

ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE

Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences financière et comptabilité

Spécialité : monnaie finance et banque

THEME :

La contribution du paiement électronique dans le développement de la monétique en Algérie
Étude de Cas : direction de la monétique « AGB Banque »

Elaboré par :

BOUGHEDDOU Fatima Anfal

Encadreur :

Pr.LATRECHE Tahar

Lieu de stage: Gulf Bank Algeria AGB direction de la monétique DellyBrahim, Alger, Algérie

Période du stage : du 03/02/2019 au 14/05/2019

2018/2019

ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE

Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences financière et comptabilité

Spécialité : monnaie finance et banque

THEME :

La contribution du paiement électronique dans le développement de la monétique en Algérie
Étude de Cas : direction de la monétique « AGB Banque »

Elaboré par :

BOUGHEDDOU Fatima Anfal

Encadreur :

Pr.LATRECHE Tahar

Lieu de stage: Gulf Bank Algeria AGB direction de la monétique DellyBrahim, Alger, Algérie.

Période du stage : du 03/02/2019 au 14/05/2019

2018/2019

Remerciement

Au terme de ces cinq années d'études, nous tenons à exprimer nos vifs remerciements :

Tout d'abord au bon Dieu le tout puissant pour son aide et pour nous avoir donné la patience et la volonté pour réussir ce modeste travail.

À mon encadreur Pr .LATRECHE Tahar, d'avoir accepté et diriger et de suivre ce travail, nous tenons avant tout de l'exprimer notre reconnaissance pour son méthodologie et son stratégie de développement du sujet qui nous a transmis, et pour les précieux conseils qui a bien voulu nous fournir afin de réaliser ce travail, s'est toujours montré à l'écoute et très disponible tout au long de la réalisation de ce mémoire, ainsi pour l'inspiration, l'aide et le temps qu'il a bien voulu nous consacrer et sans lui ce mémoire n'aurait jamais vu le jour.

A tout le personnel de l'AGB-Banque pour l'accueil qu'il nous a témoigné durant notre stage.

L'ensemble du corps professoral et administratif de l'ECOLE SUPERIEURE DE COMMERCE.

Une particulière reconnaissance pour les membres du jury qui ont pris la peine d'examiner et venir participer à l'évaluation de ce modeste travail, nous tenons à les remercier et solliciter toute leurs bienveillances.

Enfin, nous tenons à remercier tous ceux qui nous ont soutenu de près comme de loin à l'élaboration de ce modeste travail.

dédicace

Grâce à DIEU le tout puissant j'ai pu achever la réalisation de ce modeste travail.

Je tiens par cette occasion à le dédier :

À ma très chère mère ma meilleure amie ma sœur et ma confidente, à la source de tendresse et l'exemple du dévouement qui n'a pas cessé de m'encourager et de prier pour moi, tu as fait beaucoup plus que ce que peut faire une mère pour que ses enfants suivent le bon chemin dans leur vie et leurs études.

À mon père, Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime, le dévouement que j'ai pour toi, rien au monde ne vaut les efforts fournis jour et nuit pour mon éducation et mon bien être, ce travail est le fruit de sacrifices que tu as consentis pour mon éducation et ma formation.

Je vous dédie ce travail en témoignage de mon profond amour. Puisse Dieu, le tout puissant, vous préserver et vous accorder santé, longue vie et bonheur.

À mes chers frères (AMINE et HADJ) et sœurs (KHALIDA, CHAHRAZED, AHLEM et IMEN), qui ont beaucoup contribué à la réalisation de ce travail et qui sont présents et me soutiennent durant tous les événements importants de ma vie, je vous exprime à travers ce mémoire mes sentiments de fraternité et d'amour.

Ainsi, je dédie ce travail à tous ceux qui ont collaboré de près ou de loin à l'élaboration de ce travail; Ainsi qu'à tous mes amies et en particulier RANIA qui m'ont donné le sourire.

Enfin, je dédie ce travail à une personne très chère, qui été toujours mon soutiens, mon ami Raouf.

Introduction générale.....	A-D
Chapitre 01 : Généralité sur le système et les moyens de paiement.....	01
Section01 :Le système de paiement.....	03
Section02 : Les moyens de paiement.....	12
Section 03 : Le paiement électronique et le commerce électronique.....	18
Chapitre 02 :L'environnement monétique en Algérie.....	35
Section01 : La monétique en Algérie.....	35
Section02 : Présentation générale de la carte bancaire en Algérie.....	48
Chapitre 03 : L'utilisation du paiement électronique en Algérie.....	64
Section01 :présentation de la Gulf Bank Algérie et la direction de la monétique.....	66
Section02 : Description de l'étude qualitative et présentation des résultats.....	74
Section03 :Méthodologie de l'enquête et l'analyse du questionnaire.....	81
Conclusion Générale.....	112

N° Figure	intitulée	page
01	les différents acteurs de la monétique.	38
02	l'expansion du réseau d'agences en 10 ans.	67
03	Actionnariat d'AGB	68
04	Évolution des cartes VISA AGB	75
05	top 5 destinations de volume de paiement de l'année 2018	77
06	la distribution du volume de paiement par type de cartes VISA de l'année 2018	78
07	top cinq catégories par marchand de l'année 2018	79
08	la possession de la carte VISA	88
09	les différents types de cartes VISA	89
10	le critère du choix d'une carte VISA	90
11	Les fréquences d'utilisation de la carte VISA chez les clients d'AGB.	91
12	Répartition des utilisateurs selon les habitudes.	92
13	la fréquence d'utilisation des cartes bancaires pour faire des achats sur internet.	93
14	Les Top destinations d'utilisation de la carte.	94
15	Le principal avantage de l'utilisation de la carte VISA.	95
16	Les inconvénients de l'utilisation de la carte VISA.	96
17	les avantages supplémentaires de la carte VISA	97
18	Les frais et les commissions de la banque AGB.	98
19	Le niveau de satisfaction global.	98
20	répartition des personnes interrogées par sexe	99
21	répartition des personnes interrogées selon l'âge.	100
22	Répartition des personnes interrogées par catégorie socio professionnelle	101
23	Répartition de personnes interrogées selon leur source de revenu	102
24	Répartition des personnes interrogées selon leurs revenus mensuels	103
25	graphe croisée des frais et des commissions bancaires de la carte VISA et Le niveau de la satisfaction globale de la carte VISA.	104
26	répartition des revenus selon les types de carte VISA	105

N° tableau	Intitulé	page
01	les avantages et les inconvénients des moyens de paiement.	17
02	Liste des textes juridiques régissant les moyens de paiement électronique	26
03	dates de mise en place des systèmes de cartes interbancaires par les banques algériennes	36
04	Les actionnaires de la SATIM	40
05	évolution du nombre de DAB installé au niveau d'AGB	44
06	évolution du nombre de TPE installé au niveau des commerçants adhérents à L'AGB.	46
07	les points forts et faibles de la carte bancaire.	47
08	Évolution des cartes VISA AGB	75
09	nombre de transaction VISA de l'année 2018.	76
10	top destinations de volume de paiement de l'année 2018	77
11	la distribution du volume de paiement par type de cartes VISA de l'année 2018	78
12	top cinq catégories par marchand de l'année 2018.	79
13	la possession de la carte VISA chez les clients d'AGB	87
14	les différents types de cartes VISA	88
15	le critère du choix d'une carte VISA	89
16	Les fréquences d'utilisation de la carte VISA chez les clients d'AGB.	90
17	Répartition des utilisateurs selon les habitudes.	91
18	la fréquence d'utilisation des cartes VISA pour faire des achats sur internet.	93
19	Les destinations d'utilisation de la carte VISA chez les clients.	94
20	Les avantages de l'utilisation de la carte VISA.	95
21	Les inconvénients de l'utilisation de la carte VISA.	96
22	Les avantages supplémentaires de la carte VISA.	97
23	Les frais et les commissions de la banque AGB.	97
24	Le niveau de satisfaction global.	98
25	répartition des personnes interrogées par sexe	99
26	répartition des personnes interrogées selon l'âge.	100
27	Répartition des personnes interrogées socio professionnelle	101
28	Répartition des personnes interrogées selon leur source de revenu	102
29	Répartition des personnes interrogées selon leur revenu mensuel	103
30	Tableau croisé des frais et des commissions bancaires de la carte VISA et Le niveau de la satisfaction globale de la carte VISA.	104
31	Tableau croisé types de cartes VISA selon le revenu mensuel des clients.	105

N° Annexe	intitulé
01	distributeur automatique de billet
02	terminaux de paiement électronique
03	carte VISA gold
04	cartes VISA classic
05	carte VISA platinum
06	carte VISA prépayée
07	carte MasterCard gold
08	carte MasterCard platinum
09	carte MasterCard prépayée
10	Organigramme général de la Gulf Bank Algeria
11	Questionnaire sur les cartes bancaires internationales VISA AGB

- ARTS:** Algeria Real Time Settlement
- ATCI:** Algeria télé-compensation interbancaire
- ABC:** Arab Banking Corporation
- AGB:** Algerian Gulf Bank
- AFTEL :** association française du télématique et multimédia
- ARC :** Advanced RISC Computing
- ABEF :** l'association des banques et des établissements financiers
- BADR :** banque de l'agriculture et du développement rural
- BDL :** banque de développement local
- BEA :** banque extérieure d'Algérie
- BA :** banque d'Algérie
- BNP :** Banque nationale de Paris
- B to B:** business to business
- B to C:** business to consumer
- B to A:** business to administration
- BC :** logiciel pour lire les fichiers
- CIB :** carte interbancaire
- CNEP :** caisse nationale d'épargne et de prévoyance
- CNMA :** Caisse Nationale de Mutualité Agricole
- CPA:** credit Populaire d'Algérie
- C to C:** consumer to consumer
- C to B:** consumer to business
- C to A:** consumer to administration
- CPI :** centre de pré-compensation interbancaire
- CESF :** conseil économique et social français
- CCP :** compte chèque postal
- DAB :** distributeur automatique de billet
- DTI :** Direction de la technique et de l'innovation
- EDI :** Échange des données informatisé

EMV : Europay MasterCard visa

FTP : protocole de transfert de fichier.

FT : France Télécom

GAB : guichet automatique de banque

GIE : groupement d'intérêt économique de la monétique

HTTPS : HyperText Transfer Protocol Secure

HSBC : Hong Kong & Shanghai Banking Corporation ; chinois traditionnel

ITU : union internationale des télécommunications

KIPCO : Kuwait Project Company

MENA:Middle East and North Africa

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques

OMC : l'organisation mondiale du commerce

PIN :Personal Identification Number

PAD :prêt au départ

RTGS : système de règlement brut en temps réel de gros montants

RMI : réseau monétique interbancaire

SET :Secure Electronic Transaction

SSL :Secure Sockets Layer

SGA : société générale Algérie

SATIM : Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique

STEM:Science, Technology, Engineering and Mathematics

TPE : terminaux de paiement électronique

TIC : technologie d'information et de télécommunication

VISA :Virtual Instrument Software Architecture

L'avenir de la croissance de l'économie Algérienne dépendra de l'intelligence à introduire des nouvelles technologies émergentes et à adopter les nouvelles méthodes de transactions commerciales.

Conséquemment, les banques Algériennes ont mis un nouveau moyen de paiement, le paiement électronique. Ce dernier est un moyen de paiement permettant de réaliser des transactions commerciales pour l'échange de biens ou de services sur internet dans des conditions de sécurité maximale.

Les Algériens pourront par exemple payer par carte bancaire leurs factures d'eau (Seeal) ou de téléphone (Algérie Télécom, Djezzy, Ooredoo, Mobilis), mais aussi leurs billets d'avion (Air Algérie, Tassili Airlines) ou même leurs primes d'assurances (Amana Assurances).

Ce mémoire de recherche est composé d'une partie théorique et complété par une étude qualitative et d'une autre quantitative, s'attache donc à explorer le concept du paiement électronique par l'utilisation des cartes VISA internationales en Algérie et les facteurs qui entravent le développement de ces cartes.

Notre étude vise à identifier l'utilisation, la satisfaction, les désirs et les freins de ce nouveau mode de paiement en Algérie.

Mots clés :

Paiement électronique, commerce électronique, les moyens de paiement, VISA-AGB, internet, transaction commerciale.

The future of the Algerian economy will largely depend on how efficiently we will implement and use modern technologies and embrace new methods for commercial operations.

Consequently, Algerian banks have adopted Electronic banking, which is an easy and secure means to facilitate commercial transactions or access to services through the net. Algerians will be able to pay for different services: water bills (SEEAL), phone bills (Ooredoo, Mobilis) but also plane tickets (Tassili Airlines, Air Algérie) and even insurance premium.

A qualitative as well as a quantitative study that explores the implementation of Electronic payment through international Visa Cards, support the theoretical part of my paper.

The aim of this study is to examine the customer's needs, use, satisfaction rate and the obstacles that may hinder the use of this mode.

Key words:

Electronic payment, Electronic commerce, means of payment, VISA-AGB cards, internet and commercial transactions.

يعتمد مستقبل نمو الاقتصاد الجزائري على الذكاء لإدخال تقنيات جديدة ناشئة واعتماد أساليب جديدة للمعاملات التجارية.

نتيجة لذلك ، أدخلت البنوك الجزائرية طريقة دفع جديدة ، الدفع الإلكتروني. هذا الأخير هو وسيلة للدفع مقابل تنفيذ معاملات تجارية لتبادل السلع أو الخدمات على الإنترنت في ظل ظروف الأمان القصوى. يمكن للجزائريين على سبيل المثال دفع فواتير المياه (سيال) عن طريق بطاقة الائتمان أو الهاتف (الجزائر تليكوم ، جيزي ، أوريدو ، موبيليس) ، وكذلك تذاكر الطيران الخاصة بهم (الخطوط الجوية الجزائرية ، الخطوط الجوية تاسيلي) أو حتى أقساط التأمين الخاصة بهم. التأمين (امانة للتأمين).

تتكون هذه الورقة البحثية من مراجعة للأدب وتكملها دراسة نوعية ودراسة كمية ، وبالتالي فهي تهدف إلى استكشاف مفهوم الدفع الإلكتروني من خلال استخدام بطاقات VISA الدولية في الجزائر والعوامل التي تعيق تطوير هذه البطاقات.

تهدف دراستنا إلى تحديد استخدام ورضا ورغبات ومكابح طريقة الدفع الجديدة هذه في الجزائر.

الكلمات المفتاحية:

الدفع الإلكتروني ، التجارة الإلكترونية ، طرق الدفع ، بطاقة فيزا ، الإنترنت ، المعاملات التجارية

Introduction générale

L'Algérie s'investit depuis 1990 dans un environnement bancaire concurrentiel par la libéralisation de son système bancaire et son intégration progressive au niveau international, à travers la promulgation de la loi n° 90-10 du 14 avril relative à la monnaie et au crédit.

Plusieurs réformes ont été engagées dans de nouvelles techniques financières dont la réforme du système bancaire pour améliorer et développer ses systèmes et moyens de paiement, assurant la circulation de la distribution des services avec une grande efficacité.

En effet, une mise en œuvre de modernisation du système de paiement s'est inscrite dans le développement de la monétique qui a pour but de faciliter les transactions commerciales et développer la bancarisation de l'économie avec une plus grande efficacité et sécurité des services. Également avec l'introduction de deux systèmes de paiements, de gros montants et de paiement de masse, conformes aux standards internationaux pour assurer le bon fonctionnement des fonds de façon sûre, rapide et sécurisée.

Sur ce plan, l'Algérie a enregistré d'importants retards comparativement aux autres pays, dans le processus de la monétisation et la maîtrise des nouvelles technologies de paiement et ce malgré l'entrée de nouvelles technologies qui ont métamorphosé la relation client-banque comme les distributeurs automatiques des billets (DAB), les guichets automatiques de banque (GAB) et les terminaux de paiement électronique (TPE).

À cette effet, les banques algériennes ont intérêt à s'adapter aux nouveaux produits afin d'instaurer des règles de marché et de réussir la transition vers un système libéralisé.

Dans ce passage à l'économie de marché, les banques se motivent à l'adaptation des nouveaux services et produits en collaboration avec la société d'automatisation des transactions interbancaire et de monétique (SATIM), En mettant en place de nouvelles solutions monétique et informatiques avec le lancement du projet de paiement et de retrait par carte interbancaire à partir d'un réseau monétique interbancaire (RMI) doté d'un terminal de paiement électronique (TPE).

Notre travail consiste à comprendre et de déterminer l'impact du paiement électronique dans le développement de la monétique en Algérie. Et enfin d'identifier les freins au développement de ce type de paiement.

De ce fait, notre problématique consiste à répondre à la question suivante :

Quel est l'impact de l'utilisation des cartes bancaires internationales sur le développement de la monétique dans la gulf bank algeria (AGB) et qu'elles sont les facteurs qui entravent le développement de ces cartes?

Afin de bien cerner cette problématique nous avons posé les questions secondaires suivantes :

- Quel est le degré d'utilisation du paiement électronique au sein d'AGB?
- Quel est le critère qui influence le choix du porteur des cartes bancaire internationales VISA AGB ?
- Comment pouvons-nous évaluer l'utilisation des cartes bancaires internationales au sein d'AGB et quels sont les facteurs qui handicapent cette utilisation ?

Pour répondre à ces questions nous nous sommes appuyés sur les hypothèses suivantes :

- **H1:** le paiement électronique au sein d'AGB est très utilisé.
- **H2:** l'adhésion à l'usage des cartes bancaires international VISA dépend du revenu du client d'AGB.
- **H3 :** le taux élevé des frais et des commissions bancaires constituent des freins à l'adhésion populaire à ce nouvel outil.

Le choix et l'intérêt du thème

En ce qui concerne le choix et l'intérêt de notre étude, nous avons été motivés à choisir ce sujet par l'intérêt que nous portons aux usages des nouvelles technologies, notamment celles de l'information et de la communication (TIC). Nous voulons particulièrement mettre en lumière des éléments importants de choix et d'utilisation des cartes bancaires, voici quelque unes :

- L'intérêt de mettre en exergue un sujet qui n'est pas suffisamment traité par les chercheurs algériens.
- L'intérêt de connaître les avantages de l'utilisation du paiement en ligne soit pour les détenteurs de la carte interbancaire CIB, soit pour les commerçants en utilisant les TPE soit pour les banques.
- Les moyens et procédés permettant la réduction de l'utilisation des espèces et des chèques et l'accélération d'usage de la carte de paiement à la lumière de ce qui se passe dans plusieurs pays.

Notre étude découle sur les considérations suivantes :

- L'encouragement de l'utilisation des paiements électroniques
- L'incidence des systèmes et des moyens de paiement électronique sur la performance des banques.

La démarche méthodologique

Dans ce travail, pour tester nos hypothèse, nous allons adopter une démarche méthodologique à double approche ; l'approche descriptive ayant relation avec la présentation et la différenciation des moyens de paiement, notamment les cartes bancaires. Dans un second lieu, une approche s'appuyant sur l'analyse de questionnaire afin d'obtenir des informations pertinentes sur le comportement des usagers des cartes bancaires dans le but d'en tirer des enseignements sur le choix de ces derniers et leurs usages de ces cartes bancaires.

Limites de recherche

- La principale difficulté rencontrée dans notre recherche est la non disponibilité de l'information ;
- En matière théorique, l'insuffisance de documentation et les ouvrages concernant la monétique et les moyens de paiement électronique en Algérie.

Plan de travail

Afin d'apporter des éléments de réponse, nous avons scindé notre travail de recherche en trois chapitres : deux théoriques et un pratique.

Dans le premier chapitre, nous présenterons une généralité sur le système et les moyens de paiements. Il composera de trois sections théoriques, la première concerne le système de paiement, la deuxième expose les moyens de paiements et la troisième aborde les éléments fondamentaux du paiement électronique et du commerce électronique.

Le deuxième chapitre sera consacré à l'environnement monétique en Algérie. Il sera scindé en deux sections, la première section abordera une présentation générale de la monétique et la dernière sera réservée à la présentation de la carte bancaires en Algérie.

Le troisième chapitre de notre travail sera réservé à une étude pratique. Il sera scindé en trois sections, la première sera concernée à une présentation de la Gulf Bank Algeria (AGB) et la Direction de la monétique d'AGB, La deuxième sera portée une description de l'étude qualitative et présentation des résultats et la troisième partie sera consacré à la méthodologie de l'enquête et l'analyse du questionnaire à la fin de notre travail nous essaierons de formuler et de proposer quelques recommandations qui pourraient éventuellement être utiles au développement de système du paiement électronique en Algérie.

Chapitre 01 :
Généralité sur le système et les
moyens de paiement

Les systèmes de paiement connaissent une véritable mutation et surtout avec l'avènement des technologies de l'information et des communications. La multiplication et l'accroissement du volume d'opérations opérant sur plusieurs marchés à la fois exige des systèmes totalement assimilés et hautement performants.

Les progrès en matière d'intermédiation bancaire, de développement des institutions et d'intensification de la concurrence ont permis le développement incessant et la diversification des systèmes et moyens de paiement. Les TIC étaient à l'origine de l'amélioration des procédures de règlement et de recouvrement à travers le monde notamment dans les pays développés et émergents.

Dans ce premier chapitre, nous avons une classification sommaire allant d'une présentation du système de paiement ,ces composantes et les objectifs de modernisation de ces systèmes.Ainsi, nous avons fait une étude sur l'évolution des moyens de paiement. Pour conclure, on a met l'accent sur le paiement et le commerce électronique, aussi L'intérêt du passage au commerce électronique pour l'économie algérienne et les Dynamiques du paiement électronique en Algérie.

Section01 : Le Système De Paiement

Les systèmes de paiement et de règlement sont d'une importance essentielle en permettant un traitement efficace des paiements. Ils contribuent au bon fonctionnement d'une économie de marché moderne

1. Généralité sur le système de paiement

1.1. Définition d'un système de paiement

Selon D. RAMBURE, Un système de paiement est un

« Système constitué d'un ensemble d'instruments, de procédures bancaires et de systèmes interbancaires de transfert de fonds, destiné à assurer la circulation de la monnaie. »¹

Selon BRI le système de paiement est :

« L'ensemble des instruments, organismes et procédures ainsi que les systèmes d'information et de communication utilisés pour donner des instructions et transmettre, entre débiteurs et bénéficiaires, des informations sur paiements et procéder à leur règlement ». ²

Donc on peut définir les systèmes de paiement comme étant un ensemble d'instruments et organismes utilisés pour transmettre des informations sur le paiement entre débiteur et créateur. Qui utilisent la technologie d'information.

1.2. Les éléments constituent le système de paiement

Un système de paiement est composé de:

- **Les institutions, intermédiaires financiers :** Un intermédiaire financier est un professionnel à qui les investisseurs s'adressent pour vendre ou acheter des titres (actions, obligations, etc.) sur le marché financier. Les banques, les courtiers en ligne ou les entreprises d'investissement font partie des intermédiaires financiers, Un intermédiaire financier s'interpose entre les agents économiques pour que l'offre

¹https://fr.wikipedia.org/wiki/Syst%C3%A8me_de_paiement , consulté le (18/02/2019 à 13h)

² Comité sur les systèmes de paiement et de règlement Principes fondamentaux pour les systèmes de paiement d'importance systémique

et la demande de capitaux se rencontrent ou qui assure la conservation (ou la gestion des titres) que des tiers lui confie.¹

- **Les instruments de paiements :** L'instrument de paiement est la forme matérielle qui sert de support au paiement. C'est le véhicule monétaire qui annule la dette contractée auprès du créancier. Les principaux instruments de paiements utilisés sont : le virement, le chèque, la lettre de change, le billet à ordre et la carte bancaire.²
- **Les procédures de paiement et de recouvrement :** Dans le monde de la finance, le recouvrement désigne le fait d'utiliser l'ensemble des moyens existants pour forcer un débiteur à procéder au remboursement d'une dette due à un créancier. Ces moyens utilisés peuvent être amiables et/ou judiciaires.³

A ces trois éléments s'intègre également le système d'information et de communication au sein et entre les institutions, intermédiaires financiers, ainsi que la sécurité du système (anti-altération, anti-intrusion, conservation, confidentialité)

2. La modernisation du système de paiement

La modernisation de l'infrastructure bancaire (système de paiement) nécessite notamment⁴:

- la mise en place d'une infrastructure permettant une plus grande efficacité dans le traitement des opérations interbancaires et du marché financier et principalement développer le système de paiements gros montants ;
- le développement des normes et standards du système de compensation des transactions de petits montants, préalable indispensable à leur développement ;
- la modernisation du système d'information de la Banque d'Algérie en tant que complément nécessaire et appui aux systèmes de paiements et au traitement des opérations de politique monétaire, couverture de change ;
- le renforcement de l'infrastructure de télécommunications entre la Banque d'Algérie et le siège social des banques, des établissements financiers, du Centre des Chèques Postaux, du Trésor Public et du Dépositaire central.

¹<https://epargne.ooreka.fr/comprendre/intermediaire-financier> consulté le (18/02/2019 à 15h)

²<http://www.comprendrelespaiements.com/instruments-et-techniques-de-paiement-queles-sont-les-differences/> consulté le (18/02/2019 à 15h)

³<https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199259-recouvrement-definition-traduction/> consulté le (19/02/2019 à 17h)

⁴ Banque d'Algérie, chapitre VI modernisation de l'infrastructure du système bancaire, P 112.

Le réseau de télécommunications contribuera à faciliter le fonctionnement des échanges et à traiter de bout en bout les opérations de paiements et les échanges de données inter et intra bancaires.

Cette modernisation dont la finalité est la mise en place d'un système de paiement interbancaire moderne et efficace, aussi bien au niveau des paiements de gros montants en temps réel que des paiements de masse, qui assureront des transferts de fonds efficaces, sûrs, rapides et sécurisés tout en observant les recommandations universelles du Comité adhoc de la Banque des Règlements internationaux (BIS/CPSS).

La modernisation de l'infrastructure du système bancaire repose sur le système algérien de règlements bruts en temps réel de gros montants (dénommé Algeria Real Time Settlement dit (ARTS), généralement appelé RTGS, et sur un système de télé compensation des instruments de paiement de masse géré par le Centre Interbancaire de Pré compensation (dénommé Algérie télé compensation interbancaire dit ATCI).

Ces deux systèmes nécessitent aussi une mise à niveau du système d'informations des banques qui se poursuit de manière graduelle ainsi que d'un cadre juridique spécifique et actualisé.

2.1 Les objectifs de la modernisation du système de paiement

Le développement et la modernisation du système de paiement vise à adapter les systèmes de paiement, de compensation et de règlement interbancaire aux besoins des usagers et aux exigences d'une économie moderne, dont les objectifs sont les suivants :

- Promouvoir l'utilisation des paiements scripturaux en remplacement des paiements en espèces, par l'amélioration de la qualité et la réduction des délais de traitement et de règlement.
- Le renforcement de la sécurité des détenteurs d'espèces afin de réduire la part de la monnaie fiduciaire dans les paiements
- La minimisation des délais de recouvrement des paiements scripturaux et des Incidents de paiement sur les chèques et les effets de commerce
- Le renforcement de l'efficacité et de la sécurité des échanges
- Le développement des instruments de paiement électroniques, notamment la carte bancaire

- L'amélioration de la gestion des risques de liquidité, des opérations de gros montants.

3.L'efficience des systèmes de paiement

L'efficience des systèmes de paiement est mesurée par trois critères¹ :

- **Les délais de paiement** : Le raccourcissement des délais de paiement augmente la vitesse de circulation de la monnaie, améliore la liquidité des marchés et favorise une meilleure réactivité des marchés. En sens inverse, l'allongement des délais de paiement augmente le volume des moyens de paiement en circulation et en cours de traitement. Il en résulte une moindre efficacité de la politique monétaire.
- **La gestion des risques** : Sur le plan macro-économique, la défaillance d'un membre peut entraîner la défaillance du système dans son ensemble (risque systémique). Sur le plan micro-économique, la gestion des risques entraîne un coût, qu'il s'agisse du coût d'investissement (le financement des mesures de sécurité)
- **Les coûts directs de transaction** : Comprennent les coûts directs de fonctionnement (communication, stockage, traitement des informations), ils réduisent la fluidité et le déséquilibre des marchés.

4.Les composantes de système de paiement

4.1 Le système de règlement brut en temps réel de gros montants (RTGS)

4.1.1 Définition du système RTGS

C'est un système de règlements bruts en temps réel de gros montants (supérieurs ou égaux à un million de DA) et paiements urgents (inférieur à un million de DA). Tous les ordres de virements bancaires ou postaux, concernant ces montants doivent transiter par ce système. Il a eu un effet considérable sur la centralisation de la gestion de la trésorerie des banques, ce qui leur permettra d'optimiser l'utilisation de leurs ressources. Ce système est destiné à organiser le règlement de transfert de fonds ou d'instruments financiers.²

¹ DOMINIQUE, Ramburre, « Les systèmes de paiement », Edition Economica, 2005, page 41

²BRI «Glossaire CSPR des termes utilisés pour les systèmes de paiement et de règlement », p. 43, Mars 2003.

L'infrastructure ARTS appartient à la Banque d'Algérie opérateur du système. Cette dernière fournit divers services à ses participants¹, à savoir : échange d'informations et gestion des comptes des différents participants du système. La Banque d'Algérie est responsable du bon fonctionnement du système, elle ne garantit pas la bonne exécution des opérations de paiement. Ce système d'importance systémique est un système d'aide à la décision grâce à la conservation des données historiques.

Par miles principes d'importance systémique, nous pouvons citer que les procédures de gouvernance du système devraient répondre aux principes d'efficacité, de responsabilité et de transparence².

Ce système est appelé aussi Algeria Real Time Settlement (ARTS), il est entré en vigueur le 13 Octobre 2005 conformément aux dispositions du règlement N°05-04 et mis en production le 8 Février 2006. Le système RTGS est un système de paiement interbancaire automatisé où s'effectuent des paiements uniquement par ordres de virement un par un et en temps réel, c'est-à-dire, sans compensation. Il a été réalisé selon les standards internationaux, notamment en matière de fiabilité et sécurité des échanges.

4.1.2 Les participants au système RTGS

Il a comme principaux participants dans le réseau :

- **La Banque d'Algérie** : La BA est l'autorité de supervision du système de paiement. Elle gère la centrale des impayés, le fichier des émetteurs agréés pour les prélèvements et impute par le biais du système RTGS les soldes de la compensation reçus du CPI.
- **le CPI (Centre de Pré Compensation Interbancaire)** : Le CPI gère la plateforme, son rôle est de contrôler et assurer un échange interbancaire sécurisé et automatisé des paiements de masse et leur compensation. Le CPI est une filiale de la BA, assure plusieurs tâches suivantes³ :
 - Remplace les chambres de compensation traditionnelles ;
 - Ouvre et clôture le système de télé compensation ;
 - Interface entre les plateformes participantes ;

¹SADEG Abdelkrim « Réglementation de l'activité bancaire » Tome 2, Ed. A.C.A, 2005 p 44.

²BRI, « Principes fondamentaux pour les systèmes de paiement d'importance systémique –rapport du groupe de travail sur les principes et pratiques applicables aux systèmes de paiement», Janvier 2001, p. 18-58.

³SADEG Abdelkrim « Réglementation de l'activité bancaire » Tome2 Op.cit. Tome2. Page 44.

- Organise et gère les échanges de fichiers interbancaires ;
- Détermine le solde de la compensation ;
- Supervise la disponibilité et le bon fonctionnement du système central, des plateformes participantes et du réseau de communication.
- Joue le rôle de certificateur agréé.

4.1.3 Les objectifs du système RTGS

Les objectifs sont les suivants¹ :

- Améliorer considérablement les délais de recouvrement des créances des entreprises qui optent pour les paiements urgents, améliorant ainsi la gestion de la trésorerie de ces entreprises ;
- Optimiser la gestion de trésorerie de chaque banque participante ;
- Une conduite efficace de la politique monétaire par la Banque d'Algérie qui mène à une utilisation efficiente des ressources dans l'économie.

4.2 Le système de télé-compensation des paiements de masse (ATCI)

C'est un système de compensation électronique mis en place le 15 Mai 2006 par la Banque d'Algérie et dont le rôle est d'assurer les petits montants. Il permet l'échange de tous les moyens de paiement de masse (chèque, effet, virement, prélèvement, retrait et paiement par carte bancaire).²

Seuls les virements d'une valeur nominale inférieure à un 1.000.000 DA sont acceptés par ce système. Tout ordre de paiement d'une valeur nominale supérieure ou égale à ce montant doit être effectué par le système de règlements bruts en temps réel de gros montants et paiements urgents. Le système ATCI complète le système RTGS.³

Le système ATCI est géré par le Centre de pré-compensation Interbancaire (CPI) qui est une société par action, filiale de la Banque d'Algérie dont le capital a été ouvert aux banques, pour assurer la réalisation de ce système.

¹ Banque d'Algérie, « Chapitre VI : Modernisation de l'infrastructure du système bancaire », P 119.

² BENZIANE (W) et BERKATI(M), « les moyens de paiement et la monétique », Master en sciences économiques option : monnaie, banque et environnement international, université de Bejaia 2015 P 17.

³ Idem P 18.

4.2.1 Les objectifs du système ATCI

Les objectifs visés par la mise en place du système ATCI peuvent être énumérés comme suit¹ :

- Réduire les délais de recouvrement interbancaires.
- Réhabiliter les moyens de paiement scripturaux classiques (chèques, effets, virements).
- Développer les moyens de paiement modernes (prélèvements, opérations par carte).
- Réduire les coûts des échanges interbancaires.
- Améliorer la qualité et la fiabilité des informations restituées.

4.2.2 Les composants du système

Les composants du système de paiement de masse sont: les participants, la banque d'Algérie et le CPI (le centre de pré compensation interbancaire).

- **Les participants au système ATCI** : Ils sont les acteurs du système de télé compensation et intervient pour les paiements de masse. Il s'agit des organismes suivant² :
 - **Les participants directs** : Le participant direct possède sa propre plateforme reliée au système central de télé compensation. Il est détenteur d'un compte de règlement auprès de la banque d'Algérie.

Ce participant direct assume une double responsabilité :

- responsabilité technique vis-à-vis de l'ensemble des participants aux systèmes des « échanges et de compensation des opérations transitant par son intermédiaire pour son propre compte ou celui des banques qu'il représente.
- responsabilité financière pour ses propres opérations.
- **Les participants indirects** : Le participant utilise la plateforme d'un participant direct qui le représente techniquement et non financièrement. Il est détenteur d'un compte de règlement auprès de la banque d'Algérie.

