatiques bancaires (GAB)** : plus évolués, ils offrent un panel élargi de services. Outre les retraits, ils permettent de consulter les soldes, d'éditer un RIB, de commander un chéquier, d'effectuer des virements entre comptes ou encore de déposer des espèces ou des chèques.

Ces automates sont accessibles 24h/24 et ne nécessitent pas l'intervention d'un conseiller, ce qui représente un avantage considérable pour les clients autonomes ou pressés.

Leur déploiement contribue également à la dématérialisation des services tout en maintenant une présence physique minimale.<sup>1</sup>

## **2.3. Les moyens de paiement électroniques : vers une dématérialisation croissante**

La digitalisation bancaire a entraîné une mutation profonde des instruments de paiement. Si les espèces et les chèques papier subsistent, ils tendent à céder du terrain face à des alternatives électroniques, plus pratiques, plus rapides et plus sûres.

Cette évolution est notamment portée par la montée en puissance des paiements sans contact, des portefeuilles électroniques et des cartes bancaires connectées. Ces solutions

---

<sup>1</sup><https://journals.openedition.org/communication/2381>. Consulté le 5/3/2025 à 11h00

modernisent les habitudes de consommation tout en répondant aux exigences d'instantanéité, de sécurité et de traçabilité.

Les innovations en matière de paiement digital offrent également des opportunités aux commerçants et aux établissements financiers en facilitant les encaissements, en réduisant les coûts de gestion du cash, et en limitant les fraudes grâce à des systèmes de validation renforcés.

### 2.3.1. Cartes bancaires et portefeuilles électroniques : les piliers du paiement numérique

La carte bancaire est aujourd'hui l'un des moyens de paiement les plus utilisés, surpassant dans de nombreux pays l'usage du liquide. Elle permet non seulement de régler des achats en magasin ou en ligne, mais aussi de retirer de l'argent ou d'effectuer des paiements sans contact. On distingue plusieurs types de cartes :

- **Cartes de débit** : les montants sont débités directement du compte courant ;
- **Cartes de crédit** : elles offrent une réserve d'argent à rembourser ultérieurement ;
- **Cartes prépayées** : utilisables dans la limite d'un solde rechargé à l'avance, souvent sans compte bancaire associé.

Parallèlement, les **portefeuilles électroniques** (ou *e-wallets*) comme *PayPal*, *Apple Pay* ou *Google Pay* permettent d'effectuer des transactions via un smartphone ou une montre connectée. Ces outils regroupent en un seul espace numérique différents moyens de paiement (cartes, comptes, bons d'achat...), et offrent une solution mobile, sécurisée et sans contact.

Leur avantage principal réside dans la simplicité d'usage et la rapidité des transactions, renforcée par des protocoles de cryptage et d'authentification biométrique (empreinte digitale, reconnaissance faciale...)<sup>1</sup>.

### 2.3.2. Le paiement sans contact et mobile : vers une expérience transactionnelle fluide et sécurisée

Le paiement sans contact, fondé sur la technologie NFC (*Near Field Communication*), permet de régler des achats en approchant simplement une carte bancaire ou un smartphone d'un terminal compatible, sans saisie de code PIN pour les montants inférieurs à un certain seuil. Ce mode de paiement est symbolisé par un pictogramme représentant des ondes, visible sur les cartes équipées de cette fonctionnalité.

Dans le cas du paiement mobile, l'utilisateur enregistre ses informations bancaires sur des applications spécifiques telles qu'*Apple Pay*, *Google Pay* ou *Samsung Pay*. Ces plateformes

---

<sup>1</sup><https://www.lafinancepourtous.com/pratique/banque/moyens-de-paiement/la-carte-bancaire/> . Consulté le 06/03/2025 à 21h05

permettent de réaliser des paiements sécurisés, souvent au-delà du plafond habituel du sans contact par carte, en fonction des politiques de la banque et des dispositifs d'authentification mis en place (empreinte digitale, reconnaissance faciale, etc.).

Ce mode de paiement présente plusieurs avantages : il est rapide, simple d'utilisation et réduit considérablement le temps d'attente en caisse. Durant la pandémie de Covid-19, son utilisation s'est largement démocratisée en raison de la distanciation sociale qu'il favorise, en limitant le contact physique avec les terminaux de paiement.

Cependant, certains inconvénients subsistent, notamment les risques liés à la sécurité. Si la technologie NFC peut théoriquement être piratée, les fraudes restent très rares et concernent principalement les cas de vol ou de perte de carte. Pour se prémunir contre d'éventuelles interceptions de données, des étuis anti-NFC ont été développés. Malgré tout, la généralisation de protocoles de sécurité avancés et l'authentification biométrique rendent ce mode de paiement de plus en plus fiable.<sup>1</sup>

### **2.3.3. Les e-chèques et innovations numériques dans les instruments de paiement**

Les chèques électroniques, ou e-chèques, constituent une alternative moderne aux chèques traditionnels en papier. Ils permettent de dématérialiser l'ensemble du processus de paiement tout en conservant les principes fondamentaux du chèque classique. Cette innovation vise à réduire les délais de traitement et à alléger les coûts administratifs liés aux transactions bancaires.

Techniquement, un e-chèque fonctionne comme son équivalent papier : l'émetteur fournit les informations nécessaires (numéro de compte, numéro d'acheminement, etc.) via une interface électronique sécurisée. Une validation – souvent verbale ou électronique – est ensuite requise pour finaliser le paiement. Certaines banques exigent encore une autorisation écrite, notamment pour les montants élevés ou les clients professionnels.

L'un des principaux avantages de cette solution est la simplification des démarches : l'émission, l'acceptation et la compensation sont automatisées, ce qui accélère considérablement les délais d'encaissement. De plus, la suppression du support papier contribue à une meilleure traçabilité, tout en s'inscrivant dans une logique de digitalisation durable et écologique. Outre les e-chèques, d'autres innovations continuent d'émerger dans le domaine des paiements, telles que les paiements par QR code, les virements instantanés, ou encore les crypto-paiements. Ces technologies, en constante évolution, témoignent de la volonté du secteur bancaire de s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs en matière de rapidité, de sécurité et de praticité.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup><https://www.futura-sciences.com/tech/questions-reponses/technologie-quest-ce-paiement-contact> . Consulté le 06/03/2025 à 17h02

<sup>2</sup><https://fr.etffin.com/finances/budgeting/1003003307.html> . Consulté le 06/03/2025 à 21h00

### **3. Section 03 : Impacts de la digitalisation bancaire**

La transformation digitale du secteur bancaire constitue une réponse stratégique face à la montée des banques en ligne et des néobanques. Pour rester compétitives, les institutions financières traditionnelles sont contraintes de repenser leur modèle, en intégrant des technologies innovantes et en adaptant leur offre aux usages numériques. Cette transition ne se limite pas à une évolution technologique ; elle touche profondément l'expérience client, les processus internes et la gestion des risques.

#### **3.1.L'expérience client au cœur de la transformation**

L'un des impacts les plus visibles de la digitalisation bancaire est l'amélioration de l'expérience client. Les banques s'appuient sur les technologies numériques pour offrir des services plus intuitifs, accessibles et personnalisés, tout en fluidifiant la communication avec leur clientèle.

##### **3.1.1. Personnalisation de la relation bancaire**

L'expérience client est désormais un critère de fidélisation et de différenciation pour les banques. Pour y répondre, elles combinent outils numériques et expertise humaine afin d'offrir un accompagnement sur mesure.

Grâce aux solutions CRM (*Customer Relationship Management*), les conseillers peuvent consulter en temps réel les données clients (historique, préférences, profil de risque) et proposer des offres adaptées sans que le client n'ait à répéter ses besoins.

Cette personnalisation se traduit par des recommandations ciblées (ex. : crédit adapté, plan d'épargne optimisé) et une assistance hybride (chatbot ou contact humain selon la préférence du client), renforçant ainsi la qualité de la relation bancaire.<sup>1</sup>

##### **3.1.2. Accessibilité et réactivité des services**

La généralisation des smartphones et des tablettes a favorisé l'accès continu aux services bancaires. Les clients peuvent désormais consulter leur solde, effectuer un virement ou gérer leurs placements à tout moment, depuis n'importe quel appareil connecté.

Les applications bancaires intuitives et les plateformes sécurisées offrent une flexibilité accrue, particulièrement appréciée des jeunes actifs.

---

<sup>1</sup><https://www.moneythor.com/fr/technologie/banque-numerique/un-guide-de-personnalisation-dans-le-secteur-bancaire/> .Consulté le 05/03/2025 à 23h10

Par ailleurs, la disponibilité permanente des services (24h/24), l'utilisation de chabots intelligents et la réactivité des conseillers contribuent à améliorer la satisfaction globale des clients.<sup>1</sup>

### 3.1.3. Évolution des attentes à l'ère numérique

À l'heure du digital, les attentes des clients évoluent rapidement : ils recherchent non seulement des services rapides et accessibles, mais également un accompagnement personnalisé, notamment lors d'événements importants (crédit immobilier, succession, changement de situation).

Pour répondre à ces exigences, les banques doivent sans cesse améliorer leur offre numérique, tout en conservant leur rôle de conseil. L'innovation devient ainsi un levier de fidélisation et un facteur clé de compétitivité dans un environnement de plus en plus concurrentiel.<sup>2</sup>

## 3.2. Réorganisation des processus internes

La digitalisation impacte aussi l'organisation interne des banques, en particulier les modes de fonctionnement, la structure des coûts et la gestion des ressources humaines.

### 3.2.1. Automatisation des opérations bancaires

Les établissements bancaires sont confrontés à de nombreuses tâches répétitives (saisie, traitement de dossiers, validation de transactions) qui peuvent être automatisées grâce aux technologies comme la RPA (*Robotic Process Automation*) ou l'intelligence artificielle.

Ces solutions permettent non seulement de réduire les délais de traitement, mais aussi de limiter les erreurs humaines, d'optimiser les ressources et d'améliorer la fiabilité des opérations, tout en assurant une conformité réglementaire accrue.<sup>3</sup>

### 3.2.2. Réduction des coûts opérationnels

La rationalisation des processus grâce aux outils digitaux contribue à une baisse significative des coûts d'exploitation. L'automatisation des tâches, la gestion électronique des

---

<sup>1</sup><https://www.subskill.com/blog/banque-assurance/les-impacts-de-la-digitalisation-sur-le-secteur-banque-assurance> .Consulté le 8/03/2025 à 15h00.

<sup>2</sup><https://chapsvision.fr/crm/experience-client-service-secteur-bancaire/> .Consulté le 10/03/2025 à 15h08.

<sup>3</sup><https://www.automationanywhere.com/fr/rpa/banking-> .Consulté le 10/03/2025 à 16h00.

documents, la signature numérique ou encore la digitalisation des interactions clients (sans passage en agence) permettent de limiter les dépenses liées aux infrastructures physiques et au personnel dédié.

En parallèle, les solutions d'analyse prédictive et de détection de fraude permettent une gestion plus proactive des risques, ce qui contribue à limiter les pertes financières.<sup>1</sup>

### **3.2.3. Amélioration de l'efficacité organisationnelle**

Le numérique modifie également les modes de travail : télétravail, plateformes collaboratives, gestion à distance, etc. Ces changements rendent les organisations plus agiles, encouragent la transversalité des équipes et permettent une meilleure allocation des compétences.

Des espaces de travail repensés, une culture de l'innovation et une digitalisation des ressources humaines (*e-learning, onboarding digital*) contribuent à accroître l'efficacité globale de l'organisation.<sup>2</sup>

## **3.3. Défis et risques associés à la digitalisation**

Bien que la digitalisation offre de nombreux avantages, elle expose également les banques à de nouveaux risques, notamment en matière de sécurité, de conformité réglementaire et de gestion du changement.

### **3.3.1. Cybersécurité et protection des données**

L'augmentation des cyberattaques rend la sécurité informatique indispensable. Les banques doivent investir massivement dans des dispositifs de cybersécurité (chiffrement des données, authentification multifactorielle, surveillance des systèmes) afin de protéger les informations sensibles et assurer la continuité des activités.

Une faille de sécurité peut entraîner des pertes financières importantes, une atteinte à la réputation et des sanctions réglementaires sévères.

---

<sup>1</sup><https://bigmedia.bpifrance.fr/nos-dossiers/lintelligence-artificielle-au-service-de-la-banque-et-de-la-finance>. Consulté le 08/03/2025 à 9h40.

<sup>2</sup><https://www.anact.fr/quels-sont-les-effets-du-numerique-sur-la-charge-de-travail?>. Consulté le 15/03/2025 à 10h00.

### 3.3.2. Conformité juridique et réglementaire

L'évolution rapide des technologies impose aux banques de s'adapter à un cadre réglementaire complexe. Elles doivent veiller à la conformité avec des textes comme le RGPD, les normes AML (*Anti-Money Laundering*) ou les directives sur la protection des consommateurs.

Toute négligence en matière de transparence, de sécurité ou de consentement peut exposer l'établissement à des sanctions juridiques et à une perte de confiance des clients.

### 3.3.3. Gestion du changement et montée en compétences

La digitalisation transforme les métiers bancaires, imposant une adaptation rapide des compétences. Le recours à la formation continue, notamment via *l'e-learning*, devient essentiel pour maintenir l'employabilité des collaborateurs.

Cependant, cette transformation peut susciter des résistances internes. La réussite du changement repose sur une approche humaine : accompagnement, communication, valorisation des compétences et adaptation des outils pédagogiques. Le capital humain reste au cœur de la transition digitale.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup><https://www.giovanellapolidoro.com/les-principaux-risques-bancaires/> .Consulté le 20 /03/2025 à 16 :20

## **Conclusion du chapitre 01**

La digitalisation du secteur bancaire dépasse largement le cadre d'une simple modernisation technologique des services financiers. Elle constitue une transformation structurelle en profondeur, redéfinissant les modes d'interaction entre les institutions bancaires et leurs clients. Cette mutation s'appuie sur l'intégration de technologies innovantes telles que l'intelligence artificielle, la blockchain ou encore l'automatisation des processus, avec pour objectif d'accroître l'efficacité opérationnelle, d'améliorer la rapidité des services, tout en renforçant leur accessibilité et leur sécurité. Elle contribue ainsi à rendre la finance plus inclusive, agile et en phase avec les exigences de la société contemporaine.

Cependant, cette transition numérique soulève un ensemble de défis majeurs. La cybersécurité s'impose comme une priorité stratégique, à mesure que les menaces et les attaques informatiques se multiplient, mettant en péril la confidentialité des données personnelles. Parallèlement, le cadre réglementaire bancaire, de plus en plus strict, doit s'adapter en permanence aux évolutions technologiques pour garantir la conformité et la confiance des usagers.

En outre, le facteur humain demeure un pilier fondamental de cette transformation. L'adhésion des collaborateurs, tout comme celle des clients, aux nouveaux outils et usages numériques, est déterminante pour assurer une transition fluide, durable et porteuse de valeur.

Dans ce contexte, le cadre théorique et conceptuel analysé dans ce travail permet d'appréhender les dynamiques à l'œuvre dans la digitalisation bancaire. Il offre une lecture stratégique des forces motrices du changement, tout en éclairant les choix futurs des acteurs du secteur. La banque de demain sera sans conteste numérique, mais elle devra aussi rester régulée, responsable et centrée sur l'humain pour répondre aux défis d'un environnement en constante évolution.

**CHAPITRE 02 : Digitalisation et  
Services Bancaires  
Internationaux**

## **Introduction du chapitre 02**

Dans un contexte où la transition numérique est devenue une clé stratégique essentielle, le domaine bancaire subit une transformation radicale et rapide. Cette révolution digitale dépasse le cadre d'une simple intégration de nouvelles technologies ; elle transforme radicalement les modes opératoires des institutions financières, leurs relations avec la clientèle, ainsi que leur place dans l'économie à l'échelle nationale et internationale. En Algérie, cette progression se distingue par des démarches significatives pour stimuler l'incorporation des instruments numériques dans le secteur bancaire. Cependant, elle n'échappe pas à d'importantes difficultés.

L'objectif de ce second chapitre est d'étudier les divers aspects de cette transition numérique bancaire, en soulignant ses conséquences particulières dans le contexte algérien. La première partie propose une vue d'ensemble des démarches effectuées pour l'introduction des technologies digitales dans le secteur bancaire en Algérie. Nous examinerons les éléments économiques et technologiques qui stimulent cette transition, les actions gouvernementales destinées à promouvoir ce mouvement, et le degré d'adoption des services numériques par les institutions financières locales. Cette étude offre une compréhension des fondements sur lesquels se construit la numérisation dans l'industrie bancaire.

Dans la seconde partie, nous traiterons des défis particuliers que doivent surmonter les banques algériennes dans le cadre de cette transition vers le numérique. Cette section soulignera les enjeux associés aux infrastructures technologiques, fréquemment considérées comme inadaptées à soutenir une numérisation efficace, ainsi que les oppositions au changement constatées, qu'elles soient d'ordre socioculturel ou organisationnel. L'objectif est de mettre en évidence les entraves qui ralentissent la progression vers une numérisation efficace et de suggérer des axes de réflexion.

Pour conclure, dans la troisième partie, nous examinerons les conséquences de la numérisation pour les services bancaires à l'échelle mondiale. Nous analyserons comment l'intégration des technologies digitales simplifie les opérations transfrontalières et optimise la gestion d'éléments essentiels tels que les lettres de crédit et les garanties bancaires. Nous examinerons aussi l'approche stratégique conjointe des banques algériennes et des sociétés exportatrices, un élément crucial pour renforcer la compétitivité économique du pays dans un contexte de mondialisation.

Ce chapitre a donc pour but de fournir une analyse exhaustive des changements apportés par la numérisation dans le secteur bancaire de l'Algérie, tout en soulignant les défis et possibilités que cela représente, aussi bien sur le plan national qu'international.

## **1. Section01 : Aperçu de la digitalisation bancaire en Algérie**

Cette section propose d'explorer, dans un premier temps, les principaux concepts liés à la digitalisation bancaire et leurs implications. Nous plongerons ensuite dans le contexte algérien pour analyser les facteurs moteurs et les initiatives qui façonnent cette transformation numérique.

### **1.1.Contexte économique et technologique**

L'ère digital est un initiateur de croissance pour les divers intervenants économiques, et nous observons des transformations radicales ainsi qu'une véritable révolution dans les habitudes et les pratiques de consommation. Le consommateur, passionné par l'adoption rapide des technologies de l'information et de la communication, assimile aisément le numérique à ses pratiques quotidiennes, tandis que de nouveaux modes de consommation émergent.

L'aspect digitale s'est imposé comme un facteur clé dans l'amélioration de la qualité du service, et de ce fait, il joue un rôle dans la sélection des offres les plus attrayantes ou espérées par les clients.

Actuellement, l'Algérie dispose de diverses opportunités lui donnant la chance d'exploiter l'économie numérique. Au cours des dernières années, le gouvernement algérien a donc élaboré des politiques publiques qui se rapportent directement à l'évolution du numérique en Algérie.

Selon le rapport du Forum Économique Mondial (FEM) sur la compétitivité mondiale pour 2019, l'Algérie occupe la 76ème position globale en ce qui concerne l'adoption des TIC, de la téléphonie et de l'internet mobile haut débit, ainsi que le nombre d'utilisateurs d'internet.

L'Algérie connaît donc une progression dans l'adoption des technologies récentes, ce qui serait un indicateur positif.<sup>1</sup>

La digitalisation du secteur bancaire algérien s'effectue dans un cadre économique en mutation, marqué par une détermination claire à se moderniser et se diversifier. Le pays, historiquement dépendant des hydrocarbures pour son économie, ambitionne d'utiliser les technologies digitales afin d'augmenter la productivité, stimuler l'innovation et favoriser l'émergence d'un secteur bancaire plus performant.<sup>2</sup>

#### **1.1.1. Économiquement**

D'un point de vue économique, les mesures mises en place cherchent à promouvoir l'investissement privé, à dynamiser les jeunes entreprises et à consolider l'inclusion financière

---

<sup>1</sup> BOULAHROUZ Ghazlane et BOURABAH Yanis ; "La Digitalisation Du Secteur Bancaire" ; Mémoire Pour l'obtention de diplôme de Master en Sciences Économiques Option : Économie Monétaire et Bancaire ; UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA ; Bejaia ; Algérie ; 2021/2022 ; pp: 40-41.

<sup>2</sup> Maliki, "Digitalisation Banking en Algérie : Réalité et perspectives". Éditions Universitaires Européennes ; 2021, p. 12

grâce à des services numériques plus accessibles. Cependant, par rapport aux normes internationales, le taux de bancarisation demeure relativement bas, ce qui restreint l'effet direct de la numérisation à grande échelle.<sup>1</sup>

Sur le plan technique, l'Algérie a connu une avancée significative en termes d'infrastructures de télécommunication, avec un taux d'accès à Internet qui se rapproche de 76%, ainsi qu'une large couverture du réseau 4G. Cela facilite l'utilisation des services bancaires en ligne pour une grande partie de la population.<sup>2</sup>

L'augmentation de l'utilisation des smartphones, surtout chez les jeunes, est aussi un facteur clé dans l'emploi des applications bancaires sur mobile.<sup>3</sup>

### 1.1.2. Contexte technologique

Toutefois, des défis technologiques demeurent. Le niveau de développement varie considérablement d'une région à l'autre, en particulier dans les zones rurales où l'accès à Internet reste incertain ou lent. De plus, un grand nombre de banques publiques éprouvent toujours un retard considérable en matière de modernisation de leurs systèmes d'information internes, ce qui entrave leur capacité à offrir des services numériques sûrs et fiables.<sup>4</sup>

En outre, il existe un déficit de coordination dans la supervision et la gestion du numérique à l'échelle nationale. Bien que des textes tels que l'ordonnance n° 18-05 sur le commerce électronique ou le récent règlement de la Banque d'Algérie permettant la création de banques entièrement numériques aient été introduits, leur application se heurte à de nombreux obstacles administratifs et techniques, ce qui entraîne un déploiement lent.<sup>5</sup>

En somme, malgré les indicateurs encourageants liés à la digitalisation bancaire en Algérie, les avancées sont entravées par des contraintes structurelles, un cadre réglementaire toujours en phase de renforcement et une culture numérique requérant davantage d'éducation et de formation.

