



Institut International d'Ingénierie de l'Eau et de l'Environnement
International Institute for Water and Environmental Engineering

**ANALYSE STRATEGIQUE DU PROCESSUS GESTION
DES CARTES MAGNETIQUES : CAS DE LA CARTE
OASIS DANS LA REGION DU NORD**

MEMOIRE DE FIN D'ETUDE

Présenté pour l'obtention du diplôme de

**MASTER 2 MANAGEMENT DES ENTREPRISES ET DES ORGANISATIONS,
OPTION**

MANAGEMENT STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL (M2MEO-MSO)

Présenté par GUIENGUERE Windbude Louis Fernand

MAITRE DE STAGE : ZIBA Alain Arsène Yaya
Gestionnaire de compte

Jury d'évaluation du stage :

Président :

Membres et correcteurs :

Promotion [2017/2018]

DEDICACE

*A notre cher Papa Jules qui nous a été arraché prématurément, que ce Mémoire vous rende
hommage ;*

*A notre chère Maman Joséphine, présentement malade, puisse Dieu vous donner la santé.
Sachez que tous vos efforts pour nous n'ont pas été vains ;*

A notre future épouse Viviane ;

A nos frères et à notre sœur ;

A toutes les personnes qui nous sont proches ;

REMERCIEMENTS

Nous témoignons toute notre gratitude à Dieu, le tout puissant pour sa grâce et à tous ceux et toutes celles qui de près ou de loin ont contribué à la réalisation de ce mémoire de fin d'étude.

Nous tenons à remercier particulièrement :

- l'ensemble du corps professoral de l'institut International d'Ingénierie de l'Eau et de l'Environnement (2iE) pour la qualité de leur enseignement ;*
- M. Yves ARISTE, chef d'agence BSIC/ Ouahigouya, pour l'accueil, l'insertion et tout le soutien dont nous avons bénéficié ;*
- M. Alain Arsène Yaya ZIBA, Gestionnaire de compte, pour son encadrement, ses conseils combien utiles, ses remarques pertinentes et pour avoir mis tout en œuvre pour la réussite de ce mémoire en dépit de son calendrier très chargé ;*
- tout le personnel de l'agence BSIC/ Ouahigouya, pour leurs disponibilités et leurs accompagnements tout au long de la rédaction de mon document ;*
- à l'ensemble du personnel du département Monétique pour leur disponibilité ;*
- à l'ensemble des clients de l'agence BSIC/ Ouahigouya pour leurs disponibilités et leurs collaborations ;*
- notre famille, pour tous les efforts et sacrifices consentis.*

à toutes ces personnes qui n'ont ménagé aucun effort pour nous accompagner dans la rédaction de ce présent mémoire, nous leur témoignons notre reconnaissance.

RESUME

Avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication, la BSIC s'est dotée de nouvelle technologie, la monétique qui représente l'ensemble des moyens permettant l'utilisation d'une Carte Bancaire. Son objectif, étant de booster la vente des produits monétiques et assurer une meilleure satisfaction de la clientèle.

Notre étude porte sur la stratégie mise en place par la BSIC pour la vulgarisation des cartes Bancaires, spécifiquement celle de la carte oasis dans la région du nord. Elle s'inscrit dans le cadre général de l'amélioration de la stratégie du processus de gestion des cartes au sein de la Banque.

De l'analyse du processus « **gestion de la carte oasis** » promue par la BSIC, nous avons pu établir que la stratégie définie n'est pas appropriée car elle ne répond pas aux attentes des clients. Cette inefficacité s'explique par plusieurs facteurs à savoir :

- **60%** des clients détenteurs de la carte trouvent que son coût est élevé et **57%** des clients non détenteurs de la carte estiment que le coût de la carte oasis constitue un facteur qui limite leur appropriation à la carte.
- **51%** des clients trouvent que le délai d'attente pour entrer en possession de la carte oasis est long.
- le manque de communication sur la carte fait que les clients ne connaissent pas et ne perçoivent les avantages liés à la carte oasis.

Ainsi, les conséquences qui en découlent sont la mévente de la carte oasis et le produit peu connu par les clients (76% des clients qui n'ont pas souscrit à la carte oasis ne connaissent pas et ne perçoivent pas les avantages de cette la carte).

La mise en place d'une politique marketing de grande envergure, d'un système de production instantanée de la carte et l'instauration de culture monétique (formations) aux acteurs qui ont en charge la promotion de la carte oasis sera une meilleure stratégie de processus gestion de la carte oasis dans la région du nord.