5. Les modalités de paiement

L'opération de règlement au sein d'un système de paiement emprunte différents modes de paiement, de transcription et de traitement¹ :

¹ Banque d'Algérie, « Chapitre VI : Modernisation de l'infrastructure du système bancaire », P 124.

²koïder SENOUCI, abdellatif KERZABI « Les nouveaux systèmes de paiement et la gouvernance bancaire », université de Tlemcen, l'entreprise N 4 2015, Page 43

- **Mode de paiement :** Le paiement peut être réalisé à distance, de façon occasionnelle (achat) ou répétitifs (facture de gaz, pension, sécurité sociale) pour des montant de gros au détail.
- **Mode de traitement :** Il peut s'agir d'un traitement manuel pour les supports physiques, ou automatisé pour les supports électroniques ou traitement mixtes pour les instruments partiellement informatisés.
- **Mode de transcription :** Il peut être effectué avec un support matériel (support métallique ou support papier) ou support immatériel (monnaie électronique)

6. Les circuits de paiement

Pour faciliter le fonctionnement du système de paiement, c'est-à-dire le transfert de fonds entre le créancier et le débiteur, on définit, usuellement, trois circuits de paiement :

- **Les circuits intra-bancaires :** Ce sont des réseaux propres à une banque, qui sont utilisés pour le règlement des montants, dont les comptes du créancier et du débiteur tenus par une même banque.
- **Les circuits interbancaires :** Ils englobent les réseaux propres aux banques et sont utilisés pour le règlement des montants, dont le débiteur et le créancier sont des clients de deux banques différentes, les opérations de ce règlement passent, généralement par la chambre de compensation.
- **Le réseau des correspondants étrangers :** Pour que les banques réalisent les paiements internationaux et le financement de commerce extérieure, elles ont le recours à leurs correspondants étrangers avec lesquels elles concluent des accords de compensation, en utilisant leur réseau. Le principal réseau de diffusion de l'information sur ces règlements internationaux, est le système SWIFT, qui est, qui est le réseau de télécommunications bancaire, assurant la diffusion des ordres de paiement et autres informations bancaires².

¹ BOUACHOR, (L) : « l'impact de la nouvelle solution de l'e-paiement sur la satisfaction du client », Master en sciences commerciales option management et entrepreneuriat, École de hautes études commerciales d'Alger, 2017, P 15.

² AOURACH, (N) et HALIM (S) : « la gestion des moyens de paiements au sein des banques algériennes », Master en sciences économique option Monnaie finance et banque, université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2013, P 80.

Section 02 : Généralité sur les moyens de paiement

Les moyens de paiement représentent le moyen pour répondre au besoin d'échange le plus simplement possible des biens et services tout en bénéficiant d'une sécurité proportionnée avec un placement minime ou très important. Les moyens de paiement ont vu une évolution induite par des solutions techniques élaborées en utilisant des technologies performantes.

1. Présentation des moyens de paiement

1.1 Définition d'un moyen de paiement

« Un moyen de paiement est défini comme une solution, moyen technique ou support, qui permet d'utiliser de la monnaie en vue de réaliser une dépense ou une transaction de façon plus concrète. »¹

« Tous les instruments qui permettent à toute personne de transférer des fonds, quel que soit le support ou le procédé technique utilisé »²

« Un moyen de paiement est un instrument de paiement permettant à un client donné de réaliser une opération de paiement, c'est-à-dire tout instrument qui permet à son utilisateur de réaliser un transfert de fonds monétaire ».³

Donc on peut définir les moyens de paiement comme étant un instrument qui permet de régler une créance, il permet à son détenteur de réaliser un transfert de fonds.

1.2 Typologie des moyens de paiement les plus utilisés en Algérie

Pour qu'une opération de paiement se noue, il faut que les parties s'accordent sur l'instrument de paiement, en passant de la monnaie scripturale puis à la monnaie électronique, les systèmes de paiement se sont libérés des contraintes des moyens de paiement tout en restant partie intégrante de la fonction monétaire, pour traiter des moyens de paiement toujours plus élaborés, les technologies de l'information et des télécommunications ont permis d'automatiser les paiements dans les meilleures conditions de coût, de rapidité et de sécurité, les moyens de paiement et les systèmes de paiement sont appelés à se confondre, ces derniers absorbant les moyens de paiement devenus virtuels.

Les moyens de paiement diffèrent d'un pays à un autre, selon le degré d'intégration aux nouvelles technologies. L'Algérie quant à elle utilise la monnaie fiduciaire et

¹ NAMMOUR, (Fady) : « instruments de paiement et de crédit », Édition Bruylant, 2009, p.03.

² DEKEUWER, (François) : « Droit bancaire », édition Dalloz, Lille, 2016, p.49.

³ NAMMOUR, (Fady) : « instruments de paiement et de crédit », édition Bruylant, 2009, p.03.

scripturale comme instruments de paiement traditionnels et la monnaie électronique comme instrument de paiement moderne.

1.2.1 Les instruments de paiement traditionnels

Ils sont représentés par la monnaie fiduciaire et scripturale.

- a. La monnaie :** Selon R.Barre « la monnaie est un bien d'échange généralement accepté au sein d'une communauté de paiement »

Ils existent plusieurs types de monnaie à savoir ¹ :

- **La monnaie marchandise :** la valeur de la monnaie marchandise équivaut à peu près à la valeur de la matière qu'elle contient, exemple : les coquillages, perles, fourrures, bétail, etc.
 - **La monnaie métallique ou divisionnaire :** les pièces métalliques dont la valeur « faciale » est souvent supérieure à la valeur du métal qui les compose.
 - **La monnaie papier ou fiduciaire :** les billets de banque dont la valeur est fixée par décret.
 - **La monnaie scripturale :** il s'agit de l'ensemble des dépôts à vue détenus par les agents économiques et circulant par le biais des chèques, virements et cartes de crédit.
- b. Le chèque :** Le chèque est un titre par lequel une personne, dite tireur, donne l'ordre à une banque (ou un établissement de crédit assimilé), dite tirée, de payer à vue une somme d'argent au profit d'une troisième personne dite porteur ²

On distingue plusieurs types de chèque, à savoir ³ :

- **le chèque barré :** est un chèque comportant au recto, deux barres parallèles .le barrement a pour but de protéger le bénéficiaire en cas de perte ou de vol du chèque ;
- **le chèque omnibus :** chèque utilisé au guichet lorsque le client n'a pas son chéquier. On dit aussi chèque « guichet » ou chèque « passe-partout ».
- **le chèque de caisse :** chèque à soi-même, en vue de procéder à un retrait de fonds ;
- **le chèque certifié :** chèque sur lequel la banque tirée par l'émetteur certifie, que la somme indiquée sur le chèque est disponible sur le compte de son client.

¹<http://www.cambiste.info/sdmpage/monnaie/monn40.php> consulté le (1/03/2019 à 22h53)

² PIEDELIEVRE S., « Instruments de crédit et de paiement », Edition DALLOZ, Paris, 2010, P 249.

³ CHEHRIT K., « Techniques et pratiques bancaires financières et boursières », Edition G.A.L, Alger, 2003, P145- 146.

- **le chèque voyage** : ou traveller's chèque est un chèque émis par un établissement de crédit pour permettre au porteur de se faire payer une somme d'argent déterminée auprès d'un établissement ou une succursale de l'émetteur.¹

c. **Le virement** : Le virement est l'opération qui consiste à débiter le compte du client donneur d'ordre pour créditer ou faire créditer du même montant le compte du bénéficiaire, à la différence du chèque qui nécessite une provision du virement ne doit pas nécessairement exister au moment où le client signe son ordre de virement.

Le virement comprend plusieurs formes² :

- **virement interne** : il s'agit des opérations dans les livrets de la même banque.
- **virement interbancaire** : c'est des opérations qui se font d'une banque à une autre.
- **le transfert** : c'est le cas des opérations de virement émises en faveur ou reçues par d'autres pays.
- **virement simple** : appelée aussi opération écartée ; il concerne les opérations ordonnancées pour une seule opération.
- **virement permanent** : c'est des opérations cycliques ou récurrentes intervenants à des dates déterminées.

d. **L'avis de prélèvement** : Le prélèvement est une opération bancaire qui consiste, pour une banque, à débiter le compte de son client qui en a préalablement donné l'autorisation à un créancier. Le client donne, pour se faire, à sa banque mandat de payer et donc instruction de régler le montant présenté par le créancier par le débit de son compte. Le créancier, pour pouvoir demander un prélèvement, doit être titulaire d'un Numéro National d'Émetteur.

e. **Effet de commerce** : L'effet de commerce est un moyen de paiement non rattaché à un organisme bancaire propre aux entreprises. Il peut revêtir la forme d'une lettre de change ou d'un billet à ordre. Échangeable, il permet notamment de faire circuler les créances d'un créancier à un autre. L'effet de commerce implique la présence de trois acteurs : un tireur (celui qui l'émet), un tiré (celui qui reçoit l'ordre de payer) et un porteur (celui qui en bénéficie). Concrètement, il est émis par le tireur afin d'ordonner au tiré (son débiteur) un règlement à échéance au profit du porteur. Bien que l'effet de

¹ PIEDELIEVRE S., « Instruments de crédit et de paiement », Edition DALLOZ, Paris, 2010, P 292.

² BERNET-ROLLANDE L., « Principes de technique bancaire », Edition DUNOD, Paris, 2001, P 58.

commerce ne soit pas rattaché à un établissement bancaire, une banque peut le racheter au porteur. Elle devient alors l'unique créancière du tiré et se rémunère par l'intermédiaire de commissions et/ou d'agios¹. on trouve deux type d'effet de commerce a savoir :

- **La lettre d'échange :**La lettre de change est un instrument de paiement par lequel une personne, le tireur, donne ordre à une autre personne donnée, le tiré, de payer un certain montant à lui-même ou à une tierce personne.

Trois acteurs sont alors concernés par la lettre :

- Le tireur ou fournisseur ou créancier
- Le tiré ou client ou débiteur
- bénéficiaire du paiement, ou porteur (généralement le tireur)²

- **Le billet à ordre:**Le billet à ordre est un document par lequel le tireur dit aussi le souscripteur, se reconnaît débiteur du bénéficiaire auquel il promet de payer une certaine somme d'argent à un certain terme spécifié sur le titre. Le billet à ordre peut être transmis par voie d'endossement. L'endossement du titre au profit d'une banque lui confère la qualité de bénéficiaire de ce titre. Le billet à ordre n'est pas nul s'il y a identité de nom entre le souscripteur et le bénéficiaire³

1.2.2 Les instruments de paiement moderne

a) **la carte bancaire:**La carte bancaire est un moyen de paiement prenant la forme d'une carte magnétique émise par un établissement de crédit. Elle permet à son titulaire, conformément au contrat qui lie à sa banque, d'effectuer des paiements et/ou des retraits d'argent des distributeurs automatique de billets (DAB); des services connexes peuvent y être associés tels que les assurances et les assistances.

En Algérie, il s'agit d'une carte de paiement et de retrait, car elle permet aussi les retraits d'espèces aux distributeurs de billets, deux carte bancaire existent :

- **La carte de crédit :**Carte de crédit comme étant une carte de paiement est une carte magnétique ou à puce qui permet de retirer de l'argent aux distributeurs des banques

¹ -dictionnaire-économique-et-financier, effet-de-commerce, <https://www.journaldunet.com/> consulté le (05/03/2019 à 00h00)

² -Delpech (X.), « effet de commerce : identité de nom entre souscripteur et bénéficiaire », Recueil Dalloz, n° 33, 29 septembre 2011, Actualité/droit des affaires, p. 2269 à propos de Com. - 13 septembre 2011.

³ -Idem même page.

ou de payer chez les commerçants possédant un terminal de paiement électronique(TPE) adapté ou sur internet.¹

- **La carte de débit** : La carte de débit au aussi (carte de retrait) Permet à son titulaire de régler des achats (et/ou) d'effectuer des retraits d'argents, les montants sont généralement débités au jour le jour, et ce à partir d'un compte chèque. Cette Carte permet à l'utilisateur d'effectuer uniquement des retraits de pièces dans les distributeurs automatique de billets (DAB) ou guichets automatique de banque (GAB) (7jours sur 7, et 24 heures sur 24)²

Elle est utilisée soit :

- Sur l'ensemble des distributeurs situés sur le territoire national, voire à l'étranger ;
- Dans les seuls distributeurs de votre banque.

Remarque :

La carte de retrait permet exclusivement les retraits dans les distributeurs automatiques des billets DAB. Elle ne vous permet pas de payer chez les commerçants au d'effectuer des emplettes en ligne.

b) Le télépaiement : Il désigne un mode de paiement effectué par voie électronique. Le télépaiement permet d'effectuer un paiement entre un acheteur et un vendeur, sans que les deux contractants ne soient face à face. On parlera donc de paiement à distance par l'intermédiaire d'un moyen de communication tel que l'internet, le téléphone fixe et le téléphone mobile.³

¹ Wwww. Linternaute.fr consulté le (16/03/2019 à 1h05)

² <https://www.lesclesdelabanque.com/web/Cdb/Particuliers/Content.nsf/DocumentsByIDWeb/6WEEM2?OpenDocument> consulté le (16/03/2019 à 3h)

³ BENZIANE (W) et BERKATI(M), « les moyens de paiement et la monétique », Master en sciences économiques option : monnaie, banque et environnement international, université de Bejaia 2015 p 22.

1.3 Les avantages et inconvénients des moyens de paiement

Les moyens de paiement ont plusieurs avantages et inconvénients à savoir :

Tableau N°01 : les avantages et les inconvénients des moyens de paiement.

Moyens de paiement	Avantages	Inconvénients
Les pièces et les billets	-simples à utiliser ; -Ils sont légal donc accepter par tous; -obtention et utilisation gratuite ; -libre de toutes obligations d'achats ; -facilite les transactions entre les différents agents économiques ;	-conservation risquée car ils peuvent s'abimer ; -pas de recours possible en cas de perte ou de vol.
Le chèque	-permet de conserver une trace du paiement ; -ne pas garder de liquidité sur soi ; -diminue le risque de vol ; -chaque paiement est gratuit ;	-risque de vol et falsification ; -risque du chèque sans provision ; -le cout souvent élevé -utilisation difficile en cas de paiement à l'étranger.
Le virement et versement	-pas de risque de falsification, de perte ou vol ; -rapide, sur et peu couteux ; -transfert de fonds de compte à compte sans déplacement numéraire.	-le virement peut êtrelong, s'il s'effectue par courrier ; -gravité des conséquences en cas d'incident de paiement.
Le prélèvement	-rapidité d'exécution ; -automatisation des traitements ; -souplesse et simplicité des formalités.	-les frais peuvent être parfois très élevés ; -insuffisance du risque de prévention ; -risque d'oubli dans la gestion de son budget.
L'effet de commerce	-repousse le paiement à une échéance ultérieure, évitant le paiement immédiat ; -facilite la mobilisation des créances des entreprises ; -la lettre de change permet d'éliminer le risque de change.	-la échéance du débiteur peut entrainer des conséquences lourdes pour lui ; -risque de perte, de vol et de falsification ; -ne supprime pas le risque d'impayé.
La carte bancaire	-paiement et retrait rapide ; -ne pas avoir de liquidité sur soi ; -faire des achats en ligne ; -protection renforcée grâce au code confidentiel personnel.	-impose aux consommateurs un cout annuel ; -frais sur certains retraits ; Plafonnement des montants lors du retrait ; -ne permet pas les paiements entre particuliers.
Le télépaiement	-paiement rapide et disponible 24h/24 et 7j/7 ; Moyen de règlement pratique et simple vu qu'il permet d'acheter à tout moment est sans se déplacer.	-problème de sécurité car sur internet il est facile de pirater les informations ; -risque de fraude.

Source : BENZIANE (W) et BERKATI(M), « les moyens de paiement et la monétique », op.cit., p23.

Section 3 : le paiement électronique et le commerce électronique

Avec l'essor de l'internet et l'apparition du commerce électroniques, de nombreux mécanisme ont été mis en œuvre dans la perspective de développer, faciliter et sécuriser le commerce en ligne. L'un de ces mécanismes, ayant révolutionné le paiement électronique est le commerce électronique.

1.paiement électronique

1.1 Historique de paiement électronique

En 1987, David chaum (cryptographe américain) et au point un protocole de signature permettant de supporter les transactions sur internet. Il crée en 1994, initiative qui peut être considérée comme la première monnaie fiduciaire virtuelle¹.

En 1994, le protocole HTTPS créé par Netscape, permet de sécuriser les transactions sur internet, grâce au protocole SSL permet une identification mutuelle du serveur et du client, et le transport crypté des données entre ces deux extrémités.²

Dans cette même période, visa, MasterCard et American express définissent ensemble le protocole SET.adapté aux transactions cartes sur internet, donc de la monnaie scripturale, SET, qui s'appuie sur des échanges chiffrés par un système de clef publiques dérivés d'une clef racine entre l'émetteur, l'acquéreur et une passerelle de paiement, ne sera que très peu utilisé car trop complexe à mettre en œuvre. Ce protocole fera place plus tard (2000) à 3-D Secure, plus souple³.

Fondé en 1998, Bilpoint est un système de paiement basé sur les cartes de crédit acheté par EBAY en mai 1999. En 2000, Wells Fargo en a acheté 35 % grâce à un partenariat avec EBay.

¹ Benoit (Boutry) : « le paiement en ligne », Thèse professionnelle MCI, Université Leonard De Vinci, Courbevoie, 2013, p.14.

² Benoit (Boutry) : « le paiement en ligne », Op.cit., p.14

³ BOUBAKER, (Nobel El Houssine) : « Le paiement sur internet », master spécialisé en Commerce International et Technologie de l'Information, Institut National De Gestion, Sousse, 2002, P.31

1.2. Définition de paiement électronique

« Le paiement électronique est un échange d'argent par système électronique. Il s'agit des paiements que l'on réalise sur internet ou via des réseaux de télécommunications, générés à partir soit d'un ordinateur, soit d'un Smartphone.¹ »

« Le paiement électronique est un moyen permettant d'effectuer des transactions commerciales pour l'échange de bien ou de services sur internet.²».

Donc on peut définir le paiement électronique comme étant un moyen d'achat et/ou de vente en utilisant le réseau d'internet.

1.3. Le paiement électronique en Algérie

Les premiers sites de commerce électronique algériens sont apparus à partir de 2012, pour cela l'Algérie accuse un très grand retard dans l'activité de paiement électronique³.

Pour ce qui est de la plateforme du système de paiement électronique algérien, autrement dit, le paiement en ligne, il s'articule principalement sur l'utilisation de la carte CIB, et ce, à travers tout un réseau, comme se présente à l'heure actuelle, composé de huit actionnaires entre banques et établissements financiers, à savoir : Al Baraka, BADR, BDL, BEA, CNEP banque, CNMA, CPA et 12 autres membres, dont l'Algérie poste, ABC, AGB, Arabe Bank, Al Salam Bank, BNP, Fransa bank, HSBC, Housing Bank, Natixis, SGA, Trust Bank.⁴

En effet, le réseau monétique interbancaire en Algérie a connu plusieurs évolutions au fil des ans, en effectuant la première opération de retrait interbancaire sur un distributeur automatique des billets (DAB) en 1997, à la première opération interbancaire de paiement en ligne sur internet en 2015. Comme ça était présenté auparavant, le réseau monétique interbancaire en Algérie compte vingt institutions financières, avec 1.5 millions de

¹<https://banque.ooreka.fr>. Consulté le (18/03/2019 à 6h)

² BENZIANE (W) et BERKATI (M), « les moyens de paiement et la monétique », Master en sciences économiques option : monnaie, banque et environnement international, université de Bejaia 2015 p24.

³ MERBOUHI, (S) et HADID, (N), « LE PAIEMENT ELECTRONIQUE EN ALGERIE : DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS », REVUE NOUVELLE ECONOMIE, N°:16 –vol 01-2017, p : 21

⁴ MERBOUHI, (S) et HADID, (N), « Le Paiement Electronique En ALGERIE : DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS », revue NOUVELLE ECONOMIE, N°:16 –vol 01-2017, p.3.

détenteurs de carte CIB, 1500 GAB et DAB, et 3500 TPE et dont les transactions en dépassées les 15 millions en 2015.¹

Le 4 octobre 2016 le lancement officiel de paiement électronique en Algérie. Cependant il s'agit que d'une première phase, car uniquement quelques services seront à la disposition d'un nombre limité de personnes.²

1.4 Modes de paiement électronique

Ils sont présentés entre professionnels et particuliers de plusieurs manières, à savoir :

- **Le paiement via un intermédiaire** : D'une manière indirect, en utilisent le saveur de l'intermédiaire sur lequel sont stockées les coordonnées bancaires des parties. L'intermédiaires fournit des identifiants à ces clients puis centralise et transmet les échanges d'ordres aux banques respectives, par des moyens techniques de cryptologies. Seuls les identifiants et les données de la transaction circulent sur le réseau en passant par une plate-forme interface équipée d'un firewall.³
- **La monnaie numérique** :Est une monnaie virtuelle stockée sur le disque dur du consommateur. Il s'agit en fait d'une suite numérique codée à usage unique.⁴
- **Le porte-monnaie électronique** :Porte-monnaie électronique ou portefeuille électronique Est un dispositif qui peut stocker de la monnaie sans avoir besoin d'un compte bancaire et d'effectuer directement des paiements sur des terminaux de paiement.
- **La carte bancaire** :Est un moyen de paiement se présentant sous la forme d'une carte plastique, équipée d'une bande magnétique et/ou puce électronique donc c'est une carte a puce et qui permet le paiement, auprès des commerce physiques possédant un terminal de paiement électronique ou auprès de commerce électronique . Le plus souvent, il s'agit d'une carte de paiement et de retrait, car elle permet aussi les retraits d'espèces aux distributeurs de billet.⁵

¹ Statistique obtenue auprès de SATIM (la société de l'automatisation des transactions interbancaires et de Monétique).

² MERBOUHI, (S) et HADID, (N), Le Paiement Électronique En ALGERIE : DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS, NOUVELLE ECONOMIE, N°:16 –vol 01-2017, p.5.

³ Banque National De Belgique, « Coûts, avantages et inconvénients des différents moyens de paiement », rapport 2005.

⁴ Banque National De Belgique, idem

⁵ ISO/IEC 7810:2003 - Identification cards–Physical characteristics.

2. Le commerce électronique

2.1 Historique du commerce électronique

Bien qu'il paraisse aujourd'hui comme une nouvelle innovation technologique, le terme commerce électroniques n'est pas totalement nouveau. En effet les échanges excitaient depuis les années 60 grâce principalement aux échanges de données informatisées (**EDI**).

À l'époque, cette technologie consistait en l'échange de messages normalisé sur des réseaux de communication souvent privés. Son intérêt principal était l'autorisation de la transmission des commandes, factures et l'échange de documents.

Dès les années 80, l'EDI continue à se développer. Les réseaux de communication transportant également des codes permettant le travail collaboratif d'ingénieurs et de techniciens éloignés

Au début des années 90, la situation commençait à évoluer lorsque le web a été mis en place en 1991, l'internet s'est imposé certaines fonctions de l'internet ont apporté un plus au commerce électroniques avec la création du World Wide Web.

Désormais, l'internet l'outil le plus universel au profit du public, et cet avantage a permis pour de nombreuses entreprises à établir leur présence sur le web. Il est devenu une zone planétaire très favorable de libre échange aux transactions commerciales.¹

2.2 Définition du commerce électronique

Selon l'organisation pour la coopération et le développement économiques (OCDE) :

« Le commerce électronique est toutes formes de transactions liées aux activités commerciales, associant tant les particuliers que les organisations et reposant sur le traitement et la transmission de données numérisées, notamment texte, son et image. »

Selon l'AFTEL (association française du télématique et multimédia) :

« Le commerce électronique désigne l'ensemble des échanges commerciaux dans lesquels l'achat s'effectue sur un réseau de télécommunication, il recouvre aussi bien la

¹ **BETROUNE** Rassim et **MEDJAHED** Sonia : « Les freins au développement du commerce électronique Etude comparative entre l'Algérie et le Maroc » p 05 : p 06.

simple prise de commande que l'achat avec paiement, et concerne l'achat de biens et services qu'ils soient directement consommés en ligne ou non.»

Donc on peut définir Le commerce électroniques est l'échange pécuniaire de biens, de services ou d'informations par l'intermédiaire des réseaux informatiques.

2.3 Les types d'échanges du commerce électronique¹

Le commerce électronique a des particularités qui lui sont propres, c'est une activité dématérialisée s'exerçant à distance, concernant aussi bien les échanges entre professionnels, qu'entre commerçants et consommateurs, voire entre les consommateurs eux-mêmes.

- **Commerce électronique d'entreprise à entreprise :**Le commerce électronique d'entreprise à entreprise ou business to business (B to B) concerne toutes transactions électronique entre deux ou plusieurs entreprises, plus pressement les achats auprès des fournisseurs des biens et services².
- **Commerce électroniques d'entreprise à consommateur :**Le commerce électronique d'entreprise à consommateur ou business to consumer (B to C) est constitué de différentes transactions électroniques entre une entreprise et un consommateur c'est l'aspect le plus viable du commerce électronique car il permet au consommateur de faire des achats directement via l'internet (biens et services pour usage personnel)³.
- **Commerce électronique de consommateur à consommateur :**Le commerce électronique de consommateur à consommateur ou consumer to consumer(C to C) s'applique aux échanges commerciaux entre des personne privées dans lesquels un site spécialisé joue le rôle d'intermédiaire. Le modèle le plus courant est celui de la vente aux enchères, popularisé par le site américain EBAY ce site a un rôle très important (il classe les offres, génère du trafic, fournit des garanties commerciales)⁴.

¹ « PAIEMENT ELECTRONIQUE : MECANISMES ET CARACTERISTIQUES », Revue d'Economie et de Statistique Appliquée Numéro 21, Juin 2014 ISSN : 1112-234X pages 375

²Isaac.H, « E-commerce : De la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle », 1ère édition : Pearson Education, Paris, 2008.

³Nawet R, « taking a look at different type of e-commerce », Al-Azhar University, le Caire, 2011, p100.

⁴www.slideplayer.fr consulté le (20/03/2019 à 19h52)

- **Commerce électronique consommateur à entreprise :**Le commerce électronique consommateur à entreprise ou consumer to business (C to B) c'est pratiquement l'opposé du type (B to C) à, c'est un modèle de commerce électronique dans lequel le consommateur offre un bien ou un service aux entreprises en ligne en contrepartie d'un paiement.
- **Commerce électronique d'entreprise à administration :**Le commerce électronique d'entreprise à administration ou business to administration (B to A), relation touchant les transactions électroniques entre une entreprise et une administration gouvernementale, pour la transmission d'une déclaration fiscale.

Remarque

Il faut noter que les échanges commerciaux générés par le B to A sont en pratique souvent assimilables à du B to B stratégique, et la nature spécifique de l'administration concernée ne change pas fondamentalement les termes de l'échange.

- **Commerce électronique de consommateur à administration :** Le commerce électronique consommateur à administration ou consumer to administration (C to A), relation touchant les transactions électroniques entre une personne privée et une administration gouvernementale, phénomène qui devrait se généraliser avec la mise en ligne de formulaires administratifs ou la possibilité de payer ses impôts par internet.¹

2.4 Sécurité du commerce électronique

Suit au développement très rapide de l'internet, différents systèmes et procédures spécifiques ont été conçus pour prévenir toute atteinte à la sécurité des données transitant sur le réseau électronique. Les sociétés proposant leurs services pour garantir le paiement en ligne se sont ainsi multipliées comme autant de prestataires spécialisés. Par-delà cette diversité, l'objectif commun de sécurité a permis de créer des normes de performances uniformes et qui devraient pouvoir contribuer à accroître considérablement le taux de connexion des entreprises et des particuliers. En effet, aujourd'hui, le développement des transactions en ligne (bien et services) dépend pratiquement de la confiance accordée à la

¹www.fr.slideshare.net consulté le (20/03/2019 à 20h)

sécurisation des paiements électroniques. Cette confiance est basée sur un ensemble de services que le commerce électronique doit garantir¹ :

- **Authentification et intégrité des messages** : Chaque intervenant peut s'assurer que le message reçu provient bien de la bonne personne. Aussi, chaque autorisation de paiement doit être unique, aucune partie du message envoyé ne pouvant être modifiée lors du transfert de réseau. De ce principe d'intégrité découle celui de fiabilité ; le système devant être assurément pourvu de mesures capables d'éliminer toute possibilité de perte d'argent en cas de panne ou de mauvais fonctionnement.
- **Confidentialité** : Les informations concernant le client, le marchand et la transaction doivent être et rester confidentielles
- **Divisibilité** : Il s'agit là de la possibilité de faire des micro-paiements via le mode de paiement électronique, ce qui est le principe même des porte-monnaie électronique.
- **Disponibilité** : À tout moment le système de commerce électronique doit être accessible.
- **Non répudiation** : La non répudiation de l'achat doit être assurée afin que le marchand et le client se sentent sécurisés et ne peuvent pas nier leurs actions effectuées comme les achats et les livraisons. aussi, les parties en présence doivent être authentifiées avec certitude. Par ailleurs, la non répudiation est effective par la preuve, ce qui soulève le problème de son archivage.²

2.5 Le commerce électronique en Algérie

2.5.1 L'intérêt du passage au commerce électronique pour l'économie algérienne

Le passage à l'économie numérique peut être l'élément qui manquait pour relancer l'activité commerciale en Algérie, l'impact du commerce électronique sur l'économie algérienne se résume comme suit³ :

- **Une baisse des coûts et un accroissement de la concurrence** : Le commerce électronique peut être analysé comme une modification radicale de la structure de coût des entreprises., cette modification introduit un coût fixe d'entrée dans cette nouvelle activité, mais rend ensuite possible une baisse significative des coûts de production et de

¹ Revue d'Economie et de Statistique Appliquée Numéro 21 Juin 2014 ISSN : 1112-234X, p 376

² Idem même page

³ Naima, (A) : Op.cit., p.71

distribution . Le tout dans un environnement marqué par une concurrence accrue et par une relation plus individualisée.

- **Une atteinte des besoins non satisfaits par les voies traditionnelles :** L'internet rend possible l'agrégation à l'échelle nationale ou mondiale de besoin des clients trop dispersés pour pouvoir bénéficier de services assurés localement .de nouvelles activités peuvent ainsi être développées d'une manière économiquement viable.
- **Un accès élargi aux marchés étrangers :** Le commerce électronique offre aux entreprises un moyen de disposer d'une vitrine dans tous les pays. Cette ouverture va en particulier amener les PME algériennes habituées à travailler sur le champ local ou national à s'ouvrir pour la première fois sur le marché international.
- **L'adhésion à l'organisation mondiale du commerce (OMC) :** L'économie numérique constitue un véritable coup de pouce pour les entreprises algériennes afin d'accéder aux marchés mondiaux et d'atteindre un nouveau stade de concurrence.

Ainsi, l'Algérie aura de nouveaux arguments dans les négociations pour adhérer à l'organisation mondiale du commerce(OMC), et elle aura saisi de nouvelles chances pour réaliser cet objectif tant attendu.

2.6 Dynamique du paiement électronique en Algérie

La loi relative au commerce électronique est entrée en vigueur. Publié dans le numéro 28 du journal officiel, ce texte juridique donne,désormais, une assise légale à l'activité du commerce électronique qui a connu une évolution remarquable ces dernières années. Le commerce électronique en Algérie connaît de nouvelles règles de jeu. Après plusieurs années d'attentes, l'activité de commerce électronique dispose, à présent, d'un cadre juridique spécifique, à la faveur de la promulgation en juin dernier d'un texte de loi, fixant les règles générales du commerce électronique des biens et des services. D'aucuns estiment que le lancement léga du commerce électronique vient à point nommé pour mettre de l'ordre dans cette activité, quand bien même, le texte de la loi pécha par des « imprécisions » sur quelques aspects relatifs aux droits des consommateurs notamment en ce qui concerne les droits et délais de rétractation.

Toutefois, quelques réserves ont été émises s'agissant des conditions d'exercice de cette activité notamment l'obligation d'héberger les sites web en Algérie avec une extension « .com .dz » .l'on craint que cette obligation ne retarde les démarches des opérateurs. Ihebtekkour (expert en TIC), estime, les articles en relation avec l'hébergement

en Algérie ont créé énormément de réticences car à l’heure actuelle les services proposés ne correspondent ni aux exigences du commerce électronique ni même aux besoins des jeunes entreprises. Et le fait de ne pas laisser libre l’initiative va freiner le développement et la création d’entreprises activant dans ce créneau.

L’on regrette aussi que cette loi soit trop généraliste, ne prenant pas suffisamment en compte la spécificité des plateformes de commerce électronique qui jouent le rôle d’intermédiaire de vente. « Un producteur n’a pas le même mode de fonctionnement qu’un intermédiaires de vente »

Tableau N°02 : Liste des textes juridiques régissant les moyens de paiement électronique

Désignation	Références du texte juridique	Observations
Reconnaisances l’écrit électronique	La loi n°05-10 du 20 juin 2005 modifiant et complétant 1975, modifiée et complétée, portant code civil.	(Articles 323 bis et 323 Bis 1)
Reconnaissance de la signature électronique	La loi n°05-11 du 20 juin 2005 modifiant et complétant l’ordonnance n°75-58 du 26 septembre 1975, modifiée et complétée, portant code civil.	(Article 327)
La reconnaissance légale de la carte bancaire, comme moyen de paiement	La loi n°05-02 du 27 Dhou ElHidja 1425 correspondant au 6 février 2005 modifiant et complétant l’ordonnance n°75-59 du 26 septembre 1975 portant code de Commerce.	(Article 543 bis 23)

Source : GIE monétique.

2.6.1 Les principales dispositions du projet de loi sur le commerce électronique

La loi relative au commerce électronique énonce une série de dispositions qui définissent les droits et obligations des web marchands et des e-consommateurs. Elle instaure en outre certaines conditions pour l’exercice de cette activité. Les web marchands doivent s’y conformer dans un délai de six mois. Ainsi, l’activité de commerce électronique est soumise « à une inscription au registre de commerce et à la publication d’un site ou d’une page web hébergés en Algérie avec une extension « .com. dz » .dans ce sens, l’exercice de l’activité de commerce électronique est « subordonnée au dépôt du nom de domaine auprès du centre national de registre de commerce. Le fichier est publié par voie de communication électronique est mis à disposition de l’e-consommateur ».