## 1.2. Initiatives gouvernementales pour encourager la digitalisation

### 1.2.1. L'évolution digitale du secteur bancaire algérien

Ces dernières années, le secteur bancaire algérien vit une véritable transformation, portée par les avancées rapides des technologies de l'information et de la communication. Cette

---

<sup>1</sup> Meslem, "Les normes requises pour la concrétisation de l'économie numérique en Algérie : le cas de la Banque Nationale d'Algérie". *Revue Recherche Économique Contemporaine*, 6(1) ; 2023, p. 45

<sup>2</sup> Horizons, La numérisation des services bancaires en Algérie; 2023; <https://www.horizons.dz/?p=134504> . Consulté le 10/04/ 2025 , à 10 :30

<sup>3</sup> Cresus.dz, La transition numérique, un défi à relever; 2023; <https://cresus.dz/?p=114862>; Consulté le 10/04/2025. à 10 :45

<sup>4</sup> BOULAHROUZ Ghozlane et BOURABAH Yanis ; Op Cit; 2021/2022 ;p. 27

<sup>5</sup> Legal Doctrine, 2024; <https://legal-doctrine.com/edition/banque-digitale-algerie>; Consulté le 10/04/2025.

révolution numérique bouleverse les habitudes, modifie les attentes des clients, et pousse les banques à sortir de leur zone de confort pour adopter de nouvelles pratiques plus modernes et plus efficaces.

La crise sanitaire liée à la Covid-19 a joué un rôle de catalyseur dans ce changement. Elle a mis en lumière l'importance vitale des services à distance, tout en révélant les limites du modèle bancaire traditionnel. Pour les banques, cela a été un signal fort : il fallait s'adapter rapidement, proposer des services numériques sûrs, accessibles et performants pour continuer à servir les clients, même en période de crise.

C'est dans cette dynamique que les autorités algériennes ont décidé de faire de la digitalisation une priorité nationale. La transformation numérique figure aujourd'hui parmi les axes clés du plan de relance économique, car elle est perçue comme un levier incontournable pour améliorer la productivité et moderniser l'économie. Et naturellement, le secteur bancaire est au cœur de cette stratégie, en raison de son poids et de son rôle structurant.

Concrètement, la digitalisation des banques vise à rendre les services plus rapides, plus simples et plus centrés sur le client. C'est aussi une manière de mieux gouverner les établissements publics, d'optimiser la gestion, et de redonner confiance aux citoyens dans le système bancaire. Cette confiance est essentielle, et elle ne peut être retrouvée que si les banques offrent un accompagnement réel, un conseil utile, et des services adaptés aux besoins actuels.

Dans plusieurs discours récents, le Gouverneur de la Banque d'Algérie, Rosthom Fadli, a insisté sur cette transformation nécessaire. Il a souligné que les banques doivent revoir en profondeur leur manière de fonctionner, adopter les standards internationaux, et surtout moderniser leur gestion pour répondre aux nouveaux défis. Pour lui, il ne suffit pas d'utiliser des outils technologiques : il faut repenser l'organisation, la relation avec le client, la qualité de service, et même la culture interne des établissements.

Il a également rappelé que cette digitalisation ne doit pas rester une idée abstraite ou un projet lointain. Elle doit devenir une réalité tangible, avec une stratégie claire, des lois adaptées, et une sécurisation renforcée des données. En d'autres termes, la modernisation du secteur bancaire passe par un engagement total dans une démarche numérique cohérente, ambitieuse et bien encadrée.

Au fond, il s'agit de replacer le client au centre de l'action bancaire, d'écouter ses attentes, et d'être capable d'innover en permanence pour rester pertinent dans un monde en mutation rapide.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> BOUDIA Farid; "Digitalisation des opérations bancaires en Algérie Cas BDL"; Mémoire de fin d'étude En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de gestion Option : management bancaire; UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU; Tizi Ouzou; Algérie; 2022/2023; pp: 53-54.

### 1.2.2. Cadre réglementaire régissant la digitalisation bancaire

Le gouvernement algérien montre un désir clair de moderniser le secteur bancaire par la digitalisation. Le ministre Yacine Oualid a mentionné le développement d'une nouvelle loi sur l'argent basé sur l'initiative phare. Il vise à promouvoir l'entrée des prestataires de services de paiement (PSP) sur le marché. Bien qu'il s'agisse d'un stade de projet, la réforme fait partie du plan d'action de l'État et s'efforce de rendre le secteur bancaire plus attrayant et plus efficace.

Cette approche est principalement destinée à améliorer l'inclusion financière en utilisant des solutions accessibles et abordables telles que les paiements mobiles. Ces outils conviennent particulièrement aux emplacements éloignés où les services bancaires traditionnels sont souvent limités. Le cadre réglementaire soutient également la transition vers 100% bancaire numérique, ce qui permet de fournir des services entièrement dématérialisés à une population de plus en plus pertinente.

De plus, une attention particulière est accordée à la sécurité des transactions et à la protection des données des utilisateurs. Le cadre réglementaire vise à déterminer l'environnement de confiance qui est essentiel à la mise en œuvre des services numériques grâce à l'introduction de normes de cybersécurité strictes. Ces mesures démontrent une approche mondiale pour moderniser le secteur bancaire et l'excitation des attentes difficiles des clients, tout en améliorant la compétitivité du pays au niveau international.<sup>1</sup>

- **Loi monétaire et bancaire**

La loi n°23-09 du 21 juin 2023, portant sur la réglementation monétaire et bancaire, constitue l'un des piliers du cadre législatif.

Elle définit les règles générales applicables aux banques et établissements financiers, notamment en matière de digitalisation.

Cette loi encadre les conditions de constitution, d'installation et d'exploitation des banques digitales, tout en fixant les normes prudentielles et les exigences de sécurité.<sup>2</sup>

- **Instruction n°02-25 de la Banque d'Algérie**

En mars 2025, la Banque d'Algérie a publié l'instruction n°02-25, qui précise les conditions spécifiques de constitution, d'agrément et d'activités des banques digitales.

---

<sup>1</sup> BOUDIA Farid; Op. Cit; 2022/2023; pp: 54-55.

<sup>2</sup> [Cadre Legislatif et Reglementaire](#). Consulté le 11/04/2025 à 2 :45

Cette instruction détaille les éléments nécessaires pour obtenir l'autorisation de créer une banque digitale, notamment la présentation du projet, les statuts légaux, et une étude technico-économique démontrant la viabilité du projet.<sup>1</sup>

### 1.2.3. La perception du digital par la population Algérienne

Selon le rapport annuel 2021 de l'Autorité de régulation de la Poste et des communications électroniques (ARPCE), l'Algérie comptait plus de 52,11 millions d'abonnés à la téléphonie mobile, soit un taux de pénétration de 106 %, ce qui montre une saturation quasi-totale du marché et une forte appropriation des technologies mobiles par la population. Ce même rapport indique également que le pays comptait 41,78 millions d'abonnés à l'internet mobile, ce qui confirme l'intégration croissante du numérique dans les usages quotidiens des Algériens.<sup>2</sup>

Déjà en 2018, selon une analyse relayée par Mme Benkouider, directrice des relations publiques chez Jumia Algérie, le taux de pénétration d'Internet était estimé à 50 %, en progression de 17 % en un an, pour une population avoisinant les 42 millions d'habitants. Elle soulignait alors que le consommateur algérien devenait « de plus en plus connecté et exigeant », ce qui favorisait le développement du commerce en ligne grâce à la généralisation du smartphone et de l'accès à Internet.<sup>3</sup>

Dans ce contexte de digitalisation rapide et d'évolution des comportements, le secteur bancaire algérien a entrepris une série de réformes visant à moderniser ses services et à s'adapter aux nouvelles attentes des clients, de plus en plus enclins à utiliser des solutions digitales pratiques, accessibles et sécurisées.<sup>4</sup>

### 1.3. Adoption des services numériques dans le secteur bancaire algérien

La transformation digitale a profondément bouleversé de nombreux secteurs d'activité, et le secteur bancaire n'y échappe pas. En Algérie, plusieurs établissements bancaires se sont engagés dans des démarches de modernisation à travers la mise en place de services numériques. Ces initiatives visent à offrir une meilleure expérience client, à simplifier les opérations bancaires, et à renforcer la compétitivité des banques sur le marché national et international.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> [INSTRUCTION-N°02-2025-FR.pdf](#) . Consulté le 11/04/2025 à 3 :14

<sup>2</sup> Autorité de régulation de la Poste et des communications électroniques (ARPCE) ; *Rapport Annuel 2021* ; <https://www.arpce.dz/fr/documents/>; Consulté le 11/04/2025 à 3 :30 ; pp. 25–30.

<sup>3</sup> Benkouider, N; “Analyse des tendances comportementales des consommateurs algériens connectés”, déclaration faite en marge d'une étude Jumia Algérie, relayée par plusieurs médias, notamment *Algérie Presse Service* (APS), janvier 2018.

<sup>4</sup> BOUDIA Farid; *Op. Cit*; 2022/2023; p: 55.

<sup>5</sup> YAMOUN Karim ; MEKACHER Amel; MAMERI Nardjesse; “Digitalisation bancaire et son impact sur la performance financière des banques en Algérie Cas : CNEP-Banque Tizi-Ouzou”; Mémoire de Fin de Cycle En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Financière et Comptabilité Spécialité : Finance d'entreprise; Tizi-Ouzou; Algérie; 2023/2024; pp:40-46.

### 1.3.1. Banque Nationale d'Algérie (BNA)

La BNA s'est engagée dans un processus ambitieux de digitalisation afin de moderniser ses services et améliorer l'accessibilité pour ses clients.

Elle a mis en place une plateforme bancaire en ligne qui offre des fonctionnalités telles que la gestion des comptes, les virements bancaires, le paiement des factures et la recharge des cartes prépayées.

En complément, une application mobile, disponible sur Android et iOS, reprend ces fonctionnalités pour permettre un accès pratique et sécurisé aux services bancaires, partout et à tout moment.

La banque a également introduit des services supplémentaires comme **BNA Pay**, un système de paiement mobile facilitant les achats via smartphone, ainsi que des distributeurs automatiques de billets (DAB) et des cartes bancaires internationales (Visa, Mastercard). Ces outils visent à offrir une expérience bancaire fluide et moderne, adaptée aux besoins d'une clientèle de plus en plus connectée.

#### ➤ Impact et résultats observés

Les efforts de digitalisation de la BNA ont eu des retombées significatives :

- **Hausse des transactions numériques** : L'augmentation du volume des opérations en ligne a permis de réduire les coûts liés aux services en agence.
- **Satisfaction accrue des clients** : L'accès simplifié aux services numériques a entraîné une fidélisation accrue, se traduisant par une augmentation des dépôts et des revenus d'intérêts.
- **Reconnaissance internationale** : Grâce à ces innovations, la BNA a été distinguée "Meilleure Banque Algérienne" en 2023 et 2024 par **Global Finance Magazine**, valorisant son rôle de pionnier dans la modernisation du secteur bancaire.

La BNA a su tirer parti des technologies numériques pour transformer ses services, améliorer son efficacité opérationnelle et renforcer sa position de leader sur le marché bancaire algérien. Ces initiatives témoignent de son engagement à répondre aux attentes d'une clientèle en pleine évolution tout en contribuant au développement<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> YAMOUN Karim; MEKACHER Amel; MAMERI Nard Jesse; Op. Cit; 2023/2024; pp:40-42.

### 1.3.2. Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR)

La BADR s'est engagée à intégrer des solutions numériques modernes pour faciliter l'accès aux services bancaires, en particulier dans les zones rurales. Elle a lancé une plateforme de banque en ligne permettant aux clients de consulter leurs comptes, d'effectuer des virements, de payer des factures, de souscrire à des produits d'épargne et de demander des crédits directement en ligne.

En complément, la BADR a déployé une application mobile, disponible sur Android et iOS, offrant des fonctionnalités similaires pour un accès plus pratique. Parmi ses innovations, la banque propose également des cartes bancaires internationales (Visa, Mastercard), un système de paiement mobile pour les achats via smartphone, et des bornes interactives en agence pour simplifier les opérations courantes.

#### ➤ Résultat

La mise en œuvre des initiatives numériques par la **BADR** a eu des effets très positifs sur l'ensemble de ses activités. L'adoption croissante de ses plateformes numériques a entraîné une hausse significative des transactions en ligne, permettant ainsi de **réduire les coûts opérationnels** liés aux services en agence. Cette transformation a également **amélioré la qualité de service**, avec une meilleure accessibilité et une plus grande rapidité dans le traitement des opérations, ce qui a renforcé la satisfaction et la confiance de la clientèle.

La banque a également tiré profit de cette digitalisation sur le plan économique, en **diversifiant ses sources de revenus** grâce aux frais liés aux services en ligne et aux commissions sur les transactions électroniques. En parallèle, la réduction des délais de traitement, notamment pour les demandes de crédit ou les opérations bancaires courantes, a contribué à **optimiser l'expérience client**.

Sur le plan financier, la BADR a enregistré une **hausse des dépôts et des revenus** générés par ses services numériques. Ces résultats traduisent non seulement l'intérêt croissant des clients pour ses solutions modernes, mais aussi leur **confiance renforcée** dans ses outils digitaux. En modernisant son fonctionnement, la banque a su améliorer sa **compétitivité sur le marché national**, tout en adaptant ses services aux besoins spécifiques de ses clients, notamment dans les **zones rurales souvent peu desservies**.<sup>1</sup>

La digitalisation a permis à la BADR de franchir un cap important dans la modernisation de ses activités, consolidant sa position dans le paysage bancaire algérien. Elle s'affirme ainsi comme un acteur essentiel du développement économique national, engagé à innover et à répondre aux attentes d'un environnement en constante évolution.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> GAOUAL, Zouaouia Imène et GERYVILLE, Zohra. The camels Banking rating system as an effective model for evaluating the performance of Algerian public banks a case study of the Algerian national bank BNA. *Revue de innovation et marketing* Volume, 2021, vol. 80, no 1, p. 212-232.

<sup>2</sup> YAMOUN Karim; MEKACHER Amel; MAMERI Nardjesse; *Op. Cit*; 2023/2024; pp:42-44.

### 1.3.3. Société Générale Algérie

Société Générale Algérie s'est pleinement engagée dans la digitalisation de ses services bancaires, avec pour objectif d'améliorer l'expérience client et de moderniser ses opérations. En intégrant des solutions numériques avancées, la banque offre à ses clients des outils pratiques et accessibles pour simplifier leurs transactions et optimiser la gestion de leurs finances.<sup>1</sup>

Parmi les initiatives numériques mises en place :

- **Plateforme bancaire en ligne** : Permet aux clients de gérer leurs comptes, d'effectuer des virements, de payer des factures et d'accéder à divers services financiers à distance.
- **Application mobile conviviale** : Propose des fonctionnalités similaires à la plateforme en ligne, permettant aux clients de réaliser des opérations bancaires à tout moment, directement depuis leur smartphone.
- **Solutions de paiement électronique** : Facilitent les transactions en ligne, notamment pour les achats et le paiement des factures, offrant aux clients une meilleure flexibilité.
- **Optimisation des systèmes internes** : Réduction des délais de traitement des opérations grâce à la modernisation des processus internes, garantissant un meilleur service client.

#### ➤ Résultats de la digitalisation chez Société Générale Algérie

La transition numérique engagée par Société Générale Algérie a marqué un tournant majeur dans la modernisation de ses services et dans l'amélioration de sa performance globale. En intégrant des outils digitaux à ses processus, la banque a su répondre aux nouvelles attentes de ses clients tout en renforçant sa compétitivité sur le marché bancaire national.

L'un des premiers effets visibles de cette digitalisation est l'augmentation importante du volume de transactions effectuées via les plateformes en ligne. Cette évolution a non seulement facilité l'accès aux services pour les clients, mais elle a aussi permis à la banque de rationaliser ses coûts, notamment ceux liés aux opérations en agence.

#### ○ Évolution des transactions numériques

Le recours accru aux canaux digitaux (applications mobiles, espace client en ligne, paiements électroniques...) a réduit la pression sur les agences physiques tout en améliorant la fluidité des opérations.

---

<sup>1</sup> YAMOUN Karim; MEKACHER Amel; MAMERI Nardjesse; Ibid; 2023/2024; pp:44-46.

Sur le plan économique, cette transformation a favorisé la diversification des sources de revenus. Les services digitaux génèrent aujourd'hui des gains non négligeables à travers les frais d'abonnement, les commissions sur opérations et d'autres prestations en ligne.

- **Diversification des recettes**

Les produits tirés des services bancaires numériques constituent un levier financier de plus en plus stratégique pour la banque.

La digitalisation a également eu un impact direct sur la relation client. Grâce à une meilleure accessibilité, une réactivité renforcée et une interface utilisateur intuitive, Société Générale Algérie a amélioré la qualité de ses services. Cela s'est traduit par une hausse de la satisfaction client et une fidélisation accrue.

- **Renforcement de la relation client**

Des services plus rapides, accessibles à tout moment et adaptés aux besoins ont permis de renforcer la confiance des clients, tout en attirant une nouvelle clientèle plus jeune et technophile.

Par ailleurs, les efforts en matière d'innovation digitale ont permis à Société Générale Algérie de se distinguer dans un environnement concurrentiel. Elle s'impose aujourd'hui comme une banque moderne, réactive et à l'écoute de son marché.

- **Consolidation de la compétitivité**

La transformation digitale a renforcé l'image de marque de la banque, qui se positionne désormais parmi les établissements les plus innovants du secteur bancaire algérien.<sup>1</sup>

## **2. Section02 : Les enjeux spécifiques des banques algériennes face à la digitalisation**

Nous allons examiner ici les défis spécifiques auxquels les banques algériennes sont confrontées face à la digitalisation. Cela inclut, d'une part, les limitations technologiques et, d'autre part, les barrières sociales et culturelles qui freinent cette transition.

---

<sup>1</sup> BOUCHELIT, Rym et BENOUIZIANE, Fatima. Transformation numérique du secteur bancaire: Open Banking et Fintech. *Economica Resarcler Review*, 2023, vol. 11, no 2.

## **2.1. Infrastructures technologiques : un pilier fragile de la digitalisation bancaire en Algérie**

Les infrastructures technologiques jouent un rôle crucial dans la digitalisation des banques algériennes, mais elles présentent plusieurs défis spécifiques<sup>1</sup> :

### **2.1.1. Un état des lieux préoccupant**

Les infrastructures technologiques constituent la colonne vertébrale de tout processus de digitalisation. Pourtant, dans le cas des banques algériennes, l'état actuel des systèmes informatiques reste largement en deçà des standards internationaux.

La plupart des établissements financiers utilisent encore des technologies anciennes, souvent inadaptées aux exigences de la transformation numérique. Cette obsolescence freine l'implémentation de solutions digitales performantes, telles que les services bancaires en ligne ou les applications mobiles sécurisées.

Par ailleurs, les coupures fréquentes de la connexion internet compromettent la continuité et la fluidité des opérations, aussi bien internes qu'externes.

### **2.1.2. Une faiblesse structurelle liée au manque d'investissement**

L'une des causes majeures de ce retard est le faible niveau d'investissement dédié aux infrastructures numériques. Plusieurs banques souffrent de contraintes budgétaires importantes, accentuées par une gouvernance qui accorde encore une priorité modérée à la digitalisation.

Cette situation freine l'adoption d'outils essentiels tels que les systèmes de paiement électronique modernes, les plateformes de gestion intégrée (core banking systems), ou encore les solutions de cloud computing. En l'absence de financement stratégique, les banques peinent à suivre le rythme des évolutions technologiques mondiales.

### **2.1.3. Des répercussions multiples sur l'efficacité bancaire**

Les conséquences de cette fragilité infrastructurelle sont multiples. D'abord, elle engendre des inefficacités opérationnelles notables, notamment à travers des processus manuels chronophages et une lenteur des transactions. Ensuite, elle limite la capacité des banques à satisfaire les attentes d'une clientèle de plus en plus connectée et exigeante. Enfin, un autre enjeu majeur réside dans la sécurité des données : les infrastructures vétustes sont vulnérables face aux menaces croissantes de cybercriminalité, exposant les établissements à des risques importants.

---

<sup>1</sup> [Paiements électroniques et inclusion financière : défis et perspectives en Algérie | Africa Business Intelligence](#). Consulté le 16/04/2025 à 8:29.

### ○ **Quelles solutions pour renforcer l'écosystème digital ?**

Face à ces défis, une stratégie de modernisation technologique s'impose. Celle-ci doit reposer sur plusieurs axes :

- L'actualisation des systèmes d'information, avec une migration progressive vers des architectures plus performantes et évolutives.
- Le renforcement de la connectivité internet, en partenariat avec les opérateurs télécoms, pour assurer une stabilité et une vitesse adaptées aux services numériques.
- L'adoption de solutions de cybersécurité avancées, afin de protéger les données sensibles des clients et assurer la conformité réglementaire.
- La mise en œuvre de partenariats technologiques avec des acteurs innovants (fintech, éditeurs de logiciels) pour accélérer l'intégration de nouveaux services.

## **2.2.Enjeux et réalités de digitalisation**

La digitalisation s'impose aujourd'hui comme un enjeu stratégique incontournable pour l'avenir des organisations, indépendamment de leur taille ou de leur secteur d'activité.

L'économie mondiale est désormais pleinement engagée dans l'ère du digital, marquée par l'émergence rapide de technologies disruptives telles que le cloud computing, l'intelligence artificielle, l'apprentissage automatique, l'Internet des objets, la réalité virtuelle, le big data ou encore l'impression 3D.

Ces innovations transforment profondément les usages, les modèles économiques et les pratiques organisationnelles. Elles suscitent autant d'enthousiasme que de préoccupations, comme en témoigne la mise en garde du physicien Stephen Hawking selon laquelle une intelligence artificielle pleinement développée pourrait représenter une menace pour l'humanité.<sup>1</sup>

### **2.2.1. Les enjeux de la digitalisation**

Elle ne constitue pas un phénomène entièrement nouveau. Elle prolonge un mouvement amorcé depuis plusieurs décennies avec l'introduction de l'informatique et la dématérialisation progressive des processus (bureautique, intranet, gestion électronique des documents, systèmes de gestion de bases de données, etc.).

---

<sup>1</sup> BORDIEC.M, « Améliorer les performances de l'entreprise grâce à la transformation digitale », manager-Go, 2017, sur le lien : <https://www.manager-go.com/marketing/articles/apports-du-digital-pour-votre-entreprise> .consulté le : 16/04/2025 à 15 :20.

L'accélération technologique récente place les entreprises, notamment les plus traditionnelles, face à un défi inédit.

La pression concurrentielle exercée par les « pure players » du numérique – à l'image des géants tels que Google, Apple, Facebook ou Amazon – oblige les entreprises classiques à repenser radicalement leurs modèles.

Il ne s'agit plus d'une simple évolution, mais d'une rupture : réussir cette transformation suppose non seulement de moderniser les outils et les structures, mais aussi de refondre en profondeur les mentalités, les comportements et les logiques managériales.