Mots clés : Monétique, processus, gestion de la carte, stratégie.

ABSTRACT

With the advent of information and communication technologies, BSIC has acquired new technology, electronic banking, which represents all the means allowing the use of a credit card. Its objective is to boost the sale of electronic payment products and ensure better customer satisfaction.

Our study relates to the strategy put in place by the BSIC for the popularization of bank cards specifically that of the oasis card in the northern region. It is part of the general framework of improving the strategy of the card management process within the Bank.

From the analysis of the "oasis card management" process promoted by the BSIC, we were able to establish that the defined strategy is not appropriate because it does not meet customer expectations. This inefficiency is explained by several factors, namely:

- 60% of customers who hold the card find that its cost is high and 57% of customers who do not hold the card consider that the cost of the oasis card is a factor that limits their appropriation of the card.
- 51% of customers find the waiting time to get their oasis card long.
- the lack of communication on the card means that customers do not know and do not perceive the advantages linked to the oasis card.

Thus, the resulting consequences are the poor sale of the oasis card and the product little known by customers (76% of customers who have not subscribed to the oasis card do not know and do not perceive the advantages of this card.).

The implementation of a large-scale marketing policy, an instant card production system and the establishment of an electronic payment culture (training) for the actors who are responsible for promoting the oasis card will be a better strategy for management process of the oasis map in the northern region.

Keywords: Electronic banking, process, card management, strategy.

TABLE DES MATIERES	
DEDICACE	ii
REMERCIEMENTS	iii
RESUME	iv
ABSTRACT	!Fin de formule inattendue
LISTE DES FIGURES	ix
LISTE DES ABREVIATIONS	xi
I. INTRODUCTION GENERALE	1
II. PROBLEMATIQUE ET OBJECTIFS	2
2.1) Problématique	2
2.2) Objectifs	3
2.3) Hypothèse	3
CHAPITRE I : METHOLOGIE DE RECHERCHE	4
I. MODELE D'ANALYSE	4
II. OUTILS DE COLLECTES DES DONNEES	4
2.1) L'Analyse documentaire	5
2.2) Les entretiens	5
2.3) L'enquête de terrain	5
2.4) Cadre de l'étude de la population mère	5
2.5) L'échantillonnage	56
2.6) Analyse des résultats	6
CHAPITRE II: PRESENTATION GENERALE DE LA BSIC	7
I. HISTORIQUE	7
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA BSIC	8
2.1) Organisation de la BSIC Burkina	8
2.2) Les fonctions de la BSIC	11
III. LES ACTIVITES ET LES PRODUITS DE LA BSIC BURKINA	11
3.1) Les Activités de la BSIC	11
3.2) Les Produits	12
IV. LES PARTENAIRES ET LES CORRESPONDANTS BANCAIRE DE LA BSIC..	12
4.1) Les Partenaires	1213

4.2) Les Correspondants de la BSIC.....	13
CHAPITRE III : DESCRIPTION DU PROCESSUS « GESTION DE LA CARTE OASIS »	14
I. PRESENTATION GENERALE DE LA MONETIQUE	14
1.1) Définition du concept monétique.....	14
1.2) Fonctionnement du service monétique.....	14
1.3) Les Composants de la monétique	16
II. L'HISTORIQUE	17
2.1) Définition	17 1748
2.2) Les différents types de carte.....	18
2.3) Les Eléments physiques de la carte bancaire	19
III. PROCESSUS DE GESTION DE LA CARTE OASIS	20
3.1) Définition de la carte oasis	20
3.2) La Gestion de la carte bancaire	20
CHAPITRE IV : ANALYSE DU PROCESSUS « GESTION DE LA CARTE OASIS »	35
I. PRESENTATION DE LA CATEGORIE SOCIO PROFESSIONNELLE DES CLIENTS ENQUETES	35
1.1) Présentation de la catégorie socio professionnelle des clients titulaires de la carte oasis	35
1.2) Présentation de la catégorie socio professionnelle des clients non détenteurs de la carte oasis	36
II. L'APPRECIATION DU PROCESSUS DE GESTION	36
2.1) Coût de la carte oasis	36
2.2) Délais d'attente pour entrer en possession de la carte oasis	38
2.3) Le Code secret	38
2.4) Publicité	39
III. LES OBSTACLES QUI EMPECHENT L'EXPANSION DE LA CARTE OASIS ..	41
3.1) L'absence de culture monétique	41
3.2) L'absence de campagne de sensibilisation	41
IV. LA SATISFACTION DES ATTENTES CLIENTS	43
4.1) Appréciation de la carte oasis	44
4.2) La satisfaction vis-à-vis des services de la carte oasis.....	44
4.3) Recommandation de la carte oasis	44
V. ANALYSE SWOT DE LA CARTE OASIS PROPOSEE PAR LA BSIC	45