S’agissant du paiement des transactions, la loi énonce deux modes de paiement : le paiement à distance le e-paiement ou à la livraison du produit. Pour le e-paiement, le texte

exige que les plateformes de paiement soient exploitées exclusivement par les banques de la place ou Algérie poste et connectées aux terminaux de paiement via le réseau d'Algérie télécom. Dans le volet de la sécurité il est exigé des web marchands de connecter leurs sites web à une plateforme de paiement électronique s'écrouisée « par un système de certification électronique ». en outre, les plateformes de paiement électronique s'écrouisée « par un système de certification électronique ». en outre, les plateformes de paiement électroniques sont soumises « au contrôle de la banque d'Algérie pour garantir qu'elles répondent aux exigences de confidentialités, d'intégrité, d'authentification et de sécurité d'échanges de données ».

Par ailleurs, la loi encadre d'une manière très stricte les transactions commerciales transfrontalières. Selon l'article7, la vente par voie de communications électroniques d'un bien et/ou d'un service par un e-fournisseurrésident à un e-consommateur établi dans un pays étranger est dispensée des formalités de contrôle du commerce extérieur et des changes, lorsque sa valeur n'excède pas l'équivalent en dinars de la limite fixée par la législation en vigueur. Toutefois, le produit de cette vente doit, après son paiement, être porté sur le compte de l'e-fournisseur domicilié en Algérieauprès d'une banque agréée par la banque d'Algérie, ou auprès d'Algérie poste. Pour l'achat par voie électronique d'un bien et/ou d'un service numérique à partir de l'Algérie par un e-consommateur auprès d'un web marchand établi dans un pays étranger « et destiné exclusivement à un usage personnel », il est aussi « dispensé des formalités du commerce extérieur et des changes lorsque sa valeur n'excède pas l'équivalent en dinars de la limite fixée par la législation et la réglementation en vigueur ». Mais, la couverture du paiement par voie électronique au titre de cet achat, doit être « assuré à partir du compte devise 'personne physique ' du e-consommateur domicilié en Algérie »¹.

2.6.2 Le paiement sur internet en Algérie

Depuis quelques années, les pouvoirs publics algériens évoquent les nouvelles mesures adoptées dans le cadre du lancement du paiement électronique et affichent, à chaque occasion, leur détermination à venir à bout detous les obstacles qui empêchentles algériens

¹<http://www.nticweb.com/14-dossiers/9414-commerce-%C3%A9lectronique-en-alg%C3%A9rie-2018,-1-ann%C3%A9e-du-d%C3%A9collage.html> consulté le (22/03/2019 à 15h)

d'avoir accès à cette nouvelle méthode de paiement imposée par l'avènement des nouvelles technologies.¹

La réforme financière et bancaire et l'application du système de paiement global en Algérie sont confrontées à plusieurs obstacles, mais le ministre de finances affirme que son plan actuel est de faire en sorte de contribuer à l'introduction du système de paiement via internet. C'est ce qu'a affirmé le ministre des finances, Mohamed Djellab, qui a annoncé en mai 2015 le lancement d'opérations du système financier algérien.

Soulignant le fait que la modernisation du système est une opération continue qui repose sur plusieurs axes dont l'introduction du système de paiement via internet. M Djellab a reconnu que plusieurs entraves empêchaient l'exécution des réformes financières et bancaire et l'application du système de paiement global en Algérie. Il a par ailleurs, souligné que son département œuvrait pour la généralisation du paiement électronique qui a été, selon lui, accompagnée par des textes réglementaires visant à sécuriser les opérations et définir les droits et les devoirs des clients².

Se montrant optimiste quant à l'avenir du paiement électronique en Algérie, le ministre a affirmé que le groupement d'intérêt économique de la monétique (GIE-monétique), la nouvelle instance instituée avec pour mission la régulation et la gestion de ce nouveau système de paiement, aura un important rôle à jouer dans ce domaine. Ainsi, en dépit des retards qui persistent dans le « décollage » du paiement électronique en Algérie, le ministre se veut rassurant en affirmant que les banques sont de plus en plus engagées pour proposer à leurs clients des produits et des prestations du e-Banking en vue de fournir aux clients toutes les informations sur leurs comptes par le biais d'internet.

2.6.3 L'impact de l'internet sur le paiement électronique

L'internet joue un rôle très important dans le paiement électronique. donc, il est difficile d'aborder le paiement électronique sans évoquer l'essor de l'internet et la croissance constante du nombre d'utilisateurs du réseau. En effet, le développement d'internet à un niveau mondial favorise les échanges et les contacts entre la demande des consommateurs et l'offre des commerçants. L'évolution progressive du commerce électronique favorise l'apparition de nouveaux moyens de paiement et de nouveaux besoins sur internet.

¹<http://www.nticweb.com> consulté le (25/03/2019 à 16h32)

²[le-paiement-sur-internet-en-Algérie-enfin,-la-délivrance,http://www.nticweb.com](http://www.nticweb.com) consulté le (26/03/2019 à 20h36)

a. L'internet en Algérie

En dépit de sa jeunesse, sa richesse et sa situation géographique particulièrement stratégique, l'Algérie demeure à la traîne concernant le développement de l'internet.

Les données les plus récentes de internet world stat, qui se basent notamment sur les données de l'union internationale des télécommunications (ITU), indiquent que l'Algérie a un taux de pénétration de l'internet qui est de l'ordre 45.2%. Ces derniers ont déjà franchi le seuil des 50% de la population utilisant internet. L'Algérie compte ainsi uniquement 18.580.000 millions d'internautes sur une population estimée à 41.063.753. Ces données démontrent tous les progrès que les TIC doivent accomplir dans notre pays. Mais si les perspectives sont prometteuses pour l'internet en Algérie, malheureusement, les obstacles qui ralentissent dangereusement son évolution sont encore très nombreux. Des obstacles qui expliquent, en partie, le sous-développement de l'Algérie.¹

En Algérie, où l'internet mobile n'a fait son entrée qu'en décembre 2013, le taux d'usage a fait un bon extraordinaire. Ainsi, selon les données de « digital 2018 », le nombre des usagers internet est de 21 millions, correspondant à 50% de la population, le nombre d'internautes mobiles est de 19 millions en Algérie, soit un taux de pénétration de 46%.

Le trafic web en Algérie reste dominé par les connexions via lap tops et les ordinateurs de bureaux avec 56%, qui enregistrent cependant une baisse de 11% sur une année. Les connexions via terminaux mobiles (Smartphones et tablettes) enregistrent une forte hausse sur une année, soit plus de 21%, passant à 44% au début de 2018(dont 3% via des tablettes).

2.7 Les freins au développement du commerce électronique en Algérie

Le développement du paiement électronique en Algérie rencontre plusieurs freins à son développement, à savoir² :

¹<https://algeriepart.com/2018/01/23/internet-ne-se-developpe-faut-algerie/> consulté le (26/03/2019 à 11h)

²MERBOUHI Samir, « LE PAIEMENT ELECTRONIQUE EN ALGERIE: DELITS CONOMIQUES ET FINANCIERS »- Université d'Alger 3 Pr HADID Noufyale- Ecole N. P.auxEtudes d'Ingéniorat, page 22.

- **L'économie informelle** : ou l'économie souterraine. Car l'économie algérienne est dominée par l'informel, qui constitue une économie à part entière, parallèle à l'économie légale ;
- **La culture de cash** : la société algérienne évolue dans un milieu où domine le cash ; au déterminant de l'utilisation des paiements électroniques. Chose qui rend la tâche difficile à l'identification de l'origine de l'argent gagné et des flux financiers.
- **Le sentiment psychologique** : lié principalement à l'utilisation d'argent, et ce, en tenant compte de nos traditions et coutumes. Le citoyen algérien s'attache toujours à la culture du cash ;
- **Infrastructures** : insuffisance des solutions et des ressources techniques en matière de prise en charge de la plateforme commerce électronique ;
- **Ancrage juridique** : absence d'un arsenal juridique régissant le commerce électronique en Algérie surtout la protection des utilisateurs dans cette plateforme ;
- **Système bancaire** : le faible taux de bancarisation du principalement au problème de manque de confiance au système bancaire algérien, car il est évident à travers les taux de bancarisation dont les citoyens algériens ne font pas confiance aux banques et établissements financiers ;
- **Traçabilité** : nous pouvons expliquer également ce retard au problème de traçabilité, qui gêne surtout les criminels, car le recourt à l'utilisation du paiement électronique va sans doute permettre le dépistage de l'argent et la lutte contre l'évasion et la fraude fiscale ainsi que le blanchiment d'argent, ce dernier étant considéré comme le type de délit économique et financier par excellence¹ ;
- **Mobilité des petits commerces** : surtout pour les commerçants ambulants, qui activent d'une manière illégale et sans registre de commerce ;
- **Absence de volonté politique** : quel que soit le genre de problèmes posés en Algérie, des solutions juridiques et techniques existent, mais il suffit seulement d'avoir une volonté politique pour faire avancer les choses et rattraper tout ce retard enregistré.

3. L'utilité de la carte bancaire

Aujourd'hui, le Commerce Électronique se développe de plus en plus, et dans tous les domaines : acheter n'importe quoi et n'importe où, cela n'est plus un rêve. De nouveaux

¹ Voir la loi 05.01 modifiée et complétée, relative à la prévention et la lutte contre le blanchiment d'argent.

standards et moyens de paiement ont été développés pour faciliter le paiement électronique. Mais la clé du problème réside dans la sécurité de la facturation : peut-on payer en toute sécurité sur le réseau ? La réponse de cette question vient en présentant par les aspects matériels et fonctionnels, les diverses utilisations du paiement en ligne ainsi que l'aspect sécurité de ces paiements. Des liens vous permettront également d'avoir un aperçu des diverses offres ou si vous le souhaitez, de commander votre article préféré. La monnaie électronique répond à plusieurs objectifs : c'est d'abord un moyen de paiement qui permet de faciliter le commerce électronique (achat, vente). Sa valeur, abstraite, la rend beaucoup plus facile à échanger et à négocier.

En plus d'être virtuel, l'argent électronique se veut universel, c'est-à-dire utilisable pour toutes transactions à travers les réseaux au niveau mondial. Cependant, avant d'être utilisée et acceptée par tous, la monnaie électronique doit inspirer confiance. Pour ce faire, elle doit impérativement être sûre et protégée de la copie (faussemonnaie) et de la fraude. Le passage à un mode de paiement virtuel et universel n'est donc pas sans poser de multiples problèmes aussi bien sûr le plan technique et de l'utilisation.

L'objectif du paiement électronique est de faciliter les transactions via les réseaux mondiaux, en particulier grâce aux EDI. Pour atteindre cet ultime objectif, il est nécessaire de mettre en œuvre des moyens répondant à ces besoins :

- **L'entreprise** qui souhaite vendre ses produits en ligne doit offrir à ses clients des services de paiement électronique. Elle doit donc investir non seulement pour modifier son site en ligne mais aussi pour former son personnel à la gestion des commandes effectuées par paiement électronique.
- **Le particulier** va de plus en plus être confronté à ce type de paiement. Son manque d'informations sur ces nouveaux services peut le rendre réticent à l'utilisation d'un tel moyen de paiement. Il est donc nécessaire d'informer et de former les particuliers au paiement électronique.

Conclusion du chapitre

L'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication ont permis au secteur bancaire de diversifier ses services adoptant ainsi de nouveaux moyens et systèmes de paiement au projet de développement de la banque. Après la monnaie fiduciaire vient la monnaie scripturale, puis la monnaie électronique qui se propage rapidement même si elle ne représente encore qu'une fraction marginale de la masse monétaire.

En Algérie, les systèmes bancaires et financiers sont en deca de ce qu'exige l'évolution économique à travers le monde. À ce propos, les pouvoirs publics ont pensé à l'introduction des nouveaux systèmes de paiement qui répondent au mieux aux préoccupations des différents utilisateurs et agents économiques. La bonne gouvernance bancaire est conditionnée par l'intégration des TIC.

Nous avons présenté dans ce chapitre l'historique de paiement électronique et du commerce électronique ainsi que leur définition et la situation du paiement électronique en Algérie tout en basant dans ce chapitre sur le paiement électronique ainsi les entraves qui freinent le développement du commerce électronique en Algérie.

Chapitre 02 :

L'environnement monétique en Algérie

L'intensité actuelle des innovations technologiques oblige les banques à s'adapter à ces nouveaux changements qui modifient en profondeur l'environnement bancaire.

Depuis plusieurs années, les banques notamment en occident ont développé des technologies, notamment la monétique, pour le retrait des espèces, et ce, dans une optique afférente à une diminution des coûts de gestion liés au retrait des espèces par la voie classique. Ces stratégies ont consisté principalement à modifier soit les conditions de distribution des pièces et billets par augmentation des distributeurs automatiques des billets (DAB), tarification des retraits sur les DAB. La monétique offre une nouvelle prestation bancaire qui met en relief la diversité et la proximité du service à travers le réseau interbancaire.

Dans ce chapitre, nous proposons une présentation générale de la monétique puis nous allons exposer une description détaillée sur le système de la carte bancaire en Algérie et nous présenterons son fonctionnement, pour finir une étude sur l'utilisation de la carte internationale.

Section 01 :la monétique en Algérie

L'avènement de la nouvelle technologie dans le développement du secteur bancaire, par la diffusion de nouveaux outils et services bancaires permettant l'accroissement rapide du volume et surtout l'amélioration de la sécurité des transactions, ce qui a obligé les banques algériennes à revoir leurs systèmes, opérant ainsi des changements par des réformes économiques, essayant de moderniser leurs méthodes d'intervention et de diversifier leurs produits et services qu'elles offrent à leur clientèle. L'introduction de la monétique est devenue une nécessité à la continuité de l'activité des banques. Elle rentre dans le cadre de la stratégie bancaire dans le but de rentabiliser les institutions financières¹.

1. Apparition et développement de la monétique en Algérie

En Algérie, l'usage de la monétique s'est fait durant des périodes différentes dont le plus ancien projet remonte à l'année 1975, par l'installation des deux distributeurs de billets opérationnels pendant une très courte durée.

Par la suite, d'autres projets ont vu le jour par des initiatives individuelles entreprises pas quelques banques, mais seule quelques-unes ont réussies, on citera, le CPA qui a commencé son activité monétique en adhérant à visa international en 1989 en tant que membre principal émetteur et acquéreur, puis en 1990 s'adhérant à MasterCard international ayant la qualité d'acceptant. La BEA a remplacé les bons d'essence par une carte pétrolière prépayée rechargeable pour l'achat de carburant auprès des stations de services NAFTAL. Quant à la BADR, elle gère une carte de retrait pour les clients salariés domiciliés dans ses agences.

Par conséquent, les banques algériennes ont pris conscience que ces expériences individuelles peuvent freiner l'interbancaire des cartes CIB, vu que l'existence de plusieurs centres de traitement indépendants engendrera des coûts d'exploitation élevés. Donc, en 1995 la SATIM est née pour promouvoir le développement de la monétique en Algérie, en tant que seul organisme qui assure la gestion et l'automatisation des transactions électroniques sur le réseau monétique interbancaire (RMI) qui comprend des DAB, des GAB et TPE sur tout le territoire national.²

¹ BENZIANE Wassila et BERKATI Meriem : « les moyens de paiement et la monétique en Algérie » master en sciences économiques option : monnaie, banque et environnement international. Université abderrahmane mira de Bejaia. Année 2015, p31.

² BENZIANE (W) et BERKATI (M), « les moyens de paiement et la monétique en Algérie », op.cit., p 29.

1.1 Situation de la monétique en Algérie

A partir de 1996, la SATIM a mis à la disposition de ses adhérents (BNA, BDL, CPA, BADR, BEA, CNEP Banque, EL BARAKA, CNMA et Algérie poste) des cartes de retrait interbancaire. En 1998, le retrait d'espèces a démarré à partir des distributeurs automatiques de billets par un réseau monétique interbancaire. D'autres institutions financières sont en cours d'adhésion.

Tableau N°03 : dates de mise en place des systèmes de cartes interbancaires par les banques algériennes

Les banques	BEA	CPA	BNA	BADR	BDL
Cartes de retrait avant la création de la SATIM	1989	1989	1989	1994	-
Cartes de retrait après la création de la SATIM	1999	2000	2001	2000	2002

Source : yaici F « la lise à jour des systèmes d'information dans le domaine bancaire et financier », 2004, p15.

1.2 Conditions de développement de la monétique en Algérie

Pour assurer l'universalité des cartes, une certaine normalisation doit être faite impérativement. Cette normalisation passe par la définition de l'interbancaireté et la migration des cartes à puces à la norme EMV (Europay MasterCard visa).¹

- **L'interbancaireté** : elle désigne une coopération entre les banques permettant de garantir l'acceptabilité des instruments de paiement émis par les différentes banque

¹ BENZIANE Wassila et BERKATI Meriem : « les moyens de paiement et la monétique en Algérie » master en sciences économiques option : monnaie, banque et environnement international. Université abderrahmane mira de Bejaia. 2015, p33.

et assure leurs échanges dans des conditions de rapidité, de sécurité et de coûts. Grâce au concept de l'interbancaire, les porteurs de la carte CIB peuvent utiliser leurs cartes pour régler leurs achats, retirer de l'argent de manière efficace sur tout le territoire algérien.

- **La migration des cartes à puces à la norme Europay MasterCard et visa (EMV) :** Suite aux fraudes multiples, l'introduction de la carte à puce était nécessaire pour le renforcement de la sécurité d'utilisation de la carte interbancaire et l'élargissement de la gamme des services offerts. Le standard international de la carte à puce est lancé dès 1997 par les réseaux internationaux Europay, MasterCard et visa. Ce standard vise à renforcer la sécurité d'utilisation de la carte bancaire grâce à la technologie de la puce par la frappe du code confidentiel en paiement comme en retrait, et élargir la gamme des services offerts par la carte, grâce à la capacité et à l'intelligence de la technologie du microprocesseur.

2. présentation générale de la monétique

2.1 Définition de la monétique

Selon le conseil économique et social français (CESF)

«La monétique est l'ensemble des techniques informatiques, magnétiques et télématiques permettant l'échange de fonds sans support de papier ».

Selon Larousse économique 2003

« La monétique est l'ensemble des moyens techniques utilisés pour automatiser les transactions bancaires et monétaires. La monétique assure notamment la gestion des cartes bancaires, la distribution automatique des billets ainsi que les systèmes électroniques de transfert d'information ou de fonds ».

Donc On peut définir la monétique comme l'ensemble des moyens informatiques utilisés dans les transactions bancaires.

2.2 Les différents acteurs de la monétique

La monétique fait intervenir plusieurs acteurs dont chaque un différent d'un autre. Les principaux acteurs sont les cinq suivants¹ :

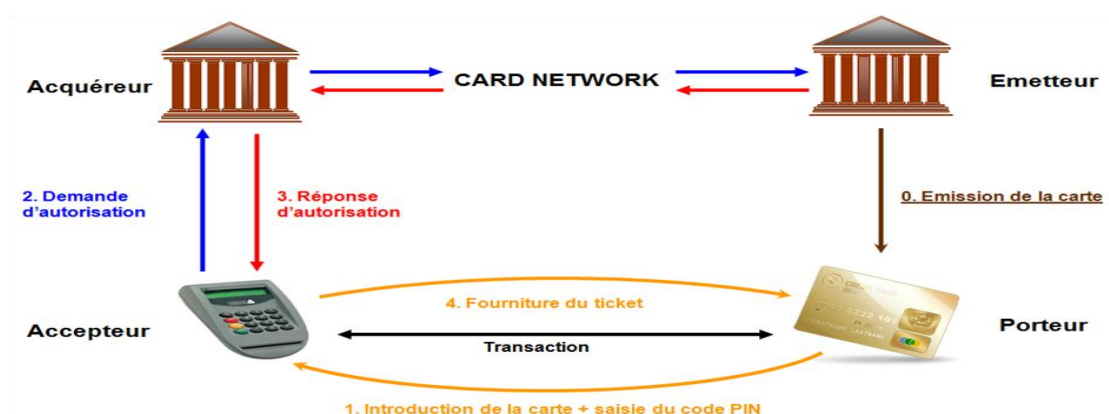
- **La banque émettrice (la banque du client) :** c'est la banque qui met à disposition du porteur une carte. Elle en reste la propriétaire. Elle assure les traitements de

¹ Document interne de la SATIM.

débit/crédit du compte du porteur, les mises en opposition et les litiges associés à l'usage de la carte.

- **La banque acquéreur (la banque du commerçant):** il s'agit de l'organisme financier qui met à disposition de son client des services d'acquisition de transactions de paiement électronique, notamment grâce à un terminal de paiement électronique (TPE). Plus généralement, il s'agit de la banque du commerçant pour les paiements ou la banque du GAB/DAB où s'effectue le retrait.
- **L'accepteur (le commerçant):** Il s'agit du commerçant, artisan, ou profession libérale qui accepte les moyens de paiement électronique en guise de règlement l'acquéreur. Dans le cas des automates bancaires (GAB, DAB, ARC..) l'accepteur est également l'acquéreur (la banque offrant le service de retrait). En dehors de la France cette position est plus nuancée, notamment aux États-Unis où les automates bancaires sont aussi disponibles dans de simples boutiques (propriété, risques et commissions sont négociés)
- **Le porteur (le client) :** le porteur n'est pas toujours le titulaire du compte courant auquel la carte est adossée (le compte sur lequel seront prélevés les débits) :
 - Une société peut mettre à disposition de certains de ses employés des cartes de paiement (carte affaires ou carte business) ;
 - Un particulier peut demander une carte de paiement pour son conjoint ou un de ses enfants ;
 - Un commerçant équipé d'un TPE peut demander une carte de paiement sur son compte professionnel (crédité par le TPE).

Figure N°01 : les différents acteurs de la monétique.



Source : document interne de la GIE monétique

- **Domaine interbancaire** : Ils existent trois acteurs dans le domaine interbancaire :

Le groupement d'intérêt économique et monétique (GIE), La SATIM l'opérateur interbancaire hébergeant la plateforme de paiement en ligne et Le centre de pré-compensation interbancaire (CPI)¹.

2.3. Présentation du domaine interbancaire

2.3.1. Groupement d'intérêt économique de la monétique (GIE monétique)

a. Présentation :La création du groupement d'intérêt économique monétique (GIE monétique), en juin 2014, est venue appuyer cette démarche stratégique par la régulation du système monétique interbancaire et la définition des missions et des attributions de l'ensemble des acteurs de ce système. Il est également en charge d'assurer l'interbancaire du système monétique et son interopérabilité avec des réseaux monétiques locaux ou internationaux.

Le GIE monétique est composé de 19 membres adhérents dont 18 banques et Algérie poste. La banque d'Algérie y participe en tant que membre non adhérent pour s'assurer de la sécurité des systèmes et des moyens de paiement ainsi que de la production et de la pertinence des normes applicables en la matière, conformément à la réglementation en vigueur².

b. Les fonctions de la GIE monétique :Le GIE monétique pilote le système monétique par le biais des fonctions essentielles suivantes :

- la gestion des standards, spécifications et normes dans le secteur de la monétique de façon à libérer les initiatives d'investissement dans l'industrie de la monétique. L'objectif étant de promouvoir la monétique par la généralisation de l'usage des moyens de paiement électronique. ;
- la définition des produits monétiques bancaires et des règles de leur mise en œuvre opérationnelle ;
- la gestion de la plate-forme technique de routage ;
- la gestion de la sécurité.

¹Document interne de la GIE monétique

²www.giemonetique.dzconsulté le (02/04/2019 à 21h23)

2.3.2. La société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique (SATIM)

a. Création de la SATIM : La société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique, est une filiale de 08 banques algériennes : (BADR, BDL, BEA, BNA, CPA, CNEP, CNMA, ALBARAKA), créée en 1995 à l'initiative de la communauté bancaire, prise dans le cadre d'une vision portant sur le développement et la modernisation des moyens de paiement. L'objet statutaire principal de SATIM porte plus particulièrement sur le développement et la gestion d'un système monétique interbancaire basé sur l'utilisation d'un réseau de transmission de données et la personnalisation des cartes interbancaires sécurisées. Ainsi, SATIM a été conçue comme l'un des instruments d'accompagnement du programme de modernisation des banques. Elle est l'opérateur monétique interbancaire, elle réunit aujourd'hui 19 adhérents dans son réseau monétique interbancaire : 18 banques dont 06 publiques et 12 privées qui sont :

(BNA , BEA , BADR ,CPA , BDL, BRK, ALP, CNP, ABC , NTX, SGA, BNP , TRUST, ABA , HSG , AGB , FSB , HSBC , ASB , ainsi que Algérie poste.)¹

Tableau N°04 : Les actionnaires de la SATIM

actionnaires	Nombre d'action	Valeur en DA	Pourcentage
BNA	36	3.600.000	13,74
BADR	36	3.600.000	13,74
BEA	36	3.600.000	13,74
CNEP	36	3.600.000	13,74
CPA	36	3.600.000	13,74
BDL	36	3.600.000	13,74
CNMA	36	3.600.000	13,74
AL BARAKA	10	1.000.000	3,82

Source :document interne de la SATIM

c. Les missions de SATIM : Les principales missions de SATIM sont :

- développement des moyens de paiement électronique ;
- met en place et gère la plate-forme technique et organisationnelle assurant une interopérabilité totale entre tous les acteurs du réseau monétique en Algérie ;
- participe à la mise en place des règles interbancaires de gestion des produits monétiques interbancaires en étant une force de proposition ;
- accompagne la banque dans la mise en place et le développement des produits monétiques ;

¹www.satim-dz.comconsulté le (04/04/2019 à 16h56)

d. Les prestations et les services fournis par la SATIM : La SATIM fournit plusieurs services à savoir :

- le traitement des transactions réalisées au moyen des cartes bancaires sur le réseau monétique interbancaire : cela consiste en un traitement informatique permettant de faire le tri des transactions et de les acheminer vers les banques en vue de la télé-compensation ;
- la personnalisation des cartes : la SATIM assure par ailleurs, la personnalisation des supports carte : embossage, encodage de cartes de retrait normalisées et édition du code confidentiel. Cette prestation fait l'objet d'un contrat de service entre la banque et la SATIM qui définit les obligations des deux parties notamment les délais et les procédures de livraison ;
- l'intégration de DAB : toute banque possédant des DAB ou souhaitant en acquérir peut intégrer le système monétique géré par la SATIM ;
- le traitement des litiges interbancaires résultants de l'activité monétique ;
- gestion de la liste noire, c'est-à-dire des clients douteux¹.

2.3.3 Le réseau monétique interbancaire algérien

Le RMI est un système constitué d'un système central, de guichets automatiques de banque, de distributeurs automatiques de banques et de terminaux de paiement électronique, utilisés pour les services bancaires, notamment le retrait de billets de banque et le paiement par carte bancaire.²

a. le rôle du RMI SATIM : Le rôle du RMI se résume dans les points suivants³ :

- la préparation et le transfert de flux financiers destinés au pré-compensation des transactions DAB ;
- la mise à disposition de DAB par la RMI aux banques adhérentes ;
- l'intégration de terminaux de paiement électronique TPE ;
- l'intégration du système monétique des banques qui en possède ;
- l'acquisition des demandes d'autorisation de retrait émanant de DAB ;

b. les objectifs du RMI : RMI principalement a deux objectifs :

- **assure l'interopérabilité :** c'est-à-dire assurer l'acceptation de toutes les cartes de retrait et de paiement de toutes les banques adhérentes ;

¹ www.satim-dz.com consulté le (04/04/2019 à 18h)

² LAZREG, (mohamed), « développement de la monétique en Algérie réalité et perspective » op.cit, p.71

³ Document interne de la SATIM

- **garantir la sécurité** : en garantissant le respect de la réglementation en vigueur, en assurant les échanges sécurisés des données et en luttant contre la fraude¹.

3. Des statistiques sur l'activité monétique de la SATIM

L'activité monétique de SATIM se base sur trois segments : le retrait sur les distributeurs automatiques des billets (DAB), le paiement sur les terminaux de paiement électronique (TPE) et la personnalisation des cartes interbancaire CIB.

3.1 Les DAB/ GAB

3.1.1 Présentation des DAB

Le DAB est une machine qui permet à l'aide d'une carte bancaire d'effectuer ²:(voir annexe 01)

- Une Traitement Rapide de la Transaction de Retrait et distribution du cash 24h/24 et 7j/7;
- Un Désengagement des Guichet à l'Intérieur des Agence ;

3.1.2 Transaction d'un DAB

Au cours d'une transaction, le DAB exécute les opérations relatives aux critères d'autorisation :

- Contrôle des informations contenues sur la carte ;
- Contrôle de la conformité du code confidentiel ;
- Contrôle du montant limite de transaction ;
- Enregistrement de la transaction sur un journal ;
- Gestion de la caisse (cassettes de billets) ;
- Distribution de billets et tickets au client.

Toutes ces opérations sont exécutées par le dialogue entre le DAB et le Serveur d'Automatisation SATIM.

¹ A. Benchabla, Responsable de la Monétique au niveau du SATIM, PME magazine, n° 13.

²www.satim-dz.comconsulté le (04/04/2019 à 23h20)

3.1.3 Utilisation d'un DAB

L'utilisation d'un DAB est facilité grâce des MESSAGES affichés sur écran, en langue Arabe ou langue Français, permettant aux porteurs de dialoguer avec l'automate par l'utilisation des touches du clavier.

3.1.4 Mode opératoire client

Le client introduit sa carte dans la fenêtre du lecteur du DAB en suivant le sens de la flèche :

- Si la carte est mal introduite le DAB la retourne pour l'introduire dans la bonne position ;
- Si la carte est frappée d'opposition ou présente une détérioration physique elle est retenue par l'appareil ;
- Si la carte est acceptée le panneau anti-vandalisme se relève pour libérer le clavier ;
- Si le montant du plafond hebdomadaire est épuisé, l'appareil le signale par le refus de la transaction.

L'appareil invite le porteur à introduire son code confidentiel en 04 chiffre, à l'aide du clavier numérique (0-9).

Le Porteur a le droit à trois tentatives. En cas d'échec la carte est retenue par le DAB.

Le DAB invite le Porteur à composer le montant en appuyant sur une touche montant ou à l'aide du clavier numérique.

L'appareil invite le Porteur à reprendre sa carte et prendre les billets (argent), un ticket justifiant le montant du retrait lui est délivré.

3.1.5 déroulement d'une transaction de retrait sur DAB

Une transaction de retrait sur DAB se déroule comme suit :

- Le porteur introduit sa carte dans le lecteur de carte DAB ;
- Demande d'autorisation automatique (centre d'autorisation SATIM) ;
- Validation de la transaction ou refus ;

- Collecte des transactions effectuées sur réseau DAB, par la SATIM, de J-1 à 16 heures jusqu'à j 00h15min ;
- Remontée du fichier transaction globale le jour J à 9 heures via connexion FT ;
- Remontés, par SATIM, des états (fichiers) de compensation à l'organisme compensateur CCP ;
- Transmission par les CCP, du relevé des mouvements du compte de compensation ;
- Transmission, à la DTI, du fichier mouvement comptable relatif aux opérations DAB ;
- Débit du porteur.

Tableau N°05 : évolution du nombre de DAB installé au niveau d'AGB

	2016	2017	2018
Nombre de DAB installés	89	96	104

Source : la direction de la monétique AGB

3.2 Les TPE

3.2.1 Présentation

Le terminal de paiement électronique TPE qui sera mis à la disposition des commerçants pour l'acceptation de la carte de paiement CIB, est un équipement qui assure un traitement des transactions de paiement en environnement électronique auprès des commerçants. **(Voir annexe02)**

3.2.2 Moyen d'installation

Pour la mise en service d'un TPE le commerçant aura besoins de :

- 01 Alimentation électronique ;
- 01 Ligne Téléphonique.

3.2.3 Fonction du TPE

Le TPE assure :

- L'environnement des coordonnées de la carte ;
- La validation de la transaction, par le :
 - ✓ Le contrôle du code confidentiel ;

- ✓ La demande d'autorisation.
- La matérialisation de la transaction par impression du ticket ;
- L'envoi de toutes les transactions au centre de traitement monétique SATIM pour recouvrement.

3.2.4 Les différentes situations des TPE

Ils existent trois différentes situations des terminaux de paiement électronique à savoir :

- **En ligne (on-line)** : dans ces cas, l'appareil est connecté à un centre serveur à chaque utilisation de la carte. Il offre une plus grande sécurité en permettant à l'émetteur de la carte de contrôler préalablement chaque transaction.
- **Hors ligne (off-line)** : les contrôles sont gérés par l'appareil lui-même avant de valider une transaction.
- **Semi on-line** : l'appareil gère les paramètres lui permettant de traiter une transaction en fonction du montant, de valider la transaction ou demander la validation en se connectant au centre serveur.

3.2.5 Déroulement d'une Transaction de Paiement en Environnement TPE

Les transactions de TPE se déroulent comme suit :

- Le client présente sa carte pour règlement. Après les vérifications visuelles le commerçant insère la carte dans la PIN PAD du TPE ;
- Le TPE valide la transaction par le contrôle du code confidentiel et/ou demande d'autorisation ;
- Le TPE réceptionne la réponse du serveur (centre d'autorisation) :
 - Si la réponse est positive le TPE finalise la transaction ;
 - Si la réponse est négative, la transaction est interrompue.
- La remontée pour traitement de toutes les transactions du jour doit se faire, par le commerçant par connexion au Serveur SATIM, à l'heure convenue avec la banque, en un délai de 72 heures maximum ;
- Le centre de traitement de SATIM met à la disposition des banques des fichiers des transactions et les états (fichiers) de compensation à l'organisme compensateur ;

- Après récupération et traitement du fichier des transactions, la direction monétique crédite le compte du commerçant et débite le compte du porteur en agence ;
- L'organisme compensateur transmet des relevés de compte à la direction financière pour le suivi du compte de compensation.¹

Tableau N°06 : évolution du nombre de TPE installé au niveau des commerçants adhérents à L'AGB.

	2016	2017	2018
Nombre de TPE installé CIB	250	302	365
Nombre de TPE installé devise	30	50	80

Source : la direction de la monétique AGB

¹www.satim-dz.com consulté le (05/04/2019 à 7h)

4. Les forces et les faiblesses de la monétique

Les points fort et les point faible de la cartes se classifieur comme suit, à savoir :

Tableau N°07 : les points forts et faibles de la carte bancaire.