L'enjeu majeur est de passer d'une logique de rattrapage technologique à une culture de l'innovation numérique, fondée sur une approche « digital first ».

### ➤ **Enjeux de visibilité, d'image et de trafic**

#### - **Visibilité**

Dans un monde profondément marqué par la digitalisation, la visibilité en ligne est devenue une nécessité stratégique pour toute entreprise souhaitant assurer sa compétitivité et sa pérennité. Le numérique s'est progressivement imposé dans tous les aspects de la vie quotidienne – des médias à la consommation, en passant par la communication et les loisirs – modifiant durablement les comportements des consommateurs et des usagers.

Dans ce contexte, une présence digitale efficace est indispensable pour capter l'attention de clients potentiels, établir une notoriété et se positionner face à la concurrence. Le premier levier de cette visibilité est le site internet, qui constitue aujourd'hui une vitrine incontournable. Lorsqu'il est bien conçu, structuré et référencé selon les principes du SEO (Search Engine Optimization), il permet à l'entreprise d'apparaître dans les premiers résultats des moteurs de recherche et d'attirer un trafic qualifié. Cela implique notamment l'optimisation du contenu, l'ergonomie du site, la rapidité de chargement, ainsi que l'adaptabilité aux différents supports (ordinateur, tablette, mobile).

Parallèlement, les réseaux sociaux jouent un rôle de plus en plus central dans la stratégie de visibilité. Des plateformes comme LinkedIn ou Viadeo facilitent la construction d'un réseau professionnel, le développement de la marque employeur et la diffusion de contenus à forte valeur ajoutée. D'autres réseaux à dominante visuelle, tels que Instagram, Pinterest ou TikTok, permettent de valoriser les produits, de renforcer la proximité avec les communautés et de créer une relation directe et interactive avec les consommateurs.

Le numérique offre également un atout considérable : la dépassation des frontières géographiques. Grâce à internet, une entreprise peut désormais atteindre une clientèle internationale, élargissant ainsi son marché bien au-delà de son territoire d'origine. Cette

expansion sans contrainte physique permet d'accroître significativement le potentiel de développement et d'exportation.

Enfin, l'intégration d'outils d'analyse digitale tels que Google Analytics, Search Console ou les tableaux de bord des réseaux sociaux permet aux entreprises de suivre en temps réel l'efficacité de leurs actions. Ces instruments fournissent des indicateurs clés (nombre de visiteurs, durée de navigation, taux de conversion, provenance du trafic, etc.) qui permettent d'ajuster les campagnes marketing et d'optimiser la stratégie de visibilité en continu.

Dans une économie de plus en plus guidée par l'information, la visibilité digitale n'est plus une option, mais bien une composante essentielle de la performance et de l'attractivité de l'entreprise.

#### - **Image de marque et e-réputation**

Le numérique transforme en profondeur la manière dont se construit l'image d'une entreprise. Aujourd'hui, forums, avis clients, comparateurs en ligne et réseaux sociaux sont devenus des canaux incontournables où se joue une grande partie de la réputation des marques. Ces espaces, ouverts et participatifs, donnent aux consommateurs un rôle actif dans la perception publique des entreprises.

Dans ce contexte, il est essentiel pour les organisations de s'impliquer dans les échanges en ligne, en surveillant leur présence numérique, en répondant aux commentaires, et en diffusant des contenus valorisants. Cette démarche proactive leur permet non seulement de contrôler leur image, mais aussi de renforcer leur crédibilité et leur légitimité auprès de leur public.

Par ailleurs, le recours aux outils digitaux lors d'événements professionnels – tels que les présentations interactives, les supports numériques ou les tablettes connectées – contribue également à améliorer la perception externe de l'entreprise. Cela témoigne de son adaptabilité, de son dynamisme et de sa capacité à innover.

Ainsi, dans un environnement fortement digitalisé, l'image ne se décrète plus : elle se construit, se surveille et se défend activement à travers les outils numériques.

#### - **Trafic**

Le digital constitue aujourd'hui un puissant catalyseur de fréquentation pour les points de vente physiques, notamment à travers des stratégies dites « web-to-store ». Ce concept repose sur l'idée que l'expérience en ligne peut influencer, voire déclencher, une visite en magasin.

Avant même de se déplacer, les consommateurs effectuent des recherches sur Internet pour s'informer sur les produits, les services, les horaires d'ouverture, ou encore la localisation d'une enseigne. Les avis clients, les comparateurs en ligne et les plateformes de notation jouent

également un rôle central dans cette phase de prise de décision, en influençant la confiance et l'intention d'achat.

Par ailleurs, la géolocalisation et les applications mobiles enrichissent cette dynamique en facilitant la mise en relation entre l'internaute et le commerce local. Ces outils permettent, par exemple, de repérer une boutique à proximité, d'accéder à des offres personnalisées ou encore de bénéficier de promotions géociblées en temps réel.

Cette complémentarité entre la présence digitale et physique ouvre de nouvelles perspectives aux entreprises. Elle permet non seulement d'attirer un public plus large, mais aussi de convertir l'intérêt virtuel en actions concrètes, telles que des appels entrants, des prises de rendez-vous ou des achats en boutique. Exploitée efficacement, cette synergie constitue un levier stratégique essentiel pour maximiser les opportunités commerciales et enrichir l'expérience client à chaque point de contact.<sup>1</sup>

### 2.2.2. Une opportunité stratégique pour l'Algérie

La digitalisation offre à l'Algérie, comme à l'ensemble du continent africain, une occasion unique d'accélérer son développement économique. La jeunesse de la population, la moindre dépendance aux anciens modèles industriels, ainsi qu'un fort potentiel d'innovation sont des atouts majeurs dans cette dynamique.

Marianne Brunat, responsable au sein d'un groupe opérant dans le numérique, souligne à ce propos que « le contexte numérique algérien actuel et l'ambition politique du pays de devenir un hub continental poussent à accélérer la croissance digitale ».

Plusieurs initiatives récentes vont dans ce sens, telles que :

- Le lancement d'un deuxième câble sous-marin de télécommunication (opérationnel fin 2018) ;
- Le déploiement du très haut débit ;
- La création de l'Entreprise d'Appui au Développement du Numérique (EADN) ;
- L'adoption d'une nouvelle législation sur le dégroupage.

Cependant, malgré ces avancées, l'Algérie reste en retard selon plusieurs indicateurs : taux de pénétration d'internet limité (31,9 %), faible classement en matière d'e-gouvernement (130e selon l'ONU) et attractivité économique insuffisante (166e au classement Doing Business de la Banque mondiale).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <https://www.sofrecom.com/news-insights/un-nouvel-elan-pour-sofrecom-en-algerie.html> .Consulter le 16/04/2025 à 7:53

<sup>2</sup> <https://www.maghrebinfo.dz/2022/06/29/le-gouvernement-etudie-le-dossier-du-developpement-numerique-en-Algerie/> .Consulté le 16/04/2025 à 9 :30.

Le développement du numérique nécessite une coordination renforcée entre les acteurs du marché – régulateurs, opérateurs télécoms, entreprises publiques comme Sonatrach – et un équilibre entre baisse des coûts d'accès et incitation à l'investissement.

Enfin, l'essor des services financiers digitaux représente une opportunité considérable pour favoriser l'inclusion financière dans le pays, à condition que les infrastructures réglementaires et technologiques suivent cette évolution.

### **3. Section03 : Les services bancaires internationaux et la digitalisation**

Dans cette section, nous mettrons en lumière les impacts de la digitalisation sur les transactions internationales. Nous étudierons également comment ces transformations soutiennent les entreprises algériennes dans leur intégration au commerce mondial.

#### **3.1.Facilitation des paiements transfrontaliers**

Dans un monde de plus en plus globalisé, les paiements transfrontaliers jouent un rôle essentiel dans le commerce international. Cependant, les systèmes traditionnels sont souvent entravés par des frais élevés, des délais de traitement longs et des problèmes de conformité réglementaire. La blockchain, technologie révolutionnaire, offre une solution innovante pour surmonter ces limitations.

##### **3.1.1. La blockchain comme outil de facilitation des paiements**

La **blockchain** est une technologie de registre distribué permettant d'enregistrer des transactions de manière **sécurisée, transparente et décentralisée**. Contrairement aux systèmes bancaires traditionnels, elle ne nécessite pas d'intermédiaires pour valider et exécuter les paiements, ce qui en fait une solution innovante et efficace pour les transactions internationales.

- **Rapidité**

Les paiements transfrontaliers traditionnels impliquent plusieurs intermédiaires, ce qui peut entraîner des délais de traitement de plusieurs jours. Avec la blockchain, les transactions sont effectuées directement entre les parties concernées, sans passer par des tiers.

Cela permet de réduire considérablement le temps de traitement, rendant les paiements quasi instantanés. Par exemple, des plateformes comme RippleNet utilisent la blockchain pour effectuer des paiements internationaux en quelques secondes.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> [Blockchain bancaire : réduire les délais et coûts des transactions transfrontalières](#). Consulter le 16/04/2025 à 11:30.

- **Réduction des coûts**

Les systèmes traditionnels de paiement transfrontalier incluent des frais élevés dus à la participation de multiples intermédiaires, tels que les banques correspondantes et les services de compensation.

La blockchain élimine ces intermédiaires, réduisant ainsi les coûts de transaction. Cela est particulièrement avantageux pour les petites et moyennes entreprises (PME) qui cherchent à optimiser leurs dépenses.<sup>1</sup>

- **Sécurité accrue**

La blockchain repose sur un système cryptographique avancé qui garantit la sécurité des données. Chaque transaction est enregistrée dans un bloc, qui est ensuite lié aux blocs précédents pour former une chaîne immuable.

Cette structure rend les données pratiquement inviolables, protégeant ainsi les transactions contre les fraudes et les cyberattaques.<sup>2</sup>

- **Transparence**

L'un des atouts majeurs de la blockchain est sa transparence. Toutes les transactions sont enregistrées dans un registre public ou privé, accessible aux parties autorisées.

Cela permet une traçabilité totale, renforçant la confiance entre les partenaires commerciaux. Par exemple, les entreprises peuvent suivre en temps réel l'état de leurs paiements, ce qui améliore la gestion des flux de trésorerie.<sup>3</sup>

### 3.1.2. Autre technologie et solution pour le paiement transfrontalier

En plus de la blockchain, plusieurs autres technologies et solutions facilitent les paiements transfrontaliers. Voici quelques exemples :

---

<sup>1</sup> défis. Consulter le 16/04/2025 à 11 :40.

<sup>2</sup> livraison. Consulter le 16/04/2025 à 11:10.

<sup>3</sup> [Blockchain bancaire : réduire les délais et coûts des transactions transfrontalières](#), Op Cit, Consulter le 16/04/2025 à 11 :30.

Tableau N°2- 1: les technologies pour le paiement transfrontalier

<b>Les Fintechs</b>	Les fintechs, ou entreprises de technologie financière, désignent des organisations innovantes qui utilisent des technologies avancées pour transformer les services financiers. Elles modernisent les paiements internationaux en proposant des plateformes comme Wise ou Revolut, permettant des transferts rapides et économiques. Ces solutions sont souvent destinées aux PME et aux particuliers cherchant des options abordables et efficaces.
<b>Les systèmes de paiement en temps réel (RTP)</b>	Les RTP sont des infrastructures qui permettent aux utilisateurs d'envoyer et de recevoir des paiements instantanés, souvent en moins d'une minute. Ils fonctionnent 24/7 et offrent une transparence accrue. Un exemple notable est le réseau SEPA Instant en Europe, qui facilite les paiements transfrontaliers en euros de manière rapide et fiable.
<b>Les portefeuilles numériques</b>	Ces outils numériques, tels que PayPal, Google Pay, et Apple Pay, permettent de stocker des fonds et d'effectuer des paiements en ligne ou en magasin de manière pratique et sécurisée. Ils facilitent également les paiements transfrontaliers, offrant une solution largement adoptée pour leur simplicité d'utilisation.
<b>L'intelligence artificielle (IA)</b>	L'IA est utilisée dans les paiements internationaux pour analyser rapidement de grandes quantités de données, identifier les fraudes, et assurer la conformité réglementaire. Elle automatise également des processus complexes, réduisant les erreurs humaines et améliorant l'efficacité globale des transactions.
<b>Les solutions basées sur les API</b>	Les API (interfaces de programmation d'applications) permettent aux banques et aux fintechs de se connecter directement à des systèmes de paiement internationaux. Ces interfaces simplifient l'intégration des services numériques, rendant les transactions plus fluides et accélérant les paiements.
<b>Les monnaies numériques des banques centrales (CBDC)</b>	Les CBDC sont des versions numériques de la monnaie d'un pays, émises et régulées par sa banque centrale. Par exemple, le yuan numérique en Chine vise à simplifier les paiements transfrontaliers tout en réduisant les coûts et en augmentant la transparence. Elles constituent une alternative moderne aux solutions de paiement traditionnelles.

Source : <https://www.babyloneconsulting.fr/nos-articles/banques-et-solutions-de-paiement-en-temps-reel/>, consulté le 17/04/2025 à 12 :13.

Ces technologies et solutions transforment le paysage des paiements internationaux en les rendant plus rapides, moins coûteux et plus accessibles.

### 3.1.3. Avantages pour les entreprises algériennes

L'adoption de technologies numériques avancées, notamment la blockchain, offre aux entreprises algériennes un levier stratégique pour renforcer leur position sur les marchés internationaux. Cette technologie, en plein essor, constitue une réponse innovante aux nombreuses contraintes liées aux paiements transfrontaliers et à la traçabilité des transactions.

Tout d'abord, **la réduction significative des coûts opérationnels** constitue un atout majeur. Grâce à l'élimination des intermédiaires dans le traitement des paiements internationaux, les entreprises peuvent économiser sur les frais de transaction, les commissions bancaires et les délais de traitement. Ces économies peuvent être réinvesties dans des activités à plus forte valeur ajoutée, telles que la recherche-développement, l'amélioration de la qualité des produits ou l'expansion commerciale.

Par ailleurs, **l'accès aux marchés mondiaux devient plus fluide**. La rapidité d'exécution des transactions, combinée à leur fiabilité, permet aux entreprises algériennes d'établir des relations commerciales plus stables et plus compétitives. Cela est particulièrement important dans des secteurs où la rapidité des échanges conditionne l'entrée sur de nouveaux marchés ou le maintien de partenariats stratégiques.

Un autre avantage essentiel réside dans **le renforcement de la confiance avec les partenaires étrangers**. En effet, la blockchain offre une transparence totale sur les opérations, ce qui permet aux acteurs internationaux de vérifier l'authenticité des transactions, des documents contractuels et de l'historique commercial. Cette transparence contribue à améliorer la crédibilité des entreprises algériennes, qui peuvent ainsi se positionner comme des partenaires fiables, respectueux des standards internationaux.

Enfin, l'intégration de la blockchain dans leurs processus permet aux entreprises locales **de s'aligner sur les tendances globales de digitalisation**, devenant ainsi plus attractives dans un environnement commercial où l'innovation est un critère de compétitivité. Cette capacité d'adaptation aux évolutions technologiques constitue un indicateur clé de maturité économique et un facteur d'insertion durable dans les chaînes de valeur mondiales.<sup>1</sup>

En somme, la blockchain transforme les paiements transfrontaliers en les rendant plus rapides, moins coûteux et plus sûrs. Pour les entreprises algériennes, elle constitue un levier stratégique pour s'intégrer pleinement au commerce mondial.

---

<sup>1</sup><https://www.babyloneconsulting.fr/nos-articles/banques-et-solutions-de-paiement-en-temps-reel/>, Op Cit.  
Consulté le 16/04/2025 à 11 :30.

### 3.2. Gestion des lettres de crédit et garanties bancaires

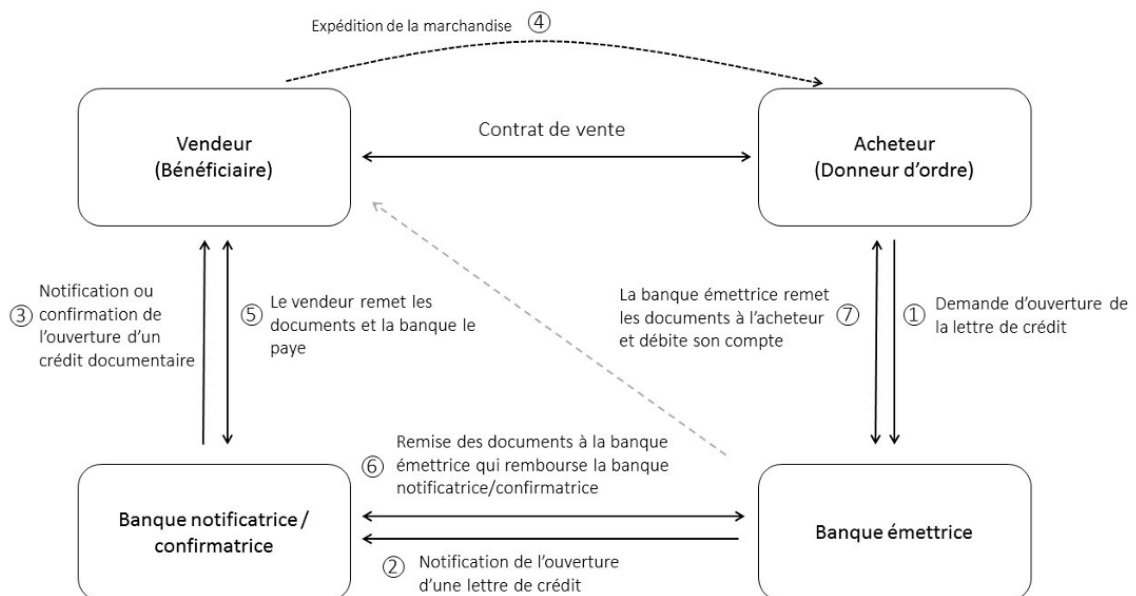
#### 3.2.1. Lettre de crédit

Une lettre de crédit (ou crédit documentaire) est un document bancaire qui garantit qu'un vendeur recevra son paiement, à condition que les termes spécifiés dans le contrat soient respectés. Elle est souvent utilisée dans le commerce international pour sécuriser les transactions entre des parties situées dans différents pays.

Les étapes principales incluent :

- **Émission** : Une banque agit comme intermédiaire et émet la lettre au nom de l'acheteur.
- **Garantie de paiement** : Si les conditions (comme la livraison de biens/services) sont remplies, la banque paie directement le vendeur.
- **Réduction des risques** : Cela protège à la fois l'acheteur et le vendeur contre les risques de non-paiement ou de non-livraison.

Figure N°2- 1: Le fonctionnement des lettres de crédit



Source : Mariana Lamontagne, “Les demandes d’arrêt de paiement des lettres de garantie et des lettres de crédit en raison de fraude”, Mémoire présenté en vue de l’obtention du grade de Maîtrise en droit, Université de Montréal- Faculté de Droit, Janvier 2023, p 23.

Cette figure montre le fonctionnement d’une lettre de crédit : l’acheteur demande l’ouverture à sa banque, qui informe le vendeur via une banque notificatrice. Une fois la

marchandise expédiée, le vendeur remet les documents pour être payé. Les banques échangent alors les documents et effectuent les paiements. Ce schéma illustre le rôle clé des banques pour sécuriser la transaction.

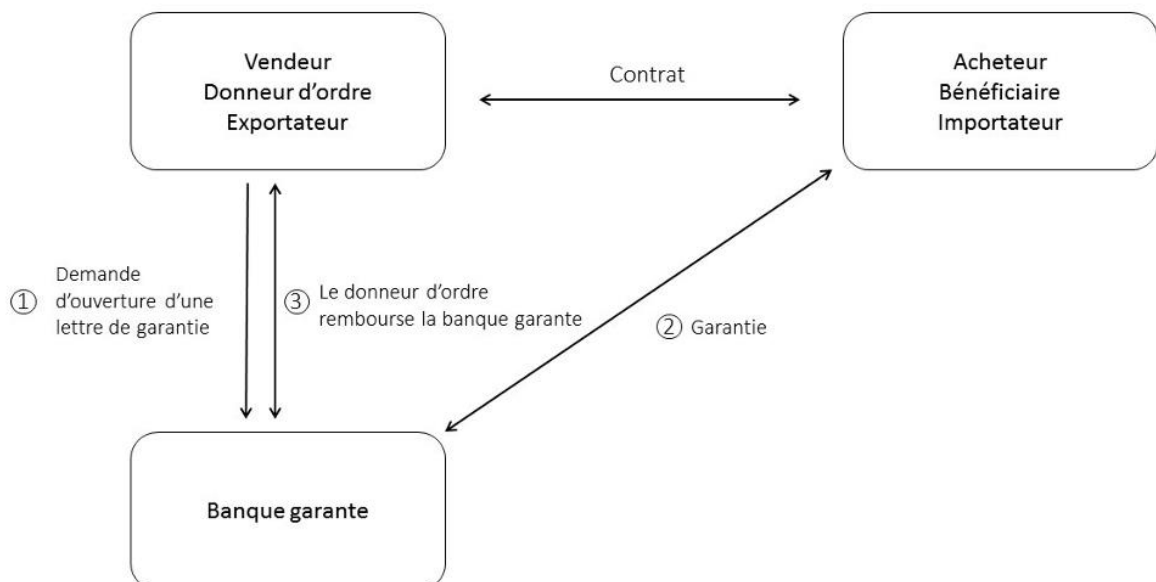
### 3.2.2. Lettre de garantie

Une garantie bancaire est un engagement pris par une banque pour payer une somme d'argent à un bénéficiaire si une partie (souvent un client de la banque) ne respecte pas ses obligations contractuelles.

Elle est utilisée pour :

- **Protéger contre les risques** : En cas de défaut de paiement ou de non-exécution, le bénéficiaire peut réclamer l'argent garanti.
- **Types courants** : Garanties de bonne exécution, garanties de soumission, garanties de paiement, etc.
- **Confiance accrue** : Cela rassure les partenaires commerciaux ou les investisseurs sur la fiabilité d'une entreprise.