4.1) Les opportunités	45
4.2) Les menaces	46
4.3) Les forces	46
4.4) Faiblesses	46
VI. PROPOSITIONS DE SOLUTIONS ET SUGGESTIONS	47
CONCLUSION GENERALE.....	48
BIBLIOGRAPHIE	49
ANNEXE.....	51
ANNEXE1 : Les questionnaires	51
ANNEXE 2 : Entretien avec le personnel de l'agence BSIC/ Ouahigouya et du département monétique.....	55
ANNEXE 3 : Fiche de demande de service monétique.....	56 57
ANNEXE 4 : L'organigramme de BSIC Burkina	57 58
ANNEXE 5 : Formulaire de souscription carte	58 59

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Répartition selon la catégorie socio professionnelle des clients titulaires de la carte oasis	3645
Figure 2 : Le coût de la carte oasis constitue un frein pour son adoption selon les clients non détenteur de la carte oasis	3746
Figure 3 : L'appréciation du coût de la carte oasis selon les clients titulaire de la carte oasis.....	3746
Figure 4 : L'appréciation du délai d'attente pour entrer en possession de la carte selon les clients détenteurs de la carte oasis	3847
Figure 5 : Proposition de code secret.....	3948
Figure 6 : Appréciation des clients non souscrit à la carte sur la connaissance et les avantages de la carte oasis	4049
Figure 7 : Fréquence d'utilisation de la carte	4150
Figure 8 : Souplesse dans l'utilisation de la carte	4251
Figure 9 : Comment on utilise une carte magnétique	4251
Figure 10 : La qualité du réseau	4352
Figure 11 : Appréciation face à la carte oasis.....	4453
Figure 12 : Recommandation de la carte oasis	4554

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Présentation de modèle d'analyse	<u>415</u>
Tableau 2 : Description du processus de souscription de la carte oasis	<u>2434</u>
Tableau 3 : Différentes étapes de la souscription de la carte oasis.....	<u>2636</u>
Tableau 4 : Description du processus de réédition de la carte oasis.....	<u>2939</u>
Tableau 5 : Différentes étapes pour l'annulation et la réédition de code	<u>3040</u>
Tableau 6 : Description du processus de réinitialisation de code PIN	<u>3241</u>
Tableau 7 : Différentes étapes pour la réinitialisation de code PIN	<u>3342</u>
Tableau 8 : Répartition selon la catégorie socio professionnelle des clients non détenteurs de carte oasis	<u>3645</u>
Tableau 9 : Appréciation sur la nécessité de la publicité	<u>3948</u>
Tableau 10 : Appréciation de la qualité du réseau par les clients non détenteurs de carte oasis..	<u>4352</u>

LISTE DES ABREVIATIONS

BAD	: Banque Africaine de Développement
BCEAO	: Banque Centrale des Etats de l’Afrique de l’Ouest
BID	: Banque Islamique de Développement
BOAD	: Banque Ouest Africaine de Développement
BSIC	: Banque Sahélo Saharienne pour l’Investissement et le Commerce
CTMI	: Centre de Traitement Monétique Interbancaire
DAB	: Distributeur Automatique de Billet
EMV	: Europay Mastercard Visa
FSA	: Fond de Solidarité Africain
PME	: Porte-Monnaie Electronique
PMV	: Porte-Monnaie Virtuel
SWOT	: Strength Weaknesses Opportunities Threats
TIC	: Technologie de l’Information et de la Communication
TPE	: Terminaux de Paiement Electronique

I. INTRODUCTION GENERALE

Les imperfections et les incomplétudes du marché de la finance directe qui selon la typologie établie en 1960 par J.GUERLY et E.SHAW, correspond à une situation dans laquelle les agents économiques ayant des excédents de capitaux financent directement les agents ayant des besoins de financement, ont favorisé la naissance d'organismes dont la fonction principale est de servir d'intermédiaire entre les agents à besoin de financement et les agents à capacité de financement. Ces organismes appelés intermédiaires financiers s'interposent entre les agents économiques en ajustant l'offre des capitaux à la demande des capitaux.