Domaine	Points forts	Points faibles
réglementaire	Normes et standards : dès le lancement du projet de la monétique, SATIM a établi des normes et standards internationaux. De plus l'adoption de l'EMV, fin 2005, devrait être une garantie supplémentaire de pérennité.	Lois et textes réglementaires : vide juridique en matière de réglementation
Technique	Volonté d'investissement : tous les établissements rencontrés ont validé leur participation au plan de déploiement de la monétique en Algérie conformément à leurs engagements vis-à-vis de SATIM. la volonté d'investissement des banques est donc certaine et ne tient qu'à l'aboutissement des appels d'offres.	Équipements et moyens : restent encore insuffisants, surtout dans la perspective de déploiement aux clients de la banque. De plus, ont relevé quelques problèmes de maintenance pour certains automates.
Commercial		Culture monétique : manque de culture monétique. Politique commerciale : quasi absente en même temps que le plan marketing. La clientèle potentielle reste encore méfiante et très ancrée aux espèces.
économique	Bancarisation : offre à la banque des fichiers de prospects qui permettront de mener une action commerciale proactive afin de créer le produit ou service le plus adapté aux besoins des clients.	Revenu moyen : face au faible revenu de la plupart des clients, le cout annuel de la carte associé au cout unitaire par opération, peut être considéré comme onéreux.

Source : LAZREG Mohamed, développement de la monétique en Algérie réalité et perspectives, thèse présentée pour l'obtention d'un diplôme de doctorat en science option gestion 2015. P72 ; p75.

Section2 : présentation général de la carte bancaire en Algérie

La carte bancaire a été lancée le deuxième semestre 2005, auprès de l'association des banques et des établissements financiers (ABEF), à la fois pour retrait et paiement.

1. présentation général de la carte interbancaire CIB**1.1 définition de la carte interbancaire CIB**

« La carte CIB est une carte interbancaire, reconnaissables par le logo CIB imprimé sur carte elle-même. On y trouve également le logo et la dénomination de la banque émettrice de la carte ». ¹

« La carte CIB est un instrument de paiement et de retrait interbancaire domestique accepté chez tout marchand/ Web Marchand affilié au réseau monétique interbancaire de la SATIM et sur tous les DAB/GAB certifiés par la SATIM et installés sur le territoire national ». ²

Donc on peut définir la carte interbancaire comme un instrument qui permet d'effectuer des retraits d'argent ou faire des achats de bien / service auprès des automates sur le territoire national.

1.2 Fonctionnement de la carte interbancaire

La carte CIB peut être délivrée à une tierce personne, suite à la demande du titulaire du compte. La carte demandée sera personnalisée au nom de la personne mandatée par les titulaires et reliée au compte dinars du titulaire du compte.

Les Cartes CIB AGB sont plafonnées à deux retraits par Jours et à 200 000 DA de retrait par semaine et ils ont une validité de deux ans à partir de la date de confection.

Les règles de sécurité dans la gestion des cartes, notamment la séparation stricte entre la détention physique de celles-ci et la détention de leurs codes confidentiels, doivent en tout temps être rigoureusement respectées et appliquées au niveau du département Produits et Services Électroniques et au niveau des agences suivant la DR Gestion de stock carte bancaire.

¹www.satim-dz.comconsulté le (05/04/2019 à 9h)

² Idem.

Toute demande de Carte CIB doit être émise par le client au niveau de l'agence ou sur le site BITAKATI.

- La Commande de Carte CIB SAHLA se génère automatiquement à l'ouverture du compte courant Dinars.
- La commande de Carte CIB EPARGNE est saisie et générée par le conseiller clientèle sur le système SGB en Agence.

Le département produit et service électronique génère un fichier commande (BA) qui englobe toutes les demandes de cartes CIB saisis et le transmet à la SATIM « Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétiques» via serveur sécurisé FTP pour traitement.¹

1.3 le traitement des demandes d'opération sur carte CIB

Le traitement des demandes d'opération Sur Carte CIB se fait par les opérations suivantes² :

1.3.1 Activation des Cartes CIB

La demande d'activation de Carte CIB SAHLA et Espagne est saisie par le conseiller Clientèle sur système SGB à la remise de la carte. Le département produit et services électroniques génère au quotidien le fichier BC(logiciel pour lire les fichiers), contenant l'ensemble des demandes d'activations émises par les Agences, et le transmet à la SATIM pour traitement via serveur sécurisé FTP (durée de traitement 24 heures).

1.3.2 Annulation des cartes CIB

L'annulation de la carte CIB est effectuée par le conseiller clientèle sur système SGB à la demande du client.

Le Département produits et services électroniques génère un Fichier BC (Fichier Mise à Jour) contenant l'ensemble des Cartes annulées en agence, et le transmet à la SATIM via serveur sécurisé FTP pour mise à jour.

¹ AGB, rapport d'activité, 2017, document interne

² AGB, rapport d'activité, 2017, document interne

1.3.3 Réédition du Code PIN CIB

La demande de réédition du code PIN est saisie par le conseiller clientèle sur système SGB à la demande du client.

Le Département produits et services électroniques génère un Fichier BC (Fichier Mise à Jour) contenant l'ensemble des Numéros de Cartes demandant la réédition du code PIN, et le transmet à la SATIM via serveur sécurisé FTP pour traitement.

Les codes seront récupérés par le département produit et service électronique au niveau de la SATIM et transmis aux agences.

1.3.4 Génération/Réédition code E-Commerce

À la réception de la demande de réédition de code E-Commerce, le Conseiller clientèle doit saisir la demande de réédition sur système SGB.

Le département produit et service électronique génère le fichier code E-commerce et le transmet à la SATIM pour traitement via serveur sécurisé FTP.

La SATIM transmet les Nouveaux codes E-Commerce au Département produits et services électroniques dans un fichier crypté « PWDE-Commerce » via serveur sécurisé FTP.

Les Nouveaux codes E-commerce sont transmis aux clients par SMS après traitement du fichier « PWD E-Commerce ».

1.3.5 Renouvellement de Carte CIB

Le renouvellement des cartes CIB est automatique pour les clients ayant utilisé au moins une fois leurs cartes durant les 06 derniers mois avant l'expiration.

Le département produits et services électroniques transmet à la SATIM la liste des cartes à ne pas renouveler à M-1 pour traitement via serveur sécurisé FTP protocole de transfert de fichier.

Lors du renouvellement seul une nouvelle carte est personnalisée, les Codes PIN restent inchangés.

2. présentation générale de la carte bancaire internationale

Sur le volet international la banque AGB propose à sa clientèle deux types de cartes internationales : Les cartes VISA (pour un compte en Euro) et Les Mastercard (pour un compte en Dollar)

2.1. La gamme des cartes VISA AGB

VISA est une société de technologie de paiement mondiale qui relie les consommateurs, les entreprises, les banques et les gouvernements dans plus de 200 pays et territoires, leur permettant d'utiliser la monnaie numérique au lieu de trésorerie et de chèques.

VISA a construit l'un des réseaux de traitement les plus avancés au monde. Il est capable de gérer plus de 24 000 transactions par seconde, avec fiabilité, commodité et sécurité, y compris la protection contre la fraude pour les consommateurs et le paiement garanti pour les commerçants.

VISA ne délivre pas de cartes, n'accorde pas de crédit ou fixe des tarifs et des frais pour les consommateurs. Les innovations de VISA permettent toutefois à ses clients bancaires d'offrir aux consommateurs plus de choix: Payez maintenant avec débit, à l'avance avec des produits prépayés ou plus tard avec des produits de crédit.

Les gouvernements du monde entier se sont tournés vers la monnaie numérique plutôt que vers les paiements de prestations et les achats afin d'accroître l'efficacité et de réduire les coûts, ce qui a permis d'économiser de l'argent aux contribuables.

VISA accorde à plus de personnes dans plus d'endroits l'accès aux paiements électroniques. Des grandes villes aux régions éloignées sans banques, les gens s'appuient de plus en plus sur la monnaie numérique et la technologie mobile pour utiliser leur argent à tout moment, faire des achats en ligne, transférer des fonds à travers les frontières et accéder aux services financiers de base.

La convergence de l'Internet et des technologies mobiles crée de nouvelles exigences pour les paiements électroniques. Aujourd'hui, les consommateurs veulent la possibilité de payer facilement en ligne, via le téléphone mobile ou dans les environnements de réseautage social / jeux. De même, les marchands cherchent à payer les entreprises pour fournir l'innovation et le leadership nécessaires pour suivre le rythme de ces

développements rapides. Depuis la création de l'une des premières cartes de crédit à usage général Visa continue à innover de façon à améliorer la vie quotidienne des gens dans le monde.¹

2.1.1. Types de cartes VISA

Ils existent quatre types de cartes VISA à savoir² :

- **VISA gold** : Reconnaissable à sa couleur dorée, la carte VISA Gold est une carte de paiement haut de gamme. Elle cible une clientèle ayant un pouvoir d'achat assez élevé ou les voyageurs, elle est accompagnée de plusieurs services d'assistance et d'assurance. **(Voir annexe 03)**

Les plafonds de retrait sont de l'ordre de 3 000 € par semaine, tandis que la carte peut s'accommoder de paiements allant jusqu'à 6 000 € par période de trente jours.

- **VISA classic** : La VISA Classic, comme son nom l'indique, vise avant tout une clientèle de milieu de gamme ayant des ressources et des besoins de paiement ordinaires. **(Voir annexe 04)**

Les retraits autorisés (selon les banques) sont de 300 à 500 € par semaine, et les paiements de 4 000 € par mois. La Classic propose peu de services annexes, hormis un capital décès-invalidité comme toutes les autres cartes Visa.

- **VISA platinum** : À l'opposé des cartes les plus prestigieuses, VISA propose la Platinum cette carte de paiement d'entrée de gamme peut s'avérer idéale pour la première familiarisation d'un jeune avec un budget. **(Voir annexe 05)**

De ce fait, sa particularité est qu'elle réclame une autorisation systématique à chaque demande de paiement. Elle peut être proposée par la banque avec ou sans service annexe. Les retraits effectués avec une Électron au distributeur d'un réseau concurrent sont généralement payants dès la première opération. Les plafonds, quant à eux, sont très variables car ils peuvent être négociés assez librement avec la banque.

- **VISA prépayées** : Alternative à la Platinum, la carte VISA prépayée a le gros avantage de n'être reliée à aucun compte courant, et ne peut autoriser des paiements qu'à hauteur des sommes préalablement chargées sur la carte. **(Voir annexe 06)**

¹AGB, rapport d'activité, 2017, document interne

²AGB, rapport d'activité, 2017, document interne

2.2 La gamme des MasterCard AGB

Mastercard est une entreprise américaine de système de paiement/retrait dont le siège est à Purchase, New York. Jusqu'en 2006, c'était une société coopérative détenue par plus de 25 000 institutions financières. Depuis, elle est une société cotée en Bourse.

MasterCard propose les cartes (crédit ou débit) des marques MasterCard, Maestro et Cirrus. Actuellement 32 millions de commerces dans le monde affichent la marque d'acceptation MasterCard.

L'innovation est au cœur des 50 ans d'histoire de Mastercard. Elle adopte une approche novatrice axée sur la valeur des solutions qu'elle crée et des services qu'elle offre, rendant les transactions plus rapides, plus faciles et plus pratiques et sécurisées.

L'une des nombreuses façons dont elle innove est sa culture et son peuple. Elle recrute des employés talentueux et inventifs. Elle encourage également tous les employés à participer à des initiatives qui favorisent l'innovation dans les collectivités locales, comme les programmes STEM. En outre, elle présente l'innovation par le biais de produits tels que Masterpass™ et Tokenization pour offrir de la valeur aux consommateurs, les commerçants et les banques. Et, grâce à la sensibilisation des promoteurs et des entrepreneurs, elle aide à faciliter les améliorations à travers l'écosystème de paiement qui générera des innovations futures.

En soutenant l'innovation dans tout ce que elle fait, elle transforme la façon dont les gens paient et sont payés, en aidant les entreprises à croître, en améliorant l'expérience d'achat et en faisant progresser l'inclusion financière.¹

2.2.1 Type de carte MasterCard

- **Gold MasterCard** : C'est la 1ère carte haut de gamme de MasterCard, le niveau de service est bien plus élevé que pour une carte MasterCard, avec par exemple des offres privilèges et l'accès à une galerie marchande bien fournie. **(Voir annexe 07)**
- **Platinum MasterCard** : Cette carte est la plus haut de gamme de la palette MasterCard. Elle donne accès à un club Esprit Platinum avec des offres exclusives comme par exemple un service voiturier offert dans certains restaurants partenaires. Un assistant personnel est joignable à tout moment. **(Voir annexe 08)**

¹AGB, rapport d'activité, 2017, document interne

- **Mastercard prépayée** : Une carte MasterCard prépayée ne permet pas d'avoir un solde négatif. Vous ne pouvez dépenser plus d'argent que le montant chargé dessus. Vous pouvez payer avec la carte MasterCard prépayée partout dans le monde où les cartes MasterCard sont acceptées, c'est-à-dire aussi bien dans les magasins que sur Internet (plus de 36 millions de points d'acceptation).¹(**Voir l'annexe 09**)

3. Octroi et l'activation de la carte bancaire internationale

3.1 Traitement de la demande de carte

Le conseiller de clientèle reçoit le demandeur intéressé par ces cartes et² :

- Lui communique toutes les informations sur :
 - Les avantages liés aux cartes et aux assurances voyages,
 - Les conditions et les délais de leur obtention,
 - Les modalités de leur utilisation à l'étranger,
 - Les conditions de banque en vigueur.
- S'assure qu'il dispose bien d'un compte devise ouvert auprès de l'agence (en plus du compte dinars), et que le client soit âgé au maximum de 80 ans pour l'assurance voyage.
- Lui présente le formulaire de demande de cartes, le bulletin d'adhésion et l'autorisation de prélèvement automatique, en quatre exemplaires, qu'il doit remplir et présenter, accompagnées des copies du passeport et des documents justificatifs de la situation professionnelle :
 - Copie d'une attestation de travail récente et/ou Fiche de paie (Pour les salariés).
 - Copie de l'attestation fiscale C20 avec mention du chiffre d'affaire et du Bénéfice (pour les commerçants et les professions libérales).
 - Copie de la carte de retraité ou une attestation délivrée par la caisse des retraites (pour les retraités).
- À la réception des documents, le conseiller de clientèle doit :
 - Copie d'une attestation de travail récente et/ou Fiche de paie (Pour les salariés).

¹www.AGB.DZ consulté le (28/05/2019).

² AGB, rapport d'activité, 2017, document interne.

- Copie de l'attestation fiscale C20 avec mention du chiffre d'affaire et du Bénéfice
 - Éditer le relevé du compte devises du client,
 - Porter son avis sur le formulaire (dans la case réservée à cet effet) et le présenter, avec ces documents, au directeur de l'agence à l'effet de recueillir sa décision.
- Si la demande du client est acceptée, le conseiller clientèle passe à l'étape suivante dans le traitement de la demande. Sinon il informe le client du refus de sa demande, en lui indiquant les raisons de ce refus et classe l'ensemble des documents traités dans le dossier de demande de carte et d'assurance.
 - L'assurance voyage est optionnelle lorsqu'il s'agit des cartes prépayées.

3.2. Personnalisation et délivrance de la carte

- Le conseiller de clientèle procède à ¹:
 - La saisie de l'opération sur le système à l'aide de la transaction adéquate pour chaque type de carte ;
 - L'édition, en trois (03) exemplaires, du contrat de carte bancaire internationale, et le recueil des signatures du demandeur (en s'assurant qu'elle soit précédée de la date et de la mention manuscrite «lu et approuvé») et celle du directeur de l'agence ;
 - La remise de la demande et de l'autre exemplaire du contrat au délégué chargé de la gestion des cartes.
- Les démarches nécessaires en ce qui concerne la transmission de la demande de personnalisation de la carte au département moyens de paiement, la réception de la carte et du code confidentiel seront effectuées suivant les dispositions prévues par la décision réglementaire n° 010/2009.
- Par la suite, et dès réception de la carte, le délégué chargé de la gestion des cartes procède à l'édition de l'accusé de réception et le remet, avec la carte, au conseiller clientèle qui lui en accuse réception.
- Le conseiller de clientèle opère à son tour comme suit :
 - Récupère le code confidentiel correspondant à la carte auprès du directeur d'agence ;

¹AGB , rapport d'activité,2016, document interne.

- Remet au client la carte (en s'assurant que ce dernier appose sa signature au dos de celle-ci dans la zone prévue à cet effet) et le code confidentiel contre l'accusé de réception dûment signé. Il lui remet, en même temps un exemplaire du contrat, signé par les deux parties, le guide utilisateur et les conditions de banque en vigueur ;
 - Remet, pour les besoins de l'activation de la carte, l'accusé de réception au délégué chargé de la gestion des cartes qui doit le conserver comme justificatif au lieu et place de la carte.
- L'assurance voyage est obligatoire et doit être souscrite lors de toute activation de carte nominative VISA/ Mastercard AGB.

3.3 Activation de la carte

- À l'émission de la carte le conseiller clientèle devra s'assurer que les 10% du montant déposé sur le compte Devise restent bloqués durant la période fixée dans les conditions de banque en vigueur.
- L'activation d'une carte prépayée s'effectue en deux temps comme suit :
- ✓ Dès remise de la carte au conseiller de clientèle, en contrepartie du récépissé signé par le client, le délégué chargé de la gestion des cartes, au niveau de l'agence :
 - Transmet au département moyen de paiement (en mettant en copie le directeur d'agence) la demande d'activation en joignant à cette demande les copies numérisées de l'accusé de réception (signé par le client) et de la pièce comptable ;
 - Saisit la demande d'activation dans le système informatique par le biais du menu prévu à cet effet et la transaction correspondante.
 - ✓ L'activation de la carte auprès du centre d'autorisation s'opère au niveau du département moyen de paiement ; les délégués aux moyens de paiement doivent :
 - Examiner, préalablement à l'exécution de l'activation, les documents transmis par les agences ;
 - Procéder à l'activation de la carte par le changement de son statut auprès du centre d'autorisation par le biais d'une saisie, qui doit

obligatoirement s'effectuer dès réception de la demande, à l'aide du logiciel fourni et conformément à la procédure fixée par ce dernier. ¹

4. Traitement des demandes d'opération sur carte

Ils existent plusieurs demandes d'opération sur carte à savoir² :

4.1 demande de rechargement

La demande de rechargement est établie comme suit :

- Le rechargement ne concerne que les cartes prépayées et s'effectue dans le respect des limites prévues ;

- Il peut être effectué par le titulaire de deux manières :

- Soit par lui-même sur le site web de la banque (AGB-ONLINE),
- Soit en introduisant une demande au niveau de l'agence tenant son compte devise.

-Pour le traitement de la demande de rechargement au niveau de l'agence, le porteur doit remplir et signer une demande et la remettre accompagnée de la carte à recharger ;

-Les demandes de rechargement, reçues par mail de la part de clients se trouvant à l'étranger, doivent subir le même traitement que celui réservé aux demandes urgentes de mise en opposition reçues, de la même façon, de la part de clients se trouvant en déplacement à l'étranger ;

-A réception de la demande, le conseiller de clientèle procède à l'authentification de la signature et à la comptabilisation de l'opération de rechargement dans le système informatique à l'aide de la transaction prévue et l'édition de la pièce comptable ;

-Après comptabilisation du rechargement sur le système et la remise de la carte à son titulaire, les documents relatifs au rechargement sont transmis aux départements moyens de paiement pour les besoins de rechargement de celle-ci ;

-La demande originale du client ainsi que la pièce comptable sont remises au responsable chargé de la gestion des cartes qui :

¹ AGB, rapport d'activité, 2016, document interne.

² AGB, rapport d'activité, 2017, document interne.

- Transmet au département moyen de paiement (en mettant en copie le directeur d'agence) la demande de rechargement en lui joignant les copies numérisées de ces deux documents ;
 - Classe, par la suite, les originaux de ces documents dans le dossier de la carte.
- Au niveau du département moyen de paiement, le délégué aux moyens de paiements responsable de la gestion des cartes.
- S'assure de la recevabilité des demandes de rechargement et leur validation par les directeurs d'agences ;
 - Transmet le fichier reprenant tous les rechargements effectués, généré automatiquement en fin de journée, au centre d'autorisation (qui procède au rechargement effectif des comptes cartes et confirme ce rechargement par un mail). Les documents ayant servi pour opérer les rechargements sont classés, avec ce fichier, par le délégué responsable chargé de la gestion des cartes au niveau du département. ¹

4.2 Demandes de mise en opposition

-Le traitement des demandes de mise en opposition relève de l'agence qui a émis la carte et doit être réalisé, après authentification, en toute célérité pour préserver les intérêts du client et éviter toute contestation de sa part ;

-Les délégués du département moyens de paiement doivent, de leur côté, relayer immédiatement à l'agence concernée toute demande d'opposition reçue (pour quelque raison que ce soit) directement à leur niveau ;

-Les mises en opposition doivent être traitées par le conseiller de clientèle sur la base de demandes écrites et après authentification de la signature du demandeur ;

-Le traitement des demandes urgentes reçues par téléphone s'opère comme suit :

- Authentification de la demande afin de s'assurer de l'identité du demandeur (notamment en lui posant quelques questions et en vérifiant ses réponses par rapport aux données disponibles) ;

¹ AGB, rapport annuelle, 2016, document interne.

- Après authentification, une demande est remplie et signée par le conseiller de clientèle, pour le compte du titulaire, en prenant bien soin de mentionner la date et l'heure exactes de réception de la demande par téléphone.
- Le conseiller de clientèle procède par la suite à la comptabilisation de la demande de mise en opposition, par saisie sur le système informatique à l'aide de la transaction prévue, et l'édition de la pièce comptable ;
- A la faveur de cette saisie, le numéro (d'opposition) généré par le système informatique, et qui constitue une confirmation de la réception de la demande de mise en opposition, doit être communiqué au demandeur d'abord par téléphone (lorsque la demande est reçue par ce canal) et en lui remettant, par la suite, une copie de sa demande d'opération portant le numéro de l'opposition.
- Par la suite, le conseiller de clientèle :
- Transmet au département moyen de paiement (en mettant en copie le directeur de l'agence) les copies numérisées de la demande de mise en opposition et de la pièce comptable ;
 - Remet la demande originale du client au délégué chargé de la gestion des cartes pour la classer (avec la copie du mail transmise au département moyen de paiement) dans le dossier de la carte.
- Au niveau du département moyen de paiement, les délégués aux moyens de paiement chargés de la gestion des cartes procèdent, dès réception de la mise en opposition :
- Au blocage de la carte par le biais du changement de son statut sur le logiciel fourni par le centre d'autorisation ;
 - A la vérification de l'état des cartes bloquées transmis par ce centre.
- Les dossiers ayant servi à la mise en opposition sont classés, avec cet état, par les délégués chargés de la gestion des cartes au niveau du département.
- En cas d'impossibilité de prélèvement des frais annuelles, la carte se verra être bloquée et l'assurance du client ne sera pas renouvelée jusqu'à régularisation de ce dernier.¹

¹WWW.AGB.dzconsulté le (09/05/2019 à 21h30)

4.3 Demande de réédition du code confidentiel

-Le changement du code confidentiel des cartes émises par la banque peut être effectué de deux façons :

- Soit par les titulaires eux-mêmes sur les DAB et les GAB de la banque (conformément au mode d'emploi qui leur est communiqué) ;
- Soit à la suite d'une demande introduite au niveau de l'agence qui assure le traitement de la demande comme indiqué ci-après.

-A la réception de la demande, le conseiller de clientèle authentifie la signature du client puis procède à la comptabilisation de l'opération, par saisie sur le système informatique à l'aide de la transaction prévue, et l'édition de la pièce comptable ;

-Par la suite, le conseiller de clientèle transmet par mail, en mettant en copie le directeur de l'agence, les copies numérisées de la demande et de la pièce comptable au département moyens de paiement ;

-Dès réception de cette demande, les délégués aux moyens de paiement chargés de la gestion des cartes au niveau du département la transmettent, à leur tour, au centre d'autorisation pour prise en charge ;

-Après réception du code réédité, celui-ci est transmis à l'agence ayant introduit la demande suivant le même procédé appliqué au premier pin-mailer.

4.4 demandes d'annulation

-Le traitement de la demande d'annulation est assuré par l'agence qui reçoit la demande.

-A réception de la demande accompagnée de la carte à annuler, le conseiller de clientèle :

- Authentifie la signature et vérifie la régularité de la situation du client vis-à-vis de la banque (notamment en ce qui concerne le recouvrement de toutes les commissions dues) ;
 - Présente, par la suite, la demande au directeur d'agence pour décision.
- Après le recueil de la décision du directeur de l'agence, il :
- Procède à la destruction de la carte en coupant, horizontalement, la puce en deux (et en prenant soin d'épargner le nom, le prénom et le numéro). La carte disposant seulement d'une bande magnétique sera détruite en oblitérant, aux ciseaux, son coin haut à gauche ;

- Annote la demande d'annulation (en y portant la date et l'heure de la destruction) ;
 - Comptabilise l'opération, par saisie sur le système informatique à l'aide de la transaction adéquate, et édite la pièce comptable ;
 - Transmet par mail les copies numérisées de la demande, de la pièce comptable et de la carte détruite au département moyens de paiement (en mettant en copie le directeur de l'agence) ;
 - Classe, dans le dossier carte, la demande annotée, la carte détruite et la copie du mail transmis.
- Au niveau du département moyens de paiement, et dès réception des demandes d'annulation, les délégués chargés de la gestion des cartes :
- Vérifient d'abord qu'elles sont revêtues des décisions et des signatures des directeurs d'agences ;
 - Procèdent, par la suite, à la saisie de ces demandes auprès du centre d'autorisation, conformément à la procédure fixée par ce dernier ;
 - Saisissent les agences concernées, par mail, à l'effet de les informer des annulations opérées.

-La restitution des soldes restants sur les cartes prépayées annulées ne sera autorisée qu'après vérification du débit effectif des comptes des clients concernés des commissions dues à la banque au titre de toutes les opérations sur ces cartes. Cette vérification se fait, au niveau du département moyen de paiement qui doit assurer un suivi on-line et en temps réel des opérations effectuées par le client ;

-L'annulation de la carte n'entraîne en aucun cas la résiliation du contrat d'assurance voyage, ce dernier reste valable jusqu'à son échéance.

4.5 Renouvellement des cartes

Le renouvellement des cartes se passe comme suit :

- le renouvellement, après expiration, ne concerne que les cartes autres que les prépayées et, par conséquent, les clients titulaires de ce type de cartes doivent présenter une demande pour la confection d'une nouvelle carte avec un nouveau numéro et un nouveau code confidentiel ;

- Concernant les cartes CLASSIC, GOLD et PLATINUM, le département moyens de paiement, après réception de l'état de ces cartes arrivant à expiration, transmis par le centre d'autorisation, assure la transmission pour chaque agence concernée d'un état des cartes devant expirer le mois suivant et ce à l'effet de saisir les titulaires de ces cartes quant à leur intention de les renouveler ou pas. En plus des emails et SMS notifiant aux clients l'expiration de leurs cartes et de leurs assurances voyage ;
- Sur la base des états confirmés concernant les cartes à renouveler, reçus des agences, le département moyens de paiement entreprend les démarches nécessaires pour le renouvellement de ces cartes suivant la même démarche décrite ci-dessus ;
- Le renouvellement des assurances voyage s'effectuera sous réserve du prélèvement des frais de renouvellement. Par la signature des contrats assurance par l'agence autant que souscripteur à la place du client et par le département Bancassurance autant que mandataire.¹

¹AGB, Rapport d'activité, 2016, document interne

Conclusion du chapitre

Aujourd'hui, la monétique devient une nécessité car elle constitue un instrument qui répond favorablement aux exigences du développement, c'est un moyen d'accompagnement et de mise en œuvre de la stratégie commerciale. Donc elle constitue inéluctablement un moyen concret de modernisation du secteur bancaire.

Dans ce chapitre, nous avons fait une présentation de la monétique en Algérie avec des statistiques sur l'activité monétique de la SATIM ainsi les forces/faiblesses de la carte bancaire. et pour finir une étude sur la carte bancaire nationale et internationale.

En Algérie , le taux de bancarisation reste relativement faible, et ce , à cause notamment de la forte implantation de la culture du cash et la perception qu'a le client de la carte bancaire considérée seulement comme carte de retrait et non de paiement à la fois.

Chapitre 03 :

**L'utilisation du paiement électronique
en Algérie.**

(Enquête par questionnaire)

Dans ce chapitre, nous allons analyser le cas pratique à travers l'élaboration de deux questionnaires l'un est adressé aux clients de banques porteurs de carte VISA pour bien comprendre l'évolution des dispositifs du paiement électronique depuis son lancement en 2016 et le peu d'engouement d'utilisation des carte VISA par les détenteurs de ces derniers et l'autre spécifique aux responsables des banques pour mieux comprendre leur opinion mais vu a la réticence à répondre ont à cesser de le faire.

On a choisi de faire une double analyse à la fois qualitative et quantitative afin de consolider encore plus notre étude et lui donner un fondement et ainsi répondre à la question suivante : comment pouvons-nous évaluer l'utilisation des cartes bancaires internationales au sein d'AGB et quels sont les facteurs qui entravent ces cartes ?

La première section sera consacrée à la présentation générale de l'organisme d'accueil ou nous avons effectué notre stage durant plus d'un mois.

La deuxième section sera réservées à l'étude qualitative, Nous commencerons ainsi cette partie par présenter la méthodologie de l'étude menée, puis nous présenterons et analyserons les données collectées au sein de l'organisme d'accueil dans le but d'analyser l'évolution de l'utilisation des cartes VISA au sein d'AGB.

Alors que dans la troisième section, nous allons présenter la description de notre étude quantitative, afin qu'on puisse analyser chaque question sur la base des graphes, figures et tableaux , tout en donnant des commentaires sur les résultats atteints et de faire sortir les problèmes et les freins au développement du commerce électronique et le paiement électronique qu'existes dans notre pays ce qui nous va faciliter la main d'élaborer par la suite une synthèse globale des résultats pour que nous pourrions proposer nos propres suggestions et recommandations aux déférentes acteurs qui constituent l'économie électronique en Algérie.

Section01 : présentation de l'AGB et la direction de la monétique**1. présentation de la Gulf Bank Algeria****1.1 Aperçu historique**

Gulf Bank Algeria été créée le 15 Décembre 2003, par l'apport de trois banques, leaders sur leurs marches, appartenant au groupe KIPCO.

En 2007, l'AGB a élargi son champs d'action et propose désormais à la clientèle (de particuliers) une gamme variée des produits et des services qui de par leurs caractéristiques et innovations a remporté un réel succès auprès de celles-ci.

En 2008, la banque à visé à se rapprocher de sa clientèle sur l'ensemble du territoire national, c'est ainsi qu'elle a procédé à l'extension de son réseau d'agence passant d'une seule agence en 2007 à 21 agences en 2010, pour finir l'année 2015 par 63 agences.

Le Groupe KIPCO crée en 1975, Kuwait Project Company (Holding) ce dernier est un groupe koweïtien privé, considéré comme l'un des plus grands groupe diversifiés dans la région du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord détenant des actifs de plus de 30 milliards USD.

Le groupe KIPCO détient des intérêts dans plus de 73 sociétés opérant dans 24 pays (Principalement dans les pays arabes) et employant plus de 12.000 personnes à travers le monde. Ses principaux secteurs d'activité sont les Services Financiers et les Médias. Il est également engagé directement et indirectement dans les secteurs de la santé, du tourisme, de l'industrie, du conseil et de l'immobilier. Il est composé de 13 institutions financières dont United Gulf Bank, Burgan Bank, Gulf Algeria Bank, Tunis International Bank¹.

1.2. Présentation d'AGB

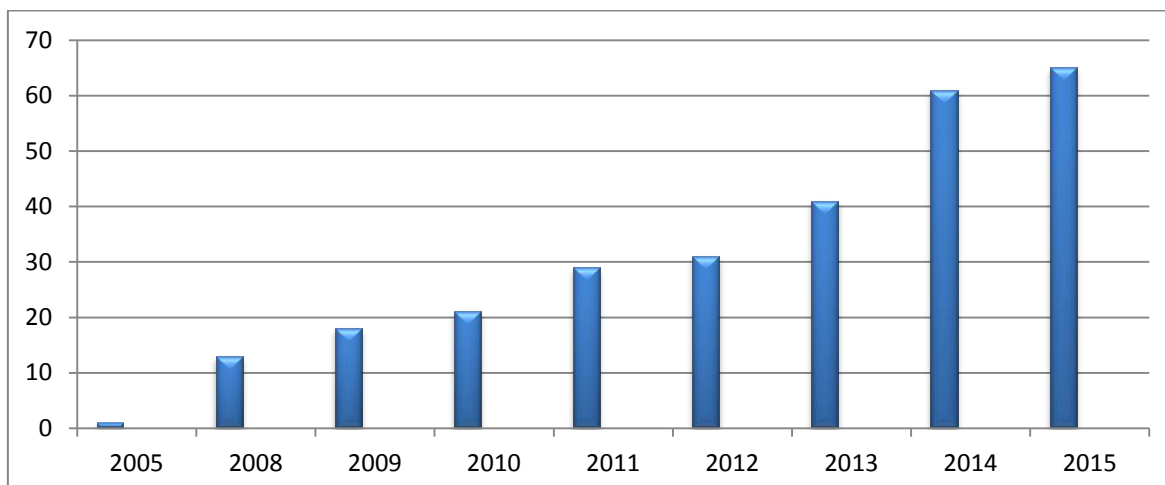
Gulf Bank Algeria est une banque commerciale de droit algérien ; membre d'un des plus éminent groupes d'affaires du Moyen-d'Orient KIPCO. Avec un capital de 10.000.000.000 DA, elle à débuter son activité en Mars 2004 par l'apport de trois banques et s'est fixé pour une principale mission de contribuer au développement économique et financier de l'Algérie, en offrant aux entreprises, professionnels et particuliers une gamme étendue et une constante évolution de produits et services, aillant au financement bancaire

¹AGB, rapport d'activité, 2016, Document interne d'AGB.

classique une offre de solutions financières conformes aux préceptes de Charia. La gestion du patrimoine ainsi que l'assurance sont assurées par la Burgan Bank, la United Gulf Bank et la compagnie d'assurance du Golf, tout considérées comme le noyau du groupe KIPCO.

