

L'introduction des technologies numériques dans l'activité bancaire en Algérie: cas de la BNA et la Société Générale Algérie

The Introduction Of Digital Technologies Into Banking Activity In Algeria: The Case Of Bna And Société Générale Algeria

Akila HALOU

Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed
Algérie

akilanadjet30@gmail.com

Received: 26/04/2026

Accepted: 03/05/2026

Published: 05/06/2026

Résumé :

Dans les conditions actuelles où le mode de vie est basé sur l'utilisation massive des technologies dans tous les domaines et d'une concurrence forte dans les services financiers, il devient nécessaire pour une banque de s'adapter à ce mode et de bien installer les nouvelles technologies numériques et d'innover en les utilisant. Les vagues d'innovations qui se sont succédé ces dernières années dans le domaine des technologies numériques ont changé l'image de la banque et les services financiers proposés. Ces technologies ont permis d'offrir au client bancaire des prestations de meilleure qualité et de réduire les coûts d'exploitation.

Ce papier de recherche a pour objectif l'étude de l'utilisation et l'installation des technologies numériques dans les banques algériennes. Étant donnée l'efficacité du mode numérique et son impact sur le déroulement des activités bancaires dans un environnement technologique en forte mutation en particulier depuis le lancement de la 3G en Algérie (2013).

Mots Clés: Le secteur bancaire, le numérique bancaire, l'activité bancaire, les technologies financières numériques, le mobile-banking.

Abstract :

In the current conditions, where the lifestyle is heavily reliant on the massive use of technology in all sectors, coupled with strong competition in financial services, it is becoming increasingly essential for banks to adapt to this model. This requires the proper integration of new digital technologies and the innovation in their application. A lot of innovations have emerged in recent years in the field of digital technologies and have significantly transformed the image of banking and the financial services offered. These technologies have made it possible to provide better-quality services to customers while reducing operational costs.

This research paper aims to study the adoption and integration of digital technologies in banking institutions in Algeria. Given the efficiency of the digital model and its impact on banking operations in a rapidly evolving technological environment, particularly since the launch of 3G technology in Algeria in 2013.

Key Words: Banking sector, digital banking, banking activity, digital financial technologies, mobile banking.

JEL Classification : G21, O33, C83

* Auteur correspondant : HALOU Akila (*akilanadjet30@gmail.com*).

Introduction :

Le secteur bancaire est un secteur emblématique à cause de sa nature et ses spécificités en termes des produits proposés. Renforcer sa présence sur le marché et sa rentabilité constituent le but de toutes les banques, pour lequel elles mettent en place tous les moyens et dispositifs nécessaires. Dans ce cas, l'idée est de développer ces différents moyens avec lesquels elles fonctionnent: il s'agit de concevoir la manière de « s'adapter avec le changement général de l'environnement dans une sphère technologique en forte mutation ».

Depuis les années 2000, les avancées technologiques et le monde du numérique en particulier ont connu un développement sans précédent en créant de nouveaux concepts, nouvelles opportunités d'élargir le champ d'activité aux banques modernes et nouvelles réformes. Ce qui a changé radicalement le déroulement des activités bancaires et les applications adoptées de sorte à lancer des nouveaux produits (services) et de transformer certains d'autres déjà existants. A Ce stade, les banques ont relancé leurs démarches stratégiques, en faisant part les nouvelles technologies numériques, visant essentiellement la meilleure intégration de ces dernières. En effet, le progrès technologique et la concurrence dans ce domaine favorisent l'amélioration des services financiers à de prix plus bas.

Depuis 1990, le secteur bancaire algérien est passé d'une économie administrée centralisée vers l'économie de marché libéral et il est devenu incontournable de reformer et réorganiser le système bancaire et ses composantes. Ensuite, le développement des technologies numériques et leur impact sur la société algérienne implique des transformations profondes dans les activités et les métiers bancaires. En effet, la croissance fulgurante des infrastructures numériques et l'adoption remarquable de ces technologies par le client algérien au cours des quinze dernières années ont rendu nécessaire l'implantation de ce mode dans le processus bancaire et profiter de ses avantages sur plusieurs aspects.

Nous tenons dans ce travail, à mettre en évidence l'utilité et le rôle de l'évolution technologique dans l'activité bancaire et l'importance d'adoption du numérique qui constitue un moyen en tendance dans les banques commerciales. A cet effet, on s'attache à répondre à la question suivante: l'intérêt de l'intégration des technologies numériques, vient-il de leurs capacités à améliorer le service et faciliter les différentes activités bancaires et/ou de leur développement qui a impacté tout le mode de vie en général ?

Afin de répondre à la question posée, ce papier est structuré et organisé autour de trois points. Nous allons dans un premier temps présenter le développement du secteur des technologies (traiter le concept 'technologie' et l'univers du numérique d'aujourd'hui). Ensuite, nous présentons un aperçu sur l'appropriation des nouvelles technologies dans le numérique bancaire donc la digitalisation au niveau du secteur bancaire. Et enfin, nous passons à l'étude empirique en présentant l'effet de l'utilisation des technologies numériques auprès de la **BNA** et la **SGAlgérie**.

I. Le développement du secteur des technologies:

L'univers du numérique où on vit aujourd'hui est le résultat de l'énorme développement des techniques et des technologies sur différents aspects, c'est un événement qui a marqué l'histoire de l'humain et a influencé fortement le secteur de l'économie.