Ils sont classifiés en deux (02) catégories à savoir les intermédiaires financiers non monétaires et les intermédiaires financiers monétaires. Les premiers accordent des crédits à des agents en déficit après avoir préalablement collecté auprès d'agent en surplus, les ressources nécessaires. Les seconds, quant à eux, sont dotés d'un pouvoir de création monétaire en plus de leur rôle d'intermédiaire. Il s'agit de la banque centrale, le trésor public et les banques commerciales.

Avec l'accroissement des échanges, les banques commerciales jouent un rôle important dans l'activité économique d'un pays. C'est les seules, autorisées à recevoir des fonds auprès des particuliers et pouvant les prêter à d'autres particuliers et entreprises qui ont des besoins de financement. En d'autres termes, elles canalisent les fonds des épargnants vers les investisseurs (Michael Lafferty, International academy of retail banking 2013).

Ces banques doivent en retour assurer la distribution de crédit et mettre à la disposition de sa clientèle des moyens de paiement dont elles sont chargées de la gestion. Ces moyens de paiement se sont accru dans le temps et ont connu une évolution avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication (TIC). Il convient de remarquer que leur évolution, résultat d'un processus de dématérialisation progressive des supports utilisés, s'est faite en trois (03) étapes. La première étape, celle des instruments papiers, à rapport au chèque bancaire, à l'avis de prélèvement, aux virements bancaires et aux effets de commerce. La deuxième étape, celle des instruments automatisés, cela concerne la lettre de change relevé, le virement automatisé, le prélèvement automatique et la carte bancaire. La monnaie électronique ou la monétique regroupant le porte-monnaie électronique (PME) et le porte-monnaie virtuel (PMV) constitue la troisième étape. Des études récentes dont les résultats ont été diffusés dans la presse spécialisée montrent que la «banque du troisième millénaire sera électronique ou condamnée à disparaître»¹. Pour ne pas être à la marge de ces grandes mutations l'Afrique essaie de mettre en place au niveau de ses institutions économiques, des mécanismes pour offrir des services de qualité aux usagers.

Ainsi consciente que le système de paiement dans l'Union Economique Monétaire Ouest Africain (UEMOA) n'est pas suffisamment performant et que l'usage des cartes bancaires reste un moyen

¹ DIOP F.Z : « Bulletin d'information de la mission pour la réforme des systèmes et moyens de paiement »

sélectif dans ce système, la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) a initié la modernisation des systèmes et moyens de paiement dans l'UEMOA depuis 1999. Ce qui a permis l'institution et la vulgarisation de la carte magnétique en Afrique de l'Ouest.

La carte magnétique est un moyen de paiement qui permet aux utilisateurs de retirer de l'argent dans les distributeurs automatiques de billets (DAB), de régler des achats auprès des commerçants équipés de terminaux de paiement électroniques (TPE). Elle est également utilisée pour effectuer des transactions à distance à l'aide de l'internet, de voyager en toute sécurité. La carte bancaire apparaît comme un outil performant et moderne pour un dénouement rapide et sécuriser des transactions.

Des institutions financières comme le groupe Banque Sahélo Saharienne pour l'Investissement et le Commerce (BSIC) n'est pas resté en marge de cette réforme. Il offre à sa clientèle une gamme de cartes à savoir : la carte prépayée WASSA, la carte EXPRESS et la carte OASIS. La carte oasis est l'un des produits phare de la BSIC. Cependant dans ses agences, on note une mévente de la carte oasis lors des ouvertures de comptes, une mise à disposition tardive de la carte aux clients et des longues files d'attente au niveau des guichets malgré l'existence de la carte oasis. C'est dans le but d'améliorer la vente et la mise à disposition de cette carte dans de meilleurs délais que notre réflexion portera sur le thème suivant : « *Analyse Stratégique du Processus de Gestion des Cartes Magnétiques : cas de la Carte Oasis dans la région du nord* ». Le développement de ce thème se fera en quatre chapitres. Le premier traitera de la méthodologie de recherche, le second articulera sur la présentation de la BSIC, le troisième sera consacré à la description du processus de gestion de la carte oasis et des outils de diagnostic utilisés, et enfin le quatrième abordera l'analyse des résultats et les suggestions.