Ce graphique représente l'expansion du réseau d'agence de la banque sur une période de 10 ans ¹ :

Figure N°02 : l'expansion du réseau d'agences en 10 ans.



Source : document interne de la Gulf Bank Algeria

1.3 Les actionnaires de la banque

Gulf Bank Algeria est composée de trois principaux actionnaires qui sont les suivants ²:

- **Burgan Bank** : Filiale du groupe KIPCO, Burgan Bank est une banque Commerciale koweïtienne, avec des filiales établies majoritairement dans la région MENA. Créée en 1977, la banque a acquis un rôle capital dans le secteur du particulier, des entreprises et des affaires grâce à des offres de produits innovants, de technologies de pointe et un large réseau de distribution. Ses filiales incluent le Gulf Bank Algeria (Algérie), Bank of Baghdâd (Irak) et la Jordan Koweït Bank(Jordanie), ainsi que la TIB (Tunis International Bank).
- **Tunis International Bank** :Créée en 1982, Tunis International Bank est la première banque privée offshore établie en Tunisie. Elle fournit une gamme complète de services financiers internationaux pour les sociétés, les institutions financières, les

¹AGB, rapport annuelle d'AGB, 2017, document interne d'AGB.

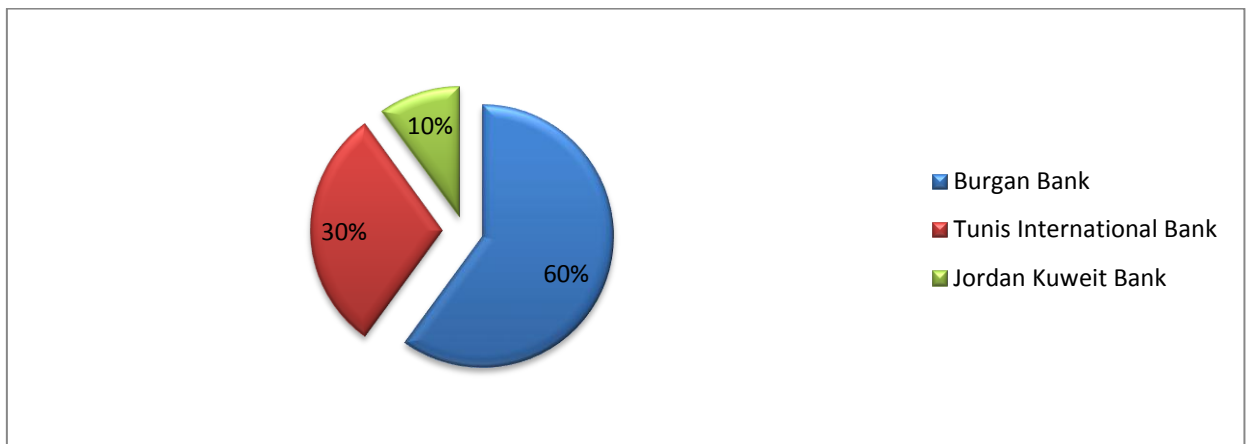
²AGB, rapport d'activité, 2016, Document interne d'AGB.

gouvernements et les individus, comprenant : Les opérations de devises étrangères et de marché monétaires dans toutes les devises convertibles, le financement de commerce international, les services aux particuliers, les opérations bancaires commerciales et d'investissements, les cartes de paiement internationales visa et American Express...etc.

- **Jordan Kuwait Bank** : Fondée en 1976, la Jordan Koweït Bank évolue avec succès dans le système bancaire jordanien. Banque commerciale, elle offre à sa clientèle une gamme diversifiée de produits et services bancaires, distribués sur un réseau de 48 agences en Jordanie et deux autres en Palestine et Chypre.

L'actionnariat de la Gulf Bank Algeria est constitué comme suit :

Figure N°03 : Actionnariat d'AGB



Source : élaborée par nous-mêmes sur la base de document interne.

1.4 Stratégie et vision de l'AGB

- Stratégie AGB** : La Stratégie de Gulf Bank Algeria a été créée en 2009, dans le même but que celui du Groupe Burgan Bank qui est de réaliser sa mission tout en restant fidèle à ses valeurs et à ses principes.

Cette stratégie repose sur cinq piliers:

- **Total Quality Management** : Cette démarche s'inscrit au sein de chacune des actions entreprises par la banque dans le but de réaliser une prestation bancaire de qualité, tant avec les clients internes qu'externes ;

- **Élargissement du Réseau d'Agence** : Pour être toujours plus proche de ses clients, les faisant bénéficier des produits et services de pointes universels adaptés à leurs besoins locaux ;
 - **Élargissement de l'offre Produits et Services** : afin de pouvoir répondre aux attentes de tous ;
 - **Une Gestion des Ressources Humaines axée sur la Performance**: Soucieuse d'offrir à l'ensemble de ses collaborateurs un cadre de travail et de vie épanouissant et stimulant, AGB s'est doté d'une politique de gestion des ressources humaines récompensant les résultats et permettant le développement humain et professionnel de l'ensemble de son personnel ;
 - **Croissance et Conquête de Parts de Marché** : Croyant au potentiel de l'Algérie et aux capacités de son Staff et forte du Soutien du Groupe, AGB axe sa politique commerciale sur une logique de Croissance et de Conquête de Parts de Marché participant ainsi activement au développement économique de l'Algérie et à l'enrichissement des Algériens.¹
- b. Leur Vision** :Être la banque leader en Algérie en terme de victoire et méritant la confiance de leurs clients, et être le partenaire qu'ils choisissent pour améliorer leur qualité de vie.
- c. Leur Mission** : Ils sont en permanence à l'écoute des entreprises et des particuliers afin qu'AGB puisse offrir la gamme la plus innovante de produits et services financiers personnalisés, tant conventionnels que conformes aux préceptes de la Charia, et ainsi contribuer à l'enrichissement de la vie des algériens.

d. Leurs Valeurs

- **Progrès** :Chez AGB, ils adoptent la valeur du progrès de l'intérieur, pour eux-mêmes, individuellement et collectivement et ils l'offrent à l'extérieur, pour la plus grande satisfaction de leurs clients.
- **écoute** : Chez AGB, ils ont fait de l'écoute une priorité car ils sont conscients qu'elle est leur meilleur outil de satisfaction, tant pour leurs clients internes que pour leurs clients externes. Don c'est viser une pleine satisfaction.
- **reconnaissance** :AGB reconnaissent leurs employés, leurs clients internes, en écoutant et en répondant à leur besoin d'épanouissement professionnel par un

¹ AGB, rapport d'activité, 2017, Document interne d'AGB.

Système d'objectifs et de Développement Individuel personnalisé. Ils reconnaissent leurs clients externes en adaptant leurs produits et services à leurs besoins, à leurs personnalités et leurs valeurs profondes.

- **constance** : Pour AGB, la constance est une valeur synonyme de sécurité, de stabilité et de sérieux. Et c'est parce qu'AGB est là pour rester qu'elle a choisi de promouvoir cette valeur. C'est parce qu'AGB désire s'engager à vie avec ses clients internes et externes qu'elle choisit la qualité, la sécurité et la stabilité avec cette promesse de constance et de pérennité de ses activités.
- **engagement** : Pour AGB, faire preuve d'engagement c'est s'investir totalement dans la réussite de sa mission et de ses objectifs. C'est pourquoi AGB s'engage totalement à connaître le succès de l'intérieur, avec ses employés, ses clients internes et peut ainsi s'engager totalement à faire connaître le succès à ses clients externes, les particuliers et les entreprises en Algérie¹

1.5.L'organisation d'AGB

Afin d'optimiser son efficacité commerciale et mieux répondre aux attentes de ses client, Gulf Bank Algeria est structurée de plusieurs directions. (Voir annexe 01)

- **La direction administration générale** :À sa tête le directeur général et les directeurs adjoints administration et exploitation. Elle a pour objectif de gérer les activités et ressources reliés à l'administration générale afin d'optimiser la mise en place et le maintien des agences quant à la localisation, immeuble, aménagement des espaces, achats, entreposage, transport, sécurité et tous autres services administratifs reliés, tout en minimisant les coûts.

Cette direction a plusieurs responsabilités, dont :

- La supervision et la coordination du travail et l'ensemble de ses départements.
- La planification des développements et les expansions des locaux et agences d'AGB.
- **La direction exploitation crédit (crédit aux entreprises et particuliers)** :À son sommet on retrouve le directeur crédit aux entreprises, le chef de département crédit PME et chef de département grandes relations. Cette direction a pour rôle de veiller à la réalisation des objectifs opérationnels, de développer le fond commerce

¹AGB, Rapport annuel d'AGB, 2017, document interne.

de la banque et de veiller à la bonne application de la politique de crédit de la banque.

De multiples responsabilités sont prises à ce niveau de la banque, entre autre :

- La participation au développement du portefeuille client de la banque.
- L'élaboration de bilan et rapports périodiques d son activité.
- **La direction des opérations** : Cette direction est structurée en deux départements principaux et un service d'appui. La principale structure est le département des opérations internationales et des opérations documentaires. Ce dernier est organisé en trois services chargés respectivement de l'ouverture des lettres de crédit, du traitement des documents et du correspondant banking et des garanties internationales. La deuxième structure est le back office central qui s'occupe essentiellement de la télé compensation, de l'encaissement des chèques et des effets de commerces.

Elle dispose également d'un service apurement et réglementation dont le rôle est le contrôle de la conformité des opérations traitées par les agences, ce service a aussi pour fonction de transmettre à la banque d'Algérie un état mensuel des opérations réalisées par la banque.

Parmi les responsabilités de la direction des opérations on trouve :

- La gestion des relations avec les correspondants étrangers dans le but de bénéficier des opportunités de ligne de crédit et de gain (taux d'intérêts, rétrocession de commissions...);
- L'application de la réglementation des changes et du commerce extérieur.
- **La direction ressources humaines** : Elle a pour rôle principal de gérer les activités reliées à la gestion, au développement, à la motivation et à la rétention d ressources humaines d'AGB. Cette gestion repose notamment sur la définition des postes et des secteurs clés de la banque ainsi que sur l'identification des talents et des hauts potentiels. Elle a pour principaux objectifs des frais progresser ces derniers et de la fidéliser pour qu'ils soient, à terme, à occuper des hautes fonctions en vue d'assurer la pérennité de la banque et son développement.
- **La direction marketing** : Cette direction a comme responsable hiérarchique un directeur général adjoint / exploitation et les postes suivants : chargé de

communication, délégué communication, spécialiste communication web et multimédias et communication interne.

La banque a organisé son marketing autour de trois services : marketing produit, marketing stratégique et marketing opérationnel.

Le premier se charge du développement des nouveaux produits et de la mise à jour des anciens dans le respect de la réglementation et des besoins de consommateurs, d'où la nécessité de connaître le comportement de ces derniers. Le second joue un rôle d'information préalable, définissant la structure et le comportement du marché cible, le positionnement (axé sur la qualité de service), les objectifs. Le dernier prend en charge l'élaboration des plans d'action, afin d'arriver aux objectifs fixés.

Parmi les responsabilités principales de la direction marketing :

- La mise en œuvre de la politique, de la stratégie et de l'orientation adoptée par la direction générale ;
- La gestion des activités liées au mix communication marketing (publicité, promotion, événements et commandites, relations publiques, marketing direct et force de vente) ;
- Le développement du projet de lancement en définissant les conditions requises internes et externes pour l'introduction des nouveaux produits /services et valider leur faisabilité auprès des diverses fonctions concernées ;
- L'évaluation des opportunités du marché et assurer la veille concurrentielle¹

2. La monétique de l'organisme d'accueil AGB

Depuis maintenant onze ans qu'AGB a introduit dans son plan d'action le développement de la carte bancaire de retrait et de paiement. Pour cela elle a créé le département monétique (Produits et services électroniques) qui a pour principale mission la prise en charge de tous les aspects liés aux paiements et aux retraits par cartes bancaires nationales (CIB) et internationales (VISA et Mastercard).

2.1 Les missions du département monétique au sein d'AGB

Le département monétique a pour missions de développer les aspects techniques permettant d'accroître, de généraliser et de diversifier les moyens de

¹AGB, Rapport annuel d'AGB, 2016, document interne.

paiement par cartes bancaire. Les principales attributions du département monétique sont les suivantes :

- La gestion des contrats porteurs et le suivi de leurs mouvements de cartes ;
- L'exploitation des fichiers des opérations réalisées par cartes ;
- Le traitement et l'émission des écritures comptables nécessaires pour les sièges domiciliation (compensation) ;
- La gestion des oppositions et le suivi des incidents de paiement (cartes volées, égarées et litiges) ;
- La gestion technique des Distributeurs Automatiques de Billet, le suivi des installations, l'alimentation des billets de banque et les inventaires ;
- La gestion technique et comptable des Terminaux de paiement électroniques TPE.

Section02 : description de l'étude qualitative et présentation des résultats

Nous avons privilégié d'abord l'aspect quantitatif de cette étude sur les utilisateurs des cartes VISA.

1. Cadre méthodologique de l'élaboration de l'enquête

Nous commencerons ainsi cette partie par présenter la méthodologie de l'étude menée, puis nous présenterons et analyserons les données collectées au sein de l'organisme d'accueil dans le but d'analyser l'évolution de l'utilisation des cartes VISA au sein d'AGB.

1.1. Le choix d'une étude qualitative

Nous avons recherché, collecté, traité et analysé les offres de carte VISA, le nombre des transactions effectuées avec ces cartes ainsi que le volume de paiement d'AGB par rapport au marché algérien par destination et par catégories des groupes de marchands dont les clients utilisent les cartes VISA.

Le paiement électronique étant un phénomène assez récent, l'accès à des informations mesurables reste encore très limité. Afin de comprendre le développement de l'utilisation des cartes VISA et de contribuer à l'introduction du système de paiement via les cartes VISA en Algérie, nous avons décidé de mener une étude qualitative.

Dans le cas d'une enquête qualitative, il existe deux types des données :

- **Les données qualitatives primaires** : elles sont collectées par entretien individuel ou de groupe, ou par observation.
- **Les données qualitatives secondaires** : ce sont des données plus anciennes que les données primaires. Elles peuvent provenir de documents d'entreprises et d'articles de presse.

2. Les cartes VISA AGB

2.1 L'offre des cartes VISA AGB

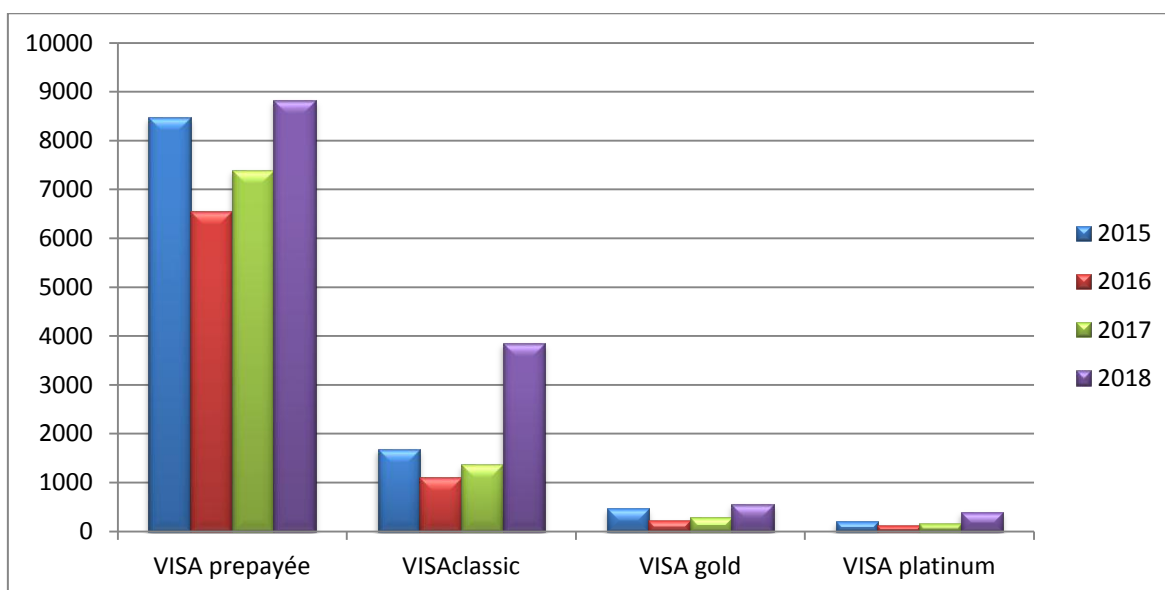
Nous présentons ici le nombre des cartes bancaires international VISA délivrées par la banque Gulf Bank Algeria durant les quatre dernières années :

Tableau N° 08: Evolution des cartes VISA AGB

Cartes VISA	2015	2016	2017	2018
VISA prépayée	8479	6558	7397	8836
VISA classic	1688	1106	1375	3856
VISA gold	477	228	292	567
VISA platinum	211	130	158	402
Total	10873	8022	9222	13661

Source : rapport annuel d'AGB 2018

Figure N°04 : Evolution des cartes VISA AGB



Source : élaborée par nous-mêmes sur la base de rapport annuel d'AGB.

L'analyse de la figure présentée ci-dessus montre que la gamme des cartes VISA à connue une diminution de délivrance les deux premières années puis on remarque une augmentation les deux dernières années ces états de comportement pourrait s'expliquer par ces raison :

Le premier acte s'explique par : Les banques algériennes privées et public qui offrent la même gamme des cartes à des prix concurrentiels

Pour le deuxième acte s'explique par: La banque augmente sa qualité de la gamme et investie dans ce produit par l'inclusion de plusieurs offre après la détention de la carte pour attirer les clients et être le leader dans le marché de même gamme.

2.2 Le nombre de transaction VISA

Tout au long de notre période de stage au sein d'AGB, nous avons pu tirer ses informations sur le nombre et le montant des transactions VISA de l'année 2018.

Tableau N°09: nombre de transaction VISA de l'année 2018.

	VISA Émetteur	VISA Acquéreur DAB	VISA acquéreur TPE
Nombre de transactions	399 513	6 784	450
Montant de transactions	37 131 220 EUR	170 236 500 DZD	28 133 795 DZD

Source : rapport annuel d'AGB 2018

L'analyse du tableau ci-dessus nous renseigne que le nombre des transactions Visa Émetteur est très important par rapport aux transactions Visa Acquéreur qui explique le montant élevé des transactions Visa Émetteur.

Ainsi, pour la Visa Acquéreur, la majorité des transactions se fait par l'utilisation des distributeurs automatiques des billets : les Algériens hésitent à faire confiance au paiement électronique, ils préfèrent retirer leurs argents en cash pour les dépenser.

2.3 La part de marché VISA AGB sur le marché national

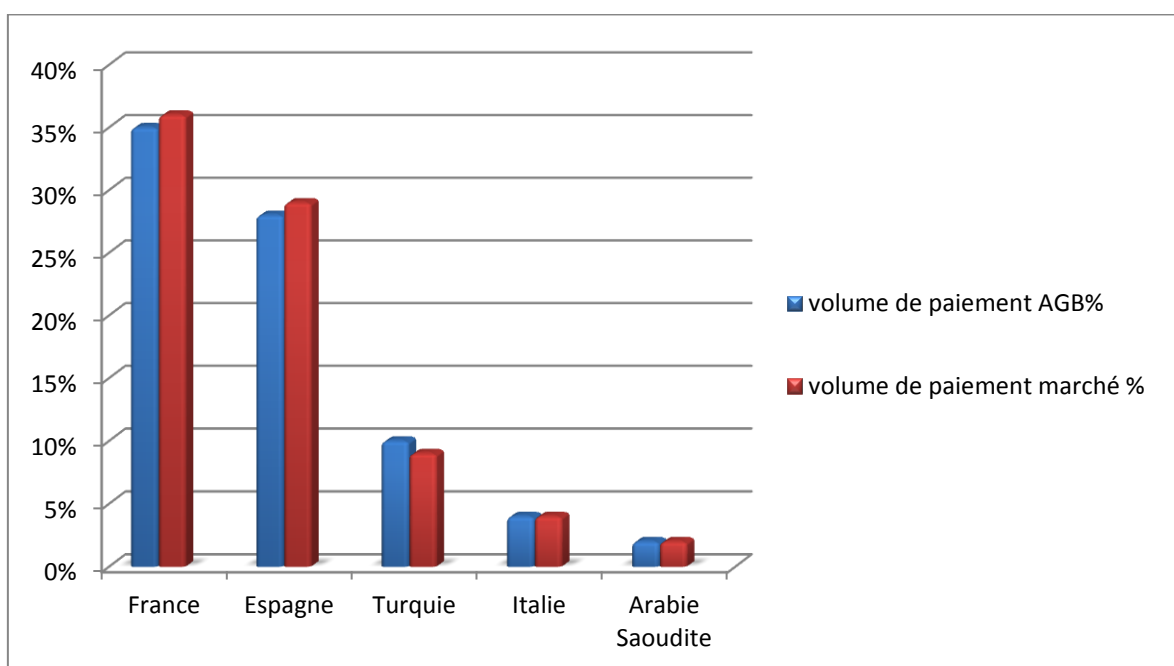
Les cinq premières destinations du volume de paiement par carte VISA de l'année 2018 sont:

Tableau N°10: top destinations de volume de paiement de l'année 2018

Pays	Volume de paiement AGB %	Volume de paiement marché %
France	35%	36%
Espagne	28%	29%
Turquie	10%	9%
Italie	4%	4%
Arabie Saoudite	2%	2%

Source : élaboré par nous même à la base de documentation interne

Figure N° 5: top 5 destinations de volume de paiement de l'année 2018



Source : élaborée par nous même à la base de la documentation interne

Nous remarquons que la top destination des algériens à l'étranger est la France avec un pourcentage 36% qui est expliqué par les relation bonnes et satisfaisantes entre les deux pays ainsi que la France est ouverte en matière de délivrance de visas pour l'Algérie, suivi par l'Espagne avec un pourcentage de 26% qui est devenu une bouffée d'oxygène pour les Algériens, qui après avoir été séduits par l'acquisition de biens immobiliers, ils profitent de la baisse des prix des séjours touristiques pour visiter ce pays considéré comme l'une des

premières destinations Touristiques au monde. La Turquie est en 3ème position avec un pourcentage de 10% : ce pays propose des offres alléchantes à des prix compétitifs où les nuitées sont les moins chères avec une multiplicité de services qui conviennent à toutes les catégories sociales, toutes les bourses aux familles et aux jeunes.

2.4 La distribution du volume de paiement par gamme de carte VISA

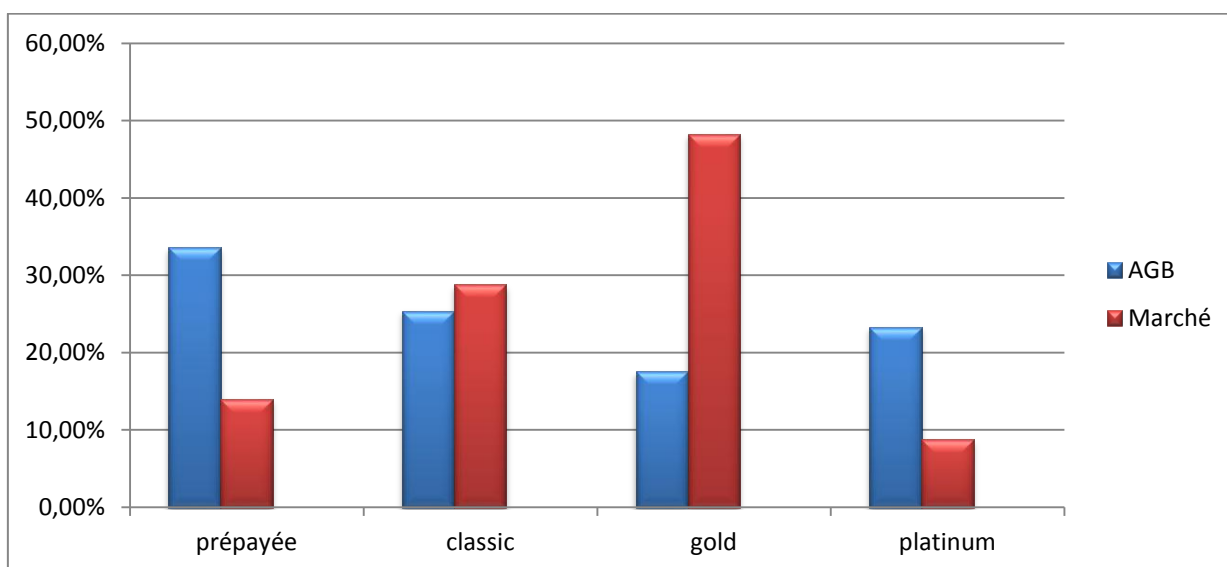
La répartition des volumes de paiement par type de cartes VISA internationales de l'année 2018.

Tableau N°11: la distribution du volume de paiement par type de cartes VISA de l'année 2018

		prépayée	classic	gold	Platinum
Distribution de volume de paiement %	AGB	33.6%	25.4%	17.6%	23.3%
	Marché	14%	28.8%	48.3%	8.8%

Source : document interne

Figure N°6 : la distribution du volume de paiement par type de cartes VISA de l'année 2018



Source : élaborée par nous-mêmes sur la base de la documentation interne.

Nous constatons que l'AGB est leader sur le marché algérien pour les deux gammes classic et gold.

2.5 Top5 catégories par marchand

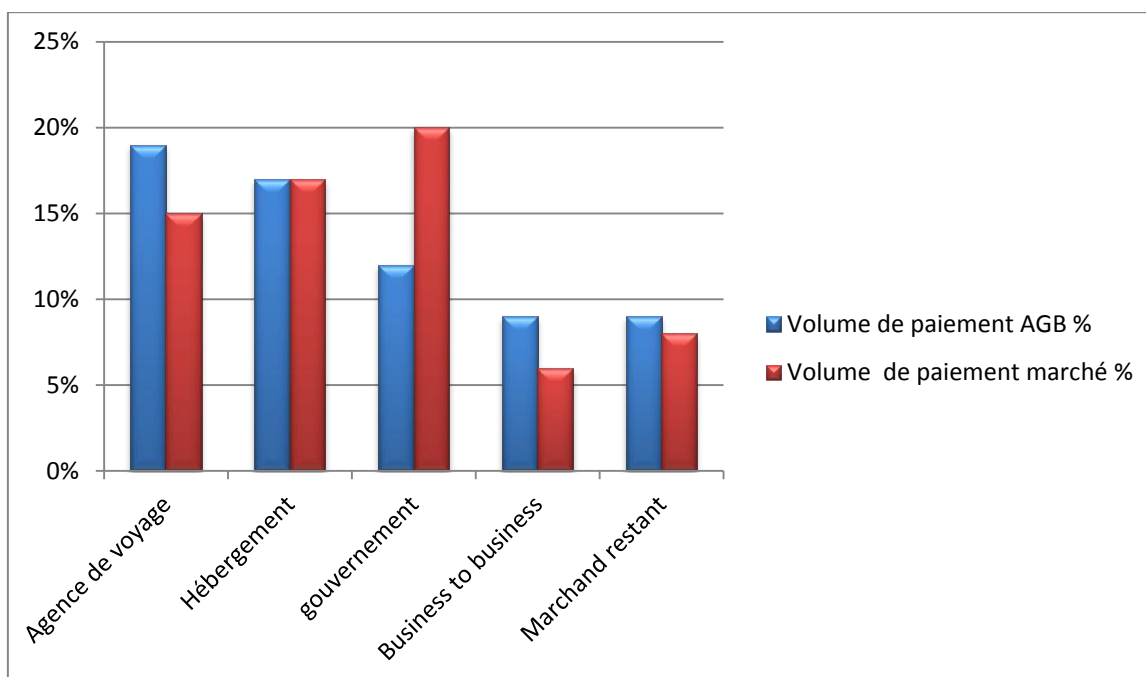
Le classement de 5 premières catégories des groupes de marchands dont les clients utilisent les cartes VISA AGB :

Tableau N°12: top cinq catégories par marchand de l'année 2018.

catégories	Volume de paiement AGB %	Volume de paiement marché %
Agence de voyage	19%	15%
Hébergement	17%	17%
gouvernement	12%	20%
Business to business	9%	6%
Marchand restant	9%	8%

Source : document interne

Figure N°7 : top cinq catégories par marchand de l'année2018



Source : élaborée par nous-mêmes sur la base d'une documentation interne

Les premières catégories par marchand dont les clients utilisent leurs carte visa sont les agence de voyage et l'hébergement par manque de développement du système de paiement électronique en Algérie ainsi par manque de confiance de la sécurité de ce moyen.

Section3 : méthodologie de l'enquête et l'analyse du questionnaire

Nous avons procédé à l'élaboration d'une étude qualitative des résultats, nous allons à présent mener une étude quantitative afin de valider les différentes propositions de recherche et les hypothèses.

1 Méthodologie de l'enquête

1.1 L'objectif de l'enquête

Notre travail consiste à élaborer un questionnaire qui contient des questions multiples adressés aux 120 personnes domiciliés à la wilaya d'Alger qui nous assure par la suite une bonne communication entre intervenants principaux de l'enquête (client de AGB banque, enquêteur, interviewé)

On a privilégié l'aspect quantitatif de cette recherche sur les porteurs des cartes VISA AGB et les responsables des banques. En effet, cette recherche nous a poussées à nous interroger sur l'utilisation des cartes Visa par les clients d'AGB et sur l'utilité et l'importance de paiement électronique dans le quotidien des porteurs de la carte et son impact sur le développement de la monétique en Algérie, il apparait important d'étudier la satisfaction, les freins et les motivations des clients vis-à-vis l'utilisation des cartes VISA internationales.

Afin de répondre à ces interrogations, on a élaboré un questionnaire quantitatif de 17 questions avec des questions socio démographiques sur les utilisateurs de cartes VISA, afin d'avoir un échantillon plus représentatif. Sachant qu'on a opté pour la méthode de l'échantillonnage par convenance et cela pour faciliter le recueil d'informations.

1.2 Méthode d'échantillonnage

La grande majorité des enquêtes par sondage est effectuée à partir d'un échantillon représentatif de la population concernée. L'échantillonnage est une méthode statistique qui permet la construction d'un groupe de personnes afin d'obtenir certaines connaissances de leur part.

Dans le cas théorique des choses, il existe deux catégories du mode de l'échantillonnage ayant chacune plusieurs méthodes qu'on peut utiliser :

1.2.1 La méthode probabiliste

Chaque individu du bas de sondage a une probabilité connue d'avance avant d'être tiré au sort. Ce procédé est le plus scientifique et a pour avantage de définir avec précision la marge d'erreur et l'intervalle de confiance dans lesquelles se situent les résultats. L'environnement principal de cette méthode est le cout qui demeure très onéreux. Cette méthode contient quatre autres méthodes qu'on peut utiliser pour avoir son échantillon :

- **L'échantillon aléatoire simple** : Son principe de base est celui de la sélection au hasard de telle manière que chaque unité de la population ciblée ait la même chance d'être représentée.
- **L'échantillon aléatoire systématique** : Tirage au sort d'individus régulièrement espacés dans la base ce sondage.
- **L'échantillon stratifié** : La population est divisée en classes mutuellement exclusives, sur une base de certains critères comme : l'âge, sexe... ensuite, on procède au tirage d'un échantillon de chaque classe.
- **L'échantillon en grappes (par faisceaux)** : Ce mode de sélection se fait par étapes. D'abord choisir des sous-groupes de la population qui sont appelés grappe, ensuite interroger tous les individus dans chaque groupe. il est utile lorsque les éléments sont naturellement groupés ou quand il n'est pas possible d'obtenir la liste de tous les éléments de la population cible.

1.2.2 La méthode non probabiliste

Appelée aussi la méthode empirique, elle se caractérise par le fait que le tirage au sort de l'échantillon ne se fasse pas de façon aléatoire mais d'une façon raisonnable. Donc il existe trois façons de le faire :

- **La méthode de quotas** : Cette méthode consiste à trouver et à interroger des personnes sélectionnées de façon subjective selon des catégories sociodémographiques.
- **L'échantillon de convenance** :
En effet, Il s'agit d'un échantillonnage guidé essentiellement par les commodités ou la facilité et non pas par le souci de représentativité. Cela consiste à interroger la première personne rencontrée qui accepte de répondre et qui est capable de fournir des informations sur le sujet à étudier. L'avantage majeur de cette méthode est la

facilité de recueil d'information. Toutefois, elle a pour inconvénient de ne pouvoir décrire la population impliquée qu'à postériori¹, nous nous sommes intéressés par une certaine cible bien précise afin de l'extraire de notre échantillon.

En effet, nous nous sommes intéressés par l'ensemble des clients d'AGB, et qui sont utilisateurs des cartes VISA, sans oublier le fait que la cible regroupe toutes les catégories socioprofessionnelles. Par la suite, afin de soustraire notre échantillon parmi cette population ciblée, nous avons opté pour une méthode qui nous permettra de gagner du temps et surtout d'avoir de diverses réponses pour un meilleur résultat. La méthode choisie est bien « la méthode de l'échantillon par convenance ».

- **échantillon par choix raisonné :**

- Le chercheur choisit l'échantillon en fonction de sa capacité à lui fournir une information fiable ;
- Choix des éléments basé sur le jugement du chercheur par rapport à leur caractère typique ou atypique;
- Permet d'étudier des phénomènes rares ou inusités; peu de représentativité de l'ensemble de la population.

1.3 Le questionnaire

Le questionnaire peut être défini comme étant : « une technique directe d'investigation scientifique utilisée auprès d'individus qui permet de les interroger de façon directive et de faire un prélèvement quantitatif en vue de trouver des relations mathématiques et de faire des comparaisons chiffrées »²

Élaborer un questionnaire consiste à formuler un ensemble de questions et de modalités de réponses et à les ordonner de telle façon que les réponses fournies permettent, après analyse des données, d'apporter un éclairage pertinent sur la problématique d'étude.³

¹<http://www.petite-entreprise.net/P-3097-85-G1-enquete-et-etude-de-marche-l-echantillonnage-parconvenance.html> Consulté le (16.05.2019 à 18h).