1. L'émergence de l'approche numérique:

À partir des années quarante, une toute première version de machine appelée « ordinateur » est apparue, cette apparition a contribué au passage à un nouveau mode de vie. Ces machines sont caractérisées par leur développement rapide et devenant un moyen numérique qui facilite la vie de tous les jours, des informaticiens développent, produisent et distribuent ces machines (Cringley, 1996). En outre, le World Wide Web est arrivé en créant un nouveau espace d'interconnexion de ces ordinateurs. Par ailleurs, l'humain a développé un mode de vie basé sur son utilisation et son existence sur cet espace « son écran » (Turkle, 1995). À partir des années 2000, l'internet s'améliore encore avec le web 2.0 et le web 3 (Gavin Wood, 2014) qui constitue la version la plus améliorée de l'internet décentralisée.

Dans ces conditions, on remarque l'impact incroyable des outils numériques sur le comportement et les décisions du client moderne, car tout le monde est concerné.

En 2024, 94,1 % des ménages ont un accès à l'internet dans l'Union européenne (selon l'Eurostat) soit 14,1 % de plus qu'en 2014.

Selon l'UIT dans les pays développés, le pourcentage des personnes utilisant l'internet s'est accru de façon lente mais régulière passant de 51,3% en 2005 à 90% en 2023, en Afrique le pourcentage des personnes utilisant l'internet est passé de 2,1% en 2005 à 37% en 2023. En outre, dans les pays développés, 83,2% des ménages disposent d'un ordinateur en 2018. Au niveau africain, la part des ménages équipés d'un ordinateur est passée de 3,6% en 2005 à 9,2% en 2018.

En 2020, malgré le ralentissement mondial causé par la covid 19 le secteur des services financiers continuait d'attirer des entreprises technologiques en développant des technologies financières (cas des *fintech* dont le nombre est passé de 12200 en 2019 à 26000 en 2021 dans le monde).

Dans le monde des technologies numériques, on remarque l'utilisation du concept « révolution » pour distinguer ce changement radical du mode de vie ; mais *pourquoi considérer que le progrès des technologies numériques d'aujourd'hui est le résultat d'une « révolution » ?*

1.1. L'ère de la révolution numérique :

Gilles Babinet président du conseil national du numérique explique que le monde connaît une révolution numérique car on passait à une nouvelle étape de savoir et savoir-faire, après toutes les révolutions précédentes qu'a connu l'humain en particulier la révolution industrielle (Babinet, 2014).

On qualifie le progrès des technologies étant une révolution à cause de deux points principaux (Vial, 2013):

- Historiquement, il s'agit d'un changement effectué non seulement au niveau d'outils mais d'un processus et un événement qui distingue une

nouvelle époque d'histoire, avec le changement culturel et social lié à cet événement.

- Sur le plan opérationnel : il s'agit de l'évolution technique, c'est un passage d'un ensemble de pratiques et techniques utilisées à d'autres techniques complètement différentes. L'exécution des tâches de travail n'est plus la même que avant.

Aujourd'hui, on témoigne le déplacement de nombreuses activités humaines dans les espaces digitaux grâce au développement des ordinateurs, l'internet, la téléphonie mobile et l'intelligence artificielle ce qui a bouleversé notre relation avec le monde (Darras, 2009). La révolution technologique est passée par trois étapes cruciales : le machinisme, le mécanique, et le numérique.

Toutes les trois étapes ont apporté un progrès qualitatif au système déjà existant, selon **Bertrand Gille** : « *L'adoption d'un nouveau système technique entraîne nécessairement l'adoption d'un système social et économique correspondant, afin que les cohérences soient maintenues* » (Gille, 1978).

2. Les technologies du future :

En fonction du progrès technologique, notre mode de vie actuel ne sera plus le même dans quelques années. Le monde du numérique est en évolution continue, l'intelligence artificielle IA, l'internet et l'internet personnalisé constituent un moteur de développement des sociétés modernes. « *Les grandes révolutions économiques de l'histoire se produisent quand de nouvelles technologies de communication convergent avec de nouveaux systèmes d'énergie* » (Rifkin, 2012). Donc Selon **J. Rifkin** « *dans le futur proche, des millions de personnes vont être capables de produire leurs services souhaités sur mesure (le système de self-services)*. La démocratisation des connaissances affectera les relations économiques, en s'appuyant sur l'importance du numérique dans la restructuration des mécanismes du marché. Actuellement, plusieurs activités de nature traditionnelles des entreprises sont remplacées par les pratiques fournies par la révolution technologique numérique.

Le nouveau système technologique universel celui des « *technologies des High-tech et la Smart life* » a déjà commencé, il s'impose dans les sociétés développées. L'avenir est en évolution constante et le progrès est si rapide. En effet, pour mieux décrire le futur on commence par identifier doit les tendances actuelles à partir des thématiques qui ont le plus de potentiel, tout on essayant d'imaginer les produits les plus appréciés par le consommateur.

II. L'appropriation des technologies dans le numérique bancaire :

Depuis quelques décennies, le système financier mondial connaît un grand changement sur plusieurs niveaux, la banque de son côté ne fait pas l'exception. L'installation des nouvelles technologies dans la banque impacte le fonctionnement et la performance des activités bancaires. Plus la technologie progresse, plus la banque 'connectée' devient une évidence.