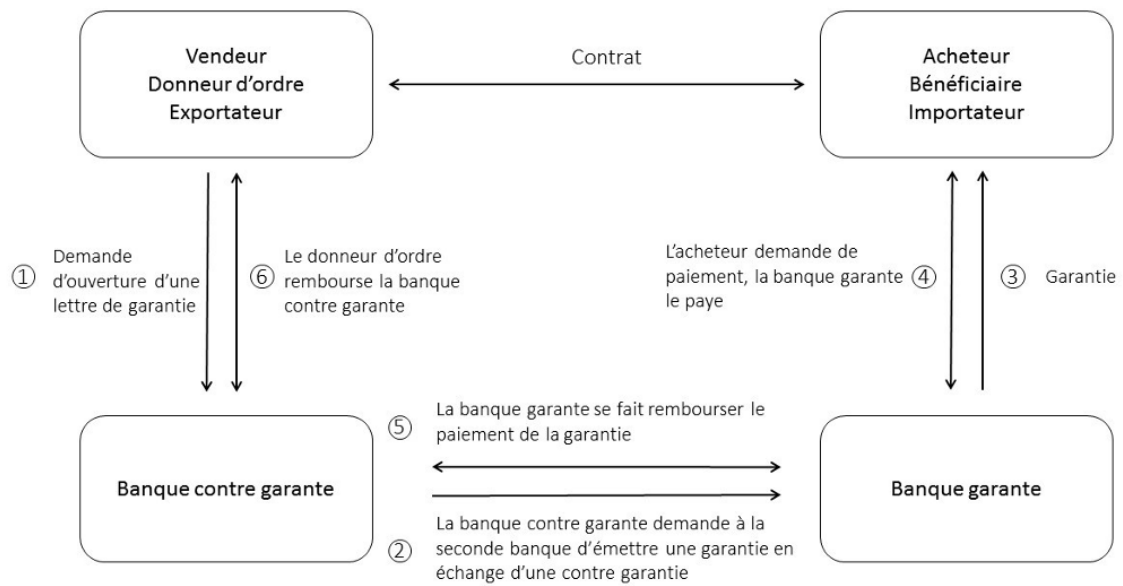
**Figure N°2- 2: Le fonctionnement des lettres de garantie directe**



**Source** : Mariana Lamontagne, **Op Cit**, Janvier 2023, p37.

Cette figure explique comment fonctionne une lettre de garantie directe. Le donneur d'ordre demande à sa banque de garantir un paiement au bénéficiaire. Si un problème survient (par exemple, un non-respect du contrat), le bénéficiaire peut réclamer le montant garanti directement auprès de la banque. Ce mécanisme assure une sécurité financière entre les parties.

Figure N°2- 3: Le fonctionnement des lettres de garantie indirecte



Source : Mariana Lamontagne, *Ibid*, Janvier 2023, p38.

La figure montre le fonctionnement d'une lettre de garantie indirecte. Le donneur d'ordre demande à sa banque d'émettre une contre-garantie en faveur d'une seconde banque. Cette dernière émet alors la garantie au bénéfice du créancier, en cas de réclamation, la banque du bénéficiaire demande le paiement à la première banque, qui se retourne ensuite vers le donneur d'ordre. Ce montage est utilisé dans les opérations internationales.

### 3.3.Rapprochement avec les entreprises algériennes tournées vers l'export

La digitalisation constitue un levier stratégique essentiel pour les entreprises algériennes souhaitant se positionner sur les marchés internationaux. En modernisant les canaux de communication, les systèmes de paiement et les outils de gestion, elle facilite leur intégration dans des chaînes de valeur mondiales de plus en plus numérisées.<sup>1</sup>

Tout d'abord, les plateformes numériques permettent aux entreprises exportatrices d'accroître leur visibilité à l'échelle internationale. Les catalogues en ligne, les places de marché électroniques (B2B/B2C), les salons virtuels et les sites multilingues facilitent la mise en relation avec de nouveaux clients, fournisseurs ou partenaires étrangers. Cela représente une opportunité précieuse pour les PME algériennes qui, jusque-là, avaient peu de moyens pour pénétrer des marchés extérieurs.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> La digitalisation, levier essentiel pour les PME en Algérie, LinkedIn, 2023.

<sup>2</sup> Les PME face au transfert d'économie algérien vers le digital, ResearchGate, 2023.

Les outils digitaux améliorent la gestion des opérations d'export. Par exemple, les logiciels de gestion intégrée (ERP), les systèmes de gestion logistique (TMS/WMS) ou encore les plateformes de suivi des expéditions offrent une plus grande efficacité dans le traitement des commandes internationales. Ces technologies contribuent à optimiser les délais, à réduire les erreurs et à répondre aux exigences des partenaires étrangers en matière de qualité, de traçabilité et de conformité.<sup>1</sup>

Pour les solutions de financement digitalisées, telles que les lettres de crédit électroniques ou les plateformes de financement participatif orientées export, facilitent l'accès au crédit pour les entreprises algériennes tournées vers l'international. Cela leur permet de sécuriser les transactions et de disposer des liquidités nécessaires pour honorer leurs engagements vis-à-vis de leurs clients à l'étranger.<sup>2</sup>

Enfin, la digitalisation favorise le renforcement de la compétitivité des entreprises algériennes exportatrices. En adoptant les normes technologiques et les standards internationaux, elles gagnent en crédibilité aux yeux de leurs partenaires commerciaux. Cela est d'autant plus crucial dans un contexte où les donneurs d'ordre privilégient de plus en plus des fournisseurs connectés, réactifs et transparents.<sup>3</sup>

**Tableau N°2- 2: positionnement de l'Algérie par rapport au reste du monde dans les technologies digitales en 2025**

Indice	Classement
L'indice de développement des TIC	98/176
L'indice de développement de l'e-gouvernement	125/193
Indice d'agilité digitale (IAD)	90/176
L'indice de maturité numérique	115/139
L'indice de cyber sécurité	110/139

**Source : rapport annuel (classement des derniers rapports disponibles) , consulté le 20/04/2025 à 11H50**

Les indices numériques de l'Algérie reflètent des progrès encourageants, mais laissent entrevoir des défis persistants. L'amélioration notable de l'indice de développement des TIC et de l'agilité digitale souligne des efforts significatifs pour moderniser les infrastructures technologiques et encourager l'innovation.

Cependant, les classements plus modestes concernant l'e-gouvernement et la cybersécurité mettent en lumière des domaines nécessitant des initiatives renforcées, notamment pour simplifier les services publics et protéger les données sensibles.

<sup>1</sup> Transformation numérique en Algérie : Quelle stratégie mettre en place ? Eco Times DZ, 2023

<sup>2</sup> 2022, année de l'accélération de la numérisation en Algérie, APS, 2022

<sup>3</sup> E-commerce en Algérie : Des perspectives prometteuses à l'horizon 2030, El Moudjahid, 2023 .

## **Conclusion de chapitre 02**

En conclusion, la digitalisation constitue une transformation incontournable dans le domaine bancaire, aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale. Malgré des avancées notables en Algérie, attribuables principalement aux actions du gouvernement et à l'engagement des institutions financières, un bon nombre de défis demeurent.

Pour tirer pleinement parti des possibilités qu'offrent les outils numériques, les banques doivent surmonter des défis associés aux infrastructures technologiques, à l'éducation numérique et à la résistance au changement.

Sur le plan mondial, la digitalisation révolutionne les services bancaires en simplifiant les transactions transfrontalières, la gestion des garanties bancaires et l'établissement de liens avec les sociétés exportatrices. Elle constitue un outil stratégique qui permet aux banques algériennes d'améliorer leur compétitivité et de s'adapter à un contexte économique mondial en perpétuel changement.

Ce 2ème chapitre éclaire donc les défis complexes et les opportunités encourageantes que représente la digitalisation pour le secteur bancaire algérien, en fournissant une vue d'ensemble de ses impacts présents et à venir. Le parcours reste à définir, mais les fondations établies indiquent un potentiel important pour une transformation profonde et pérenne.

**CHAPITRE 03 : Étude de cas-  
Fransabank Algérie et les effets de la  
digitalisation sur ses services  
bancaires**

### **Introduction du chapitre 03**

Après avoir présenté le cadre théorique et conceptuel de la digitalisation bancaire ainsi que les enjeux liés à son développement dans le secteur financier international, ce troisième chapitre s'intéresse à l'étude de terrain, à travers le cas pratique de Fransabank. L'objectif principal est de comprendre concrètement comment une institution bancaire, opérant sur le marché algérien, intègre les outils numériques dans son offre de services et quels sont les impacts de cette transformation sur sa relation avec la clientèle, notamment à l'échelle internationale.

Dans cette optique, nous avons mené une enquête qualitative à travers un guide d'entretien structuré, adressé à des collaborateurs de la banque ainsi qu'à des clients utilisateurs des services digitaux. Ce travail de terrain vise à analyser la perception des acteurs internes et externes de la banque face aux évolutions induites par la digitalisation, en mettant en lumière les avantages perçus, les limites rencontrées ainsi que les attentes futures.

Le choix de Fransabank comme objet d'étude n'est pas anodin. Il s'agit d'une banque qui a investi dans la mise en place d'une plateforme E-Banking performante, offrant une large gamme de services bancaires accessibles à distance. Ce cas permet ainsi d'illustrer les dynamiques de modernisation en cours dans le secteur bancaire algérien et d'évaluer dans quelle mesure ces outils contribuent à améliorer la qualité du service, la satisfaction client, et la compétitivité à l'international.

Ce chapitre se structure autour de deux grands axes. La première porte sur la présentation des services digitaux proposés par Fransabank, notamment à travers sa plateforme E-Banking, et sur l'analyse de leur fonctionnement. Le second axe est consacré à l'interprétation des résultats issus des entretiens, afin de dégager les effets concrets de la digitalisation sur les pratiques bancaires, tant du point de vue des clients que du personnel bancaire.

## **1. Section01 : Présentation institutionnelle de Fransabank**

Au niveau de cette section nous allons présenter les informations récoltées de la banque qui nous a accueillis pour l'exécution de notre travail de recherche, par la suite nous allons découvrir les différents produits et services fournis pour sa clientèle.

### **1.1.Présentation de Fransabank dans le monde**

Fransabank est une institution bancaire présente dans plusieurs régions du monde, elle illustre bien son rayonnement international à travers sa présence dans des pays comme la France, l'Algérie, La cote d'ivoire, Le Liban, Les Emirates Arabes Unis, L'Irak, Le Soudain, et même la Biélorussie. En France elle est représentée par **Fransabank (France)SA, située au 74 Avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris.**<sup>1</sup>

Cette stratégie d'expansion géographique reflète son ambition de construire un réseau global, de se rapprocher de diverses clientèles, et de renforcer sa position sur la scène bancaire mondiale. En s'installant dans des zones clés, elle cherche à diversifier ses activités tout en s'adaptant aux besoins spécifiques de chaque marché local.

### **1.2.Présentation de Fransabank en Algérie**

FRANSABANK EL DJAZAIR est une banque algérienne à capitaux mixtes, avec une forte participation libanaise. Elle est présente sur le marché depuis le 1 octobre 2006, suite à l'agrément accordé par la banque d'Algérie.

Malgré un contexte bancaire en pleine évolution, elle a su gagner la confiance des autorités monétaires et c'est rapidement imposé comme un acteur sérieux.

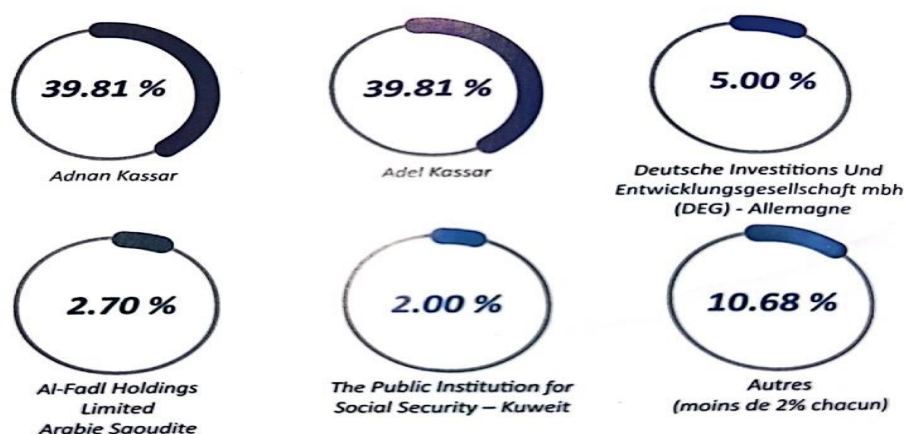
FRANSABANK propose une gamme complétée des services bancaires pour les particuliers, les professionnels, les PME, ainsi que les grands groupes aussi bien nationaux qu'internationaux.

Coté actionnariat, on retrouve principalement Fransabank SAL avec près de 80% réparti entre Adnan et Adal kassar , ainsi que des partenaires internationaux comme DEG (Allemagne) avec 5% , Al-Fadl Holding (Arabie Saoudite) avec 2,7% et une institution publique de kuweit .

---

<sup>1</sup> Documents Internes de la banque petit livret de présentation de la banque

Figure N°3- 1: Actionnariat de Fransabank S.A.L



Source : Document interne de la banque, livret de la banque

Nous pouvons remarquer à travers la figure ci-dessus que l'actionnariat de Fransabank est dominé par Adnan et Adel kassar, détenu chacun 39,81 % des parts. Les autres actionnaires, comme la DEG d'Allemagne ou Al-Fadl Holding, détiennent des parts beaucoup plus modestes. Cela montre que la banque reste largement contrôlée par ces deux principaux actionnaires.

### 1.1.1. Aperçu historique

Fransabank tire ses origines d'une des plus grandes anciennes banques du Liban, le crédit Foncier d'Algérie et de Tunisie, qui avait ouvert une succursale à Beyrouth, dès 1921. Depuis elle a beaucoup évolué pour devenir un groupe bancaire et financier complet, avec plusieurs filiales spécialisées dans des domaines variées : banque de détail, financement de projet, leasing, assurance bancaire et immobilier.

Aujourd'hui, FRANSABANK est présente dans plusieurs pays, notamment au Liban, France, au Soudan, en Côte d'ivoire et en Algérie. En plus de ces implantations elle s'appuie sur un vaste réseau de partenaires bancaires à travers le monde, incluant les plus grandes banques internationales.

Grace à sa solidité financière, son esprit d'innovation, son rythme de modernisation, le groupe FRANSABANK est bien positionné pour accélérer le développement de ces filiales et renforcer sa présence sur la scène régional et international<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Support d'informations transmis par FRANSABANK

### **1.1.2. Approche institutionnelle : Vision, missions et valeurs du groupe**

Fransabank repose sur des valeurs essentielles telles que l'intégrité, la loyauté, la responsabilité financière et la transparence.

Ces principes guident chaque aspect de son approche de gestion et assurent la qualité des services bancaires qu'elles proposent à ses clients.

La vision de la banque est de contribuer en développement des économies et des communautés dans les zones où elle est présente, en instaurant un climat de confiance de dynamisme et d'innovation.

Elle met un point d'honneur à placer le client au cœur de ses priorités, en offrant des services financiers de haute qualité, tant pour les particuliers que pour le secteur bancaire dans son ensemble.

Parmi ses missions, FRANSABANK souhaite :

- Consolider sa position tant au niveau national qu'international
- Respecter les normes et standards internationaux dans les domaines bancaire, financier, et en matière de gouvernance d'entreprise.
- Toujours mettre les clients au centre de ses préoccupations pour mieux les servir
- Fournir un service client exceptionnel
- Promouvoir l'entrepreneuriat, l'esprit de décision et le travail d'équipe au sein de l'organisation
- Entretien des relations solides avec les investisseurs institutionnels<sup>1</sup>

### **1.1.3. Vue d'ensemble sur les produits et services de Fransabank**

FRANSABANK EL DJAZAIR offre une gamme variée de produits et services (Voir l'Annexe N° 03) conçus pour répondre aux besoins diversifiés de ses clients, qu'ils soient particuliers, professionnels ou entreprises de toutes tailles. L'institution met un accent particulier sur le capital humain en recrutant des collaborateurs talentueux et expérimentés, garantissant ainsi un service de qualité. Sa stratégie repose sur l'engagement à accompagner chaque client dans la réalisation de ses projets grâce à des solutions financières adaptées.

Le tableau ci-dessous résume les principaux produits et services proposées par FRANSABANK EL DJAZAIR :

---

<sup>1</sup> Brochures institutionnelles de FRANSABANK

**Tableau N°3- 1: Présentation des produits et services de Fransabank**

Catégorie	Produits et Services
Crédits d'investissement	Soutien aux entreprises et professionnels pour la réalisation de projets d'investissement ,contribuant à leur avenir
Crédits d'exploitation	Crédits à court terme , découvert en compte , avances sur stocks , nantissement de marché pour accompagner les besoins quotidiens
Commerce Extérieur	Services pour faciliter les échanges internationaux , incluant crédits documentaires , paiements internationaux
Placements de liquidités	Bons de caisses , dépôts à terme , livrets d'épargne pour faire fructifier l'argent de manière sécurisée et rémunérée
Crédits à la consommation	Crédits pour l'achat de biens tels que véhicules, électroménagers,matériel,Hi-tech,et meubles fabriqués localement
Banque à distance	Accès sécurisé aux comptes via la banque en ligne, disponible 24h/24 et 7j/7 , ainsi que le service MobiBank pour le suivi en temps réel

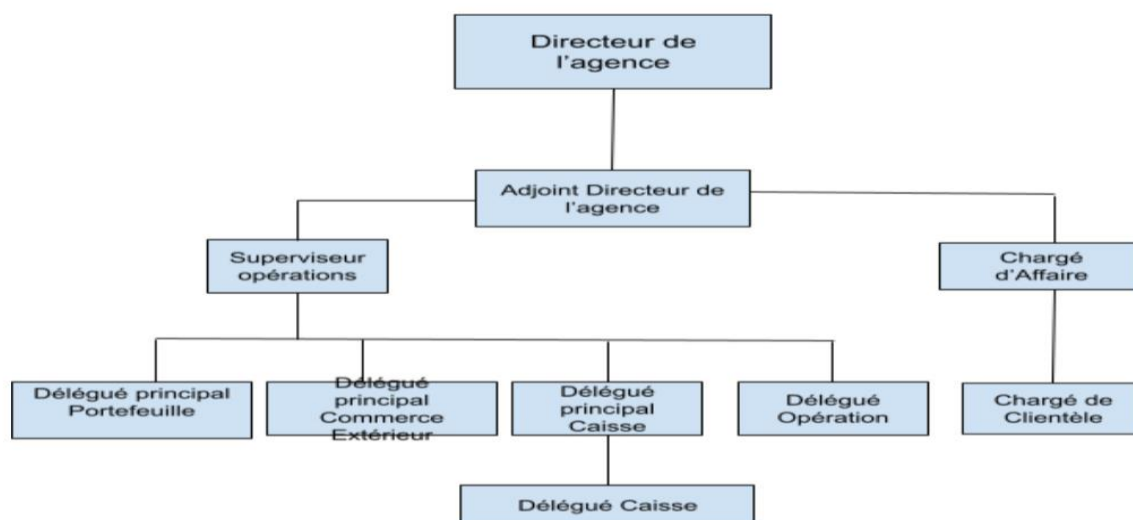
**Source : Réaliser par nos soins à l'aide des documents internes de la banque**

FRANSABANK EL DJAZAIR se distingue ainsi par des solutions bancaires complètes et flexibles et accessibles, conçues pour répondre aux besoins spécifiques de chaque client tout en favorisant l'efficacité et la croissance économique.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Site internet de la banque : <https://www.fransabank.dz/>;

#### 1.1.4. Structure organisationnelle de Fransabank

Figure N°3- 2: Organigramme de Fransabank



Source : Documents internes de Fransabank (Département Ressources Humaine)

La figure ci-dessus représente l'organigramme fonctionnel de l'agence Fransabank Kouba, au sommet de l'organigramme nous trouvons le **Directeur de l'agence**, qui assume la responsabilité globale de la gestion et du bien fonctionnement de l'agence.

Il est assisté par un **Adjoint directeur**, qui joue un rôle important dans la coordination des services et la supervision des équipes.

Nous pouvons voir à travers cette figure que l'organigramme est divisé en deux grands pôles : Le pôle opérationnel et le pôle commercial

**Le pôle opérationnel** est sous la responsabilité du superviseur d'opération et comprend plusieurs entités spécialisées :

- **Le délégué principal portefeuille** chargé de la gestion des produits et services financiers liée au portefeuille client.
- **Le délégué principal commerce extérieur** en charge des opérations internationales (import/export).
- **Le délégué principal caisse**, responsable de la gestion des flux de la trésorerie et des opérations de guichets, qui supervise lui-même un délégué caisse.
- **Le délégué opération** il se charge de tâche technique et administrative complémentaire

Le **pôle commercial** est constitué du **chargé d'affaire** qui gère les relations avec les clients professionnels (sociétés, entreprises ...) et du **chargé du clientèle** focalisé sur les clients particuliers.<sup>1</sup>

## **2. Section 02 : État des lieux de la digitalisation des services bancaires chez Fransabank**

FRANSABANK EL DJAZAIR a mis à disposition de ses clients plusieurs outils digitaux, les aidant ainsi à régler leurs transactions, la consultation de leurs comptes et plein d'autres services à distance, sans avoir recours à se déplacer vers la banque. Parmi ces outils digitaux on trouve le E-Banking Fransabank sur le support web et l'application Bank-in-App sur le support mobile, ainsi que d'autres plateformes notamment la plateforme de prédomiciliation.

### **2.1.Le portail E-Banking de Fransabank**

Il s'agit d'une panoplie de services bancaires accessibles à distance via le canal de E-Banking. Il s'agit d'une solution de banque en ligne qui offre aux clients de Fransabank une variété de services pour gérer leurs comptes à distance 24/24H et 7J / 7.

#### **2.1.1. L'accès à la plateforme E-Banking**

Pour accéder à la plateforme E-Banking Fransabank, tout d'abord le client devra s'inscrire auprès de l'agence ou sont domiciliés ses comptes. Ensuite, l'agence enverra un numéro d'abonnement (login) et un mot de passe au client afin qu'il puisse accéder au site E-Banking.