II. PROBLEMATIQUE ET OBJECTIFS

2.1) Problématique

La carte oasis adossée au compte chèque a été mise en circulation courant l'année 2010 par le service monétique de la BSIC qui est chargé de la gestion et de la promotion des cartes magnétiques. Cependant, en neuf (09) ans d'existence, la carte oasis, en dépit des actions de promotion, sa vulgarisation au sein de la clientèle n'est pas encore totale. On remarque ensuite qu'un temps assez long s'écoule entre le moment de la demande des cartes et le moment où les clients les reçoivent. Enfin on constate une longue file d'attente qui se forme au niveau des guichets car certains clients malgré la détention de cartes magnétiques préfèrent s'aligner aux guichets au lieu d'effectuer les retraits de billets au niveau des DAB.

De ce qui précède, nous nous posons les questions suivantes :

- ✓ la stratégie mise en place est-elle appropriée pour une large diffusion de la carte oasis ?
- ✓ le processus d'établissement de la carte ne constitue pas un obstacle pour la livraison de la carte oasis dans des meilleurs délais ?
- ✓ pourquoi une faible utilisation de la carte oasis malgré que la carte existe depuis neuf (09) ans?

Etant donné les préoccupations susmentionnées nous formulons les objectifs et les hypothèses suivantes.

2.2) Objectifs

L'objectif global de notre étude est **d'analyser l'efficacité de la stratégie du "processus gestion" de la carte oasis.**

De manière spécifique, il s'agira de (d') :

- ✓ apprécier la stratégie du processus gestion de la carte oasis ;
- ✓ identifier les facteurs qui limitent une plus grande adoption de la carte oasis par les clients ;
- ✓ déterminer les conditions pour une plus forte adhésion des clients à la carte oasis.

2.3) Hypothèse

L'hypothèse principale présume que : **la stratégie du processus gestion de la carte participe à une faible vulgarisation de la carte oasis.**

Les hypothèses spécifiques sont :

- ✓ La stratégie du processus gestion de carte oasis n'est pas appropriée pour répondre à la satisfaction des clients ;
- ✓ l'absence de culture bancaire combinée au dysfonctionnement du système de paiement électronique ne favorise pas l'adoption de la carte oasis ;
- ✓ L'amélioration du système de paiement et la mise en place d'une stratégie du processus gestion de la carte oasis appropriée participeront à accroître l'adhésion des clients à la carte oasis.

CHAPITRE I : METHOLOGIE DE RECHERCHE

Le présent chapitre vise donc à présenter le modèle d'analyse, les outils de collectes de données et de traitement des données que nous aurons à recueillir.

I. MODELE D'ANALYSE

Le modèle d'analyse utilisé comporte trois (03) phases qui sont :

- ✓ la phase de préparation de l'étude qui consiste à une prise de connaissance de l'activité monétique de la BSIC BURKINA, à la collecte des données ;
- ✓ ensuite nous avons la phase de réalisation de l'étude qui est composée de deux (02) étapes qui sont : la description du processus « gestion de la carte oasis » et la présentation des résultats ;
- ✓ et enfin la phase finalisation de l'étude dont le but est d'analyser les résultats obtenus et proposer des axes d'améliorations. Le modèle d'analyse peut être résumé dans le tableau ci-dessous.

Tableau 1: Présentation de modèle d'analyse

Phase	Étapes	Outils
Phase1 : Préparation de l'étude	Etape1 : prise de connaissance de l'activité monétique au sein de la BSIC	Recherche documentaire
	Etape2 : préparation des outils d'analyse et de collecte des données	Recherche documentaire Analyse documentaire
Phase2 : Réalisation de l'étude	Etape1 : description du processus « gestion de la carte oasis »	Observation Analyse documentaire Entretien
	Etape2 : analyse des résultats	Analyse Documentaire Analyse SWOT
Phase 3 : finalisation de l'étude	Etape1 : analyse des résultats	Analyse documentaire Indicateur de mesure
	Etape2 : axes d'améliorations	Entretien Analyse documentaire

Sources : Muriel ABADASSI mémoire de fin d'étude (modernisation des systèmes de paiement : rôle et actions du GIM UEMOA)

II. OUTILS DE COLLECTES DES DONNEES

2.1) L'Analyse documentaire

Selon WALLER (1999 page 17), « l'analyse documentaire est une opération essentielle car elle permet de déterminer la qualité ou non de la recherche d'information ». Notre étude documentaire a consisté à collecter des informations à l'aide des documents mis à notre disposition dans le cadre de notre recherche. Il s'agit principalement des documents sur la monétique, sur la carte oasis, sur la stratégie et les anciens rapports de stages et mémoires de fin d'étude. Cette analyse documentaire nous a permis d'acquérir d'avantage des connaissances sur le secteur de la monétique et sur la carte oasis.