1. Limites des approches bancaires traditionnelles dans l'ère du numérique :

Les indicateurs de performance des banques sont impactés par l'environnement bancaire en particuliers par la *concurrence* (avec l'entrée de nouveaux acteurs) et le *progrès technologique*. Dans de telle situation, les banques doivent suivre l'actualité et travailler sur son savoir-faire où l'information représente une variable significative en matière de la gestion bancaire. Actuellement, l'importance de l'information se résume dans sa qualité (smart data) et non seulement dans sa gamme. Le mode numérique présente un moyen efficace de collecte d'information ce qui implique la nécessité d'adopter une nouvelle orientation basée sur le volet technologique numérique pour.

À une époque proche, on cherchait principalement à collecter le plus d'information pour mieux construire sa base de données, aujourd'hui avec l'abondance des informations grâce à l'aide des différentes technologies numériques on se focalise sur la qualité de l'information : on est passé du principe du « *big data* » au « *smart data* ».

Dans les années 90, l'industrie bancaire avait connu un progrès énorme lié au phénomène de la globalisation financière et du développement rapide de la technologie; **Henri Bourguinat** dans sa théorie des **3D** décrit la mondialisation financière comme un processus de déréglementation, de désintermédiation et de décloisonnement, cette théorie a été profondément influencée par le développement technologique. Les technologies numériques ont poussé à une accélération de ces trois dimensions ce qui a transformé le paysage financier mondial (Bourguinat, 1987).

En résumé, les technologies numériques ont été le moteur de la mondialisation financière, accélérant et amplifiant les tendances décrites par **Bourguinat** dans sa théorie des 3D. On peut même ajouter un quatrième *D* à cette théorie, la dématérialisation puisque tous se passe dans les espaces digitaux.

A nos jours, les banques adoptent de plus en plus l'approche relationnelle dont l'objectif est de fidéliser leurs clients. Dans ce cas, les approches traditionnelles ne sont pas suffisantes pour une meilleure installation du relationnel.

Par ailleurs, il devient indispensable d'innover en termes des espaces technologiques utilisés, de s'adapter vis-à-vis les nouveaux comportements technologiques des clients, et de moderniser ses moyens. Théoriquement, il est recommandé de se diriger vers l'implantation des technologies numériques dans l'organisme bancaire selon la valeur ajoutée de chacune de ces technologies dans chaque étape de fonctionnement.

- **L'avantage concurrentiel de la banque :**

La banque doit bâtir une identité propre afin de s'imposer dans son marché et faire face à la concurrence forte avec l'entrée des nouveaux acteurs. Ce qui justifie la recherche continue de l'élément différenciateur ou l'avantage concurrentiel. Il signifie le fait d'avoir un avantage (niveau prix et/ou produit) face aux concurrents en permanence. En faite, on peut représenter les banques par des clubs de football professionnels dans une compétition officielle, ceux avec un avantage compétitif sont ceux qui possèdent les meilleurs joueurs à renommé et les moyens nécessaires pour une préparation optimale.Or, la création d'un avantage concurrentiel dans les banques peut faire appel à deux types de stratégies bien différentes :

- La première consiste à rechercher son avantage en matière de coûts de production, en jouant notamment sur un effet de taille, ce qui suppose une sous-additivité des coûts. Cela implique une certaine standardisation et la *non-personnalisation* du produit proposé.
- La seconde stratégie consiste à différencier le produit proposé et le personnaliser pour générer une situation de concurrence monopolistique. La réduction de la pression concurrentielle s'opère par fragmentation du marché. La taille n'est plus alors un avantage déterminant, l'idée étant plutôt d'établir des relations plus étroites avec la clientèle pour en connaître et en satisfaire les préférences.

Pour **Lamarque** et **Zollinger**, dans le secteur bancaire l'attention doit se porter sur un système d'offre permettant d'atteindre le niveau de qualité et de coût attendu par une clientèle exigeante et mieux formée (Lamarque & Zollinger, 2004). La capacité de répondre aux attentes des clients est lié aux : comportements des employés, savoir-faire, mode d'organisation et mode d'apprentissage. Cela implique aussi dans les relations avec les clients (front office) comme dans les activités de soutien aux services back office (processus administratif), de formaliser les savoirs dans des manuels d'instruction, des procédures ou des banques de données.

2. L'impact des technologies numériques sur l'image et le fonctionnement des activités bancaires :

L'implantation des nouvelles technologies numériques dans la banque conduit évidemment à des transformations aussi bien au niveau organisationnel qu'au niveau de l'exercice du travail lui-même la banque moderne donne trop d'importance au facteur numérique dans sa stratégie, par exemple 33% des employés de Goldman Sachs sont des ingénieurs. *Paul Walker*, co-directeur mondial de la technologie chez Goldman Sachs, avait déclaré en 2015 à propos de ce sujet que leurs concurrents étaient des start-ups et des sociétés de services informatique et technologique, et non seulement des établissements financiers(Moufakkir & Qmichchou, 2020).