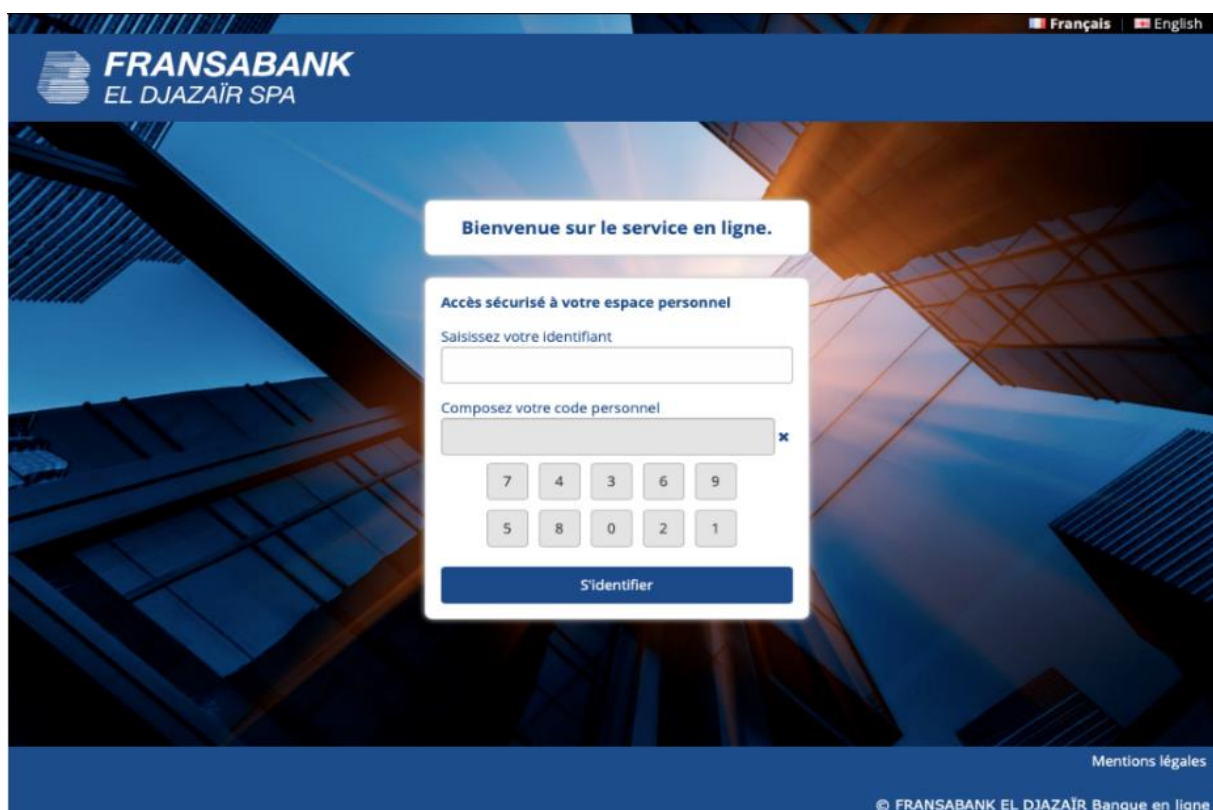
Pour que le client se connecte au service de banque en ligne « E-Banking », il lui suffit de lancer son navigateur internet , de s'assurer qu'il est bien connecté à internet , puis de saisir l'adresse du site : <https://www.internet-banking.fransabank.dz>

Une fois connecté au site, la page va s'afficher comme suit :

---

<sup>1</sup> Documents internes de Fransabank (Département Ressources Humaine)

Figure N°3- 3: Connexion à la plateforme E-Banking



Source : Documents interne de FRANSABANK ( site du e-banking)

Sur cette figure nous pouvons voir la page d'accueil de la plateforme E-Banking de Fransabank EL DJAZAIR, elle permet aux clients de se connecter à leur espace personnel en toute sécurité grâce à un identifiant et un compte confidentiel, cela reflété parfaitement la digitalisation des services bancaires.

### 2.1.2. Interface et navigation sur la plateforme E-Banking

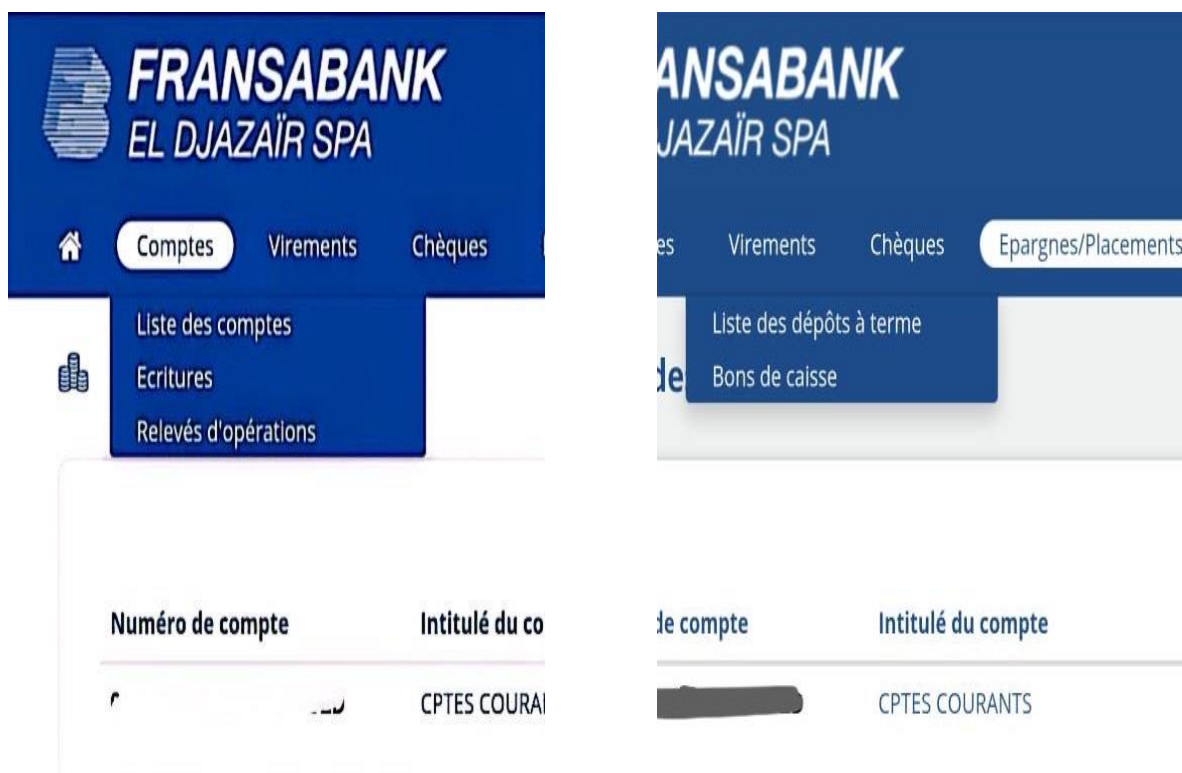
Après avoir eu accès à la plateforme avec ses identifiants, cette dernière se présente comme suit (voir figure)

A l'accueil de la plateforme on trouve plusieurs onglets et menus :

- Les menus (comptes, virements, chèques, épargnes, placements)
- Une carte des agences FRANSABANK disponible à proximité, vous y trouvez les informations nécessaires (adresses, numéro de téléphone/fax, adresse email)

## 2.2. Présentation des services E-Banking

Figure N°3- 4: Services du e-banking



Source : Interface d'une cliente de FRANSABANK

L'interface montrée ci-dessus présente la plateforme E-Banking après connexion d'une cliente de Fransabank, cette dernière accédée facilement à plusieurs services comme consultation de ses comptes, les virements, les chèques, ou encore les placements, et tout en bas nous retrouvons les informations liées aux comptes du client.

### 2.2.1. Les services de E-banking Fransabank

Avec la plateforme E-Banking Fransabank les clients peuvent disposer d'un véritable guichet unique digitale pour piloter tous vos besoins bancaires, ou que vous soyez.

- **Le service de consultation de compte** permet aux clients en quelques clics de visualiser en temps réel le solde de leurs comptes courants et d'épargne, d'accéder à l'historique détaillé des 90 ou 120 derniers jours, et de télécharger leurs relevés au format PDF ou Excel, Word pour leurs archives personnels.

- **Le module de virements** couvre aussi bien les transferts internes entre les comptes du client qu'ils soient nationaux ou internationaux avec possibilité d'option « instantanée » pour les urgences et de programmation de virement récurrents (loyer, facture).
- **Le service d'alerte et notification** permet l'envoi par SMS ou Email des messages personnalisés (débit important, solde bas, échéance de prêt) et vous pouvez créer des seuils d'alerte selon les habitudes de dépenses.
- **Le service de demande de chéquier en ligne** permet au client de demander un ou plusieurs chèques en ligne sans avoir à se déplacer en agence, il lui suffit de remplir ses informations directement sur la plateforme E-Banking.

Une fois la demande envoyée, elle est automatiquement transférée vers une autre plateforme interne à la banque appelée Web it, c'est là que la demande est traitée. Par la suite la chargée de poste à l'agence imprime le chéquier, puis elle appelle le client pour l'informer qu'il peut venir le récupérer.

#### **Commentaire :**

A titre d'observation personnelle, nous pouvons dire que l'extension de la plateforme **E-Banking** Fransabank à l'international est un atout stratégique majeur pour la banque, en effet elle répond aux enjeux de la mondialisation où les clients peu importe leur localisation, exigent une accessibilité continue et rapide à leurs services bancaires c'est-à-dire même à l'étranger ses clients peuvent gérer leur finance en ligne en toute sécurité.

### **2.3. Étude de l'application Bank-In-App de Fransabank**

Bank-In-App représente le support mobile du service E-Banking de Fransabank, afin de pouvoir bénéficier du service Bank-In-App le client doit disposer d'un téléphone de type smartphone équipé du système IOS ou ANDROID relié à internet pour télécharger l'application sur son smartphone.

#### **2.3.1. L'accès à l'espace public**

Cet espace de l'application Bank-In-App propose des fonctionnalités et des informations sur l'application mobile en cliquant sur « **je découvre FRANSABANK EL DJAZAIR** » ou bien « **aide et services** » qui sont accessibles sans authentification, ces fonctionnalités permettent au client de se familiariser avec l'application. Grâce à la visite guidée disponible à l'ouverture de l'application, d'avoir un coup d'œil sur différentes offres et services de cette dernière.

Figure N°3- 5: L'accès à l'espace public de Bank-In-App



Source : (Capture d'écran de l'entrée à l'application Bank-In-App)

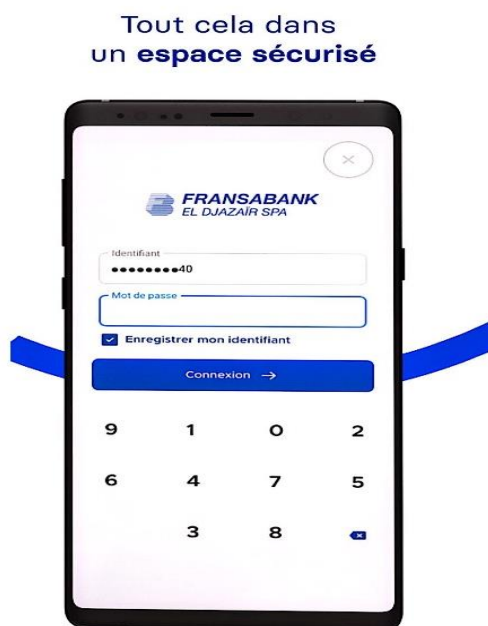
La figure ci-dessus illustre l'interface d'accueil de l'application mobile Bank-In-App de Fransabank el Djazair, nous pouvons remarquer qu'il existe deux zones cliquables principales : « Je me connecte » destinée à l'identification de l'utilisateur, et « je découvre Fransabank El Djazair » qui renvoie une présentation générale de la banque, et enfin une rubrique « Aide et services » et également lisible en bas de l'écran.

### 2.3.2. L'accès à l'espace authentifié de Bank-In-App

Cet espace est réservé aux clients qui se sont rendus en agence et ayant signé un contrat afin que la banque puisse leur attribuer un identifiant et un mot de passe propre pour chaque client.

Lors de la première connexion, il lui sera demandé de saisir l'identifiant et le mot de passe fournis par la banque, après cette étape il pourra accéder à l'application et profiter des différents services proposés.

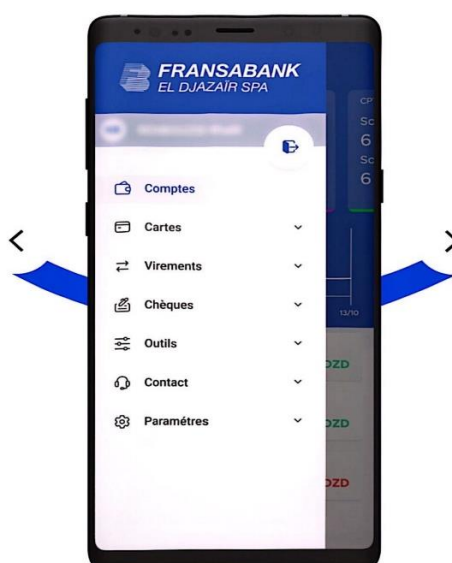
Figure N°3- 6: L'accès à l'espace authentifié de Bank-In-App



Source : capture d'écran du guide d'utilisation de l'application sur Play store

La figure présente en haut illustre l'interface de connexion à l'espace authentifié et sécurisé de l'application mobile Fransabank, elle affiche les champs destinés à l'identifiant et au mot de passe, accompagnés d'un pavé numérique pour la saisie, l'utilisateur a également la possibilité d'enregistrer son identifiant, l'ensemble est présenté sous le slogan « Tout cela dans un espace sécurisé », soulignant l'importance accordé à la sécurité des données.

Figure N°3- 7: Les fonctionnalités de Bank-In-App



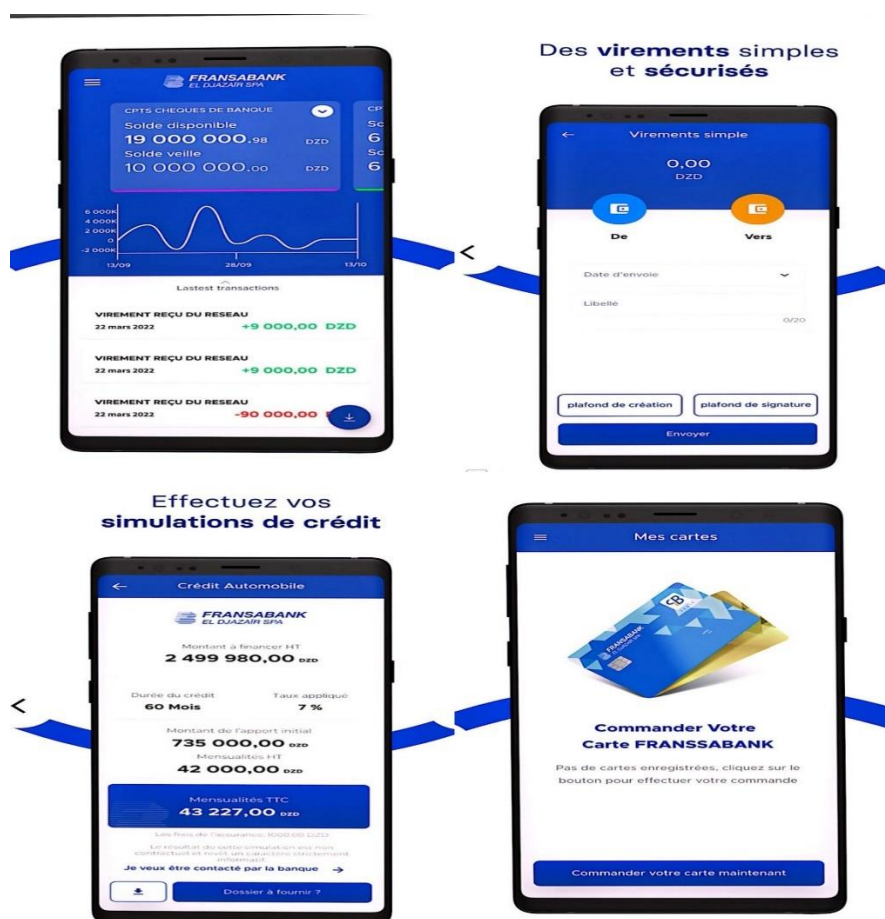
Source : capture d'écran du guide d'utilisation de l'application sur Play store

Cette figure ci-dessus montre les onglets et les menus de l'application Bank-In-App et nous pouvons voir qu'ils sont similaires aux supports web E-Banking Fransabank, parmi eux on trouve dans le menu service (voir la figure) : Mes comptes, Mes cartes, Virements, Chèques, Outils et paramètres.

A travers la figure ci-dessous nous pouvons voir que Bank-In-App offre aux clients de la banque FRANSABANK les services suivants :

- Accéder aux soldes de comptes et à l'historique des soldes
- Effectuer des virements de compte à compte ou vers le bénéficiaire
- Suivre le cours de change
- Être en contact permanent avec sa banque
- Consulter le numéro d'identification bancaire (RIB)
- Commande d'une carte FRANSABANK ;
- Bénéficier d'un Crédit Auto

Figure N°3- 8: Différents services de Bank-In-App



Source : Documents interne de la banque (Guide d'utilisation de l'application)

### Commentaire :

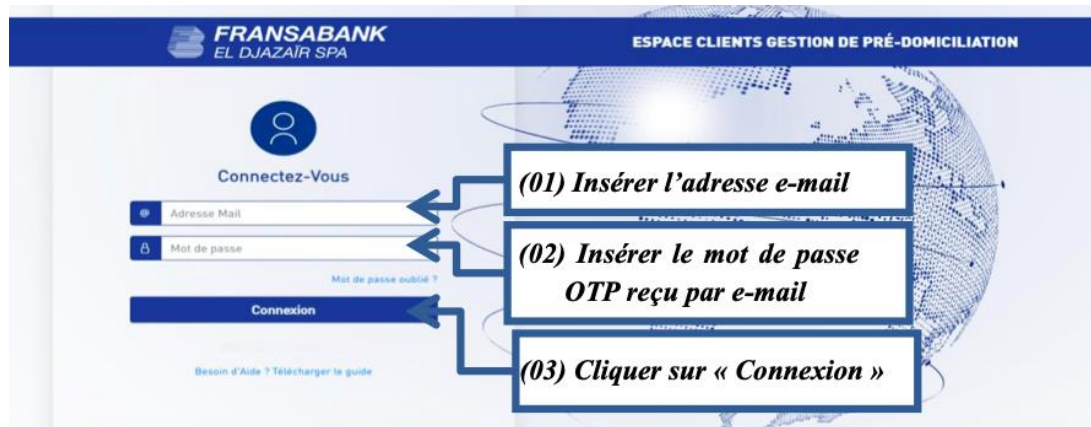
A travers l'étude approfondie que nous avons menée sur cette application, nous avons constaté une limitation notable de cette dernière qui réside dans son accessibilité exclusivement nationale. Alors que l'internationalisation des services bancaires numériques devient un critère essentiel pour répondre aux besoins d'une clientèle mobile et globalisée, cette restriction géographique représente un frein considérable pour Fransabank.

### 2.4. La plateforme de pré-domiciliation

La plateforme de pré-domiciliation de Fransabank El Djazair est un outil en ligne conçu pour faciliter et sécuriser les opérations de commerce extérieur notamment les importations et exportations.

La pré-domiciliation électronique est une étape obligatoire, instituée par la note de la banque d'Algérie N°17/2016/DGC du 13/06/2017 préalable à toute domiciliation physique des opérations du commerce extérieur en agence.

**Figure N°3- 9: connexion à la plateforme de pré-domiciliation**



**Source : Documents internes de la banque (Documents sur le guide d'utilisation de la plateforme)**

La figure ci-dessus présente l'interface de connexion à la plateforme de pré-domiciliation de la banque FRANSABANK EL DJAZAIR, elle décrit les étapes à suivre pour accéder à l'espace client, à savoir : (1) insérer l'adresse email, (2) entrer le mot de passe ou le code OTP reçu par e-mail puis (3) cliquer sur « connexion », cette procédure permet aux utilisateurs de se connecter de manière sécurisée à la plateforme en ligne.

### 2.4.1. Introduction de la demande de pré-domiciliation

Figure N°3- 10: Introduction du nouvelle demande de pré-domiciliation



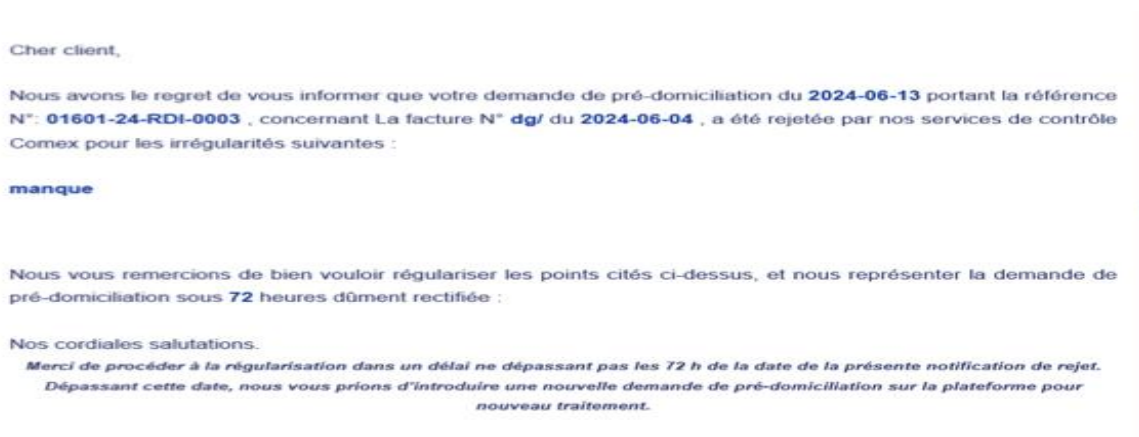
Source : Guide d'utilisation de la plateforme de pré-domiciliation (Document interne de Fransabank)

La figure ci-dessous illustre que lorsque le client souhaite introduire une demande de pré-domiciliation via l'interface de la plateforme, il commence par cliquer sur « Nouvelle demande », puis il introduit ses informations ainsi que son fournisseur (Voir Annexe N° 04).

Lors du traitement de la demande de pré-domiciliation, un complément d'information peut être requis.

Une notification est adressée par e-mail, précisant le complément demandé :

Figure N°3- 11: Avis de rejet pour complément d'information



Source : Guide d'utilisation de la plateforme pré-domiciliation

La figure ci-dessus illustre un avis de rejet envoyé par mail suite à une demande de pré-domiciliation incomplète. Nous pouvons voir que la demande a été refusée suite à un manque d'information, et qu'il faut la corriger et la renvoyer sous 72heures.

### **2.4.2. La validation de la pré-domiciliation**

La pré-domiciliation est une étape préparatoire dans le traitement des opérations de commerce extérieur. Elle passe par deux validations successives, la première se fait au niveau de l'agence, où le dossier du client est vérifié une première fois par la déléguée du commerce extérieur.

Par la suite, le dossier est envoyé à la direction générale, plus précisément à la Direction du commerce Extérieur, pour une seconde validation. Si cette dernière est favorable, un avis d'acceptation est délivré.