²CHABANI, OUACHERINE : « guide de méthodologie de la recherche en science sociales », édition 1, TALEB Impression, 2013, p77

³ BOULAN (Henri) : Le questionnaire d'enquête, Dunod, Paris, 2015 P 06.

1.3.1 Les types de questions

Ils existent deux types de questions :

- a. Questions ouvertes** : Dans les questions ouvertes, l'interviewé est libre de formuler sa réponse dans les termes de son choix, alors que dans les questions fermées, il choisit une ou des modalités de réponses dans une liste de réponses possibles, qui lui sont imposées. Si tout le monde s'accorde sur la nécessité du recours à des questions fermées, il y a davantage de débats autour des questions ouvertes, allant jusqu'à des polémiques du type « pour ou contre » les questions ouvertes. En pratique, les questions ouvertes sont nécessaires dans certaines situations, mais dans d'autres, le recours à des questions ouvertes signe plutôt un aveu de faiblesse, soit que le rédacteur du questionnaire quantitatif ne se donne pas la peine de bien formaliser la problématique, soit qu'il ne dispose pas d'hypothèses valables, issues par exemple d'études qualitatives, pour formuler des questions fermées pertinentes.

Se sont le genre de questions qui permettent à l'individu de répondre de façon libre en formulant sa propre réponse. Certes, on gagnera des informations plus riches mais leur analyse sera plus difficile.

- b. Les questions fermées** : Ce sont les questions pour lesquelles on impose au répondant une forme précise de réponses et un nombre limité de choix. On peut distinguer :
- **Les questions dichotomiques** : l'individu est confronté à seulement deux choix possibles où il sera dans l'obligation d'en choisir un seul.
 - **Les questions à choix multiples à une seule réponse ou plusieurs** : ces questions offrent à l'individu une liste de choix possibles, où il pourra choisir sa réponse ou plusieurs réponses et ce en fonction de la question.
 - **Les questions de classement** : ce sont les questions qui offrent à l'individu plusieurs réponses, sauf que dans ce cas-là, il ne s'agit pas de choisir mais de classer ces réponses selon la façon dont il voit les choses.

1.3.2 L'élaboration du questionnaire

Afin de répondre à nos hypothèses de départ, nous avons élaboré notre questionnaire en utilisant l'ensemble des types de questions citées auparavant pour guider l'individu dans

ses réponses et aussi avoir l'information souhaitée. De plus, nous avons appliqué les règles suivantes :

- Une seule idée par question ;
- Des termes neutres et simples ;
- La brièveté et la clarté dans la façon de poser la question.

Pour mieux comprendre le contenu de notre questionnaire, nous allons l'expliquer en le subdivisant en cinq parties :

- La 1ère partie comporte une brève description de notre travail, une petite introduction qui va informer les individus questionnés qu'il s'agit uniquement d'une recherche en vue de la réalisation d'un mémoire de fin de cycle ;
- La 2ème partie regroupe un ensemble de questions d'ordre général, qui va nous permettre de connaître l'usage et le degré d'utilisation des cartes VISA pour notre échantillon ;
- Vient ensuite la 3ème partie, elle comporte des questions visant à faire réagir les porteurs de la carte VISA sur leur satisfaction de ces cartes ;
- Quant à la 4ème partie, vise à voir les avis des utilisateurs de la carte vis-à-vis ses avantages et ses inconvénients ainsi leurs désirs ;
- Et on conclure par une 5ème partie constitue une fiche signalétique qui nous renseigne un peu plus sur l'individu en personne en lui posant des questions sur sa personne.

1.3.3 Test questionnaire

Il s'agit d'une phase fondamentale, souvent négligée, qui consiste à mettre à l'épreuve le questionnaire par rapport à quelques individus, autrement dit à le tester. Elle est donc centrée sur l'évaluation du questionnaire lui-même. L'approche est ici plus qualitative que quantitative.

Pourquoi tester un questionnaire avant de le diffuser ? Pour plusieurs raisons, notamment :

Il s'agit d'évaluer la clarté et la précision des termes utilisés et des questions posées, la forme des questions, l'ordre des questions, l'efficacité de la mise en page, éliminer toutes

les questions ambiguës ou refusées, repérer les omissions, voir si le questionnaire est jugé trop long, ennuyeux et indiscret¹.

1.3.4 Le choix du mode d'administration du questionnaire :

Le mode et la manière d'administrer le questionnaire sont aussi importants que la qualité du questionnaire lui-même. A ce titre il existe plusieurs modes d'administration du questionnaire, parmi les principales nous citons² :

- **Enquête face à face** : Les interviews face à face peuvent avoir lieu domicile de l'intéressé, dans son bureau, dans la rue et les lieux publics, il est obligé dans ce cas de préparer un questionnaire court à des questions brèves et fermées. Une personne pose des questions et note les réponses de l'enquêté, le taux de réponse est élevé. Dans le face à face avec un répondant, la personnalité de l'enquêteur joue un rôle dont il faut connaître les effets. il est le plus efficace pour la qualité et quantité d'information que l'on peut recueillir, et à cause de cela que nous avons choisi cette méthode d'administration de questionnaire ; pour vérifier certaines informations et de contrôler les réponses des répondants, et éviter tout mal de compréhension des questions. Ce type d'enquête nous permis de collecter les réponses de 120 personnes de clients de la Gulf Bank Algeria (AGB). Et aussi, nous avons utilisé le questionnaire par interview direct auprès de chaque responsable de banque pour bénéficier un contact direct avec les responsable des banques.
- **L'enquête par correspondance** : Le questionnaire est envoyé au répondant par voie postale, accompagné d'une lettre pré affranchie ; et d'une notice expliquant l'objet de l'enquête, ce type d'enquête ne peut être appliqué dans notre cas car il est caractérisé par un taux de retour des réponses très faibles, est peut durer donc très long temps.
- **L'enquête par téléphone** : Elle consiste à appeler par téléphone l'ensemble des personnes qui composent l'échantillon. Il peut se faire dans des délais très courts et constitue un compromis acceptable sur les plans des coûts et du taux de réponse, dans notre cas on ne dispose pas des numéros de téléphone des clients

¹ Jean-Christophe Vilatte, méthodologie de l'enquête par questionnaire, 2007, p.09

² ANNE, (Marie) et JEAN (PIERRE) : Méthodes Statistique Appliquées A La Gestion, édition Organisation, paris, 1979, p86.

de la banque, donc impossible d'appliquer cette méthode dans le cadre de notre étude.

1.4 Le recueil des données et la durée de l'enquête

Une fois toutes les informations collectées, on passe ensuite à la partie la plus difficile, celle qui consiste à analyser l'ensemble de ces données après dépouillement du questionnaire. Le dépouillement du questionnaire a été fait par le logiciel Excel, en fonction de deux types de tris :

- **Tri à plat** : cette opération consiste à réorganiser l'ensemble des valeurs prises suivant une seule variable.
- **Tri croisé** : appelé aussi « analyse bi variée », c'est une opération qui permet d'analyser les relations entre deux ou plusieurs variables.

Pour la durée de l'enquête, Nous avons fait passer au cours du mois d'Avril 2019. Enfin, un total de 120 questionnaires a été réceptionné et analysé.

2. analyse et interprétation des résultats du questionnaire destiné aux porteurs des cartes bancaire internationales VISA

Les réponses obtenues des interrogés ont permis de saisir une masse d'informations brutes qu'il fallait analyser. Après collecte, saisie et analyse des données, on vous présentera les résultats obtenus en utilisant des tableaux statistiques et parfois des graphes pour mieux illustrer et apprécier ces résultats obtenus.

- **L'analyse tri à plat :**

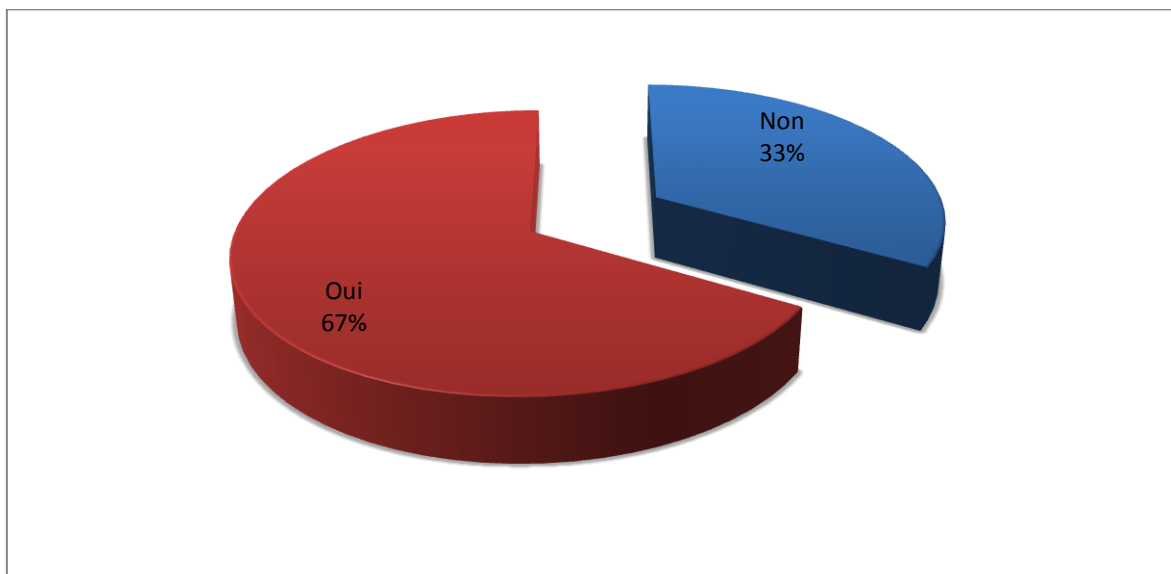
Question 01 : Êtes-vous personnellement possesseur d'une carte VISA ?

Tableau N°13 : la possession de la carte VISA chez les clients d'AGB

		Fréquence	pourcentage
Valide	Non	40	33%
	Oui	80	67%
	Total	120	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°08 : la possession de la carte VISA



Source : Excel

D'après le tableau ci-dessus nous remarquons que la plupart des clients d'AGB ont des cartes internationales VISA, car la carte bancaire est devenue un moyen de paiement omniprésent. Elle propose une gamme très variée et les options proposées sont multiples : à autorisation systématique, internationale et de prestige.

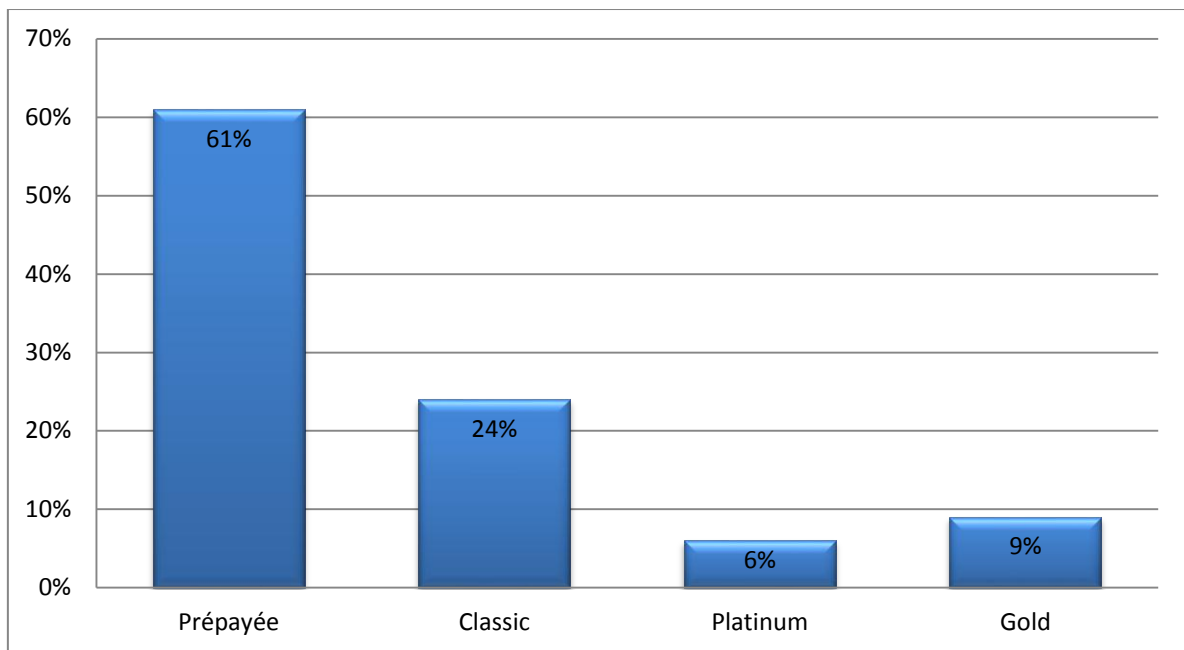
Question 02 : Si oui, laquelle ?

Tableau N°14 : les différents types de cartes VISA

		fréquence	Pourcentage
Valide	Prépayée	49	61%
	Classic	19	24%
	Platinum	5	6%
	Gold	7	9%
	Total	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°09 : les différents types de cartes VISA



Source : Excel

D'après la figure ci-dessus nous observons que plus de 61% des clients qui possèdent la cartes VISA ont la Prépayée, suivi respectivement par la Classic, la Gold et la Platinum. Ce pourcentage important de la carte Prépayée est dû aux taux des frais et commissions bancaires acceptables.

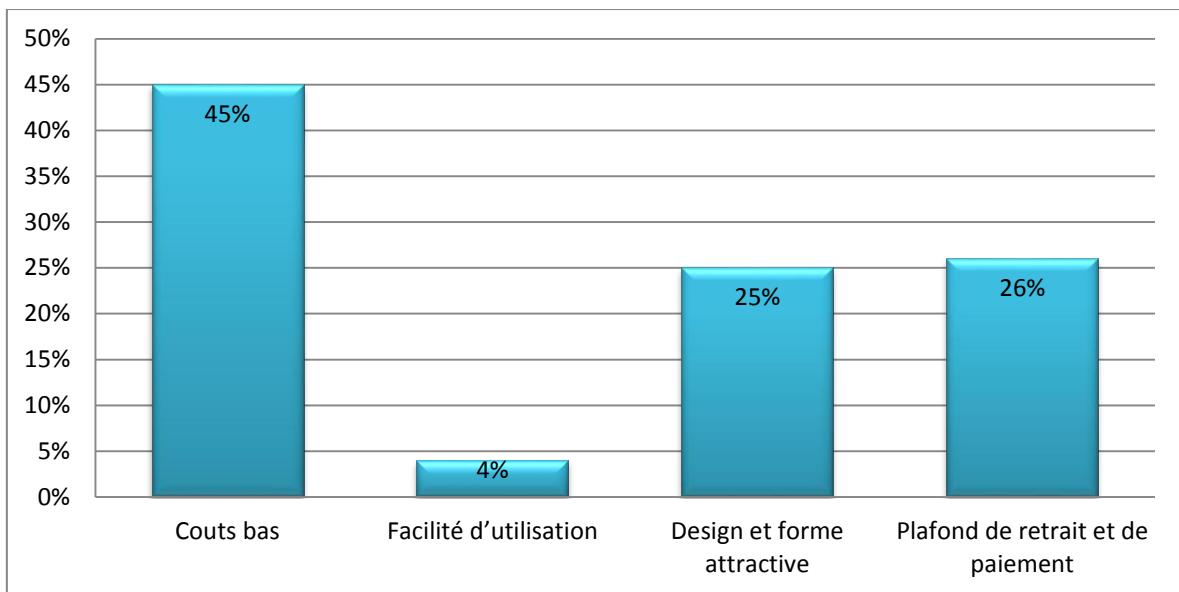
Question 03 : Quel est le critère le plus pertinent du choix d'une carte VISA ?

Tableau N°15 : le critère du choix d'une carte VISA

		fréquence	pourcentage
valide	Couts bas	36	45%
	Facilité d'utilisation	3	4%%
	Design et forme attractive	20	25%
	Plafond de retrait et de paiement	21	26%
	total	80	100%

Source :élaboré par nos soins

Figure N°10 :le critère du choix d'une carte VISA



Source : Excel

Les données issues de notre enquête montrent que l'un des critères de choix d'une carte bancaire est le cout bas parce que le prix de la carte bancaire est d'abord la somme prélevée annuellement par la banque et les frais des opérations effectuer par le détenteur de la carte et en deuxième position le plafond de retrait et de paiement car elle permet de bénéficier des plafonds les plus élevés pour les retraits et pour les paiements.

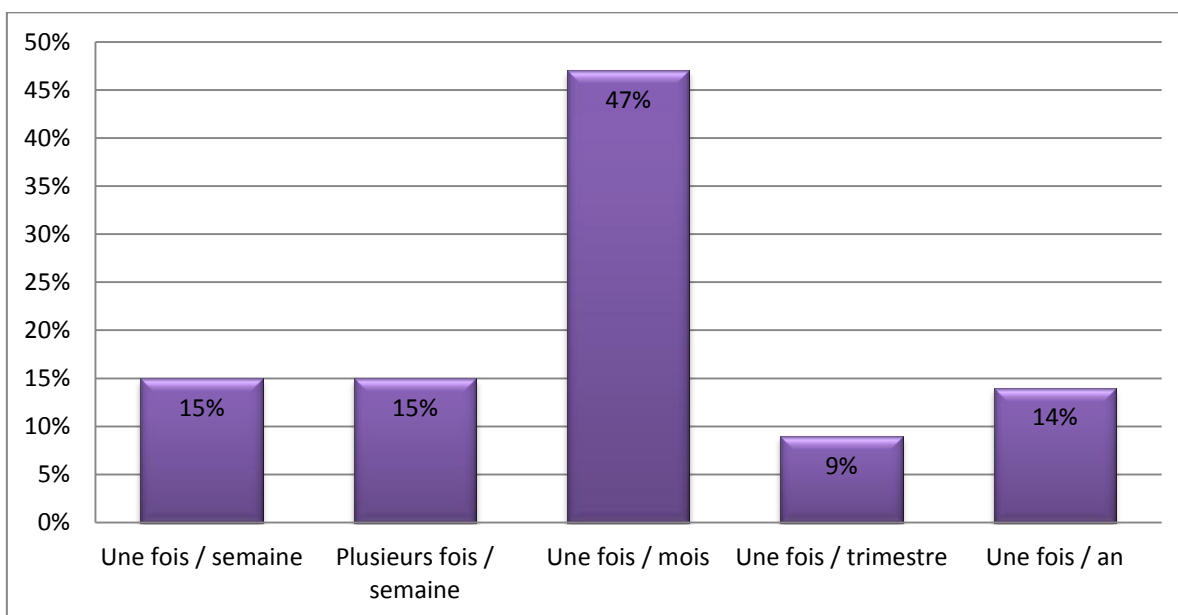
Question 04 : Combien de fois utilisez-vous votre carte VISA ?

Tableau N°16 :Les fréquences d'utilisation de la carte VISA chez les clients d'AGB.

		fréquence	pourcentage
valide	Une fois / semaine	12	15%
	Plusieurs fois / semaine	12	15%
	Une fois / mois	38	47%
	Une fois / trimestre	7	9%
	Une fois / an	11	14%
	Total	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°11 : Les fréquences d'utilisation de la carte VISA chez les clients d'AGB.



Source : Excel

Le tableau ci-dessus montre que les clients d'AGB utilisent la carte bancaire une fois par mois avec un pourcentage de 47%.

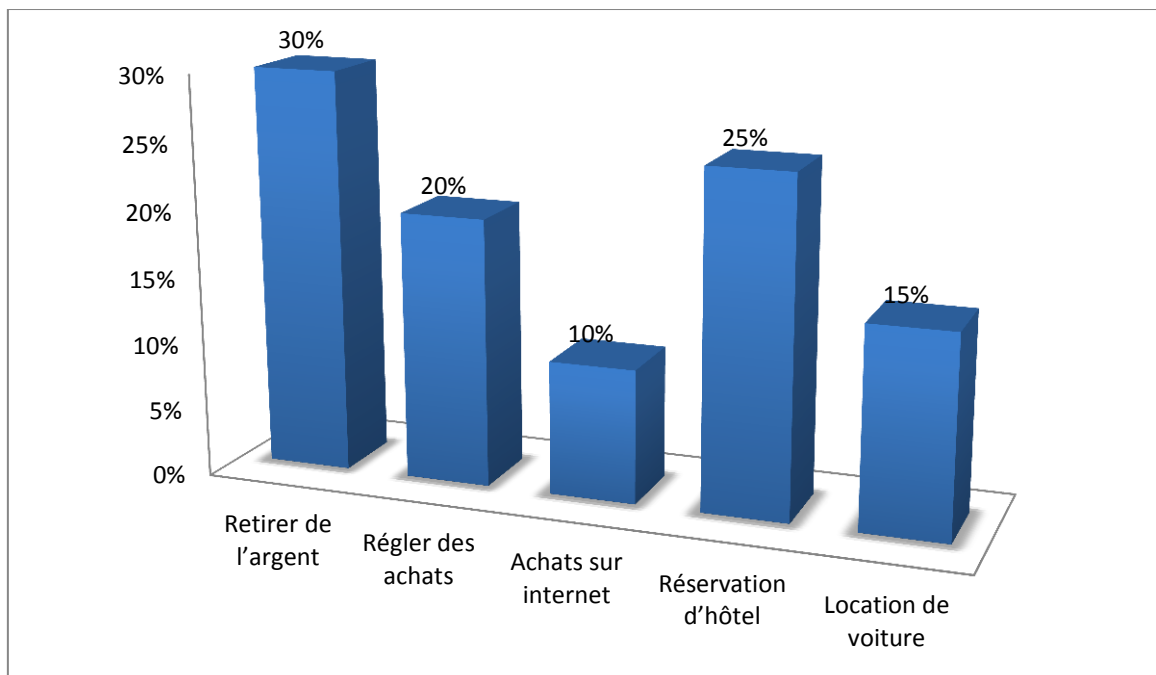
Question 05 : Quel(s) usage(s) faites-vous de votre carte VISA ?

Tableau N°17: Répartition des utilisateurs selon les habitudes.

	fréquence	pourcentage
Retirer de l'argent	60	30%
Régler des achats	39	20%
Achats sur internet	19	10%
Réservation d'hôtel	49	25%
Location de voiture	30	15%
Total	197	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°12 : Répartition des utilisateurs selon les habitudes.



Source : Excel

Il ressort des chiffres du tableau et du graphique ci-dessus que pour ce qui est d'utilisation des cartes bancaires sur les distributeurs, la majorité des clients AGB adopte cette habitude avec un pourcentage de 30% suivie des clients d'AGB qui utilisent leurs cartes pour la réservation des hôtels avec un pourcentage de 25%, des détenteurs de cartes bancaires en font usage sur les TPE pour régler leurs achats avec un pourcentage de 20%.

En ce qui concerne l'usage sur Internet, seulement 10 % des détenteurs de cartes adoptent cet usage et 15% personnes louent des voitures.

Nous remarquons que l'utilisation des cartes à des fins de retraits des billets est l'habitude la plus observée. Cet état de comportement pourrait s'expliquer par deux raisons. **La première** tiendrait du non connaissance des nombreuses possibilités que présentent les cartes bancaires, **La deuxième** raison serait que les personnes interrogées dans leurs opérations n'éprouvent pas le besoin de l'usage de l'Internet ou des TPE.

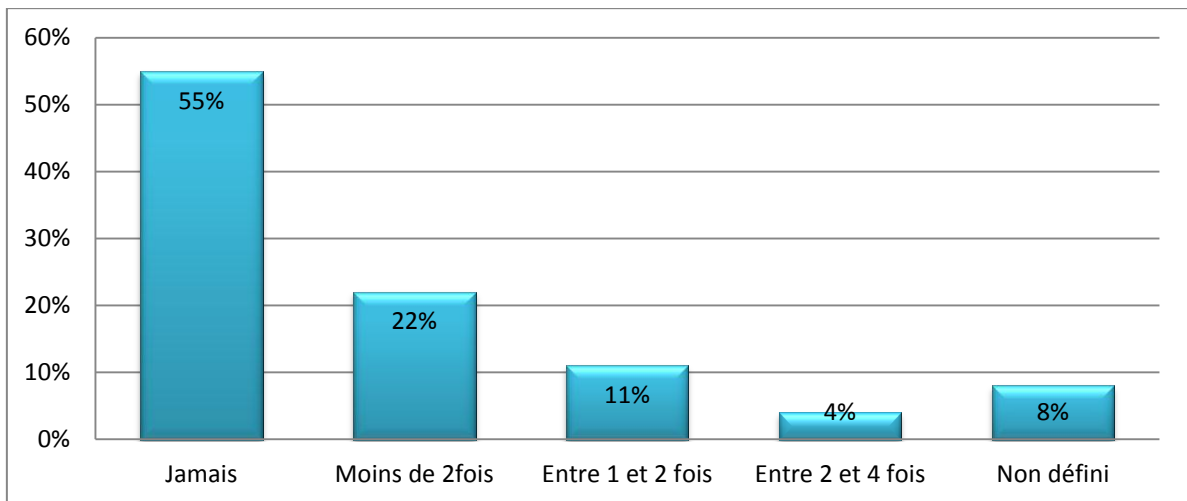
Question 06 : combien de fois par mois utilisez-vous votre carte VISA pour faire des achats sur internet ?

Tableau N°18 : la fréquence d'utilisation des cartes VISA pour faire des achats sur internet.

		fréquence	pourcentage
valide	Jamais	44	55%
	Moins de 2fois	18	22%
	Entre 1 et 2 fois	9	11%
	Entre 2 et 4 fois	3	4%
	Non défini	6	8%
	total	80	100%

Source : élaboré par nous même

Figure N°13 : la fréquence d'utilisation des cartes bancaires pour faire des achats sur internet.



Source : Excel

D'après l'analyse du questionnaire la quasi-totalité des clients d'AGB n'utilisent pas leurs cartes VISA pour faire des achats sur internet, on peut l'expliquer par la situation de paiement électronique en Algérie qui est encore à un stade primaire et peu fréquent chez les algériens.

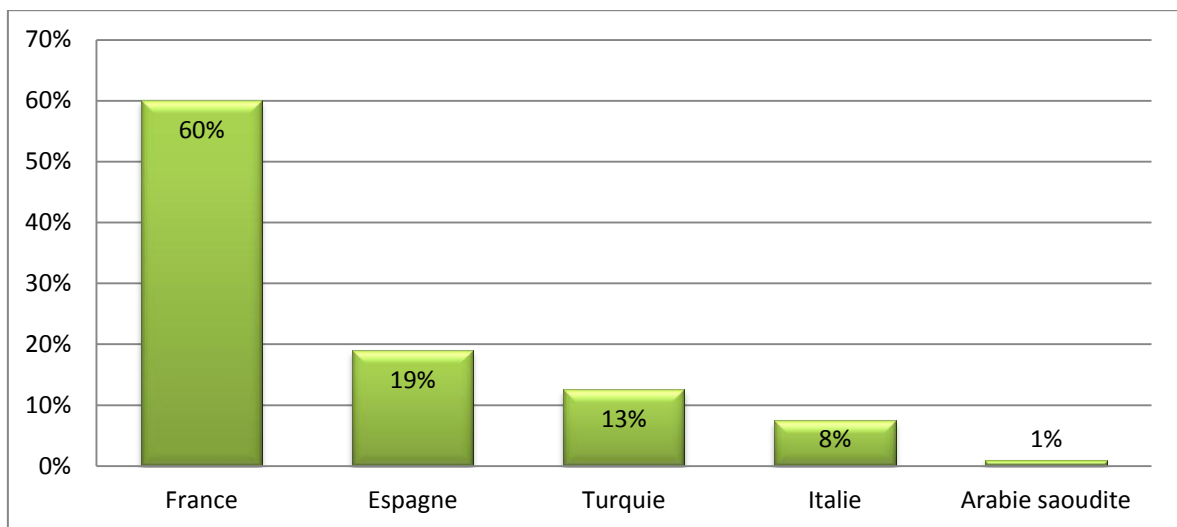
Question 07 : Dans quels pays utilisez-vous votre carte VISA?

Tableau N°19: Les destinations d'utilisation de la carte VISA chez les clients.

		fréquence	pourcentage
valide	France	48	60%
	Espagne	15	19%
	Turquie	10	12%
	Italie	6	8%
	Arabie saoudite	1	1%
	total	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°14: Les Top destinations d'utilisation de la carte.



Source : Excel

Nous remarquons que le pays où les clients d'AGB utilisent plus leurs cartes VISA est la France avec un pourcentage très élevé de 60% pour plusieurs raisons : le prix abordable de billet, Grâce à sa proximité, son accessibilité, son décor accueillant, familiers ainsi que la maîtrise de la langue française suivi de l'Espagne et la Turquie qui sont devenus les destinations préférées des algériens.

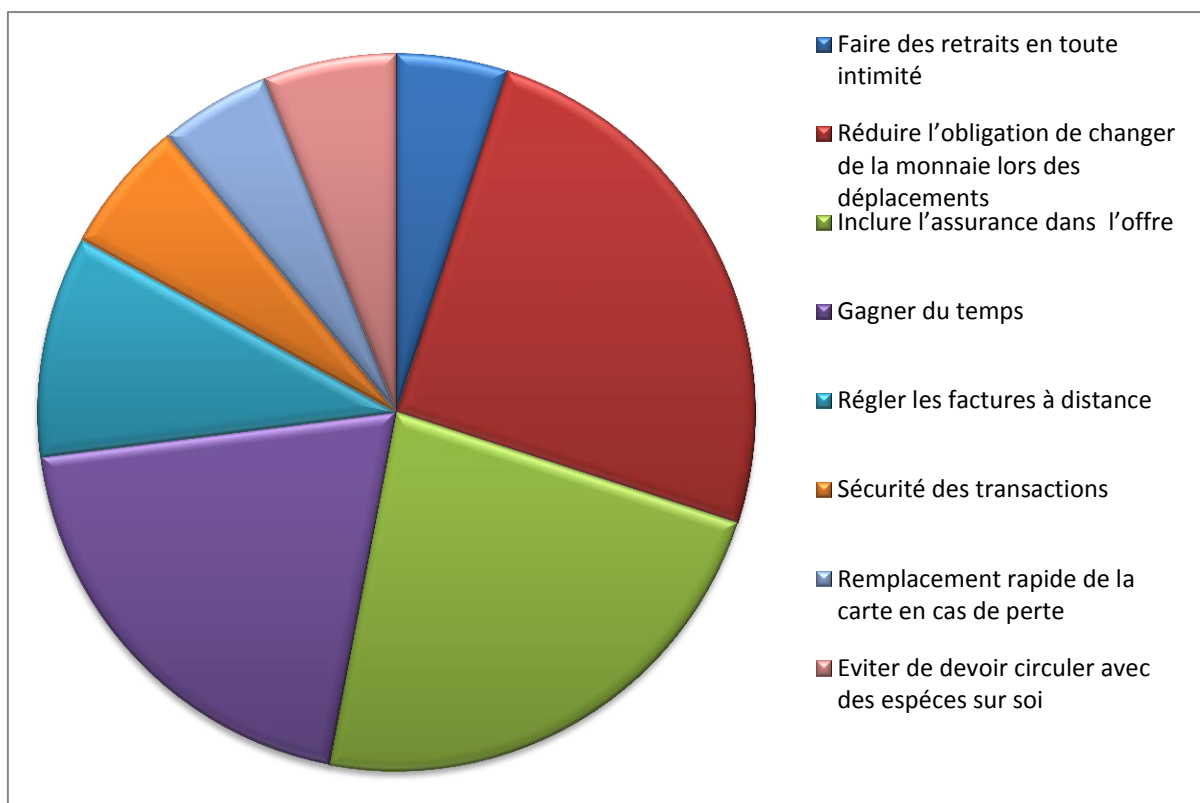
Question 08 : Quel sont les avantages de la carte VISA?

Tableau N°20 :Les avantages de l'utilisation de la carte VISA.

		fréquence	pourcentage
Valide	Faire des retraits en toute intimité	4	5%
	Réduire l'obligation de changer de la monnaie lors des déplacements	20	25%
	Inclure l'assurance dans l'offre	18	23%
	Gagner du temps	16	20%
	Régler les factures à distance	8	10%
	Sécurité des transactions	5	6%
	Remplacement rapide de la carte en cas de perte	4	5%
	Eviter de devoir circuler avec des espèces sur soi	5	6%
	Total	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°15 : Le principal avantage de l'utilisation de la carte VISA.



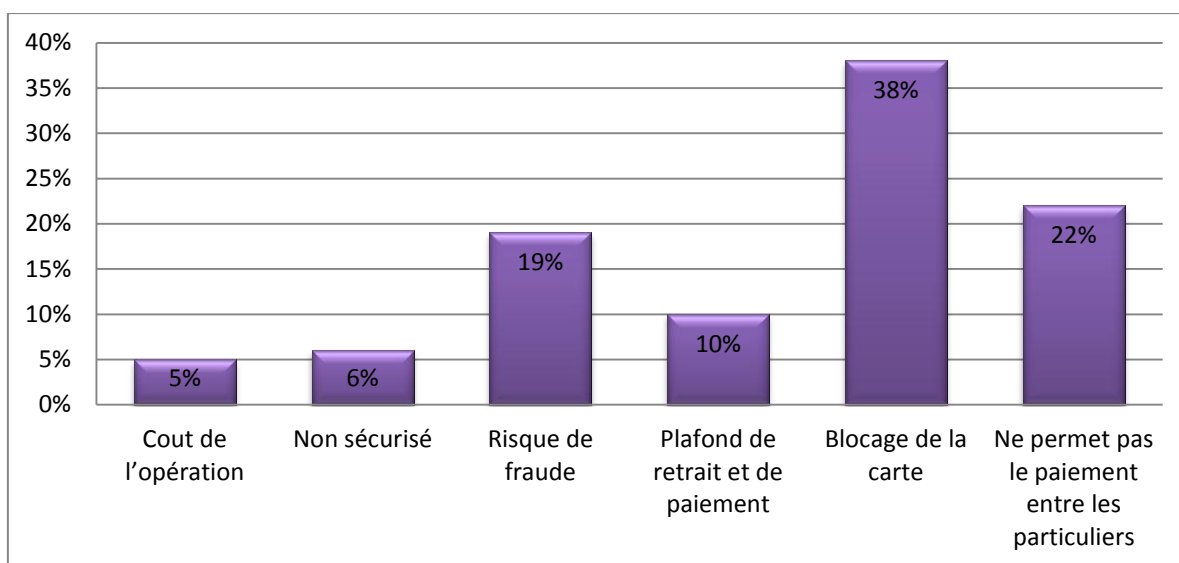
Source : Excel

Il y a plusieurs avantages de l'utilisation de la carte VISA: Réduire l'obligation de changer de la monnaie lors des déplacements, Inclure l'assurance dans l'offre, gagner du temps.