2. 1. Les transformations apportées par le numérique dans les banques :

La banque est l'une des entreprises les plus exposé aux transformations technologiques et le progrès numérique du fait de l'importance stratégique de son système d'information et à cause du rôle que joue le numérique dans le processus

relationnel. L'adoption du numérique est une nécessité dans une économie de plus en plus centrée sur le E-commerce. Ce qui a changé l'image et les métiers de la banque, en parallèle du changement des habitudes des clients bancaires:

Dans le processus de la servuction bancaire :

Les métiers bancaires et le fonctionnement évoluent. Il s'agit d'un changement de processus de la servuction bancaire, on peut résumer ce changement comme suit :

- « Comment produire et reproduire » le service ; dans ce sens, le business model est en fonction de l'intérêt de chaque moyen technologique disponible, certaines opérations sont établies dans les agences à travers les canaux classiques alors que d'autres opérations sont devenues réalisables à distance. Par ailleurs, des dispositifs numériques comme les automates sont vachement appréciés, selon Arner, Barberis et Buckley (2015), le GAB/DAB/ATM reste à l'heure actuelle, le moyen le plus utilisé par les consommateurs, leur permettant une expérience impliquant une commodité physique.

- L'émergence de nouveaux moyens de paiement exemple le paiement par Paypal, le paiement mobile et les cartes à puces comme étant une forme d'automatisation des opérations bancaires, ces dernières sont devenues réalisables par les multiples moyens technologiques numériques.

- Les nouvelles technologies permettent d'envoyer de l'argent « *peer to peer* », paiement des factures, retrait d'argent, et d'autres transactions financières. Ainsi, de transférer des sommes monétaires d'un compte vers un autre compte par internet sans se déplacer physiquement. Ce qui implique un échange rapide et facile des données, prenant le simple exemple des opérations bancaires de *Western Union* ; donc la possibilité de transférer de l'argent presque partout dans le monde via internet.

- Des nouveaux métiers émergent en intégrant la composante numérique, d'autres métiers plus basiques comme celui de chargé de clientèle ou encore le directeur d'agence connaissent des modifications cruciales ainsi que d'imposer de nouvelles formes de compétences technologiques.

Dans la relation banque- extérieur :

Le numérique change l'aspect relationnel, passant de l'approche transactionnelle à l'approche relationnelle caractérisée par sa puissance à créer un lien et un contact direct et permanent avec chacun de ses clients/prospects. Ces derniers deviennent des « consom'acteur » au lieu d'être des simples consommateurs.

L'échange d'informations facilite la personnalisation, cette dernière mène à la construction d'une relation individualisée avec chaque client/partenaire et renforce le lien de confiance et puis favorise l'engagement et la fidélité des clients et partenaires à moyen et à long termes.

L'image et la présentation de la banque :

L'internet présente actuellement un mode indispensable dans la présentation de la banque moderne. A l'époque, aux yeux du large public, il s'agit d'une entreprise ambiguë qui ne s'adresse pas à tout le monde à cause du manque d'information.

Actuellement, la banque donne l'image la plus convenable à sa politique marketing surtout après les crises financières.

L'intégration de l'internet, l'internet mobile du web 2.0 (caractérisé par sa nature participative) ainsi que d'autres technologies numériques, permet d'augmenter sa visibilité, ce qui implique des nouvelles chances à renforcer sa présence sur le marché.

2.2. L'utilisation des technologies numériques dans le fonctionnement des banques:

Les technologies numériques impactent les fonctions de la banque et le déroulement des activités bancaires au niveau interne et au niveau externe:

a. Au niveau interne: Il s'agit de développer des réseaux informatiques internes dans le but d'améliorer leur fonctionnement. Ces réseaux internes consistent à organiser le partage automatique de l'information au sein de la banque (intégration interne) et au niveau de ses différents services: la comptabilité, la gestion, la production et/ou de la distribution. L'amélioration du fonctionnement interne passe aussi par la collaboration des tâches de travail. Les technologies numériques permettent à l'effectif bancaire de travailler ensemble et en groupe à distance à l'aide des logiciels de partage spécialisés, ce qui améliore la performance en termes d'échange d'information en interne et en termes de réduction des délais de traitement des dossiers ceci génère une réduction des coûts du back office.

En effet, la dématérialisation des documents apporte souvent des gains en termes de Produits Net Bancaire, améliore la qualité des services proposés, renforce la sécurité et optimise les coûts de production.

b. Au niveau externe: La particularité des moyens technologiques numériques insiste à présenter l'espace le plus rapide et souvent le moins coûteux, ceci permet de faire connaître et de présenter ses services au grand public. Le site Web constitue une vitrine où elle peut présenter ses produits et ses offres, l'échange et la communication à l'extérieur devient plus facile et plus fluide grâce à la multi-canalisation des moyens mis en disposition et l'échange devient possible 24h/24h et 7j/7 en supprimant les barrières géographiques.

En effet, l'implantation du numérique a changé aussi la stratégie de gestion de la relation avec le client ; à travers des logiciels puissants d'automatisation de la force de vente et de l'intelligence artificielle IA permettant la consultation à distance, la réalisation des transactions par les nouveaux dispositifs numériques et la gestion de portefeuilles à distance.

L'ouverture à l'extérieur grâce à l'internet permet de partager automatiquement les informations avec les clients. Pour cela, on consacre des budgets importants pour investir dans le renouvellement d'équipement et du matériel numérique.

III. L'utilisation évolutive des technologies numériques dans les banques BNA et SG Algérie :

Le secteur bancaire algérien est passé depuis 1990 par un ensemble de réformes et restructurations sur plusieurs niveaux (financier, réglementaire, social, comptable et technologique) avec le passage d'un système administratif centralisé à un système plus libéralisé.