Le client peut alors revenir à l'agence avec les documents demandés pour finaliser la domiciliation. Ce processus, désormais appuyé par une plateforme digitale, permet de gagner en efficacité et en clarté dans le suivi des démarches liés au commerce extérieur.

### **2.4.3. Le règlement du dossier**

Une fois le dossier domicilié, le client se rend à l'agence pour le récupérer. A ce stade, deux modes de paiement peuvent être appliqués :

Soit un règlement à vue, soit un règlement contre acceptation à échéance. L'agence transmet ensuite les documents nécessaires à la Direction Générale pour déclencher le règlement. Parmi ces documents figurent l'ordre de transfert ainsi que l'annexe 1, qui correspond à la déclaration exigée par l'instruction n°06-2021 du 29 juin 2021 (Voir l'Annexe N° 05).

Avant de programmer le paiement en bourse, la Direction Générale procède à l'achat des devises nécessaires, en les échangeant contre les dinars du client, selon le taux de change en vigueur. Une fois cette étape terminée, la centrale vérifie les documents reçus et fixe une date valeur, qu'elle communique à l'agence. Celle-ci informe ensuite le client.

Enfin, à la date convenue, la banque du fournisseur est réglée grâce au débit du compte en devises de Fransabank et au crédit de la banque du fournisseur via des messages SWIFT.

#### **Commentaire :**

Après avoir étudié la plateforme de prédomiciliation de Fransabank, il est clair que cette initiative représente une réelle avancée vers la modernisation des procédures destinées aux opérations de commerce extérieur, mais elle ne peut pas être considérée comme entièrement numérique, dans la mesure où le client doit toujours se déplacer en agence pour la remise physique des documents requis.

### 2.5. Analyse SWOT de FRANSABANK

Tableau N°3- 2: Analyse SWOT de Fransabank el Djazair

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faible distance hiérarchique au sein de Fransabank ce qui facilite la communication entre les employés et leurs supérieurs.</li> <li>• La capacité d'innovation et l'engagement de Fransabank dans la formation continue comme nous témoignons la récente initiation de ses équipes à une nouvelle plateforme WORKFLOU.</li> <li>• Fransabank bénéficie d'un large portefeuille de services, ce qui lui permet de répondre à une clientèle diversifiée et renforcer sa position sur le marché.</li> <li>• La banque dispose d'une équipe jeune et dynamique qui favorise un environnement propice à la créativité et l'adoption rapide des nouvelles technologies .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le statut juridique autonome de Fransabank Algérie limite le transfert direct de la maison – mère libanaise ce qui peut freiner sa modernisation et crée un décalage technologique</li> <li>• Digitalisation encore partielle au sein de Fransabank ce qui constitue une faiblesse pour elle en raison des systèmes internes parfois obsolètes, d'un manque de coordination entre les services numériques et traditionnelles.</li> <li>• Le taux élevé de créances douteuses, certains clients de Fransabank ne remboursent pas leurs crédits à temps, ce qui affectera la stabilité financière de la banque en conséquent, limiter la capacité d'accorder de nouveaux prêts.</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La banque d'Algérie a établi un cadre réglementaire spécifique pour la création de l'agrément des banques digitales , notamment à travers l'instruction N°02-25 du 2 mars 2025 , cette instruction définit les conditions de constitution , d'agrément et d'activités des banques digitales facilitant ainsi leur émergence dans le paysage financier Algérien .</li> <li>• Le développement du e-commerce en Algérie , comme nous pouvons constater une croissance progressive du commerce en ligne , ces dernières années ce qui crée une réelle opportunité pour Fransabank de nouer des partenariats avec des plateformes e-commerce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La portée limitée de l'application mobile de Fransabank (Bank-in-App), qui fonctionne qu'au niveau nationale face à des solutions plus avancées des concurrents comme l'application Arabimobile proposé par Arab Bank qui est opérationnelle à l'échelle nationale et aussi internationale .</li> <li>• L'absence de carte visa chez Fransabank représente un désavantage concurrentielle important dans un marché où d'autres établissements concurrents comme Arab Bank ou BNP Paribas qui offrent ce service devenu essentiel pour les clients par exemple nous retrouvons la carte visa gold</li> </ul>

<p>comme Jumia Algérie et de proposer des solutions de paiements sécurisées et intégrées .</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• L'émergence des Startup et des Fintechs en Algérie ouvrent à Fransabank l'opportunité de collaborer avec ces dernières et de bénéficier de leur expertise à fin d'améliorer ses propres services comme l'intégration de l'intelligence artificielle (IA) pour le traitement et la gestion rapide des données de ses clients .</li><li>• L'encouragement de la banque d'Algérie à abandonner le cash au profit des paiements électroniques représentent une opportunité pour fransabank pour proposer des portefeuilles numériques , des cartes prépayés à fin de répondre à cette nouvelle demande .</li></ul>	<p>proposé par Arab Bank qui fonctionne à l'international.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La prédominance de la banque d'Algérie qui impose ses orientations et directifs aux établissements bancaires notamment Fransabank les obligeant ainsi à suivre un cadre strict et limitant ainsi leur marge d'initiative dans le développement de nouveaux services .</li></ul>
---	--

**Source :** Réalisé par nos soins à l'aide des : « Documents internes de Fransabank » ; « Site internet de Arab <http://www.arabbank.com> » ; « Site internet BNP Paribas <https://www.bnpparibas.dz> »

#### Commentaire du diagnostic SWOT :

A travers cette analyse SWOT que nous avons établis, nous prenons conscience que Fransabank Algérie possède un potentiel réel pour réussir sa transformation digitale, mais qu'elle reste freinée par plusieurs limites internes et structurelles.

Ce qui nous a particulièrement marquée, c'est le décalage entre la volonté d'innovation de l'équipe très motivée et ouverte aux nouvelles pratiques et des moyens parfois limités dont elle dispose. Le fait que la banque reste juridiquement autonome vis-à-vis de sa maison-mère libanaise rend difficile le transfert direct de solution déjà mise en place ailleurs, ce qui ralentit l'adoption d'outils modernes.

En observant les opportunités offertes par l'environnement algérien , notamment l'ouverture réglementaire en faveur de la digitalisation et la montée du e-commerce , nous nous rendons compte qu'il existe un vrai terrain favorable à l'évolution , mais pour en profiter , il faut que la banque dépasse certaines faiblesses comme l'absence de carte visa ou une digitalisation encore incomplète comme nous pouvons la voir au niveau de la plateforme de la pré-domiciliation ou la présence du client au niveau de la banque elle y est toujours , il est à noter que cette analyse met en lumière l'importance d'une meilleure coordination entre les ambitions stratégiques et les réalités opérationnelles .

Cette analyse nous a permis de mieux comprendre que la digitalisation ne dépend pas uniquement de la technologie, mais aussi de la culture interne de l'organisation et surtout de la

capacité d'adaptation et c'est exactement là que Fransabank Algérie peut faire la différence si elle parvient à mieux aligner ses ressources avec les dynamiques du marché.

### **3. Section 3 : Analyse des effets de la digitalisation**

Pour cette étude une méthodologie qualitative a été adoptée afin de recueillir des données riches et détaillées. Un guide d'entretien semi directif structurée a été élaboré, comprenant des questions ouvertes et ciblés visant à explorer les perceptions, expériences et attentes des responsables au sein de la banque Fransabank concernant les effets de la digitalisation sur les services bancaires internationaux. Les entretiens ont été menée individuellement avec des cadres issues de différents départements, notamment ceux en lien avec les opérations internationales, la relation client afin de garantir une compréhension globale et nuancée.

#### **3.1.Présentation du cadre méthodologique de l'étude qualitative et analyse des résultats**

Afin d'atteindre nos objectifs de recherche et de répondre à nos questions, nous avons pensé qu'il serait utile de mener une recherche qualitative dans ce domaine ainsi une analyse basée sur les données que nous avons pu recueillir au sein de Fransabank.

##### **3.1.1. Objectifs de l'enquête par entretien**

Au niveau de cette partie nous présentons notre méthodologie d'analyse qui repose sur des entretiens semi directif individuelle avec les responsables des différents départements, le but principal de cette démarche est de comprendre en profondeur comment la digitalisation impacte les services bancaires nationaux et internationaux au sein de Fransabank tels que :

- Comprendre comment la digitalisation est perçue et vécu au sein de Fransabank
- Identifier les impacts concrets des outils digitaux sur les services bancaires internationaux
- Évaluer l'effet de la digitalisation sur la satisfaction et la fidélité de la clientèle de Fransabank

##### **3.1.2. Période de l'enquête**

Notre enquête a été menée en Avril 2025. La collecte des données a été achevée en 15 jours, et nous avons consacré 20 jours supplémentaires en traitement et analyse des résultats

##### **3.1.3. Le guide d'entretien**

Pour la réalisation de ce travail, nous avons mené une étude qualitative par entretiens semi -directifs à travers des entretiens face-à-face avec le Directeur Adjoint de l'agence, La chargée principale de Clientèle et La chargée du poste commerce extérieur.

Dans cet entretien, nous avons demandé aux répondants de s'exprimer librement spontanément, mais uniquement autour des sujets abordés dans nos questions, afin de mieux manifester leur point de vue sur ces dernières et de nous fournir un résultat pour compléter notre recherche qualitative dans le but de déterminer l'impact des effets de la digitalisation sur les services bancaires internationaux de Fransabank.

Ce guide d'entretien est composé de dix questions ouvertes répartis selon trois axes (Voir Annexe N° 01) dont le but est de recueillir le plus d'informations possibles, sachant que les réponses ne seront utilisées qu'à des fins scientifiques et académiques.

➤ **Choix de personnes (Échantillonnage qualitatif)**

La sélection des personnes interrogées est importante pour répondre à l'objectif principal de l'étude. En fait, nous avons interrogé trois responsables, ce sont :

- Adjoint directeur d'agence Fransabank Kouba dont son activité principale est d'assurer en étroite collaboration avec le directeur d'agence, la gestion et le développement du fonds de commerce de l'agence dans les meilleures conditions de sécurité opérationnelle, de risque et de rentabilité ainsi que l'encadrement et la supervision de ses équipes.
- Chargée de clientèle principal, sa mission principale est d'assurer la gestion d'un portefeuille clientèle, et le traitement dans les délais requis des opérations confiées, et participer à la réalisation du plan d'action commercial dans le strict respect des procédures et réglementation en vigueur.
- Déléguée commerce extérieur (comex) chargée de la prise en charge des demandes de la clientèle liée aux opérations du commerce extérieur, veiller à la conservation et archivage des dossiers relative au commerce extérieur et d'assurer leurs bonnes tenues et les transmettre à la direction générale des opérations pour l'apurement.

Dans le cadre de notre démarche qualitative, nous avons retenu un échantillon raisonné de trois participants, tous issus de l'agence Fransabank Kouba. Ce choix repose sur la structure organisationnelle de l'agence, au sein de laquelle seuls certains départements sont directement impliqués dans la digitalisation des services bancaires internationaux. Les entretiens ont ainsi été conduits auprès du directeur adjoint de l'agence, de la chargée de clientèle principale et du délégué du commerce extérieur.

Ces profils ont été sélectionnés en raison de leur position stratégique et de leur implication opérationnelle dans la mise en œuvre des services numériques à l'international. L'objectif n'était pas d'atteindre une représentativité statistique, mais de recueillir des données qualitatives denses, contextualisées et directement issues de l'expérience des acteurs concernés. Ce choix méthodologique s'inscrit dans une logique de recherche compréhensive, centrée sur la richesse et la pertinence des informations.

Par ailleurs, la saturation empirique des données a été atteinte au terme de ces trois entretiens, dans la mesure où les informations recueillies se sont révélées suffisamment redondantes et cohérentes pour dégager des régularités interprétables, rendant improbable l'apport de données nouvelles significatives par le biais d'entretiens supplémentaires.

➤ **Le déroulement de l'entretien**

Les entretiens se sont déroulés le lundi 14 Avril, à Kouba. Le choix s'est porté sur les bureaux des responsables comme lieu de déroulement des entretiens, chaque entretien a duré entre 30 et 40 minutes par responsable, permettant ainsi une collecte approfondie des informations nécessaires (Voir l'Annexe N° 02).

**3.2. Présentation des résultats du guide d'entretien**

**Tableau N°3- 3: AXE 1 Perception et mise en œuvre de la digitalisation au sein de Fransabank Algérie**

<b>Interviewé</b>	<b>Passage important (transcription)</b>	<b>Observation</b>
Adjoint Directeur de l'Agence	« La digitalisation, dans notre secteur, c'est bien plus qu'une simple évolution technologique... Elle permet aussi d'optimiser nos opérations internes, de gagner en rapidité, en efficacité, et en sécurité »	La digitalisation est perçue comme une transformation globale, non seulement technique mais organisationnelle. L'accent est mis sur les gains en efficacité et en sécurisation des services.
Adjoint Directeur	« On avance, mais pas aussi vite qu'on le voudrait... c'est une transition en douceur, étape par étape »	Le rythme de digitalisation est perçu comme modéré. Certaines fonctions restent non digitalisées, révélant un modèle hybride.
Adjoint Directeur	« Modernisé nos canaux de communication... traitement des virements... cybersécurité... IA et chatbots à l'étude »	Mise en œuvre progressive, structurée en étapes : d'abord les services clients, ensuite les processus internes et la sécurité, et maintenant l'innovation (IA).
Adjoint Directeur	« Certains se sont adaptés très rapidement... d'autres ont eu plus de mal... inquiétudes... stress face aux outils »	Adoption différenciée selon les profils du personnel. Les jeunes sont plus réceptifs, tandis que des résistances persistent chez certains collaborateurs.
Adjoint Directeur	« Les attentes des clients... concurrence des banques en ligne... nécessité de rester compétitif... »	La digitalisation répond à des impératifs externes (concurrence, client) et internes (efficacité). C'est une stratégie de survie et de modernisation.

**Source : Réalisé par nos soins basés sur la transcription du guide d'entretien**

**Tableau N°3- 4: AXE 2 Impact de la digitalisation sur les services bancaires internationaux**

<b>Interviewée</b>	<b>Passage important (transcription)</b>	<b>Observation</b>
Déléguée commerce extérieur	« Plateforme de pré-domiciliation... système SWIFT... interfaces de gestion de devises »	Les outils digitaux spécifiques sont bien intégrés dans la gestion du commerce extérieur, facilitant les tâches complexes.
Déléguée commerce extérieur	« Automatisation... plus rapide... SWIFT crypté... moins d'erreurs »	Les bénéfices de la digitalisation se mesurent concrètement : plus de rapidité, plus de sécurité, moins d'erreurs humaines.
Déléguée commerce extérieur	« Contrôles renforcés (LCB/FT)... dépendance à des documents originaux... disparités de systèmes entre banques »	Les défis restent nombreux : conformité réglementaire, limitations techniques, hétérogénéité des partenaires bancaires.
Déléguée commerce extérieur	« Avant... échanges de mails, fax... maintenant en temps réel... meilleure coordination »	La digitalisation a fluidifié la collaboration entre agences, siège et banques étrangères. Elle favorise la transparence et l'efficacité inter-organisationnelle.

**Source : Réalisé par nos soins basés sur la transcription du guide d'entretien**

**Tableau N°3- 5: AXE 3 : Effets sur la relation client et l'efficacité bancaire**

<b>Interviewée</b>	<b>Passage important (transcription)</b>	<b>Observation</b>
Chargée de clientèle principale	« Les clients étaient hésitants... peur des erreurs... puis confiance avec accompagnement... trouvent ça pratique »	L'adoption client est progressive mais réussie. L'accompagnement humain joue un rôle décisif dans la transition digitale.
Chargée de clientèle principale	« Le e-banking et Banking App sont les plus utilisés... services 24H/24 très pratiques »	Les services digitaux répondent à un besoin de flexibilité. Leur adoption est large, surtout pour les opérations courantes.
Chargée de clientèle principale	« La plateforme de pré-domiciliation est utile mais surtout pour les professionnels »	Différenciation dans l'usage des outils selon le type de client (particulier vs professionnel).
Chargée de clientèle principale	« L'absence de carte VISA... frustration... pousse certains à aller ailleurs »	Limites de l'offre actuelle, surtout à l'international. Impact potentiel sur la fidélité des clients exigeants.

**Source : Réalisé par nos soins basés sur la transcription du guide d'entretien**

Tableau N°3- 6: Résumé des constats clés par axe

Axe	Constats principaux
Axe 1 : Perception & mise en œuvre	Digitalisation perçue comme stratégique mais déployée à un rythme modéré. Adoption inégale en interne, mais volonté d'aller plus loin.
Axe 2 : Services bancaires internationaux	Outils efficaces (pré-domiciliation, SWIFT), amélioration tangible des performances, mais freins réglementaires et techniques.
Axe 3 : Relation client & performance	Clients de plus en plus satisfaits. Forte utilisation des applis bancaires. Absence de certains services (ex. carte VISA) freine la fidélisation.

Source : Réalisé par nos soins basés sur la transcription du guide d'entretien

### 3.3. Analyse qualitative : codification et thématisation

L'analyse qualitative a été menée en s'inspirant de la démarche méthodologique utilisée dans les logiciels d'analyse qualitative comme **NVivo**, sans toutefois recourir au logiciel lui-même. Cette approche s'inscrit dans le cadre de l'analyse de contenu thématique telle que définie par **Miles, Huberman et Saldaña (2014)**, et repose sur une double étape : la codification des données et la construction de thèmes interprétatifs.

Dans un premier temps, les verbatim issus des entretiens ont été examinés ligne par ligne afin d'identifier des **unités de sens** regroupées sous forme de **catégories (ou codes)**, comme par exemple : « Perception stratégique de la digitalisation », « Transformation des processus internes », ou encore « Réception collaborateurs/clients ».

Ces catégories ont ensuite été regroupées en **thèmes transversaux** permettant de structurer l'analyse autour des grandes dynamiques observées. La méthode a permis d'identifier des régularités et des variations dans les discours, en mettant en lumière les enjeux perçus, les résistances, les bénéfices et les limites associés à la digitalisation bancaire. Cette méthode garantit une **traçabilité de l'interprétation** et une restitution fidèle des perceptions des répondants, tout en assurant une **cohérence analytique** avec les objectifs de recherche.

**Tableau N°3- 7: Codification**

<b>Catégories (Codes)</b>	<b>Extraits associés</b>
<b>Perception stratégique de la digitalisation</b>	« C'est une transformation en profondeur... » ; « état d'esprit... repenser notre rôle »
<b>Transformation des processus internes</b>	« Optimisation des opérations... gain en efficacité »
<b>Outils numériques spécifiques</b>	« Plateforme de pré-domiciliation, SWIFT... »
<b>Rapidité des services</b>	« Quelques clics, dossier vérifié, validé... »
<b>Sécurité renforcée</b>	« Crypté, traçable, fiabilité des opérations »
<b>Contraintes et résistances</b>	« Résistances, inquiétudes... dépendance aux documents originaux »
<b>Réception collaborateurs/clients</b>	« Certains se sont adaptés très rapidement » ; « Hésitants au début... plus confiance »
<b>Communication et coordination</b>	« Échange en temps réel... moins de doublons »
<b>Limites perçues</b>	« Absence de carte visa... impact satisfaction »

**Source : Établie par nos soins**

Le tableau établi ci-dessus présente les résultats de la phase de codification, issu de l'analyse qualitative menée à partir des entretiens réalisés. À ce stade de l'analyse, la codification s'est révélée indispensable pour structurer et interpréter les données recueillis lors des entretiens. Elle a permis d'identifier des catégories récurrentes et significatives, reflétant les perceptions expérience des personnes interrogés face à la digitalisation des services bancaires au sein de Fransabank, en regroupant des extraits pertinents sous des codes bien définis, nous avons pu dégager les grandes tendances du discours et préparer le terrain pour l'étape suivante de thématisation.

**Tableau N°3- 8: Thématisation**

<b>Thèmes</b>	<b>Description</b>
<b>Digitalisation comme levier stratégique</b>	Perçue comme une transformation structurelle, améliorant les services, la relation client, et la performance.
<b>Modernisation progressive avec obstacles</b>	La transition est lente à cause de facteurs internes (formation, résistance) et externes (réglementation, technologie).
<b>Efficacité accrue des opérations internationales</b>	Outils spécifiques (pré-domiciliation, SWIFT) ont amélioré la vitesse et la sécurité des transactions.
<b>Évolution des attentes clients</b>	Les clients s'adaptent progressivement et plébiscitent les services digitaux – mais des attentes subsistent (ex. carte VISA).
<b>Rôle clé de l'accompagnement</b>	Formation du personnel et accompagnement clients essentiels à l'adoption réussie de la digitalisation.

**Source : Établie par nos soins**

Ce tableau présente les principales thématiques dégagées à partir des entretiens réalisés, nous avons réalisé cette étape de thématisation afin de regrouper les idées principales ressortis et ainsi mieux structuré notre analyse, cela nous a permis de faire émerger les grandes tendances du discours des participants au tour de la digitalisation, tout en facilitant l'interprétation des résultats.

**Tableau N°3- 9: Synthèse des liens entre thématiques et hypothèses**

Hypothèse	Thème(s) lié(s)	Validation
H1 : La digitalisation améliore l'efficacité et la rapidité des services bancaires	Thèmes 1, 3, 5	confirmée – gains réels, mais certaines lenteurs subsistent en Algérie
H2 : Le digital attire et fidélise le client	Thèmes 2, 4	Partiellement Confirmée – meilleure satisfaction, mais attente sur certains services
H3 : La digitalisation permet une dématérialisation totale	Thèmes 1, 5	Infirmée – persistance de tâches physiques et contraintes réglementaires

**Source : Réaliser par nos soins**

Le tableau que nous avons établi ci-dessus permet de faire le lien entre les thématiques dégagés lors de l'analyse qualitative et nos hypothèses de départ , il offre une vision globale de la manière dont les résultats des entretiens confirment ou confirme partiellement ou infirment les hypothèses formulés , cette étape finale nous a permis d'évaluer la pertinence de nos hypothèses à la lumière du terrain, en identifiant les points d'alignement mais aussi les limites relevés par les participants .

### **3.4. Discussion des résultats**

La présente discussion vise à confronter les résultats de l'analyse qualitative des entretiens réalisés au sein de Fransabank Algérie aux **hypothèses de recherche** formulées dans le cadre de ce mémoire. Chaque hypothèse est examinée à la lumière des propos recueillis et des grandes thématiques identifiées.