2.2) Les entretiens

« L'entretien revêt des processus fondamentaux de communication et d'interaction humaine. L'entretien engage deux personnes en vis-à-vis et ce ; à ce titre ne peut être considéré comme un simple questionnaire ou on est dans une relation anonyme » (LEFEVRE ,2001 :42). A ce titre plusieurs entretiens ont été réalisés auprès des agents du service monétique et les agents de l'agence BSIC Ouahigouya. Les entretiens ont pour but de mieux comprendre le processus « gestion de la carte oasis » ainsi que les concepts de la monétique. Ils nous ont permis de connaître l'organisation du service monétique et les différents étapes du processus gestion de la carte oasis.

2.3) L'enquête de terrain

L'enquête de terrain nous a permis de définir des variables d'étude. Ces variables sont des données nécessaires pour confirmer ou infirmer les présomptions de recherche. En fonction de chaque hypothèse, des variables ont été identifiées.

- ✓ L'appréciation du processus de gestion de la carte oasis mis en place par la BSIC a été déterminée à travers l'analyse du coût de la carte, du délai d'attente pour entrer en possession de sa carte, du code secret proposé par la BSIC, de l'absence de publicité autour de la carte oasis.
- ✓ La détermination des obstacles qui empêchent l'expansion de la carte oasis a été faite par l'analyse des attitudes des clients (absence de culture monétique, la souplesse dans l'utilisation de la carte magnétique, comment on utilise une carte magnétique) et la qualité du réseau.

2.4) Cadre de l'étude de la population mère

La population étudiée est l'ensemble des clients bancarisés à BSIC dans la région du nord, détenteurs ou non détenteurs d'une carte oasis et titulaire d'un compte courant ou commercial. Ces clients sont entre autres les fonctionnaires de l'état, les militaires, les fonctionnaires du secteur privés, des particuliers et des commerçants. Cette population est estimée environ à sept cent (700) clients.

2.5) L'échantillonnage

Un recensement, c'est-à-dire un décompte complet, n'est pas toujours réalisable pour recueillir des données sur l'ensemble de la population cible (militaires, fonctionnaires de l'Etat et du secteur privé, commerçant et profession libérale). Notre méthode non probabiliste de collecte des données est basée sur des techniques d'enquêtes raisonnées. Le choix est porté sur les clients des différents âges, de différents sexes et de différents secteurs d'activités détenteurs ou non de la carte oasis. Ainsi deux cent dix (210) clients c'est-à-dire trente 30% de la population mère, ont été invités à répondre à notre questionnaire. Pour une meilleure approche l'échantillonnage a été divisé en deux (02), c'est-à-dire cent cinq (105) clients détenteurs de la carte oasis et cent cinq (105) autres clients non détenteurs de la carte oasis.

2.6) Analyse des résultats

L'analyse des résultats s'est faite par le biais d'une démarche descriptive. Cette démarche consiste à exposer des faits à travers le diagnostic du processus «gestion de la carte oasis ». Ensuite, à base d'indicateurs nous avons mesuré le niveau de satisfaction des clients détenteurs de la carte oasis et enfin, sur la base du modèle SWOT nous énumérons les faiblesses de la stratégie du processus gestion de la carte oasis.

Conclusion

Le cadre méthodologique permettra de comprendre la démarche qui sera suivie. Elle donne un aperçu sur les différents outils qui nous ont permis de collecter les données et ensuite de les analyser. C'est un préalable à la bonne compréhension de la partie théorique qui suivra. Le modèle ci-dessus quant à lui schématise la démarche de notre étude sur l'analyse de l'efficacité du processus gestion de la carte oasis.

CHAPITRE II: PRESENTATION GENERALE DE LA BSIC

La Banque Sahélo-Saharienne pour l'Investissement et le Commerce (BSIC) est née de la vision panafricaine des leaders et Chefs d'Etats des vingt-trois (23) Etats membres de la Communauté des Etats Sahélo-Saharienne (CEN-SAD), persuadés que l'action commune dans la complémentarité est la meilleure voie pour l'intégration des Etats et des peuples de la région du Sahel et du Sahara.