Les restructurations de 1990 ont donné la possibilité au privé d'investir dans le secteur bancaire et en particulier aux marques étrangères de s'installer en Algérie. Ce fait a sollicité l'esprit compétitif, ce qui implique la recherche permanente de l'élément différenciateur (Halou, 2016)

1. La modernisation technologique du système bancaire algérien:

Les systèmes d'informations, la terminologie relative aux systèmes de paiement et les canaux de distribution digitaux ont radicalement changé l'activité bancaire. En Algérie, certains de ces concepts sont adoptés, d'autres ne le sont pas et cela est dû aux spécificités du marché bancaire algérien. La Banque d'Algérie a engagé un projet de modernisation du système financier algérien.

1. 1. La mise à niveau du système d'information:

À partir de 1990, une mise à jour du système d'information bancaire était nécessaire pour le bon déroulement de l'activité bancaire (Yaici, 2013). Les objectifs de ce système insistent à:

- Développer les instruments de paiement électroniques, notamment la carte, le virement, l'avis de prélèvement automatique et l'utilisation des paiements scripturaux en remplacement des paiements en espèces, prenant en compte les nouveaux E-instruments.
- Adapter la compensation et le règlement aux besoins des usagers et aux exigences d'une économie moderne, avec la réduction des délais de compensation et de règlement.
- Rationaliser et améliorer les procédures et les mécanismes de recouvrement des chèques et autres instruments de paiement papier ainsi que les systèmes des transferts.
- Améliorer la gestion des risques de liquidité, de crédit et la protection contre les risques systémiques, notamment dans le cadre des échanges et des règlements des opérations de gros montants et des règlements des systèmes de compensation multilatérale.
- Améliorer les procédures d'octroi des crédits et de recouvrement des créances et le développement de nouveaux produits bancaires et financiers.
- Renforcer l'efficacité et la sécurité des échanges et des opérations de bourse.
- Améliorer l'efficacité de la politique monétaire.

1. 2. La monétique en Algérie:

La monétique renforce l'utilité de la monnaie scripturale et facilite quelques types de transactions monétaires avec l'essor des cartes bancaires (CIB). Ce système a donné la naissance de la monnaie électronique et à une nouvelle méthode de gestion de monnaie. Elle comprend les cartes de paiements, les GAB (ATM) et les TPE via internet.

En 2005, le COMI (Comité monétique interbancaire) a vu le jour et en 2006 il a démarré le projet pilote du système de paiement interbancaire *CIB* (Smati, 2010). En novembre 2007, le système de paiement interbancaire a été généralisé alors que durant l'année 2008, un grand effort a été déployé en vue de couvrir l'ensemble du territoire national par un réseau de plus en plus dense de distributeurs automatiques de banque (DAB) et de terminaux de télépaiement électronique (TPE). En 2014, *l'ABEF* avec l'aval du ministère des Finances, a créé la *GIE-monétique* qui permet le pilotage de la stratégie de développement de la monétique visant la généralisation de l'usage des moyens de paiement modernes, dont la carte de paiement et le e-paiement.

Par ailleurs, la SATIM (*Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et Monétaires*) gère l'interbancaire depuis plus de 20 ans, à cette époque elle a émis moins d'un million de cartes interbancaires de type EMV (European Mastercard visa)(ONS, 2011). La SATIM a comme objectif d'accompagner le programme de développement et de modernisation des banques et en particulier au niveau des moyens de paiements, elle a été créée en 1995 avec un capital de 1,14 milliards de dinars algérien, elle constituait auparavant une filiale de 08 banques (BNA, BADR, BEA, CNEP banque, BDL, CPA, CNMA, ALBARAKA). En 2024, la SATIM réunit 19 adhérents dans son réseau monétique interbancaire. Sa mission principale est: « la mise en place, l'installation et le développement des moyens de paiement électroniques et tout produit monétique ».

En date de Juin 2023, de nouvelles réformes ont été mises en place, avec la loi Monétaire et Bancaire n°23-09 qui renforce le cadre juridique lié à l'installation et l'utilisation des technologies numériques (dites Digitales) dans le processus bancaire et financier. Cette loi a donné naissance à la Monnaie Numérique de Banque Centrale (MNBC) ou ce qu'on appelle le Dinar Algérien Digital dont il présente une monnaie fiduciaire et officielle dans une forme immatérielle géré par la Banque d'Algérie. La loi 23-09 dans son article 90 autorise la création des banques digitales de droit algérien (les PSP), ces modifications apportées par la loi 23-09 rassurent de plus en plus le client bancaire algérien vis-à-vis le mode numérique des différentes transactions financières.

1. 3. La télé-compensation (système de compensation électronique):

Contrairement au système de compensation classique basé sur le traitement physique des chèques, le système de la télé-compensation repose sur un système informatique d'échange de données, limitant au maximum les échanges physiques des données et des valeurs. L'ATCI (Algérie Télé-Compensation Interbancaire) est mise en place par la Banque d'Algérie (B.A, 15 décembre 2005), il s'agit d'un système interbancaire de compensation électronique de chèques, effets, virements, prélèvements automatiques et retraits de paiement par carte. Le principe du système ATCI est la compensation multilatérale des ordres de paiement présentés par les participants en ce système. La surveillance du système ATCI est assurée par la Banque d'Algérie conformément à l'article 56 de l'ordonnance **n°03-11** du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit.