#### **Hypothèse 1 : La digitalisation permet à Fransabank Algérie d'améliorer l'efficacité et la rapidité des services bancaires nationaux et internationaux**

Les entretiens ont clairement mis en évidence des gains en termes d'**efficacité opérationnelle** et de **rapidité de traitement** grâce à l'intégration d'outils digitaux. L'usage de **la plateforme de pré-domiciliation** dans la gestion des opérations de commerce extérieur a été cité à plusieurs reprises comme un outil facilitant la centralisation, l'automatisation, et le suivi en temps réel des dossiers clients. De même, **le système SWIFT**, utilisé pour les transactions

sécurisées avec les banques correspondantes, a permis une nette amélioration des délais et une réduction significative des erreurs humaines.

Sur le plan national, les applications mobiles et le site web de la banque permettent désormais de réaliser des opérations classiques (virements, gestion de compte, consultation de solde) de manière instantanée, contribuant ainsi à une plus grande fluidité des services.

Cependant, il subsiste des **zones non digitalisées**, comme certaines opérations complexes ou encore des procédures qui dépendent encore du papier (ex. crédits documentaires, pièces justificatives physiques). Cela ralentit la promesse d'une dématérialisation complète et d'une rapidité optimale.

- **Conclusion partielle** : L'hypothèse H1 est **partiellement confirmée**. La digitalisation a permis des avancées significatives, surtout pour les opérations internationales, mais des freins subsistent du fait de la réglementation et d'un déploiement encore inégal selon les services.

### **Hypothèse 2 : Les nouveaux supports de communication via le digital attirent et fidélisent le client**

Les retours d'expérience des chargés de clientèle et des cadres montrent que **les clients, d'abord hésitants**, ont progressivement adopté les services digitaux. La **Banking App** et le service de **e-banking** sont les outils les plus sollicités, particulièrement appréciés pour leur accessibilité 24h/24 et 7j/7. Cette autonomie nouvelle représente un gain en confort et en réactivité pour les clients, ce qui participe à **l'amélioration de la satisfaction client**.

La digitalisation a donc joué un rôle central dans **l'attraction d'une clientèle plus jeune et technophile**, mais également dans la **fidélisation des clients existants**, à condition que ceux-ci soient correctement accompagnés. En effet, le facteur humain reste central dans l'appropriation des outils : les explications en agence et l'accompagnement téléphonique ont été essentiels pour vaincre la méfiance initiale de certains clients.

Cependant, **l'absence de certains services digitaux stratégiques**, comme **la carte VISA**, constitue une faiblesse. Certains clients manifestent leur frustration face à cette lacune, notamment ceux qui voyagent ou effectuent des paiements internationaux. Cette limite a des répercussions directes sur la fidélité client, et peut même les pousser à envisager un changement de banque.

- **Conclusion nuancée** : L'hypothèse H2 est **globalement confirmée**. Le digital est un levier d'attractivité et de fidélisation, mais son efficacité dépend de la **complétude de l'offre numérique** et de sa capacité à répondre aux besoins spécifiques des différents segments de clientèle.

### **Hypothèse 3 : La digitalisation permet une dématérialisation totale des démarches, rendant inutile les déplacements en agence physique**

Cette hypothèse est la plus contestée par les résultats. Si la digitalisation a **clairement réduit la nécessité de se rendre en agence** pour de nombreuses opérations classiques (ouverture de compte, virement, consultation), il n'est pas encore possible de parler de **dématérialisation totale**.

Plusieurs obstacles ont été soulevés :

- **Certaines opérations nécessitent encore des pièces originales**, notamment dans le cadre des crédits documentaires ou des garanties bancaires et même lors de la domiciliation des dossiers liés aux opérations extérieures.
  - **Les exigences réglementaires de la Banque d'Algérie** et les dispositifs de contrôle liés à la lutte contre le blanchiment de capitaux empêchent pour l'instant une automatisation complète.
  - **La non-harmonisation entre les systèmes bancaires étrangers** et les protocoles internes de Fransabank constitue une autre barrière à la digitalisation transfrontalière.
- **Conclusion infirmée** : L'hypothèse H3 est **non confirmée**. Si la digitalisation a allégé les démarches, elle **ne rend pas les agences totalement obsolètes**, notamment pour les services complexes ou réglementés. Le modèle reste hybride.

Les résultats du guide d'entretien montrent que **Fransabank Algérie s'est engagée dans une transformation digitale réelle, progressive et globalement bien perçue**. Toutefois, cette transformation est encore incomplète, et dépend fortement de la nature des opérations (nationales vs internationales, simples vs complexes). L'enjeu pour l'avenir sera de **lever les obstacles restants** – technologiques, humains, et réglementaires – afin d'assurer une digitalisation intégrale, durable et compétitive.

## **Conclusion du chapitre 03**

La digitalisation du secteur bancaire constitue aujourd'hui un impératif stratégique face aux mutations rapides des technologies et aux attentes grandissantes des clients. L'étude menée auprès des collaborateurs de **Fransabank Algérie** a permis de mettre en lumière les effets concrets de cette transformation sur les services bancaires, en particulier internationaux.

Les résultats montrent que la digitalisation a permis d'**accroître l'efficacité, la rapidité et la sécurité** des opérations bancaires, notamment grâce à des outils comme la **plateforme de pré-domiciliation**, le système **SWIFT** et les **interfaces numériques** de gestion des devises. Elle a aussi permis de **réorganiser les relations internes** (entre agences et siège) et **externes** (avec les banques correspondantes), favorisant une meilleure coordination des flux.

Toutefois, cette transition n'est pas encore complète. Certaines **limites structurelles et réglementaires** freinent la dématérialisation totale des procédures. Des services comme la **carte VISA**, essentiels à une clientèle internationale, font encore défaut. L'étude souligne également l'importance d'un **accompagnement humain** fort pour surmonter les résistances internes et rassurer les clients dans l'usage des technologies numériques.

En somme, Fransabank Algérie a posé les bases solides d'une digitalisation stratégique. Le défi des années à venir sera de **pérenniser cette dynamique** en surmontant les obstacles restants pour garantir une offre bancaire pleinement numérique, sécurisée et compétitive à l'échelle nationale et internationale.

Les résultats issus de notre étude nous ont permis d'établir une panoplies de recommandations :

### **1. Renforcer la digitalisation des procédures complexes**

- Dématérialiser les crédits documentaires, garanties et autres opérations complexes en coordination avec la Banque d'Algérie.
- Mettre en place des solutions de signature électronique reconnues juridiquement.

### **2. Lancer des services numériques à forte valeur ajoutée**

- Introduire une **carte VISA** ou Mastercard pour couvrir les besoins des clients internationaux.
- Proposer des services d'**agrégation de comptes**, de **paiements internationaux via mobile**, ou encore des outils d'analyse des dépenses.

### **3. Améliorer l'accompagnement du personnel et des clients**

- Organiser des **formations continues** pour les collaborateurs sur les outils digitaux.
- Mettre en place des **tutoriels vidéo, guides pratiques** et **webinaires** pour aider les clients à utiliser les services numériques en toute autonomie.

### **4. Accélérer la veille technologique et l'innovation**

- Explorer les technologies d'**intelligence artificielle** pour améliorer l'expérience client (chabots, analyse prédictive des comportements).
- Créer une **cellule innovation digitale** au sein de la banque pour anticiper les tendances et tester de nouvelles solutions.

### **5. Renforcer la sécurité et la conformité**

- Continuer les investissements dans la **cybersécurité** et la **gestion des risques réglementaires**.
- Intégrer des dispositifs de **détection de fraudes automatisés** pour les opérations internationales.

# **CONCLUSION GÉNÉRALE**

La transformation numérique du secteur bancaire s'impose aujourd'hui comme une nécessité stratégique incontournable pour les institutions financières confrontées à un environnement technologique, économique et réglementaire en constante évolution. Ce mémoire a entrepris d'analyser les effets de la digitalisation sur les services bancaires internationaux à travers l'étude de cas de Fransabank Algérie, articulant ainsi une réflexion théorique approfondie à une enquête qualitative de terrain.

Dans un premier temps, la revue de littérature a permis d'établir les fondements conceptuels de la digitalisation bancaire. Nous y avons exploré les principales technologies sous-jacentes telles que les applications mobiles, les plateformes sécurisées, l'automatisation des processus ou encore l'intelligence artificielle ainsi que leurs implications sur l'organisation interne des établissements bancaires et la gestion de la relation client. Une attention particulière a été portée au contexte algérien, où la digitalisation demeure progressive, freinée par divers obstacles d'ordre réglementaire, infrastructurel et socioculturel.

Dans un second temps, l'étude empirique menée au sein de Fransabank Algérie, à travers des entretiens semi-directifs, a permis de dégager trois axes majeurs d'analyse : les modalités de mise en œuvre de la transformation digitale, ses effets concrets sur les services bancaires internationaux, et son impact sur la relation avec la clientèle.

Les résultats obtenus ont permis d'évaluer la validité des hypothèses formulées :

**Hypothèse 1 : confirmée.** La digitalisation a indéniablement permis à Fransabank Algérie de gagner en efficacité, notamment grâce à des outils comme la plateforme de pré-domiciliation, l'intégration du système SWIFT et les interfaces de change automatisées. Ces dispositifs ont raccourci les délais de traitement et renforcé la traçabilité et la sécurité des transactions.

**Hypothèse 2 : partiellement confirmée.** Les supports digitaux (application mobile, e-banking) ont contribué à attirer une clientèle jeune et connectée, mais leur effet sur la fidélisation reste limité en raison de lacunes dans l'offre, notamment l'absence de produits bancaires à portée internationale comme la carte VISA.

**Hypothèse 3 : infirmée.** La digitalisation n'a pas supprimé le besoin de contact physique. Certaines démarches, notamment les crédits documentaires ou le dépôt de pièces justificatives, nécessitent encore une présence en agence, soulignant les limites d'un processus de digitalisation incomplet et tributaire du cadre réglementaire.

À l'issue de cette analyse, plusieurs **recommandations opérationnelles** peuvent être formulées pour accompagner la transformation numérique de Fransabank Algérie :

- **Digitaliser les opérations complexes**, en collaboration avec les instances réglementaires, afin d'élargir le champ des démarches réalisables à distance.

- **Étoffer l'offre de produits numériques**, notamment via la création de cartes de paiement internationales, pour répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus mobile.
- **Investir dans la formation continue** des collaborateurs pour favoriser l'appropriation des outils digitaux et limiter les résistances internes.
- **Développer l'accompagnement client**, via des supports numériques éducatifs (guides interactifs, tutoriels vidéo) et un service d'assistance en ligne réactif.
- **Renforcer la sécurité informatique**, en intégrant des dispositifs de cybersécurité avancés (authentification multifactorielle, surveillance automatisée des risques).
- **Encourager l'innovation**, notamment en intégrant progressivement des technologies basées sur l'IA, telles que les chatbots intelligents, les algorithmes prédictifs ou la reconnaissance vocale.

Malgré la richesse de cette étude, certaines **limites** doivent être soulignées. En premier lieu, le périmètre d'analyse est restreint à un établissement bancaire spécifique, ce qui limite la possibilité de généraliser les résultats à l'ensemble du secteur bancaire algérien.

Ensuite, la nature exclusivement qualitative de l'enquête, bien que pertinente pour explorer les perceptions et les pratiques, ne permet pas de mesurer quantitativement l'impact réel des outils digitaux (en termes de gains de temps, de productivité ou de satisfaction client). Enfin, l'évolution rapide du contexte technologique et réglementaire appelle à une actualisation régulière des données et des conclusions.

Ces limites ouvrent néanmoins des **perspectives de recherche stimulantes** :

- Une étude comparative interbancaire permettrait de dresser une cartographie plus globale du niveau de maturité digitale dans le secteur bancaire algérien.
- L'ajout d'une dimension quantitative par le biais d'enquêtes clients, d'analyses de performance ou d'indicateurs de qualité – permettrait de renforcer l'objectivité des résultats.
- Une recherche plus poussée sur l'introduction de l'intelligence artificielle dans les processus bancaires algériens pourrait éclairer les opportunités et les risques associés à cette technologie.
- Enfin, une exploration du rôle du cadre réglementaire dans la dynamique d'innovation bancaire, en particulier dans les économies émergentes, pourrait enrichir la réflexion académique et institutionnelle.

En définitive, la digitalisation constitue un levier stratégique de transformation pour les banques algériennes. Le cas de Fransabank Algérie montre que des avancées tangibles sont possibles, mais qu'elles nécessitent une vision claire, un accompagnement organisationnel solide, et une capacité à concilier innovation technologique, exigences réglementaires, et attentes clients. Si le chemin vers une banque totalement digitale reste semé d'embûches, les fondations sont désormais posées pour inscrire cette mutation dans une perspective de durabilité, d'efficacité, et d'inclusion financière accrue.

# **BIBLIOGRAPHIE**

## **Bibliographie**

### **Ouvrages**

1. Didier Dubasque, Comprendre et maîtriser les excès de la société numérique, 1ère édition, Paris, France, 2017, p. 17.
2. Rochas et Audrey, Maîtriser le digital selon 10 axes incontournables, Édition Médicilline, Paris, France, 2018, p. 13.
3. Vincent Dutot, Charles Perez, 100 Fiches pour comprendre le digital, 2ème édition, Paris, France, 2023, p. 01.
4. Sébastien Lange, Alexandra Autissier, David Houalière, Penser digitale, Éditions Eyrolles, Paris, Novembre 2017, p. 38.
5. Fabrice Lamirault, L'évolution du modèle bancaire à l'ère du digital, Livre blanc, 1ère édition, Paris, France, 2017, p. 08.
6. Nathalie Habets, La banque de détail face au défi numérique, L'Expansion Management Review, Septembre 2014, 130 pages.
7. Gilles Babinet, Big Data, DMB Digital Marketing et Business, page 1.
8. Xavier Vamparys, La blockchain au service de la finance, RB Édition, 2018, pp. 27–37.
9. Christophe Blazquez, Bien travailler à distance avec les outils numériques, GERESO Édition, 23/06/2022, pp. 16–17.
10. Auteurs collectifs, La Revue du Financier, n°145, février 2004, 93 pages.
11. BORDIEC M., Améliorer les performances de l'entreprise grâce à la transformation digitale, manager-Go, 2017.

### **Mémoires**

1. BOULAHROUZ Ghazlane et BOURABAH Yanis, La Digitalisation du Secteur Bancaire, Mémoire de Master en Sciences Économiques, Université Abderrahmane Mira de Béjaïa, Algérie, 2021/2022, pp. 40–41.
2. Maliki, Digitalisation Banking en Algérie : Réalité et perspectives, Éditions Universitaires Européennes, 2021, p. 12.
3. Meslem, Les normes requises pour la concrétisation de l'économie numérique en Algérie : le cas de la Banque Nationale d'Algérie, Revue Recherche Économique Contemporaine, 6(1), 2023, p. 45.
4. BOUDIA Farid, Digitalisation des opérations bancaires en Algérie Cas BDL, Mémoire de Master, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2022/2023, pp. 53–54.
5. YAMOUN Karim, MEKACHER Amel, MAMERI Nardjesse, Digitalisation bancaire et son impact sur la performance financière des banques en Algérie Cas : CNEP-Banque Tizi-Ouzou, Mémoire de Master, Université de Tizi-Ouzou, 2023/2024, pp. 40–46.
6. Mariana Lamontagne, Les demandes d'arrêt de paiement des lettres de garantie et des lettres de crédit en raison de fraude, Mémoire de Maîtrise en Droit, Université de Montréal, Janvier 2023, p. 23.

## Articles

1. BOUCHELIT Rym et BENOZZIANE Fatima, Transformation numérique du secteur bancaire : Open Banking et Fintech, *Economic Researcher Review*, 2023, vol. 11, n° 2.
2. Horizons, La numérisation des services bancaires en Algérie, 2023.
3. Cresus.dz, La transition numérique, un défi à relever, 2023.
4. Legal Doctrine, Banque digitale en Algérie, 2024.
5. Cadre Législatif et Réglementaire, consulté le 11/04/2025 à 2h45.
6. INSTRUCTION-N°02-2025-FR.pdf, consulté le 11/04/2025 à 3h14.
7. Autorité de régulation de la Poste et des communications électroniques (ARPCE), Rapport Annuel 2021, pp. 25–30.
8. Benkouider N., Analyse des tendances comportementales des consommateurs algériens connectés, APS, Janvier 2018.
9. Paiements électroniques et inclusion financière : défis et perspectives en Algérie, *Africa Business Intelligence*, 2025.
10. La digitalisation, levier essentiel pour les PME en Algérie, LinkedIn, 2023.
11. Les PME face au transfert d'économie algérien vers le digital, ResearchGate, 2023.
12. Transformation numérique en Algérie : Quelle stratégie mettre en place ?, *Eco Times DZ*, 2023.
13. 2022, année de l'accélération de la numérisation en Algérie, APS, 2022.
14. E-commerce en Algérie : Des perspectives prometteuses à l'horizon 2030, El Moudjahid, 2023.
15. Documents internes de la banque.
16. Documents internes de Fransabank (Département Ressources Humaines)

## Dictionnaire et Encyclopédies

1. Dictionnaire LAROUSSE

## Webographie

1. <http://www.arabbank.com>; Consulté le 17/04/2025.
2. <https://bigmedia.bpifrance.fr/nos-dossiers/lintelligence-artificielle-au-service-de-la-banque-et-de-la-finance>; Consulté le 08/03/2025 à 09:40.
3. <https://blogdunumerique.com/numerique-vs-digital-quelle-est-la-difference>; Consulté le 20/03/2025 à 15:22.
4. <https://chapsvision.fr/crm/experience-client-service-secteur-bancaire/>; Consulté le 10/03/2025 à 15:08.
5. <https://cresus.dz/?p=114862>; Consulté le 10/04/2025 à 10:40.

6. <https://fr.etffin.com/finances/budgeting/1003003307.html>; Consulté le 06/03/2025 à 21:00.
7. <https://journals.openedition.org/communication/2381>; Consulté le 05/03/2025 à 11:00.
8. <https://legal-doctrine.com/edition/banque-digitale-algerie>; Consulté le 10/04/2025 à 11:03.
9. <https://sbs-software.com/fr/insights/banque-numerique/>; Consulté le 20/03/2025 à 15:22.
10. <https://www.anact.fr/quels-sont-les-effets-du-numerique-sur-la-charge-de-travail?>; Consulté le 15/03/2025 à 10:00.
11. <https://www.arpce.dz/fr/documents/>; Consulté le 11/04/2025 à 03:30.
12. <https://www.automationanywhere.com/fr/rpa/banking->; Consulté le 10/03/2025 à 16:00.
13. <https://www.babyloneconsulting.fr/nos-articles/banques-et-solutions-de-paiement-en-temps-reel/>; Consulté le 17/04/2025 à 12:13.
14. <https://www.babyloneconsulting.fr/nos-articles/blockchain-bancaire-reduire-les-delais-et-couts-des-transactions-transfrontalieres/>; Consulté le 16/04/2025 à 11:30.
15. <https://www.babyloneconsulting.fr/nos-articles/blockchain-dans-les-paiements-transfrontaliers-opportunités-et-defis>; Consulté le 16/04/2025 à 11:40.
16. <https://www.bnpparibas.dz>; Consulté le 17/04/2025.
17. <https://www.futura-sciences.com/tech/questions-reponses/technologie-quest-ce-paiement-contact>; Consulté le 06/03/2025 à 17:02.
18. <https://www.giovanellapolidoro.com/les-principaux-risques-bancaires/>; Consulté le 20/03/2025 à 16:20.
19. <https://www.horizons.dz/?p=134504>; Consulté le 10/04/2025 à 10:33.
20. <https://www.lafinancepourtous.com/pratique/banque/moyens-de-paiement/la-carte-bancaire/>; Consulté le 06/03/2025 à 21:05.
21. <https://www.maghrebinfo.dz/2022/06/29/le-gouvernement-etudie-le-dossier-du-developpement-numerique-en-algerie/>; Consulté le 16/04/2025 à 09:30.
22. <https://www.manager-go.com/marketing/articles/apports-du-digital-pour-votre-entreprise>; Consulté le 16/04/2025.
23. <https://www.moneythor.com/fr/technologie/banque-numerique/un-guide-de-personnalisation-dans-le-secteur-bancaire/>; Consulté le 05/03/2025 à 23:10.
24. <https://www.subskill.com/blog/banque-assurance/les-impacts-de-la-digitalisation-sur-le-secteur-banque-assurance>; Consulté le 08/03/2025 à 15:00.

**SOMMAIRE DES ANNEXES**

<b>N° de l'annexe</b>	<b>Intitulés</b>	<b>Pages</b>
<b>I.</b>	Guide d'entretien	91
<b>II.</b>	RÉPONSES (TRANSCRIPTION) DU GUIDE D'ENTRETIEN	92
<b>III.</b>	Différents produits et services de FRANSABANK	97
<b>IV.</b>	Infos de pré-domiciliation et infos du fournisseurs	98
<b>V.</b>	Déclaration Annexe 01 (Instruction N°06 -2021 du 29 Juin 2021)	99
<b>VI.</b>	Logo de FRANSABANK	99

# **ANNEXES**

## **ANNEXE 01 : Guide d'entretien**

### **Axe 1 : Perception et mise en œuvre de la digitalisation au sein de Fransabank**

1. Que signifie pour vous la digitalisation dans le contexte bancaire actuel?
2. Comment évaluez -vous l'état d'avancement de la digitalisation au sein de Fransabank ?
3. Quelles ont été les principales étapes de cette transformation numérique dans votre établissement ?
4. Comment les collaborateurs ont-ils accueilli ce changement(adhésion , formation , adaptation) ?

### **Axe 2 : Impact de la digitalisation sur les services bancaires internationaux**

1. Quels outils ou plateformes digitaux sont utilisés dans la gestion des opérations internationales ?
2. Quels sont les défis spécifiques rencontrés dans la digitalisation des services bancaires à l'échelle internationales ?
3. En quoi la digitalisation a-elle modifié la collaboration entre les différentes entités (agences , siège , partenaires étrangers , banque correspondantes) dans le traitement des opérations de commerce extérieur ?

### **Axe 3: Effets sur la relation client et l'efficacité bancaire**

1. Quels sont les retours des clients concernant les services digitaux proposés par Fransabank ?
2. Quels services digitaux sont les plus sollicités ou appréciés par la clientèle ?
3. Pensez - vous que l'absence de carte visa pourrait influencer la satisfaction ou la fidélité des clients , notamment ceux ayant des besoins internationaux ?