La BSIC est la véritable pierre angulaire de l'union économique annoncée dans l'article 1^{er} de la traite de la communauté, signée en février 1998. Elle a pour but de créer une union économique globale basée sur une stratégie à travers un plan de développement des pays concernés et de couvrir l'investissement dans les domaines agricoles, industriels, culturels, énergétiques à partir de la stimulation du commerce extérieur et du développement des moyens de transport et de communication dans l'espace. Dans ce chapitre, nous allons progressivement exposer l'historique de la BSIC Burkina, son organisation et son fonctionnement, ses partenaires et correspondants et enfin nous allons faire une étude générale sur la compensation bancaire.

I. HISTORIQUE

La Banque Sahélo-Saharienne pour l'Investissement et le Commerce (BSIC) a été créée le 14 avril 1999 sous forme d'une Société Anonyme (SA) au capital entièrement souscrit et libéré, dont son siège est à Tripoli en Libye. A sa création, elle avait un capital de deux milliard (2 000 000 000) de franc et de nos jours elle se retrouve avec un capital de douze milliards deux cent douze millions (12 212 000 000) de franc CFA. Le groupe BSIC avait pour objectif de créer BSIC afin de promouvoir le commerce et le financement des investissements des entreprises privées et publiques dans les pays membres de la CEN-SAD. En effet, elle a pour mission de collecter les ressources financières publiques et privées afin de les investir dans les projets économiques et commerciaux des pays africains et de réaliser des objectifs selon les règles de gestion économique et bancaire. La BSIC a principalement deux (2) types d'activités à savoir le financement des projets d'investissement économiquement viables et l'activité de banque commerciale de type universelle. Aujourd'hui, la BSIC est implantée en Afrique dans quatorze (14) pays : le Bénin, la Centrafrique, la Côte d'Ivoire, la Gambie, le Ghana, la Guinée, la Libye, le Mali, le Niger, le Sénégal, le Soudan, le Tchad, le Togo et le Burkina Faso. Considéré comme l'un des pays à fort besoin de financement, la BSIC BURKINA obtient, le 28 juillet 2003, du Ministère chargé des finances, un agrément pour ouvrir une filiale sous l'immatriculation bancaire n° BF OUA 2002 B 2083. Créée le 9 janvier 2004, la BSIC ouvre ses portes, le 16 mars 2004, à Ouagadougou sur l'Avenue Kwamé N'Krumah sous le nom de Banque Sahélo-Saharienne pour l'Investissement et le Commerce Burkina, Société Anonyme (BSIC BURKINA SA). Ainsi, c'est à partir de 2006 que la création d'agence sera entamée dans les autres villes du pays. Elle compte présentement dix agences à Ouagadougou dont l'agence principale sise Rue David Dapougui KERE (projet ZACA). Deux agences à Bobo-Dioulasso, un à Ouahigouya, Koudougou, Pouytenga, Banfora et Dédougou. Ainsi que dix-neuf guichets automatiques de billets(GAB) dont quatre autres en cours. Dans le souci de répondre aux préoccupations et aux besoins de sa clientèle, BSIC-BF crée de nouvelles agences dans tous le Burkina.

II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA BSIC

2.1) Organisation de la BSIC Burkina

Pour une meilleure coordination de ses activités et un bon fonctionnement de la Banque, BSIC Burkina dispose d'une organisation adaptée. Il comprend un conseil d'administration, une direction générale, le commissaire au compte ainsi que les différents départements qui s'y trouvent : (**Cf. annexe n°4** : organigramme de la BSIC Burkina).

2.1.1) Conseil d'Administration

La BSIC est dirigée par un conseil d'administration qui se trouve au sommet de la hiérarchie donc l'organe exécutif de la banque. Le conseil d'administration est composé de quatre personnes dont le directeur général de la filiale.

2.1.2) La Direction Générale

Toutes les activités de la banque sont organisées par elle et elle répond au nom de celui-ci dans ses rapports de tiers. La Direction Générale organise, coordonne et contrôle les différents départements de la banque. Le Directeur Général est assisté par deux Directeurs Généraux Adjointes dont l'un est chargé du développement et l'autre est chargé des Opérations.

2.1.3) Les Commissaires aux Comptes

Le contrôle externe de la BSIC est assuré par deux (02) commissaires aux comptes dont le Commissaire Titulaire du cabinet CIECAM et le Commissaire Suppléant du cabinet FIDUCIA. L'approbation de la commission bancaire sont soumis aux commissaires aux compte et sont chargés de certifier les comptes. Il est important de souligner qu'il est une entité externe à la banque.