La mise en place du système de la télé-compensation avait deux objectifs principaux que sont la réduction des délais de recouvrement des valeurs au plus tard cinq jours et assurer la sécurité des paiements de masse.

2. L'utilisation des technologies numériques dans la « BNA » et la « SG Algérie »:

Dans le cadre de ce travail de recherche, on a réalisé une étude empirique dont l'objectif est de présenter la situation actuelle concernant l'introduction des technologies numériques dans deux banques de droit algérien à savoir la BNA et la Société Générale Algérie.

2. 1. Méthodologie et présentation de l'enquête:

Pour présenter le rôle des nouvelles technologies dans l'activité bancaire et le changement apporté par le numérique au niveau de la BNA et la Société Générale Algérie, on a réalisé une enquête qualitative afin de présenter la vision des deux banques. Ce qui nous permet de saisir les conditions et le degré d'introduction du numérique dans les deux banques, l'enquête qualitative est réalisée à travers l'entretien direct avec les représentants des deux banques. Le moyen opté est le guide d'entretien qui comprend 07 questions directes et ouvertes. Les données issues de cette enquête ont fait objet d'une analyse de contenu thématique.

a. Présentation et analyse des resultants:

Les entretiens élaborés avec les représentants (directeurs d'agences bancaires) des deux banques nous ont permis de saisir la réalité de l'introduction des moyens technologiques numériques dans les deux banques, ceci est basé sur les réponses suivantes :

Tableau 1 : Les moyens technologiques numériques intégrés dans l'activité bancaire

	BNA	Société Générale Algérie
Les technologies numériques intégrées dans le fonctionnement de la banque	- Toutes nos agences sont connectées à internet: on adopte l'intranet dans les démarches internes et l'internet pour les échanges externes. Notre site web est un moyen fonctionnel. En effet, on a installé des logiciels des métiers développés. - Pour la relation avec client, on dispose d'une application mobile (BN@tic) téléchargeable gratuitement sur PlayStore qui permet la réalisation d'un nombre de services importants, un centre d'appel et cellule	- Internet: grâce à la digitalisation du système, le numérique est intégré dans les fonctions internes de la SG dans plusieurs départements et pour l'échange avec l'externe client/partenaire. Ainsi, le e-banking est développé grâce à des applications en ligne telles que APPLI BtoB, APPLI SGA PRO et SOGE CASH NET. - Un réseau de GAB (+82) et possibilité de délivrance de cartes magnétiques en moins de 7 jours. - La téléphonie est un mode adopté en échange avec notre

	d'écoute, et une stratégie smsing ciblée. - Les automates: la BNA dispose d'un réseau de 100 GAB et de 180 DAB et un nombre de 590.121 cartes interbancaires.	clientele (un centre d'appel et une politique de smsing).
--	--	---

Source : BNA, 2026

Tableau 2 : Les services bancaires offerts en ligne

	BNA	Société Générale Algérie
Les services bancaires en ligne	- Ouverture de compte, consultation de compte, demande de RDV, virement et transfert d'argent, paiement de factures, commander un chéquier, demande de cartes bancaires, simulation de crédit, téléchargement de relevés.	- Ouverture et clôture de compte, consultation de compte, virement et retrait d'argent, transfert à l'étranger, demande de pièces bancaires (chèques, CIB...).

Source : BNA, 2026

Tableau 3 : Le rôle principal de chaque moyen technologique numérique

Banque moyen numérique	BNA	Société Générale Algérie
L'Internet	- Faciliter certaines activités internes. - Présenter les offres et les services proposés. - Effectuer des transactions à distance. - Assurer le contact direct avec les clients.	- Relier la banque avec son extérieur d'une manière plus rapide et moins couteuse. - Faciliter les taches au niveau interne avec un échange plus performant.
Téléphone	- Accompagner les partenaires. - Personnaliser le contact client/prospect - Présenter quelques prestations comme la consultation des comptes.	- Il permet de conseiller et orienter le client. - Accompagner les clients dans leurs projets - Permet le contact permanent et une stratégie de smsing, Apps et call-center.
Les automates	- Assurer les opérations de retrait, virement et opérations de caisse en réduisant la charge sur nos agences.	- Faciliter toutes les opérations liées aux comptes.

Source : BNA, 2026

Tableau 4 : L'impact des moyens numériques sur l'image et sur le fonctionnement de la banque dans le contexte algérien

	BNA	Société Générale Algérie
L'impact des technologies numériques intégrées dans le fonctionnement de la banque	- Impact positif en termes d'améliorer le fonctionnement des différentes activités comme le cas de la télé-compensation qui est devenu plus rapide que avant. - Ainsi, un impact positif sur l'image de la BNA comme étant une banque national moderne et développée technologiquement.	- Les nouvelles technologies ont permet de se rapprocher des clients/prospects et donc d'augmenter sa part de marché local. - Ces technologies ont développé certaines fonctions internes comme dans le cas du lancement réel du télétravail en particulier après la crise de Covid 19.