## **ANNEXE 02 : RÉPONSES (TRANSCRIPTION) DU GUIDE D'ENTRETIEN**

### **Axe 1 : Perception et mise en œuvre de la digitalisation au sein de Fransabank**

1. Que signifie pour vous la digitalisation dans le contexte bancaire actuel?

Réponse : Adjoint directeur de l'agence

« La digitalisation, dans notre secteur, c'est bien plus qu'une simple évolution technologique. C'est une transformation en profondeur de notre manière de fonctionner, de communiquer avec nos clients, et même de penser nos services. Aujourd'hui, elle touche à tout : l'ouverture d'un compte peut se faire à distance, les virements se réalisent en quelques clics, la gestion du portefeuille se fait via des applications mobiles, et les documents papier deviennent de plus en plus rares.

Mais au-delà des outils, ce qui est fondamental, c'est l'état d'esprit. La digitalisation nous pousse à repenser notre rôle : on n'est plus uniquement des exécutants de transactions, on devient des conseillers, des accompagnateurs, souvent à distance. Elle permet aussi d'optimiser nos opérations internes, de gagner en rapidité, en efficacité, et en sécurité »

2. Comment évaluez-vous l'état d'avancement de la digitalisation au sein de Fransabank ?

Réponse : Adjoint directeur de l'agence

« Pour vous dire les choses simplement, je dirais que la digitalisation chez Fransabank avance à un rythme correct, mais pas exceptionnel. On n'est pas en retard on a déjà mis en place pas mal d'outils, les applis mobiles fonctionnent bien, notre site permet de gérer beaucoup d'opérations à distance, et les clients commencent à s'habituer à ce genre de services. Mais à côté de ça, il reste encore des zones un peu « à l'ancienne », ou on dépend encore du papier ou de procédures qui pourraient être simplifiées.

Donc globalement, on avance, mais pas aussi vite qu'on le voudrait. C'est un peu une transition en douceur, étape par étape »

3. Quelles ont été les principales étapes de cette transformation numérique dans votre établissement ?

Réponse : Adjoint directeur de l'agence

« Alors, la transformation numérique chez Fransabank, elle s'est faite progressivement, en plusieurs étapes. D'abord, on a modernisé nos canaux de communication, avec un site web plus complet et des applications mobiles pour faciliter les opérations à distance. Ensuite, on a commencé à digitaliser nos processus internes, comme le traitement des virements ou la gestion des prêts, ce qui nous a fait gagner en efficacité. Un autre point clé, c'est la

cybersécurité : avec plus de services en ligne , on a du renforcer la protection des données et former les équipes . Et récemment , on commence à explorer des outils plus avancés , comme l'intelligence artificielle ou les chatbots , pour améliorer encore l'expérience client .Bref, c'est une transformation qui avance étape par étape , avec des priorités bien claires »

4.Comment les collaborateurs ont-ils accueilli ce changement(adhésion , formation , adaptation) ?

Réponse : Adjoint directeur de l'agence

« Pour être honnête avec vous , moi personnellement , j'ai plutôt bien accueilli le changement . Je voyais ça comme une évolution logique , surtout avec la façon dont les habitudes des clients changent , Bien sûr , ça demande un peu d'adaptation , mais je trouve que ça apporte aussi beaucoup de choses positives dans notre manière de travailler , pour les autres collaborateurs , ça a été assez varié . Certains se sont adaptés très rapidement , surtout les plus jeunes , ou ceux qui étaient déjà un peu à l'aise avec les outils numériques . Ils ont vu ça comme une opportunité d'apprendre de nouvelles choses , de gagner en efficacité . D'autres , par contre , ont eu un peu plus de mal ,surtout au début . Il y avait des inquiétudes , des résistances , parfois même un peu de stress face à ces nouveaux outils »

5.Quels sont selon vous , les principales motivations stratégiques ayant poussé à cette digitalisation ?

Réponse : Adjoint directeur de l'agence

« Pour te dire les choses simplement , ce qui a vraiment motivé la digitalisation chez nous , c'est d'abord l'évolution des attentes des clients . Aujourd'hui , les gens veulent pouvoir accéder à leurs services bancaires à tout moment , depuis leur téléphone ou leur ordinateur , sans avoir à se déplacer en agence . Il fallait absolument répondre à cette demande , sinon on risquait de perdre en proximité avec notre clientèle , mais aussi y a la concurrence , les banques en ligne , les néobanques et même certaines plateformes technologiques proposent des services financiers . Donc si on veut rester compétitifs , il faut être capable d'offrir les mêmes facilités , voire mieux , tout en gardant notre valeur ajoutée humaine , et puis enfin , il y a une logique interne c'est-à-dire que digitaliser ça permet aussi de fluidifier nos processus , de réduire les tâches manuelles répétitives , et de gagner du temps , aussi bien pour nous que pour les clients . C'est une manière d'être plus efficaces au quotidien , tout en restant concentrés sur le conseil et l'accompagnement personnalisé »

**Axe 2 : Impact de la digitalisation sur les services bancaires internationaux**

1. Quels outils ou plateformes digitaux sont utilisés dans la gestion des opérations internationales ?

Réponse : Déléguée commerce extérieur

« Alors , pour répondre à votre question sur les outils digitaux qu'on utilise dans la gestion des opérations internationales , je dirais que l'un des outils les plus sollicités aujourd'hui , c'est clairement la plateforme digitale de pré-domiciliation . Elle a beaucoup facilité notre travail , surtout au niveau du traitement des dossiers . Avant , tout se faisait manuellement , avec beaucoup d'allers-retours entre l'agence et la direction générale , ce qui faisait perdre un temps fou.

Maintenant , grâce à cette plateforme , on peut suivre l'évolution du dossier en temps réel , vérifier les documents transmis , et même émettre des remarques ou des demandes de correction directement en ligne .

Ensuite , il y a aussi le système de messagerie SWIFT qui est essentiel pour le règlement des opérations . C'est via SWIFT qu'on effectue les échanges sécurisés avec les banques étrangères , notamment pour les virements internationaux ou l'émission des crédits documentaires .

Et bien sur , pour la gestion des devises et le calage avec le cours du jour , on utilise aussi des interfaces internes reliées au marché des changes , qui nous permettent de suivre en temps réel et d'ajuster les règlements en conséquence .

Donc , pour résumer , la plateforme de pré-domiciliation , le système Swift, et les interfaces de gestion de devises sont aujourd'hui les trois principaux outils digitaux qu'on utilise au quotidien pour traiter efficacement les opérations du commerce extérieur . »

2. En quoi ces outils ont-ils amélioré (ou non ) la rapidité et la sécurité des transactions internationales

Réponse : Déléguée commerce extérieur

« Franchement , ces outils digitaux ont beaucoup changé notre manière de travailler , en ce qui concerne la rapidité , la plateforme de pré-domiciliation rend les étapes centralisées automatisées . Avant , on attendait des jours entre l'agence et la direction générale , maintenant en quelques clics le dossier est vérifié , transmis , validé , c'est beaucoup plus rapide .

Pour la sécurité je peux vous dire que les messages SWIFT ont renforcé la fiabilité des opérations , tout est crypté , traçable , et on évite les erreurs humaines c'est devenu indispensable pour les virements internationaux »

3.Quels sont les défis spécifiques rencontrés dans la digitalisation des services bancaires à l'échelle internationales ?

Réponse : Déléguée commerce extérieur

« En tant que chargée du commerce extérieur , je constate que la digitalisation des services bancaires internationaux soulève plusieurs défis : la lutte contre le blanchiment de capitaux , les transferts illicites et le financement du terrorisme exige des contrôles renforcés sur chaque opération pour en garantir l légitimité ; les fréquentes instruction de la Banque d'Algérie , avec leurs plafonds et nouvelles exigences , nous obligent à adapter sans cesse nos procédures et nos systèmes , ce qui peut retarder le déploiement de nouveaux outils , certains produits , comme les crédits documentaires ou les garanties , restent dépendants de la présentation de pièces originales , ce qui limite leur dématérialisation totale , enfin je peux vous dire que les disparités entre les protocoles informatiques des banques correspondantes et le niveau de maîtrise des outils par les utilisateurs peuvent provoquer des blocages ou des erreurs , soulignant l'importance d'un accompagnement et d'une formation continue pour tous les acteurs. »

4 . En quoi la digitalisation a-elle modifié la collaboration entre les différentes entités (agences , siège , partenaires étrangers , banque correspondantes) dans le traitement des opérations de commerce extérieur ?

Réponse : Déléguée de commerce extérieur

« Franchement , la digitalisation a vraiment amélioré la coordination entre nous et les autres entités , que ce soit en interne ou avec les partenaires à l'étranger , avant il fallait souvent passer par des échanges de mails , de fax , ou même attendre des documents papiers , c'était lent et ça créait beaucoup de frictions .

Aujourd'hui grâce aux outils numériques et à l'intégration avec des systèmes comme SWIFT , on échange les informations en temps réel avec les banques correspondantes . En interne aussi la plateforme qu'on utilise permet aux agences et au siège de suivre ensemble le même dossier , avec une meilleure traçabilité et moins de doublons . »

### Axe 3 : Effets sur la relation client et l'efficacité bancaire

1. Quels sont les retours des clients concernant les services digitaux proposés par Fransabank ?

Réponse : Chargée de clientèle principale

« Alors, au début c'est vrai que les retours étaient un peu partagés beaucoup de clients étaient assez hésitants , voir méfiants surtout parce que c'était la première fois qui utilisaient des services digitaux pour gérer leurs argent et comme vous le savez quand il s'agit de fonds , les gens sont toujours prudents ce qui est tout à fait normal , certains avaient peur de faire une erreur , d'être piratée ou même que leurs opérations ne soient pas bien prises en charge sans contact humain .Mais petit à petit avec l'accompagnement qu'on leur a proposé que ça soit en agence ou même par téléphone ils ont commencé à prendre confiance et aujourd'hui la majorité trouvent ça beaucoup plus pratique » .

2. Quels services digitaux sont les plus sollicités ou appréciés par la clientèle ?

Réponse : Chargée de clientèle principale

« En tant que chargée de clientèle principale , je peux vous dire que parmi les différents services digitaux proposés par Fransabank , ceux qui sont les plus sollicités et appréciés par les clients sont , sans surprise , le e-banking et son application mobile , le Banking App . Ce sont des outils que les clients utilisent au quotidien , surtout pour consulter leurs soldes , effectuer des virements , suivre leurs dépenses ou encore télécharger des relevés . Le fait qu'ils puissent y accéder 24H/24 et 7J/7 depuis leur téléphone ou leur ordinateur rend ces services très pratiques et très bien perçus.

La plateforme de pré-domiciliation , quant à elle, est surtout utilisée par les clients professionnels ou ceux qui ont des opérations liées au commerce extérieur .

C'est un outil très utile , mais un peu plus spécifique , donc moins fréquent chez les clients particuliers . Cela dit , ceux qui l'utilisent la trouvent efficace, notamment parce qu'elle leur évite plusieurs déplacements à l'agence et simplifie le dépôt et le suivi des dossiers »

3. Pensez-vous que l'absence de carte visa pourrait influencer la satisfaction ou la fidélité des clients , notamment ceux ayant des besoins internationaux ?

Réponse : chargée de clientèle principale

« Oui , l'absence de la carte visa en sein de notre banque peut avoir un impact sur la satisfaction de certains clients , en particulier ceux qui voyagent à l'étranger ou qui effectuent des achats en ligne sur des plateformes internationales .Plusieurs clients nous ont déjà fait part de leur frustration à ce sujet , car la carte visa est largement acceptée à l'international et offre souvent

des garanties et des services supplémentaires . Cela peut créer un sentiment de limitation chez eux , surtout lorsqu'ils comparent notre offre à celle d'autres banques , même si nous proposons d'autres cartes , leur acceptabilité est parfois plus restreinte hors du pays , ce qui peut pousser certains clients à ouvrir un compte chez nos concurrents . Along terme , cela peut affecter la fidélité client , surtout dans un contexte où la mobilité bancaire devient plus facile. »

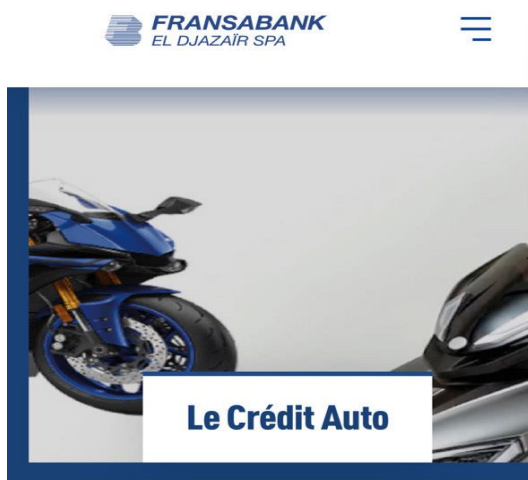
### Annexe 03 : Différents produits et services de FRANSABANK



**Banque à distance**



**Monétique**



**Le Crédit Auto**



**Opérations à l'international**



**Le Crédit Immo**



**Épargne et placement**

**Annexe 04 : Infos de pré-domiciliation et infos du fournisseurs**

Infos Prédomiciliation	
Activité -- Sélectionner --	Type Opération -- Sélectionner --
Nature Transaction -- Sélectionner --	Objet Contrat <input type="text"/>
Nature Marchandise -- Sélectionner --	<i>ⓘ Veuillez préciser l'Objet du contrat : exemple : Importation d'équipements médicaux ...</i>
Mode De Paiement -- Sélectionner --	Destination Objet Contrat -- Sélectionner --
Tolérance <input type="text"/>	Incoterm -- Sélectionner --
	Condition Règlement -- Sélectionner --

Infos Fournisseur	
Nom Fournisseur <input type="text"/>	Pays Fournisseur -- Sélectionner --
Banque Fournisseur <input type="text"/>	Adresse Fournisseur <input type="text"/>
Pays Banque Fournisseur -- Sélectionner --	

**Annexe 05 : Déclaration Annexe 01 (Instruction N°06 -2021 du 29 Juin 2021)****ANNEXE I**  
**Instruction N°06-2021 du 29 Juin 2021**

---

**DECLARATION**

---

Je soussigné (e) .....

Raison sociale .....

RIB .....

Déclare ne pas disposer d'avoirs suffisants dans le(s) compte(s) devise(s)  
commerçant ouvert(s) auprès d'autres banques, permettant l'exécution de la  
présente opération.

Date et signature

.....

.....

**Annexe 06 : Logo de FRANSABANK**

# **TABLE DES MATIERES**

*Résumé**Abstract**ملخص**Dédicaces**Remerciements*

<i>Liste des tableaux</i> .....	I
<i>Liste des Figures</i> .....	II
<i>Liste des abréviations, sigles et symboles</i> .....	III
<i>Sommaire</i> .....	V
<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE</b> .....	1
<b>Introduction générale</b> .....	2
<b>CHAPITRE 01 : Cadre Conceptuel de la Digitalisation Bancaire</b> .....	5
<b>Introduction du chapitre 01</b> .....	6
<b>1. Section 01 : Clarification conceptuelle de la digitalisation bancaire</b> .....	7
1.1. Clarification conceptuelle : entre numérique et digital .....	7
1.1.1. Le concept de numérique : définitions et portée.....	7
1.1.2. Le concept de digital : origines et évolutions .....	7
1.1.3. Approche comparative : numérique vs digital.....	8
1.2. Transformation Digitale .....	9
1.2.1. Définition de la Transformation Digitale .....	9
1.2.2. Processus et Étapes de la Transformation Digitale.....	10
1.2.3. Enjeux de la Transformation Digitale dans le Secteur Bancaire .....	11
1.3. Évolution de la Digitalisation dans le Secteur Bancaire.....	12
1.3.1. Définition de la Digitalisation Bancaire.....	12
1.3.2. Historique de la Digitalisation dans les Services Bancaires.....	13
1.3.3. Objectifs de la Digitalisation Bancaire .....	14
<b>2. Section 02 : Technologies numériques au service de la transformation bancaire</b> .....	14
2.1. Les technologies de gestion de l'information bancaire .....	15
2.1.1. Le Big Data : exploiter les données massives pour mieux connaître les clients.....	15
2.1.2. La Blockchain : sécuriser et automatiser les échanges financiers .....	15
2.1.3. Le Cloud Computing : flexibilité, mobilité et efficacité .....	16
2.2. Les canaux numériques de distribution des services bancaires .....	16
2.2.1. Les services bancaires en ligne : vers une autonomie numérique du client .....	17
2.2.2. Le mobile banking : un levier d'autonomisation numérique du client bancaire.....	17
2.2.3. Les automates bancaires interactifs : vers des services en libre-service 24/7 .....	18
2.3. Les moyens de paiement électroniques : vers une dématérialisation croissante .....	18

2.3.1.	Cartes bancaires et portefeuilles électroniques : les piliers du paiement numérique 19	
2.3.2.	Le paiement sans contact et mobile : vers une expérience transactionnelle fluide et sécurisée 19	
2.3.3.	Les e-chèques et innovations numériques dans les instruments de paiement .....	20
<b>3.</b>	<b>Section 03 : Enjeux et impacts de la digitalisation bancaire .....</b>	<b>21</b>
3.1.	L'expérience client au cœur de la transformation .....	21
3.1.1.	Personnalisation de la relation bancaire .....	21
3.1.2.	Accessibilité et réactivité des services .....	21
3.1.3.	Évolution des attentes à l'ère numérique .....	22
3.2.	Réorganisation des processus internes .....	22
3.2.1.	Automatisation des opérations bancaires .....	22
3.2.2.	Réduction des coûts opérationnels.....	22
3.2.3.	Amélioration de l'efficacité organisationnelle .....	23
3.3.	Défis et risques associés à la digitalisation.....	23
3.3.1.	Cybersécurité et protection des données .....	23
3.3.2.	Conformité juridique et réglementaire.....	24
3.3.3.	Gestion du changement et montée en compétences.....	24
	<b>Conclusion du chapitre 01 .....</b>	<b>25</b>
	<b>CHAPITRE 02 : Digitalisation et Services Bancaires Internationaux .....</b>	<b>26</b>
	<b>Introduction du chapitre 02.....</b>	<b>27</b>
<b>1.</b>	<b>Section01 : Aperçu de la digitalisation bancaire en Algérie .....</b>	<b>28</b>
1.1.	Contexte économique et technologique.....	28
1.1.1.	Économiquement .....	28
1.1.2.	Contexte technologique .....	29
1.2.	Initiatives gouvernementales pour encourager la digitalisation.....	29
1.2.1.	L'évolution digitale du secteur bancaire algérien.....	29
1.2.2.	Cadre réglementaire régissant la digitalisation bancaire.....	31
1.2.3.	La perception du digital par la population Algérienne.....	32
1.3.	Adoption des services numériques dans le secteur bancaire algérien .....	32
1.3.1.	Banque Nationale d'Algérie (BNA).....	33
1.3.2.	Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) .....	34
1.3.3.	Société Générale Algérie .....	35
<b>2.</b>	<b>Section02 : Les enjeux spécifiques des banques algériennes face à la digitalisation.....</b>	<b>36</b>
2.1.	Infrastructures technologiques : un pilier fragile de la digitalisation bancaire en Algérie 37	

2.1.1.	Un état des lieux préoccupant .....	37
2.1.2.	Une faiblesse structurelle liée au manque d'investissement .....	37
2.1.3.	Des répercussions multiples sur l'ee bancaire.....	37
2.2.	Enjeux et réalités de digitalisation .....	38
2.2.1.	Les enjeux de la digitalisation .....	38
2.2.2.	Une opportunité stratégique pour l'Algérie.....	41
<b>3.</b>	<b>Section03 : Les services bancaires internationaux et la digitalisation .....</b>	<b>42</b>
3.1.	Facilitation des paiements transfrontaliers .....	42
3.1.1.	La blockchain comme outil de facilitation des paiements .....	42
3.1.2.	Autre technologie et solution pour le paiement transfrontalier .....	43
3.1.3.	Avantages pour les entreprises algériennes.....	45
3.2.	Gestion des lettres de crédit et garanties bancaires .....	46
3.2.1.	Lettre de crédit.....	46
3.2.2.	Lettre de garantie.....	47
3.3.	Rapprochement avec les entreprises algériennes tournées vers l'export .....	48
	<b>Conclusion de chapitre 02.....</b>	<b>50</b>
	<b>CHAPITRE 03 : Étude de cas-Fransabank Algérie et les effets de la digitalisation sur ses services bancaires .....</b>	<b>51</b>
	<b>Introduction du chapitre 03.....</b>	<b>52</b>
<b>1.</b>	<b>Section01 : Présentation institutionnelle de Fransabank .....</b>	<b>53</b>
1.1.	Présentation de Fransabank dans le monde .....	53
1.2.	Présentation de Fransabank en Algérie .....	53
1.1.1.	Aperçu historique .....	54
1.1.2.	Approche institutionnelle : Vision, missions et valeurs du groupe .....	55
1.1.3.	Vue d'ensemble sur les produits et services de Fransabank.....	55
1.1.4.	Structure organisationnelle de Fransabank.....	57
<b>2.</b>	<b>Section 02 : État des lieux de la digitalisation des services bancaires chez Fransabank ..</b>	<b>58</b>
2.1.	Le portail E-Banking de Fransabank.....	58
2.1.1.	L'accès à la plateforme E-Banking.....	58
2.1.2.	Interface et navigation sur la plateforme E-Banking .....	59
2.2.	Présentation des services E-Banking.....	60
2.2.1.	Les services de E-banking Fransabank .....	60
2.3.	Étude de l'application Bank-In-App de Fransabank .....	61
2.3.1.	L'accès à l'espace public .....	61
2.3.2.	L'accès à l'espace authentifié de Bank-In-App.....	62
2.4.	La plateforme de pré-domiciliation.....	65

2.4.1.	Introduction de la demande de pré-domiciliation .....	66
2.4.2.	La validation de la pré-domiciliation.....	67
2.4.3.	Le règlement du dossier .....	67
2.5.	Analyse SWOT de FRANSABANK.....	68
<b>3.</b>	<b>Section 3 : Analyse des effets de la digitalisation à partir des entretiens qualitatifs .....</b>	<b>70</b>
3.1.	Présentation du cadre méthodologique de l'étude qualitative et analyse des résultats.....	70
3.1.1.	Objectifs de l'enquête par entretien .....	70
3.1.2.	Période de l'enquête .....	70
3.1.3.	Le guide d'entretien .....	70
3.2.	Présentation des résultats du guide d'entretien .....	72
3.3.	Analyse qualitative : codification et thématization .....	74
3.4.	Discussion des résultats.....	76
	<b>Conclusion du chapitre 03 .....</b>	<b>79</b>
	<b>CONCLUSION GÉNÉRALE.....</b>	<b>81</b>
	<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>85</b>
	<b>SOMMAIRE DES ANNEXES.....</b>	<b>89</b>
	<b>ANNEXES.....</b>	<b>90</b>
	<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>90</b>