Question 09 : Quel sont les inconvénients de la carte VISA?**Tableau N°21:Les inconvénients de l'utilisation de la carte VISA.**

		fréquence	pourcentage
valide	Cout de l'opération	4	5%
	Non sécurisé	5	6%
	Risque de fraude	15	19%
	Plafond de retrait et de paiement	8	10%
	Blocage de la carte	30	38%
	Ne permet pas le paiement entre les particuliers	18	22%
	Total	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°16: Les inconvénients de l'utilisation de la carte VISA.

Source : Excel

Selon le tableau ci-dessus la plus grande partie des clients d'AGB estime que le blocage de la carte est le principal inconvénient car les banque définissent un nombre mensuel de retraits et de paiements par carte bancaire au-delà duquel la carte se bloque automatiquement suivi par qu' elle ne permet pas le paiement entre les particuliers.

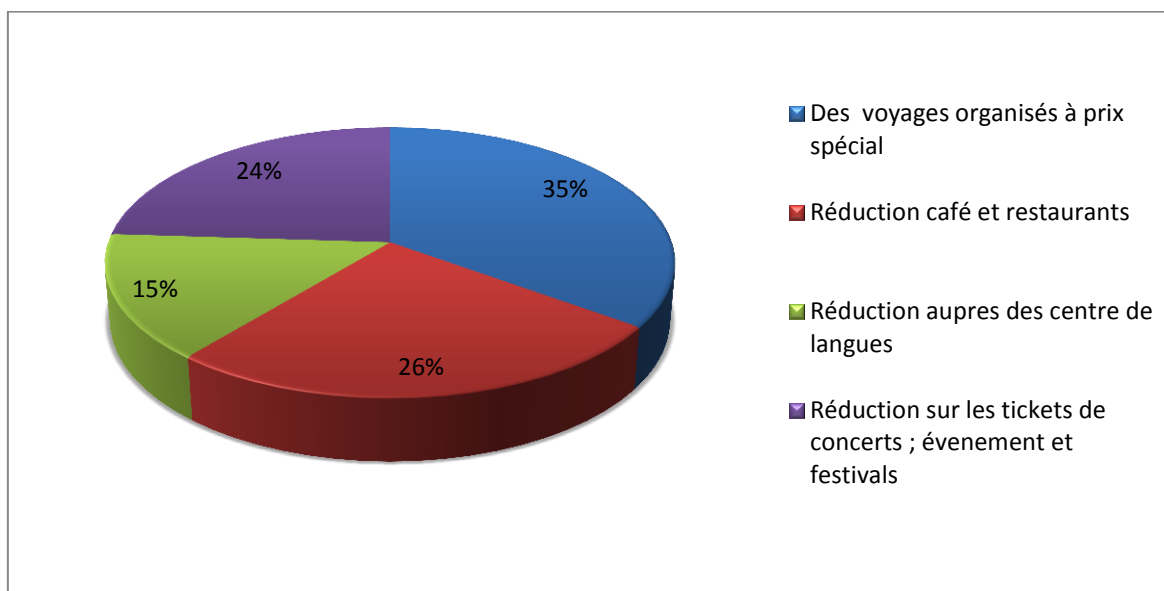
Question 10: Quels sont les avantages supplémentaire que vous désirez avoir avec votre carte VISA?

Tableau N°22:Les avantages supplémentaires de la carte VISA.

	fréquence	pourcentage
Des voyages organisés à prix spécial	70	35%
Réduction café et restaurants	52	26%
Réduction aupres des centre de langues	30	15%
Réduction sur les tickets de concerts ; événement et festivals	47	24%
Total	199	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°17 : les avantages supplémentaires de la carte VISA



Source : Excel

Comme les clients d'AGB utilisent leurs cartes VISA lors des voyages alors d'après le tableau ci-dessus on constate que 35% des clients porteurs de carte VISA aimeraient avoir des voyages organisés à prix spécial comme avantage supplémentaire et 26% d'entre eux préfèrent des réductions sur café et restaurants.

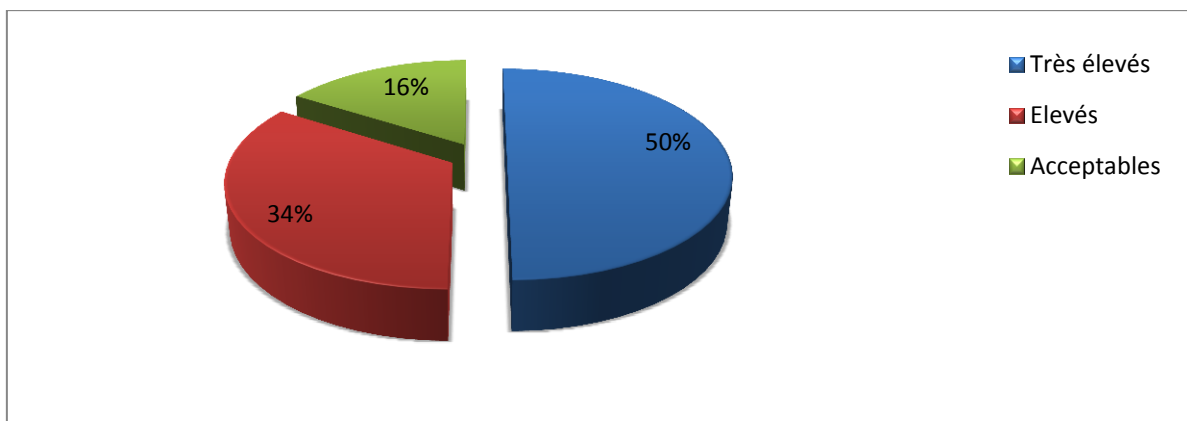
Question 11 : Que pensez-vous des frais et commissions bancaires ?

Tableau N°23:Les frais et les commissions de la banque AGB.

		fréquence	pourcentage
valide	Très élevés	40	50%
	Elevés	27	34%
	Acceptables	13	16%
	Total	80	100%

Source : élaborer par nos soins

Figure N°18: Les frais et les commissions de la banque AGB.



Source : Excel

le tableau ci-dessus ressort que les frais et commissions bancaires sont considérés comme très élevés pour une bonne partie des clients 50%, 34% les estiment élevé tandis que 16% seulement les jugent acceptables.

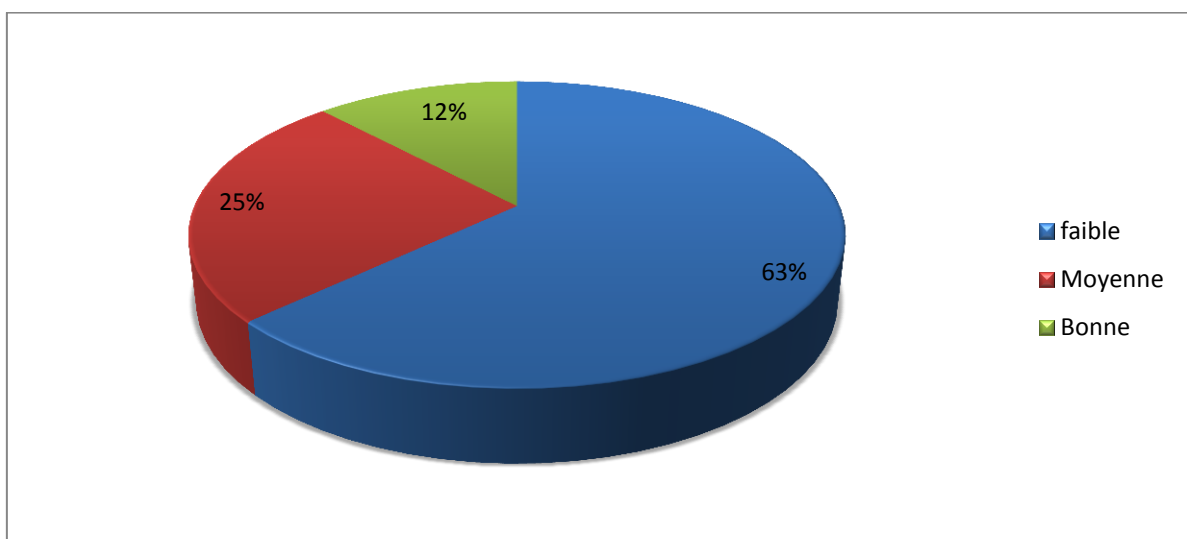
Question 12 : Quel est le niveau de satisfaction global vis-à-vis l'utilisation des cartes VISA ?

Tableau N°24: Le niveau de satisfaction global.

		fréquence	pourcentage
valide	faible	50	63%
	Moyenne	20	25%
	Bonne	10	12%
	Total	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figur N°19: Le niveau de satisfaction global.



Source : Excel

Les chiffres relatifs à la satisfaction globale liée à l'utilisation des cartes VISA montrent que 63% des utilisateurs de cartes VISA ne sont pas satisfaits ; 25% sont moyennement satisfaits et 12% sont satisfaits. Des efforts restent donc à faire quant à la qualité des services associés aux cartes bancaires internationales VISA et la prise en compte des attentes des utilisateurs.

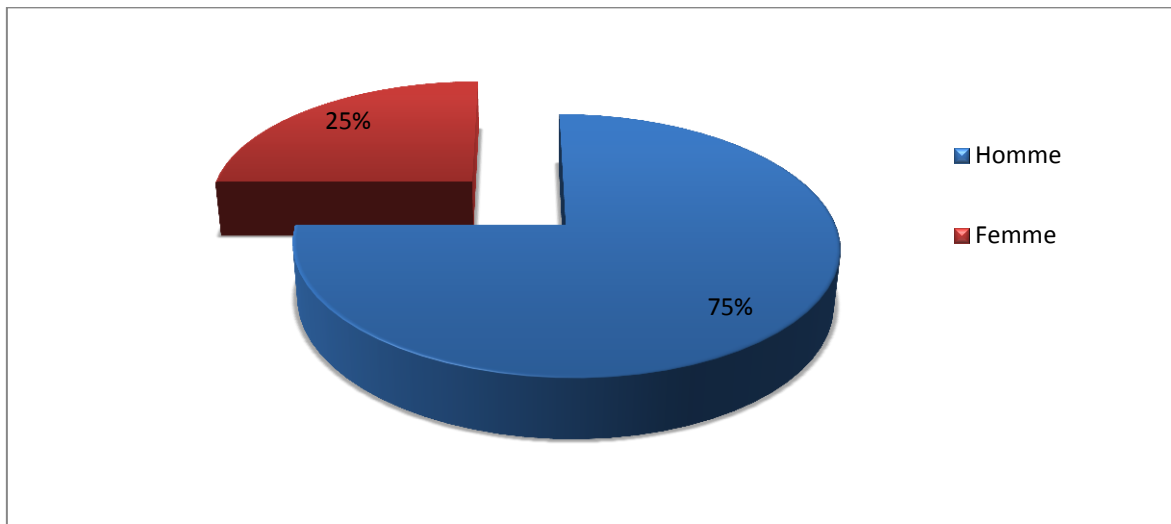
Question 13 :êtes-vous ?

Tableau N°25: répartition des personnes interrogées par sexe

		effectif	pourcentage
valide	Homme	60	75%
	Femme	20	25%
	Total	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°20 :répartition des personnes interrogées par sexe



Source : Excel

Sur la base du tableau et la figure cités ci-dessus nous pouvons constater que le nombre de 60 hommes interrogés d'un pourcentage de 75% par rapport à l'ensemble d'effectif est un peu grand que celui de 20 femmes d'un pourcentage de 25%.

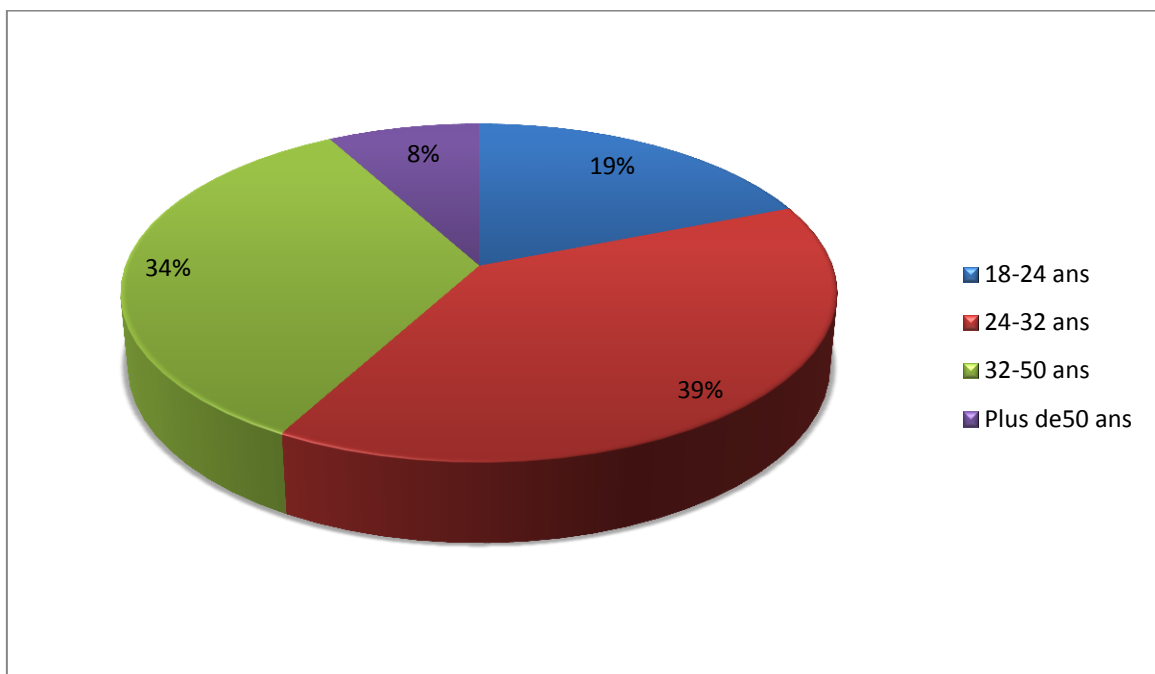
Question 14 : quel est votre âge ?

Tableau N°26 :répartition des personnes interrogées selon l'âge.

		effectif	pourcentage
valide	18-24 ans	15	19%
	24-32 ans	31	39%
	32-50 ans	27	34%
	Plus de50 ans	7	8%
	total	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°21 :répartition des personnes interrogées selon l'âge.



Source : Excel

Les personnes âgées plus de 50 ans représentent la partie la plus faible des personnes interrogées avec un taux de 8% ceci s'explique d'une part par l'habitude d'utiliser les moyens de paiement classique d'autre part par une difficulté à utiliser les instruments de paiement électronique. Et le taux le plus élevés est la tranche d'âge entre 24 à 32 ans suivie de la tranche d'âge entre 32 à 50 ans.

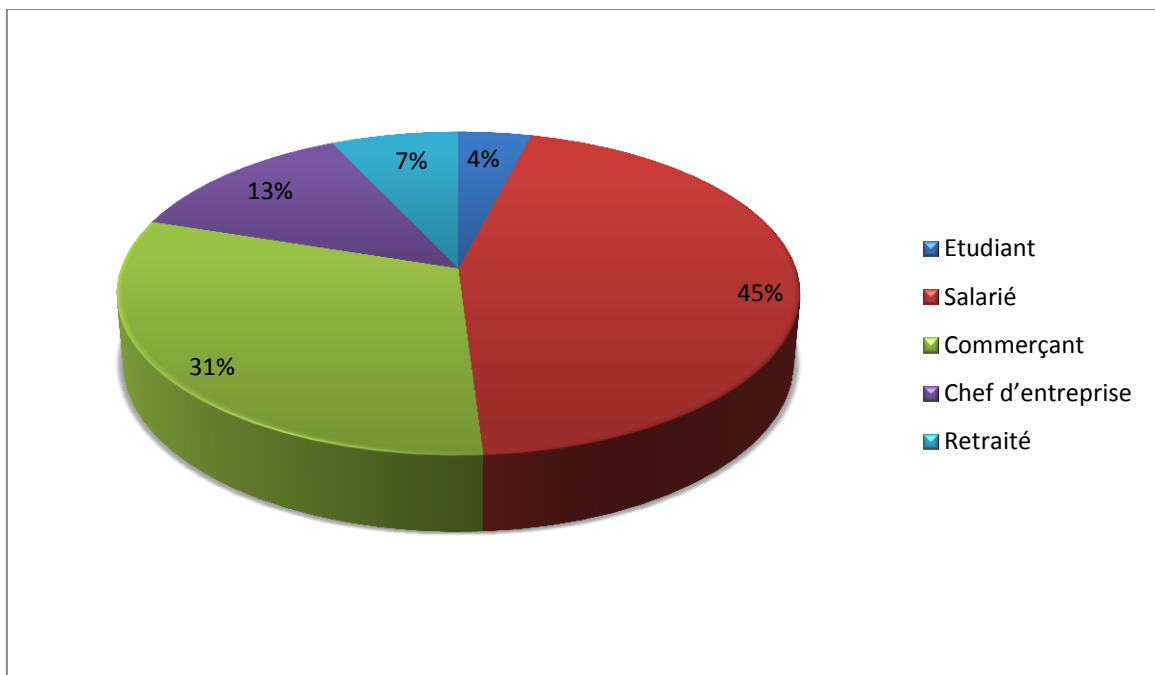
Question15 : quel est votre situation actuelle ?

Tableau N°27 : Répartition des personnes interrogées socio professionnelle

		effectifs	pourcentage
valide	Étudiant	3	4%
	Salarié	36	45%
	Commerçant	25	31%
	Chef d'entreprise	10	13%
	Retraité	6	7%
	Total	80	100%

Source : Elaboré par nos soins

Figure N°22 :Répartition des personés interrogées par catégorie socio professionnelle



Source : Excel

Suivant la répartition illustrée dans la figure ci-dessus, nous notons que les salariés représentent un taux de 45%, suivis par les commerçants avec un taux de 31%, les chefs d'entreprise avec un pourcentage de 13%, alors que les étudiants ; et les retraités représentent des taux faible.

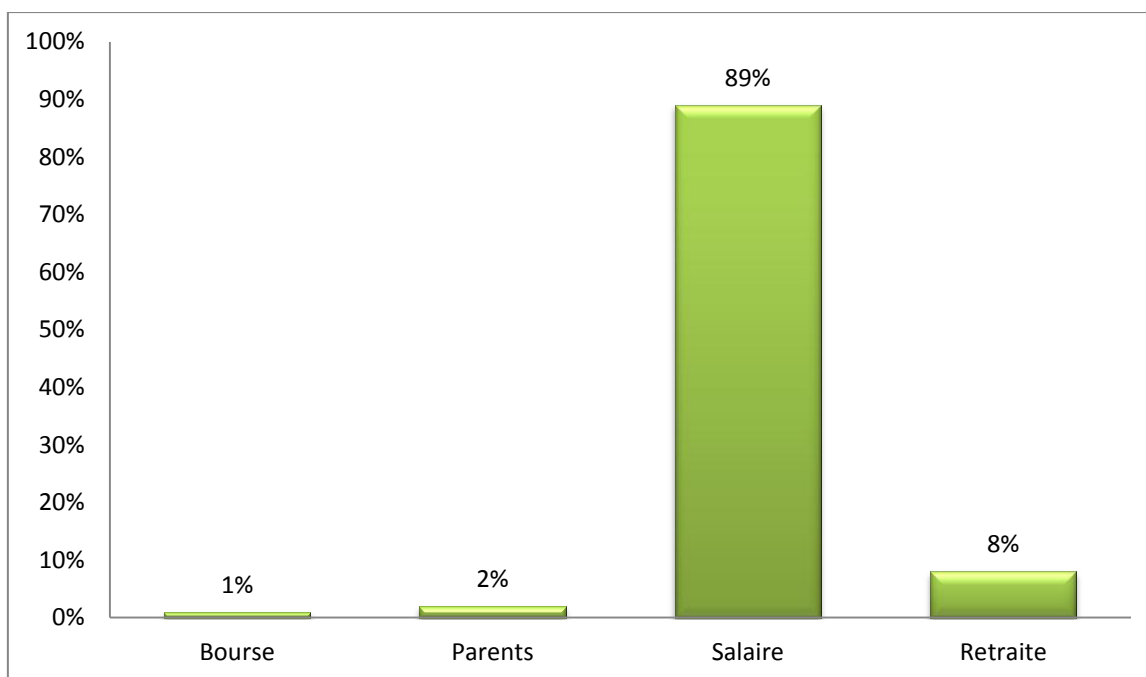
Question 16 : quelle est votre source de revenu ?

Tableau N°28 : Répartition des personnes interrogées selon leur source de revenu

		effectifs	pourcentage
valide	Bourse	1	1%
	Parents	2	2%
	Salaire	71	89%
	Retraite	6	8%
	Total	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°23 : Répartition de personnes interrogées selon leur source de revenu



Source : Excel

Nous avons constaté auparavant que la plupart des clients interrogés sont des salariés et des commerçants ceci explique le taux élevé des salaires suivi des retraites car il y a une minorité des clients interrogés retraité.

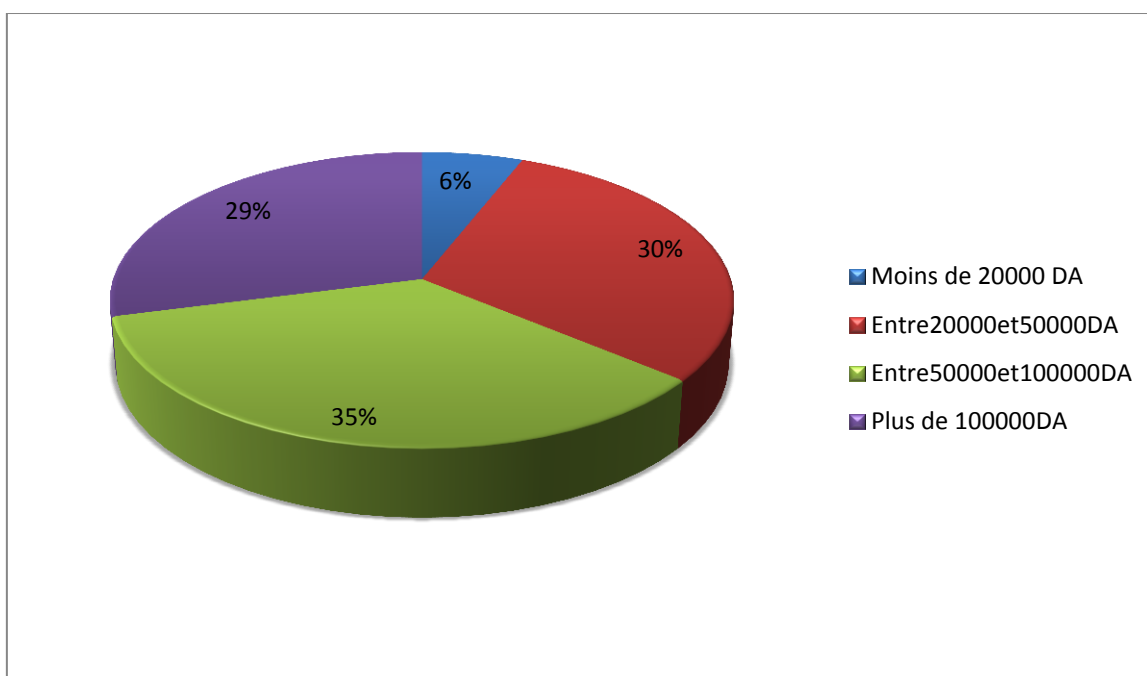
Question 17 : à quelle tranche appartient votre revenu mensuel ?

Tableau N°29 : Répartition des personnes interrogées selon leur revenu mensuel

		effectifs	pourcentage
valide	Moins de 20000 DA	5	6%
	Entre20000et50000DA	24	30%
	Entre50000et100000DA	28	35%
	Plus de 100000DA	23	29%
	TOTAL	80	100%

Source : élaboré par nos soins

Figure N°24 :Répartition des personnes interrogées selon leurs revenus mensuels



Source : Excel

Nous observons que 35 % des clients interrogés ont un revenu entre 50 000 DA et 100 000 DA et 29% ont un revenu plus de 100 000 DA.

-l'anayse à tri croisé

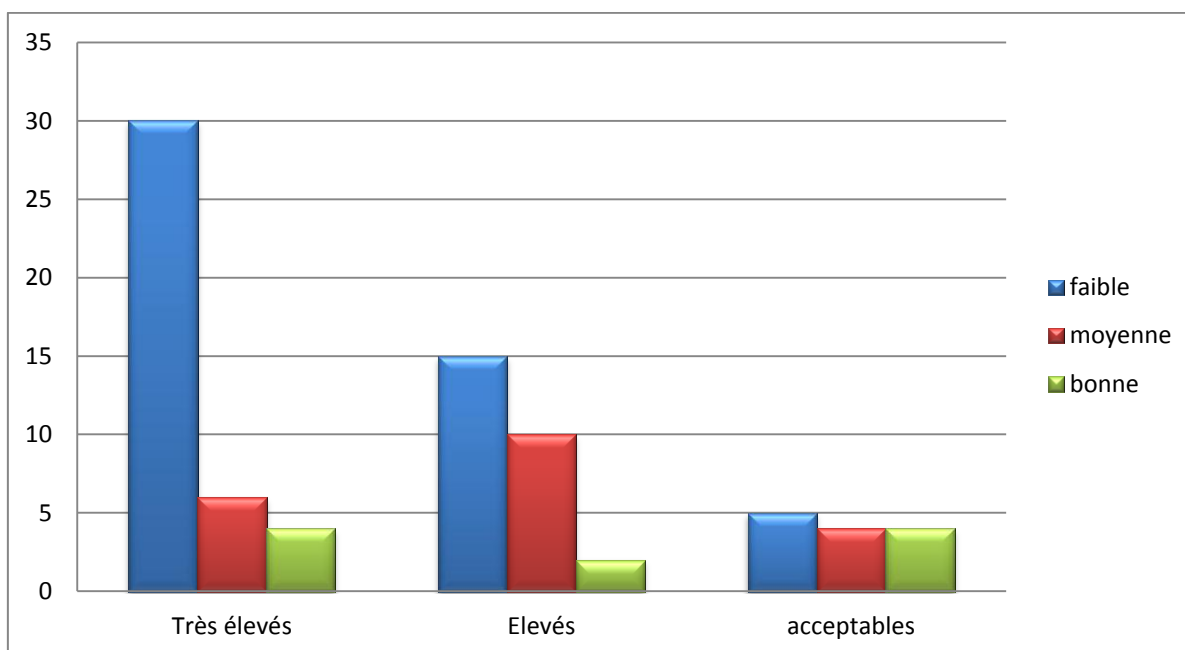
- Le degré de satisfaction des clients selon les frais et la commission de la banque :

Tableau N°30:Tableau croisé des frais et des commissions bancaires de la carte VISA et Le niveau de la satisfaction globale de la carte VISA.

		Le niveau de la satisfaction globale de la carte VISA			Total
		faible	moyenne	bonne	
Les frais et les commissions bancaires de la carte VISA	Très élevés	30	6	4	40
	Élevés	15	10	2	27
	acceptables	5	4	4	13
Total		50	20	10	80

Source : élaboré par nos soins

Figure N°25:graphe croisée des frais et des commissions bancaires de la carte VISA et Le niveau de la satisfaction globale de la carte VISA.



Source : Excel

Nous observons que les clients d'AGB se montrent évidemment faiblement satisfaits quand les frais et commissions bancaires sont très élevée .

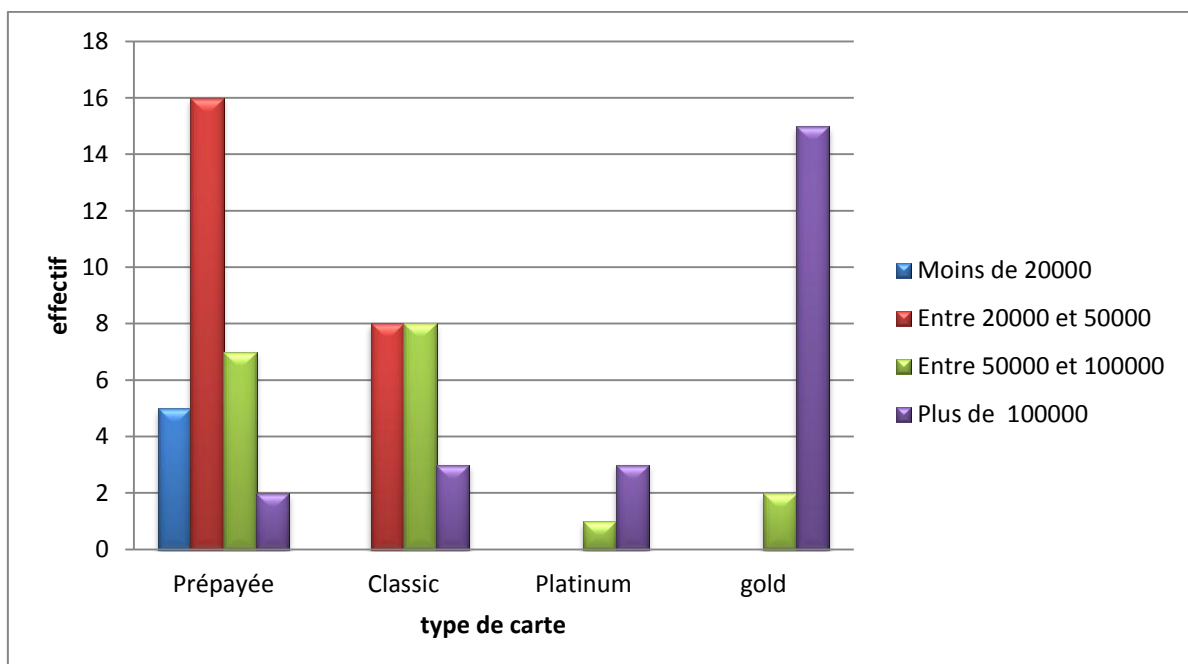
- Répartition des revenus selon les types de carte VISA :

Tableau N°31: Tableau croisé types de cartes VISA selon le revenu mensuel des clients.

		Revenu mensuel			
		Moins de 20000	Entre 20000 et 50000	Entre 50000 et 100000	Plus de 100000
Types de cartes VISA	Prépayée	5	16	7	2
	Classic	0	8	8	3
	Platinum	0	0	1	3
	gold	0	0	2	15
Total		5	24	28	23

Source : élaboré par nos soins

Figure N°26: répartition des revenus selon les types de carte VISA



Source : Excel

Il y a une corrélation entre le revenu mensuel et le choix de type de carte car plus la carte est de haute de gamme donc le prix de la carte est élevée (frais et commissions bancaires, le coût de l'opération) plus ça nécessite un revenu élevé on peut l'expliquer par

le taux important des revenus entre 20 000 et 50 000 DA possédant la carte Prépayée, et le taux important des revenus plus de 100 000 DA possédant la Gold et platinum .

Alors la délivrance des cartes de haute gamme est subordonnée à des conditions de revenus élevés et au paiement d'une cotisation annuelle.

2.2 Synthèse par rapport aux deux enquêtes

Nous allons, tout au long de cette dernière partie de notre mémoire parlé des différents résultats et synthèses de nos enquêtes, vers la fin, nous aborderons la corrélation entre l'évolution des carte VISA AGB qui est synthétisée par l'analyse de la documentation interne, et l'avis du client par rapport au paiement électronique par les cartes VISA AGB en se référant aux résultats du questionnaire.

Enfin, on clôture le mémoire par les suggestions et recommandations qu'on espèrera utiles et bénéfiques pour l'entreprise et pour son développement sur le marché national.

Sur les 120 personnes que nous avons interrogées, nous avons 80 qui possèdent une carte VISA AGB dont :

- 75% sont de sexe masculin ;
- 39% sont âgées entre 24 et 32 ans ;
- 45% sont des salariés.

Les détenteurs des cartes bancaires international VISA sont essentiellement composés de salariés, commerçants , chefs d'entreprises, de cadres de sociétés et d'hommes d'affaires dont le salaire dépasse un certain montant.

- 89% des porteurs de cartes leurs source de revenu est salaire, 35% d'entre eux leurs salaire mensuel est entre 50 000 et 100 000 DA ;
- 61% des porteurs des cartes VISA AGB ont la prépayée , ce pourcentage important est expliqué par le cout bas , le taux acceptable des frais et des commissions bancaires ;
- 45% des porteurs de la carte bancaire international VISA sont influencés par le cout bas et 26% par le plafond de retrait et de paiement.

La souscription à une carte bancaire n'est pas sans limite. Le plafond de retrait et de paiement permet de limiter son utilisation à un certain montant pour le paiement et pour

les retraits. Mais encore, c'est également un moyen d'aider le client à mieux gérer son compte et son argent, puisque cela évite de le mettre dans une situation gênante, comme par exemple le découvert bancaire. Il faut savoir que le plafond de carte bancaire varie en fonction des établissements, de la carte bancaire choisie et peut être personnalisé par le client si cela est nécessaire.

- 47% des porteurs des cartes VISA AGB, l'utilisent une fois par mois qui reste un pourcentage très faible, plusieurs cartes ont expiré sans jamais être utilisées.

La diffusion de la carte VISA en Algérie nécessite d'assurer certains facteurs relatifs à l'amélioration des politiques d'investissement dans les équipements et dans la commercialisation de manière à mettre en exergue les avantages du paiement électronique. En Algérie, les consommateurs utilisent de plus en plus leurs cartes à puce.

- 30% des clients utilisent leur carte VISA AGB pour retirer de l'argent des DAB .

En dépit de plusieurs réformes introduites au niveau des banques publiques et privées dans le domaine du paiement électronique, plusieurs consommateurs demeurent réticents et préfèrent faire confiance aux moyens classiques, Il semble clair que pour des raisons d'ordre culturel, les Algériens hésitent à faire confiance au paiement électronique, pourtant il s'agit là d'un moyen bien plus sécurisé et rapide.