Source : BNA, 2026

Tableau 5 : L'infrastructure et les compétences techno-intellectuelles dans la banque

	BNA	Société Générale Algérie
L'infrastructure matérielle et compétences humaines du personnel	- On a modernisé notre système informatique avec l'investissement dans un materiel technologique moderne qui assure le bon déroulement des activités bancaires en parallèle du développement de la monétique en Algérie. - En termes des compétences humaines, on offre des formations aux employés et on recrute quand c'est nécessaire pour la meilleure utilisation des nouvelles technologies installées.	- De par son renommée Internationale, la SG dispose d'un matériel technologique développé adapté aux besoins stratégiques nationaux. - On recrute des employés qualifiés à la matière avec des formations continue selon les besoins, les coûts et les normes d'actualité.

Source : BNA, 2026

Pour la BNA, les nouvelles technologies constituent un moyen supplémentaire en ce qui concerne la présentation de la banque algérienne, leur efficacité se résume dans la possibilité de rester proche de son client pour assurer sa fidélité et de réaliser des transactions à distance quoique actuellement ces transactions sont relativement limitées. Dans ce sens, elle adopte une stratégie multi canal ou le mode « *Phygital* », c'est-à-dire adopter une stratégie hybride centrée sur la mise en disposition des clients un ensemble d'agences classiques modernisées en intégrant

des outils digitaux pour faciliter la prestation de service. Ce mode hybride offre au client une expérience plus rapide, plus facile et plus sécurisée.

Pour la SG Algérie, introduire les technologies numériques n'est plus un choix mais plutôt une évidence. Cela est dû à leur rôle dans le bon déroulement des activités bancaires au niveau interne, ainsi, la monétique développe de nouveaux modes d'échanges financiers, elle est en développement ces dernières années malgré les obstacles qui ne permettent pas de tirer plus de profit possible.

Tableau 6 : Les freins et les obstacles qui ne permettent pas le meilleur rendement du numérique bancaire

	BNA	Société Générale Algérie
Les obstacles cités par les responsables bancaires	- Facteur organisationnel. - Facteur technologique: « problème lié à la qualité de la connexion internet en Algérie ». - Facteur culturel : le caractère prudent du client bancaire algérien	- Facteur réglementaire. - La mentalité du client algérien et ses particularités.

b. Discussion des resultants: L'analyse des résultats de l'enquête révèle une utilisation imparfaite du potentiel technologique numérique et un écart entre le terrain et la théorie en termes d'utilisation optimale des moyens et outils numériques, à savoir la nature du client bancaire algérien actuel/futur de plus en plus formé et informé en terme d'utilisation des nouveaux modes technologiques numériques.

L'enquête qualitative relève que la BNA et la SG Algérie adoptent le système intranet dans leurs processus interne, et l'internet via ses différents canaux constitue un moyen nécessaire pour l'échange externe.

Les deux banques confirment que majoritairement « *le client algérien préfère le mode traditionnel dans les opérations importantes incluent des flux directs de son argent ; quant aux modes numériques il les adopte dans des opérations plus simples* ». La BNA est l'une des premières banques de droit algérien qui a introduit le numérique dans son système, mais on souligne une faible utilisation des ATM par exemple par le client algérien, les ATM donnent une opportunité de réduire la pression sur les agences (personnel) en mettant en disposition un self-service ce qui permet aussi de réduire certains coûts. Ce fait n'est vraiment pas réalisé sauf si on encourage plus d'utilisation des ATM dans les différentes transactions financières du client.

Les deux banques mettent en disposition des GAB/DAB au niveau de leurs agences, une mise à jour de leurs sites Web et elles développent des applications sur mobile qui permettent l'élaboration des opérations bancaires en ligne à distance d'une manière permanente.

Les cartes interbancaires est un moyen de plus en plus amélioré, la BNA a introduit les CIB depuis 1996 mais selon elle ce système est pas suffisamment utilisé, pour la SG Algérie il s'agit d'une diversité en terme de proposition des différentes catégories des CIB (6 types de CIB disponibles). On constate que durant ces dernières 05 années, les clients commencent sérieusement à s'intéresser à ce moyen surtout après à la crise sanitaire de 2020 causée par la Covid 19 qui a favorisé les échanges commerciales à distance.

En effet, les banques confirment l'impact positif des technologies numériques sur le déroulement des activités opérationnelles et organisationnelles au sein des banques, donnant l'exemple de la télé-compensation (plus rapide qu'avant) et sur le fonctionnement interne des deux banques. En outre, les technologies numériques ont facilité le contact avec les clients en assurant une relation personnalisée.

Les deux banques disposent d'un matériel informatique et technologique moderne qui assure le bon déroulement des activités bancaires. Le mode téléphonique mobile présente l'un des moyens en développement avec l'essor des nouvelles tendances des « apps » et le *smsing*. Reste à dire que pour tirer le maximum profit du mode numérique, il faut bien gérer les obstacles liés principalement à : la qualité de l'internet en Algérie et sa nature instable, le facteur réglementaire et surtout la mentalité du client bancaire algérien et ses particularités ce qui explique le fait que le "cash" reste roi. Selon les experts, on doit éduquer le client bancaire et le former exactement comme on le fait avec le personnel de la banque, afin d'arriver à l'usage parfait du mode digital.

Le numérique permet de présenter les services, effectuer des opérations et améliorer le contact banque/extérieur, donc on a intérêt à intégrer les technologies numérique et favoriser leur utilisation afin d'améliorer l'expérience client dans les différentes étapes d'échange banque/client partant de la plus simple des opérations (demander d'information) à la plus importante (crédits).

2. 2. Implications managériales et politiques :

L'adoption du mode numérique dans le processus et les activités des banques algériennes implique une refonte profonde de leur approches organisationnelles et de leurs stratégies. Pour les banques : elles sont appelés à inscrire le passage au digital au cœur de leurs plans stratégiques à moyen et à long terme, en consacrant les budgets nécessaire aux investissements technologiques en particulier en matière d'intelligence artificielle, mobile banking et cybersécurité.

En effet, cela se traduit par une réorganisation des métiers bancaires au niveau interne (dans le contexte algérien, les banques publiques et privées doivent imposer des programmes de formation continue destinés à leurs collaborateurs et partenaires, les banques sont appelés aussi à investir dans l'éducation financière numérique de leurs clients à travers des ateliers en agence pour installer les applications mobiles par exemple. Cela est dans le but d'améliorer l'expérience client.

Par ailleurs, les autorités ont un rôle important dans la réussite (ou non) de la bancarisation digitale, grâce à l'amélioration de la qualité de connexion internet au niveau national. En outre, la B.A est appelée à accélérer la mise en œuvre des textes réglementaires de la loi 23-09 afin de stabiliser le cadre juridique lié à l'innovation technologique bancaire. Ainsi, les autorités publiques sont invitées à renforcer les incitations fiscales en faveur de la digitalisation bancaire, en élargissant les mesures proposées par la loi de finances de 2025 concernant les systèmes de paiement.

Conclusion :

L'internet étant le noyau du numérique prend de l'importance dans les nouvelles attitudes de l'algérien, ce mode de communication est en développement au niveau de l'utilisation personnelle et professionnelle, on peut dire que le degré d'expertise des nouvelles technologies par les acteurs économiques (clients et entreprises) définit l'efficacité du numérique.

Implanter les nouvelles technologies numériques correctement en fonction des objectifs et de stratégie de la banque constitue un indicateur d'une bonne performance bancaire. Les banques modernes placent le numérique au cœur de leur business model dont le but est d'apporter un plus et une réelle valeur ajoutée. En effet, l'introduction des technologies numériques dans le secteur bancaire algérien est un processus continu, marqué par le développement du secteur technologique, la transformation digitale des services, l'essor des banques en ligne et les nouvelles attitudes du client algérien. Les banques algériennes cherchent à optimiser leur avantage concurrentiel en digitalisant leurs services, tout en répondant aux attentes des clients pour des services plus accessibles et pratiques. Le problème qui se pose actuellement, est la forte adoption de la culture du cash; les cartes bancaires par exemple ne sont considérées que un moyen de retrait. Dans de telles conditions, la généralisation de la monétique peut prendre plus de temps et d'effort culturel.

Il faut dire que les expériences négatives du démarrage du système monétique ont amené les clients à se méfier de ce moyen (*souvent des pannes au niveau des ATM ou encore une mauvaise connexion pour l'e-banking, et surtout la limitation de sommes à retirer qui existait à une époque proche*). Donc, il s'agit d'une utilisation imparfaite du potentiel technologique numérique et un écart entre le terrain et la théorie en termes d'utilisation optimale des moyens numériques.

En revanche, le numérique est un mode très impactant au niveau des fonctions internes de la banque, ce qui a facilité les tâches de travail entre les différents services et départements de la banque. Ceci étant dit, l'impact positif est toujours accompagné par de nouveaux défis et nouveaux obstacles qui seront le sujet des futurs travaux de recherche.

Références Bibliographiques :

- Robert. Cringely (1996). *The triumph of the nerds: The rise of accidental empires*, production d'Oregon Public Broadcasting.
- Sherry Turkle (1995). *Life on the screen, Identity in the age of the Internet*, New York, Simon& schuster paperbacks.
- Gilles Babinet (2014). *L'Ère Numérique, un nouvel âge de l'humanité*, éditions Le Passeur.
- Stéphane Vial (2013). *L'Etre et l'écran, Comment le numérique change la perception*, Presses Universitaires de France.
- Bernard Darras (2009). *Aesthetics and semiotics of digital design: the case of web interface design*. acts du colloque 'the first INDAF international conference', Corée.
- Bertrand Gille (2012). *Histoire des techniques*, Gallimard Paris.
- Jeremy Rifkin(2012). *La troisième révolution industrielle*, Paris, les liens qui libèrent.
- Henri Bourguinat (1987). *Les vertiges de la finance Internationale*, Editions ECONOMICA. Paris.
- Eric Lamarque & Monique Zollinger (2004). *Marketing et stratégie de la banque*, 4^{ème} édition, Dunod.
- Marouane Moufakkir& Mohammed Qmichchou (2020). *L'innovation dans l'industrie bancaire et financière: Une revue de littérature*. Revue Internationale d'Economie Numérique; Volume 2, N°1.
- Akila Halou (2016). *Le rôle de l'approche multicanal dans le marketing des services bancaires an Algérie*, mémoire de Magister, université d'Oran 2.
- Farid Yaici (2013). *La mise à jour des systèmes d'information dans le domaine financier: un préalable au développement des institutions et aux progrès en matière d'intermédiation financière en Algérie*. Université abderrahmane mira Béjaia.
- Said Smati (2010). *La lente généralisation de la monétique en Algérie: un marché en quête de progression*. Journal Liberté.
- Samia. Hattab & Sanaa. EL Achari (2023). *La performance bancaire impactée par ladigitalisation: une étude des banques marocaines*.