- 25% des porteurs de carte VISA AGB utilisent leur carte pour faire des réservations d'hôtel parce que les algériens ne font pas confiance au paiement électronique ce qui assure les 10% d'utilisation de la carte VISA pour les achats sur internet ;
- 20% des porteurs de carte VISA AGB utilisent leur carte pour régler des achats à raison de manque de TPE car le paiement électronique est nouveau en algérie;
- 15% des porteurs de cartes VISA AGB utilisent leur carte pour la location de voiture ce comportement est expliqué par la disponibilité des moyens de transport à l'étranger qui engendre moins de frais par rapport à la location de voiture;
- 10% des porteurs de carte VISA AGB utilisent leur carte pour faire des achats sur internet , ce nouveau mode de consommation reste très faible en algérie car les consommateurs algériens préfèrent les anciens moyens d'achat, donc l'utilisation de la carte bancaire en algérie est en phase d'exploitation et d'expansion ;

- 60% des clients utilisent leur cartes VISA AGB en France , suivi de l'Espagne avec un pourcentage 19% et la Turquie avec un pourcentage 13%.

Pour des raisons culturelles, linguistiques, historiques et géographiques, la France est le top destination des algériens qui explique les 40% de l'utilisation de la carte VISA AGB dans ce pays. Ainsi que pour l'Espagne et la Turquie sont devenus les nouveaux pays de commerce et de tourisme

- Les clients d'AGB porteurs de carte VISA estiment qu'elle possède trois principaux avantages :
 - 25% considèrent que cette dernière permet de fluidifier les transactions lors des déplacements ;
 - 23% des détenteurs pensent qu'elle est favorable par l'inclusion des assurances de voyage. Tandis que seulement 20% pour gagner du temps.
- 38% des porteurs des cartes VISA considèrent que le blocage de la carte et le principal inconvénient, suivie par le fait qu'elle ne permet pas le paiement entre les particulier et le risque de fraude avec un pourcentage de(22% et 19%) respectivement ;
- 35% des détenteur de carte VISA trouvent que l'offre des voyages organisés à prix spéciale est l'avantage supplémentaire qui encourage les client à utiliser ce nouveau moyen de paiement ;
- 50% des porteurs de carte VISA estiment que les prix des cartes VISA sont très élevé et seulement 34% parmi les personne interrogées consider que les frais sont élevé.

De plus en plus de commerçants se plaignent du niveau des commissions exigées par leurs banques pour les paiements par cartes bancaires.

- 63%des porteurs des cartes VISA sont faiblement satisfaits du niveau de service, suivi de 25% qui sont moyennement satisfaits.

Dans un environnement aussi concurrentiel, les banques essaient avant de recruter de nouveaux clients, de maintenir d'abord les consommateurs actuels. Cela consiste à verrouiller les clients en répondant à leurs attentes.

- 37.5% des porteurs des cartes VISA qui ne sont pas satisfaits des services des cartes VISA estiment que les frais et les commissions bancaires sont très élevés.

Le prix de la carte est un élément indispensable dans la satisfaction de ce nouveau moyen de paiement car ils découragent beaucoup de personnes à l'utiliser et à rester fidèles aux anciens moyens qui coûtent moins chers.

- La fréquence d'utilisation de la cartes VISA dans le commerce électronique :
 - 55% des clients d'AGB n'utilisent jamais leurs cartes VISA pour acheter sur internet ;
 - tandis que 22% l'utilisent moins de deux fois par mois, ce nouveau mode de consommation reste très faible en Algérie car les consommateurs algériens préfèrent les anciens moyens d'achat. L'utilisation de la carte bancaire en Algérie est en phase d'exploitation et d'expansion.
- Le choix de type de la carte VISA dépend de revenu mensuel :
 - La majorité des porteurs qui ont un revenu moins de 20 000DA optent pour la Prépayée ;
 - 67% des détenteurs qui ont un revenu entre 20 000 et 50 000 DA choisissent la prépayée ;
 - 53.5% des clients qui ont un revenu entre 50 000 et 100 000 DA optent pour la prépayée et classic ;
 - 65% des utilisateurs de carte VISA qui ont un salaire qui dépasse 100 000 DA choisissent la Gold.

Plus la carte bancaire est de haute gamme plus son prix est élevé et donc nécessite un revenu mensuel important.

Nous allons citer quelques recommandations modestes pour les acteurs déjà cités au-dessus afin qu'on puisse laisser une touche personnelle entrant dans l'amélioration du système du commerce électronique et du paiement électronique en Algérie.

Conclusion du chapitre

Ce chapitre nous a permis de bien comprendre l'organisation générale de la direction de la monétique de la Gulf Bank Algeria.

Dans le cadre portant sur la modernisation et le développement des moyens de paiement les autorités financières ont introduit la carte bancaire dans le marché algérien pour accélérer la généralisation de la carte de paiement et de retrait.

D'après l'analyse que nous avons rédigée, nous pouvons conclure que La monétique doit mettre en place de tout un dispositif : carte de retrait et de paiement pour permettre de régler de façon rapide et simple toutes les transactions, installations des TPE chez les acceptants (fournisseurs divers : magasins, superettes, restaurants, pharmacies) et garanties de paiement pour le commerçant (l'acceptant). Ce mode de paiement présente l'avantage d'être disponible 7j/7, 24h/24 toute l'année y compris les jours fériés. Malgré les réformes introduites, notre système bancaire dans sa globalité reste inadapté, inefficace, ne suit pas les nouvelles orientations basées sur l'esprit de la modernisation, la concurrence et l'ouverture.

Conclusion générale

L'accélération des mouvements de capitaux et de la globalisation financière, conséquences des innovations technologiques, particulièrement les technologies de l'information et de télécommunication (TIC), nécessite des systèmes de paiement et de règlement modernes et efficaces pour sécuriser et développer les flux financiers entre.

C'est dans ce contexte que la modernisation et le développement des systèmes et moyen de paiement ont été lancés en Algérie.

Le paiement par carte bancaire est un moyen particulier, par son fonctionnement, son organisation et ses mécanismes sous-jacents. En effet, cet instrument, entièrement informatisé, utilise la monnaie électronique pour stocker et transporter des transactions de manière facile et très rapide. Ce système offre ainsi exactement l'efficacité recherchée en tant qu'instrument de paiement pour garantir la stabilité et la liquidité de l'économie.

Dans ce contexte, nous avons tenté de répondre à la problématique suivante :

Quel est l'impact de l'utilisation des cartes bancaires internationales sur le développement de la monétique dans la Gulf Bank algeria (AGB) et quel sont les facteurs qui entravent au développement de ces cartes?

C'est pour cela qu'on a effectué un stage au niveau d'AGB pour examiner et élucider la question de l'utilisation des cartes bancaires internationales comme moyens de paiement au sein de cette banque. Cela nous a permis d'appréhender les avantages et les difficultés du système.

Dans ce présent travail, nous nous sommes particulièrement intéressés à l'étude de la mise en place du paiement électronique VISA internationale au sein d'AGB. En effet, notre objectif était de définir les facteurs déterminants de l'accès à l'utilisation des cartes bancaires comme moyens de paiement en Algérie et ce à travers l'étude de l'expérience de la banque AGB.

La réalisation de cet objectif nous a conduits à faire des recherches documentaires et une enquête sur le terrain. Ces démarches nous ont permis d'avoir des informations sur les habitudes d'utilisation des cartes bancaires internationales et le profil des utilisateurs. Nos principales conclusions sont exposées dans ce qui suit.

Résultats :

- Pour la VISA Acquéreur, la majorité des transactions se fait par l'utilisation des distributeurs automatiques des billets : les Algériens hésitent à faire confiance au paiement électronique, ils préfèrent retirer leurs argents en cash pour les dépenser ;
- la délivrance des cartes de haute gamme est subordonnée à des conditions de revenus élevés et au paiement d'une cotisation annuelle ;
- 55% des clients interrogées porteurs de carte VISA AGB n'utilisent pas leur carte pour faire des achats sur internet ;
- Parmi les 80 personnes qui possèdent la carte VISA AGB, 13% sont moyennement satisfaits lorsque les commissions bancaires sont élevées ;
- La délivrance des cartes VISA de haute gamme est liée à des conditions de revenu élevé ;
- Les clients porteurs des cartes VISA AGB déclarent que les facteurs qui handicapent le paiement électronique sont liés aux inconvénients de la carte bancaire internationale à savoir : le blocage de la carte, l'absence de paiement entre particuliers et le risque de fraude.

Sur le plan méthodologique, ces résultats auxquels nous sommes arrivés nous ont permis d'aboutir aux conclusions suivantes :

- **Infirmation de l'hypothèse 01 :** l'hypothèse H1 suppose que le paiement électronique en Algérie est très utilisé. selon les enquêtes effectuées (les résultats de la question N° 06, la quasi-totalité des clients d'AGB n'utilisent pas leurs cartes VISA pour faire des achats sur internet. On peut l'expliquer cela par la situation de paiement électronique en Algérie qui est encore à un stade primaire et peu fréquent chez les algériens.
- **Confirmation de l'hypothèse 02 :** L'hypothèse H2 suppose que l'adhésion à l'usage et le choix des cartes bancaires VISA dépend du revenu du client. D'après les questions N°2 et N°17 du questionnaire et le Tableau croisé Types de cartes VISA selon les revenus mensuels des clients (tableau N°31), il s'avère que l'adhésion à l'usage et le choix des cartes bancaires VISA dépend du revenu du client : plus le revenu du client est élevé plus il optera pour des carte VISA a haute gamme.
- **Confirmation de l'hypothèse 03 :** L'hypothèse H3 suppose que le taux élevé des frais et commissions bancaires constitue un frein à l'utilisation massive des cartes

bancaires. D'après les questions n°11 et n°12 et le tableau croisé des frais et des commissions bancaires de la carte VISA et le niveau de la satisfaction globale des clients d'AGB (Tableau N°30), 50% des utilisateurs de cartes bancaires trouvent les frais et les commissions bancaires très élevés, 34% les trouvent élevés. En conséquence, on a trouvé qu'il y a une relation inverse entre les frais et la satisfaction.

Recommandations

L'utilisation des cartes bancaires VISA international comme moyen de paiement n'est pas encore bien développée en Algérie ; Il y a environ dix ans que ce système a été introduit sur le marché national.

Pour combler aux faiblesses, liées à l'utilisation de ce type de cartes, que nous avons pu constater, nous développons les suggestions suivantes :

- Assurer par les banques d'une bonne commercialisation des cartes bancaires internationales par l'application de tous les éléments de mix marketing pour vulgariser ces cartes ;
- Assurer la fiabilité et la sécurité des paiements en ligne indépendamment de la méthode de paiement, et protéger la vie privée et les données des consommateurs .
- Informer et former les clients sur l'utilisation des cartes bancaires VISA et des services associés ;
- Développer les paiements par cartes bancaires en encourageant les commerçants et entreprises à se connecter via les TPE
- Encourager les commerçants et entreprises à s'impliquer davantage dans le commerce électronique et cela par la mise en place de règles claires favorisant la confiance et facilitant les opérations.

Limites de la recherche

Durant notre étude, on a pu croiser certaines difficultés. Il ne s'agit pas, à travers ce point, de remettre en cause notre travail de recherche mais de compléter notre réflexion par rapport aux résultats que nous avons obtenus.

Pour cela, nous avons jugé nécessaire de parler des limites et difficultés rencontrées durant notre étude aussi bien quantitative que qualitative :

- Une enquête par questionnaire n'est pas toujours significative, car il y a toujours ceux qui répondent au hasard et ceux qui ne disent pas forcément ce qu'ils pensent.
- Manques de la documentation interne et externe parce que c'est un thème d'actualité et de surcroît récent en Algérie ;
- Plusieurs données importantes pour notre étude étaient classées confidentielles, ce qui nous a empêché de les avoir et donc de les exploiter pour raffiner notre recherche.
- Ainsi, tout au long de notre stage, nous avons remarqué un manque en matière de base statistique au sein de la banque AGB, ce qui rend la recherche de plus en plus difficile.

Perspective de recherche :

A la lumière de ces difficultés, nous tenons à signaler que le thème que nous avons traité est un domaine très vaste et récent en Algérie, en évolution permanente. De ce fait, il nécessite beaucoup de temps pour pouvoir aborder et traiter tous ses aspects et en tirer des conclusions pertinentes. À l'égard du temps qui nous a été imparti, nous avons tenté dans notre recherche de cerner le maximum de points majeurs relatifs à ce thème.

Il convient, par ailleurs, de dire que notre présent travail reste notre première expérience en matière de recherche, un travail qui nous a permis d'approfondir nos connaissances théoriques et de découvrir les difficultés de la recherche scientifique.

Il serait intéressant dans un travail ultérieur, de réfléchir sur les stratégies de promotion de la vente des cartes bancaires.

Bibliographie

1. Ouvrages

- ANNE, (Marie) et JEAN (PIERRE) : Méthodes Statistique Appliquées A La Gestion, édition Organisation, paris, 1979, p86.
- BOULAN (Henri) : Le questionnaire d'enquête, édition Dunod, Paris, 2015.
- BERNET-ROLLANDE L : « Principes de technique bancaire », Edition DUNOD, Paris, 2001.
- CHEHRIT K : « Techniques et pratiques bancaires financières et boursières », Edition G.A.L, Alger, 2003.
- CHABANI, OUACHERINE : « guide de méthodologie de la recherche en science sociales », édition 1, TALEB Impression, 2013.
- DOMINIQUE, Ramburre : « Les systèmes de paiement » Edition Economica, 2005.
- DEKEUWER, (François) : « Droit bancaire », édition Dalloz, Lille, 2016.
- Delpech (X.) : « effet de commerce : identité de nom entre souscripteur et bénéficiaire », Recueil Dalloz, n° 33, 29 septembre 2011, Actualité/droit des affaires, p. 2269 à propos de Com. - 13 septembre 2011.
- Isaac.H : « E-commerce : De la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle », 1ère édition : Pearson Education, Paris, 2008.
- Jean-Christophe Vilatte, méthodologie de l'enquête par questionnaire, 2007, p.09
- NAMMOUR, (Fady) : « instruments de paiement et de crédit », édition Bruylant, 2009.
- PIEDELIEVRE S : « Instruments de crédit et de paiement », Edition DALLOZ, Paris, 2010.
- SADEG Abdelkrim « Réglementation de l'activité bancaire » Tome 2, Ed. A.C.A, 2005.

2. Revues et périodiques :

- E-paiement-sur-internet-en-Algérie-enfin,-la-délivrance
- REVUE NOUVELLE ECONOMIE N°:16 –vol 01-2017
- Benchabla, Responsable de la Monétique au niveau du SATIM, PME magazine, n° 13.
- Revue d'Economie et de Statistique Appliquée Numéro 21 Juin 2014 ISSN : 1112-234X.

3. Dictionnaires

- dictionnaire-économique-et-financier

4. articles et revues

- koiider SENOUCI, abdellatif KERZABI « Les nouveaux systèmes de paiement et la gouvernance bancaire », l'entreprise N° 4 2015.
- Khadidja(NASSILI)etHaoues(SALAH)« PAIEMENT ELECTRONIQUE : MECANISMES ET CARACTERISTIQUES », Revue d'Économie et de Statistique Appliquée Numéro 21, Juin 2014 ISSN : 1112-234X.
- MERBOUHI, (S) et HADID, (N), « LE PAIEMENT ELECTRONIQUE EN ALGERIE : DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS », REVUE NOUVELLE ECONOMIE, N°:16 –vol 01-2017.

5. Travaux universitaires

- AOURACH, (N) et HALIM (S) : « la gestion des moyens de paiements au sein des banques algériennes », Master en sciences économique, université Abderrahmane Mira de Bejaia, 2013.
- BENZIANE Wassila et BERKATI Meriem : « les moyens de paiement et la monétique en Algérie » master en sciences économiques Université abderrahmane mira de Bejaia. Année 2015.

- BOUACHOR, (L) : « l'impact de la nouvelle solution de l'e-paiement sur la satisfaction du client », Master en sciences commerciales option management et entrepreneuriat, Ecole de hautes études commerciales d'Alger, 2017.
- Benoit (Boutry) : « le paiement en ligne », Thèse professionnelle MCI, Université Leonard De Vinci, Courbevoie, 2013.
- BOUBAKER, (Nobel El Houssine) : « Le paiement sur internet », master spécialisé en Commerce International et Technologie de l'Information, Institut National De Gestion, Sousse, 2002.
- BETROUNE Rassim et MEDJAHED Sonia : « Les freins au développement du commerce électronique Etude comparative entre l'Algérie et le Maroc », Bejaia, 2017.
- LAZREG Mohamed, « développement de la monétique en Algérie réalité et perspectives », thèse présentée pour l'obtention d'un diplôme de doctorat en science, Tlemcen, 2015.
- Nawet R, « taking a look at different type of e-commerce », Al-Azhhar University, le Caire, 2011, p100.
- NAIMA, (A) : Automatisation du secteur bancaire et sécurisation des transactions: de la monnaie fiduciaire à la monnaie électronique, thèse d'ingénieur en sciences commerciales, INSAG, 2010.

6. Rapports et documents administratifs :

- AGB, rapport d'activité, 2017, document interne.
- AGB, rapport annuelle, 2017, document interne.
- AGB, rapport d'activité, 2016, document interne.
- Banque National De Belgique, « Coûts, avantages et inconvénients des différents moyens de paiement », rapport 2005.
- Voir la loi 05.01 modifiée et complétée, relative à la prévention et la lutte contre le blanchiment d'argent.
- BRI «Glossaire CSPR des termes utilisés pour les systèmes de paiement et de règlement », Mars 2003.

- BRI, « Principes fondamentaux pour les systèmes de paiement d'importance systémique –rapport du groupe de travail sur les principes et pratiques applicables aux systèmes de paiement», Janvier 2001.
- Banque d'Algérie, « Chapitre VI : Modernisation de l'infrastructure du système bancaire ».

7. Sites web :

- www.giemonetique.dz
- www.satim-dz.com
- www.AGB.DZ
- https://fr.wikipedia.org/wiki/Syst%C3%A8me_de_paiement
- <https://epargne.ooreka.fr/comprendre/intermediaire-financier>
- <http://www.comprendrelespaiements.com/instruments-et-techniques-de-paiement-quelles-sont-les-differences/>
- <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199259-recouvrement-definition-traduction/>
- <http://www.cours-de-droit.net>
- <http://www.cambiste.info/sdmpage/monnaie/monn40.php>
- <https://www.journaldunet.com/>
- [Www. Linternaute.fr](http://www.Linternaute.fr)
- <https://www.lesclesdelabanque.com/web/Cdb/Particuliers/Content.nsf/DocumentsByIDWeb/6WEEM2?OpenDocument>
- <https://banque.ooreka.fr>
- www.slideplayer.fr
- www.fr.slideshare.net
- <http://www.nticweb.com/>
- <https://algeriepart.com/2018/01/23/internet-ne-se-developpe-faut-algerie/>
- <http://www.petite-entreprise.net/P-3097-85-G1-enquete-et-etude-de-marche-l-echantillonnage-parconvenance.html>

8. Autres documents :

- Banque d'Algérie, chapitre VI modernisation de l'infrastructure du système bancaire.
- Comité sur les systèmes de paiement et de règlement Principes fondamentaux pour les systèmes de paiement d'importance systémique
- Document interne de la SATIM
- Document interne de la GIE monétique

Annexes

Annexes

Annexe01 :distributeur automatique de banque



Annexe02 :terminaux de paiement électronique



Annexe03 :carte visa gold



Annexes

Annexe04 :cartes visa classic



Annexe05 :carte visa platinum



Annexe06 :carte visa prépayée



Annexe07 :carte MasterCard gold



Annexes

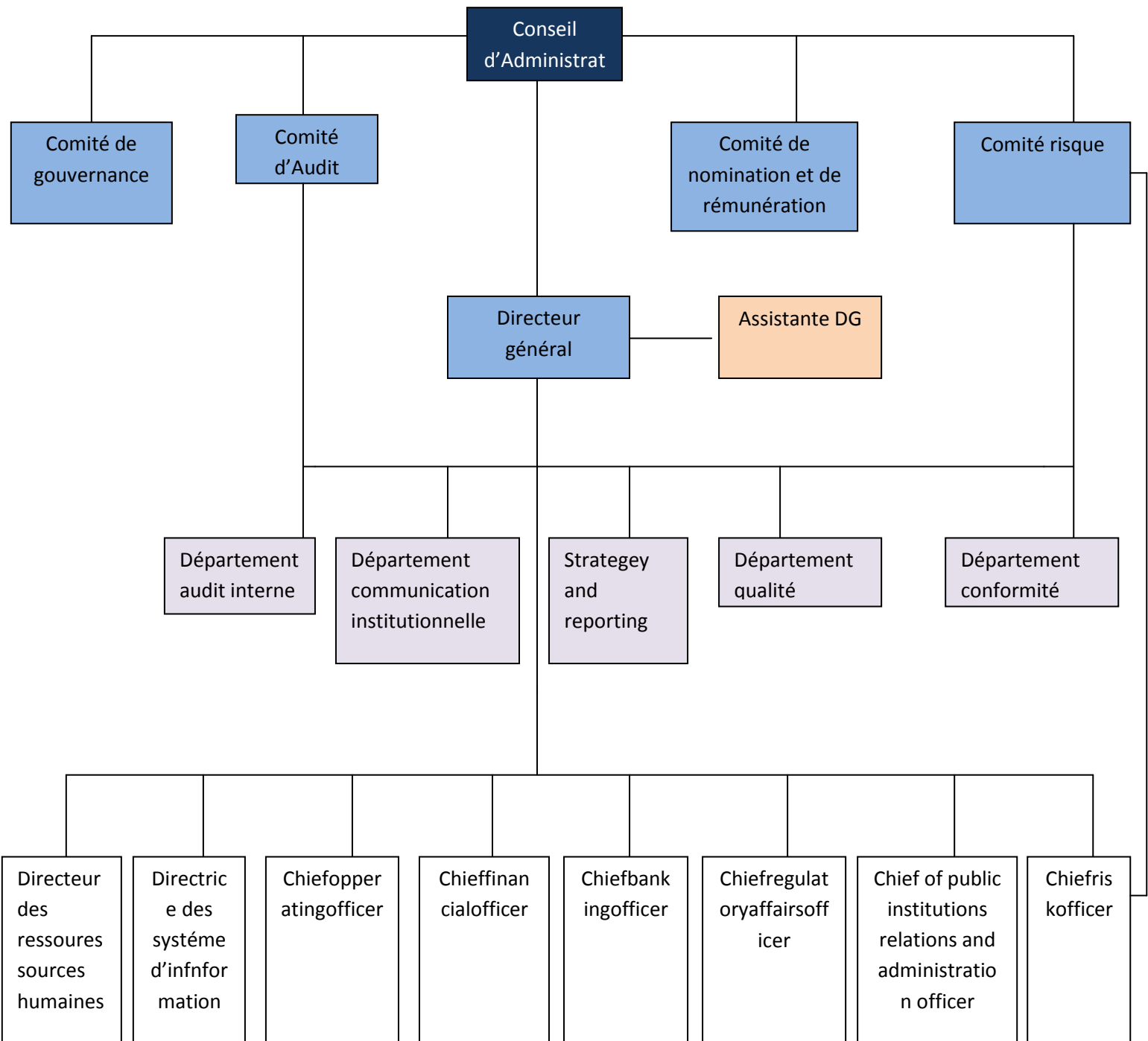
Annexe08 :carte MasterCard platinum



Annexe09 :carte MasterCard prépayée



Annexe 10 :organigramme général de la gulf bank algeria



Annexe 11 : questionnaire sur les cartes bancaire internationales VISA AGB

République algérienne démocratique et populaire

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

École supérieure de commerce



Questionnaire sur les cartes bancaires internationales VISA- AGB

Bonjour

Dans le cadre d'un mémoire de fin de cycle master et en tant que étudiante à l'Ecole Supérieur de Commerce ESC-KOLEA, option monnaie finance et banque, nous avons besoin de votre aide pour accomplir notre étude qui porte sur **la satisfaction, motivation ; désirs et freins** des clients par rapport aux offres des cartes bancaires internationales.

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce questionnaire.

Question01 : êtes-vous personnellement détenteur d'une carte VISA?

- Oui
- Non

Question02 : si oui, laquelle ?

- Prépayée
- Classique
- Platinum
- Gold

Question03 : quel est le critère le plus pertinent de choix de carte VISA?

- Coûts bas
- Facilité d'utilisation
- Désigne et forme attractive
- Plafonds de retrait et de paiement

Question04 : combien de fois utilisez-vous votre carte VISA?

- Une fois / semaine
- Plusieurs fois / semaine
- Une fois / mois
- Une fois / trimestre
- Une fois / par an

Question05 : quel(s) usage(s) faites-vous de votre carte VISA?

- Retirer de l'argent
- Régler des achats
- Achats sur internet
- Réservation d'hôtel
- Location de voiture

Question06 : combien de fois par mois utilisez-vous votre carte VISA pour faire des achats sur internet ?

- Jamais
- Entre 1 et fois
- Entre 2 et 4 fois
- Plus 4 fois
- Non défini

Question07 : dans quels pays utilisez-vous votre carte VISA?

- France
- Turquie
- Italie
- Espagne
- Arabie saoudite
- Autre

Question08: quel sont les avantages de la carte VISA?

- Faire des retraits en toute intimité
- Réduit l'obligation de changer de la monnaie lors des déplacements hors la zone euro
- Inclusion d'assurances dans l'offre
- Gagner le temps
- Régler les factures à distance
- Sécurité des transactions
- Remplacement rapide de la carte en cas de perte
- Évite de devoir circuler avec des espèces sur soi

Question09: quel est le principal inconvénient de la carte VISA?

- Le cout de l'opération
- Non sécurisé
- Risque de fraude
- Plafonds de paiement et de retrait
- Blocage de la carte
- Ne permet pas le paiement entre les particuliers

Question10: quels sont les avantages supplémentaire que vous désirez avoir avec votre carte VISA ?

- Voyages organisés à prix spécial
- Réduction café et restaurants
- Réduction auprès des centres de langues
- Réduction sur les tickets de concerts, événement et festivals

Question11 : que pensez-vous des frais et commissions bancaires ?

- Très élevés
- Élevés
- Acceptables

Question 12 : quelle est votre niveau de satisfaction globale vis-à-vis l'utilisation des cartes VISA ?

- Faible
- Moyenne
- Bonne

Question13 : êtes-vous ?

- Homme
- Femme

Question14 : quel est votre âge ?

- 18-24 ans
- 24-32 ans
- 32-50 ans
- Plus que 50 ans

Question15 : quel est votre situation actuelle ?

- Étudiant
- Salarié
- Commerçant
- Chef d'entreprise
- Retraité

Question16 : quelle est votre source de revenu ?

- Bourse
- Parents
- Salaire
- Retraite

Question17 : à quelle tranche appartient votre revenu mensuel ?

- Moins de 20000 DA
- Entre 20 000 et 50 000 DA
- Entre 50 000 et 10 0000 DA
- Plus de 10 0000 DA

Table Des Matières

Remerciements

Dédicaces

Sommaire.....I

Liste Des Figures.....II

Liste Des Tableaux.....III

Liste Des Annexes.....IV

Liste Des AbréviationsV

Résumé.....VII

Introduction Générale.....A-D

Chapitre 01 : Généralité Sur Le Système Et Les Moyens De Paiements.....01

Section01 :Le Système De Paiement.....03

1. généralité sur le système de paiement.....03
 - 1.1.définition d'un système de paiement.....03
 - 1.2.les éléments constituent le system de paiement.....03
2. la modernisation du système de paiement de paiement.....04
 - 2.1.les objectifs de modernisation du système de paiement.....05
3. l'efficience du système de paiement.....06
4. les composantes du système de paiement.....06
 - 4.1. Le système de règlement brut en temps réel de gros montant (RTGS).....06
 - 4.1.1 Définition du système RTGS.....06
 - 4.1.2 Les participants au système RTGS.....07
 - 4.1.3 Les objectifs du système RTGS.....08
 - 4.2 Le système de télé-compensation des paiements de masse (ATCI).....08
 - 4.2.1 Les objectifs du système ATCI.....08
 - 4.2.2 Les composantes de l'ATCI.....09
5. les modalités de paiement.....09
6. les circuits de paiement.....10

Table Des Matières

Section 02 : Les moyens de paiements.....	11
1. généralité sur les moyens de paiement.....	11
1.1.définition d'un moyen de paiement.....	11
1.2.typologie des moyens de paiement les plus utilisés en Algérie.....	11
1.2.1 Les instrument de paiement traditionnel.....	12
1.2.2 Les instrument de paiement moderne.....	14
1.3 Les avantages et les inconvénients des moyens de paiement.....	16
Section 03 : le paiement électronique et le commerce électronique.....	17
1. le paiement électronique.....	17
1.1.historique du paiement électronique.....	17
1.2.définition du paiement électronique.....	18
1.3.le paiement électronique en Algérie.....	18
1.4.modes de paiement électronique.....	19
2. le commerce électronique.....	20
2.1 Historique du commerce électronique.....	20
2.2 Définition du paiement électronique.....	20
2.3 Les types d'échange du commerce électronique.....	21
2.4 Sécurité du commerce électronique.....	22
2.5 Le commerce électronique en Algérie.....	23
2.5.1 L'intérêt du passage au commerce électronique pour l'économie algérienne.....	24
2.6 Dynamique du paiement électronique en Algérie.....	24
2.6.1 Les principales dispositions du projet de loi sur le commerce électronique.....	25
2.6.2 Le paiement sur internet en Algérie.....	26
2.6.3 L'impact de l'internet sur le paiement électronique.....	27
2.7 Les freins au développement du commerce électronique.....	28
3. l'utilité de la carte bancaire.....	29
Conclusion du chapitre.....	31

Table Des Matières

Chapitre 02 : l'environnement monétique en Algérie.....	31
Section01 : la monétique en Algérie.....	34
1. apparition et développement monétique en Algérie.....	34
1.1 situation de la monétique en Algérie.....	35
1.2 conditions de développement de la monétique en Algérie.....	35
2. présentation général de la monétique.....	36
2.1 définition de la monétique.....	36
2.2 les différents acteurs de la monétique.....	36
2.3 présentationdu domaine interbancaire.....	38
2.3.1 groupement d'intérêt économique de la monétique (GIE).....	38
2.3.2 société d'automatisationdes transactions interbancaires et de monétique (SATIM).....	39
2.3.3 le réseau monétique interbancaire (RMI).....	40
3. statistique sur l'activité monétique de la SATIM.....	41
3.1 les DAB/GAB.....	41
3.1.1 présentation des DAB.....	41
3.1.2 transaction DAB.....	41
3.1.3 utilisation DAB.....	42
3.1.4 mode opératoire client.....	42
3.1.5 déroulement d'une transaction de retrait sur DAB.....	42
3.2 Les TPE.....	43
3.2.1 Présentation des TPE.....	43
3.2.2 Moyens d'installation.....	43
3.2.3 Fonctionnement des TPE.....	43
3.2.4 Les différentes situations des TPE.....	43
3.2.5 Déroulement d'une transaction de paiement en environnement TPE.....	44
4. les forces et les faiblesses dela monétique.....	45

Table Des Matières

Section02 : présentation générale de la carte bancaire en Algérie.....	47
1. présentation générale de la carte interbancaire CIB.....	47
1.1 définition de la carte interbancaire CIB.....	47
1.2 fonctionnement de la carte interbancaire.....	47
1.3 le traitement des demandes d'opérations sur carte CIB.....	48
1.3.1 activation des cartes CIB.....	48
1.3.2 annulation des cartes CIB.....	48
1.3.3 réédition du code PIN CIB.....	49
1.3.4 génération/réédition code E-Commerce.....	49
1.3.5 renouvellement de cartes CIB.....	49
2. présentation générale de la carte bancaire internationale.....	50
2.1 la gamme des cartes VISA AGB.....	50
2.1.1 types de carte VISA.....	51
2.2 la gamme des cartes MasterCard AGB.....	52
2.2.1 types de cartes MasterCard.....	52
3. octroi et activation de cartes bancaires internationales.....	53
3.1 traitement de la demande de carte.....	53
3.2 personnalisation et délivrance de la carte.....	54
3.3 activation de la carte.....	55
4. traitement des demandes d'opérations sur carte.....	56
4.1 demande de rechargement.....	56
4.2 demande de mise en opposition.....	57
4.3 demande de réédition du code confidentielle.....	58
4.4 demande d'annulation.....	59
4.5 renouvellement de cartes.....	60
Conclusion du chapitre.....	62
Chapitre 03 : l'utilisation du paiement électronique en Algérie.....	63
Section01 : présentation de l'AGB et la direction de la monétique.....	65
1. présentation de la Gulf Bank algeria.....	65
1.1 aperçu historique.....	65
1.2 présentation d'AGB.....	65

Table Des Matières

1.3 les actionnaires d'AGB.....	66
1.4 stratégies et vision d'AGB.....	67
1.5 l'organisation d'AGB.....	69
2. la monétique de l'organisme d'accueil AGB.....	71
2.1 les missions du développement monétique au sein d'AGB.....	71
Section 02 : description de l'étude qualitative et présentation des résultats.....	73
1. cadre méthodologique de l'élaboration de l'enquête.....	73
1.1 le choix d'une étude qualitative.....	73
2. les cartes VISA AGB.....	74
2.1 l'offre des cartes VISA AGB.....	74
2.2 le nombre de transaction VISA AGB.....	75
2.3 la part de marché VISA AGB sur le marché national.....	76
2.4 la distribution du volume de paiement par gamme de carte VISA AGB.....	77
2.5 top 5 catégories par marchand.....	78
section 03 : méthodologie de l'enquête et l'analyse du questionnaire.....	80
1. méthodologie de l'enquête.....	80
1.1 l'objectif de l'enquête.....	80
1.2 méthode échantillonnage.....	80
1.2.1 la méthode probabiliste.....	81
1.2.2 la méthode non probabiliste.....	81
1.3 le questionnaire.....	82
1.3.1 les types de questions.....	82
1.3.2 l'élaboration du questionnaire.....	83
1.3.3 test du questionnaire.....	84
1.3.4 le choix du mode d'administration du questionnaire.....	85
1.4 le recueil des données et la durée de l'enquête.....	86
2. analyse et interprétations des résultats du questionnaire destiner aux Porteurs des cartes bancaires internationales VISA.....	86
Conclusion du chapitre.....	108
Conclusion générale.....	110

Table Des Matières

Bibliographie.....115

Annexes

Table des matieres