2.1.4) Les différents départements de la BSIC

a) Le département commercial

Le département commercial peut être considéré comme le gouvernail de l'institution. En effet, il définit les orientations stratégiques de la banque, les cibles à atteindre et les actions à mener à cet effet. Il a pour fonction essentielle de (d'):

- ✓ initier des actions visant la conquête et la fidélité de la clientèle ;
- ✓ procéder aux enquêtes préalables à l'ouverture de crédit ;
- ✓ repérer et identifier les affaires les plus rentables ;
- ✓ assurer la veille commerciale en suivant l'évolution des besoins et des goûts des clients ;
- ✓ suivre l'évolution de la demande de manière générale ;
- ✓ assurer la veille concurrentielle par une meilleure connaissance de ses concurrents et de leurs politiques générales ;
- ✓ assurer la promotion des produits actuels et éventuellement de ou les rivalités ;

- ✓ assurer la veille sur l'utilisation des produits par les clients.

Ce département est dirigé par une Directrice Commerciale et est divisé en quatre (4) grands services qui sont : le service marketing et communication, le Service clientèle des particuliers, le Service PME/PMI et le service grande entreprise et institutionnel.

b) Les Département des Engagements

Il est chargé d'analyser les demandes de crédit que les clients leur soumettent et d'assurer le suivi quotidien des crédits déjà accordés. Ce département prodigue également des conseils de gestion aux clients et gère minutieusement les dossiers de financement des projets d'investissements. Il comprend trois (3) services : le service Analyse Crédit, le service administration crédit, le service suivi des engagements et de précontentieux.

c) Les Département du Réseau et Marketing

Ce département définit les orientations stratégiques de la banque, les cibles à atteindre et les actions à mener. Ce département comprend le service suivi des Agences et les Agences.

d) Le Département Comptable

Toute opération bancaire se traduit dans la quasi-totalité des cas par un engagement ou un flux financier qu'il convient de comptabiliser. Le département de la comptabilité a pour rôle d'assurer l'exécution des fonctions financières et comptables. Par ailleurs, il a la charge de la production des états financiers qui sont transmis à la Direction Générale et s'occupe des déclarations fiscales (impôts). Il a en outre la responsabilité de gérer la trésorerie de la banque. Ce département est composé de quatre (4) services qui sont : le service comptabilité, le service rapprochement, le service trésorerie, le service de contrôle de gestion.

e) Le Département des Opérations

Ce département est dirigé par un Directeur des Opérations, il est composé de trois (3) services qui sont en contact permanent avec les clients. Nous avons :

- ✓ Service Opérations Locales (OPL) : Ce service est permanemment en contact avec les clients. Il est subdivisé en plusieurs sections qui sont : la caisse, le guichet et la compense ;
- ✓ Service Opérations Extérieures : Il traite entre autre les transferts reçus et émis, les remises documentaires, les crédits documentaires. Il supervise aussi les opérations de la clientèle hors du territoire national ;
- ✓ Service Monétique : Il s'occupe de la gestion des cartes bancaires et biens d'autres services tels la gestion de e-banking ;
- ✓ Service Transfert Rapides : Ce service gère l'ensemble des moyens de transfert rapide d'argent de la BSIC-Burkina tel que Money Gram, RIA, EXPRESS et Western Union.

f) Le Département Informatique et de Technologie

Il s'occupe du traitement de l'information en relation avec tous les services. Il assure aussi des tâches aussi journalières, mensuelles et annuelles qui sont entre autre : la production quotidienne des opérations (édition du jour) ; l'arrêté trimestriel des comptes et la comptabilisation des agios ; l'arrêté annuel qui consiste en la clôture de l'exercice ; l'assistance continue des utilisateurs du système informatique ; la gestion du réseau informatique et suivi de la maintenance des équipements électronique. Il est composé de quatre (4) services : le service développement, le service administration des bases de données, le service réseau et télécommunication et le service sécurité et système d'information.

g) Le Département Administratif et des Ressources Humaines

Ce département assure le recrutement et la gestion administrative du personnel. Il gère également le parc automobile, les salaires du personnel et s'occupe des commandes de fournitures diverses, nécessaire au bon fonctionnement de la banque. En outre, ce département contribue à la préparation des réunions des instances de la banque (Assemblée Générale, Conseil d'Administration, comités). Il compte deux (2) services : le service administration et moyens généraux et le service ressources humaines.

h) Le Département de l'Audit Interne

Il a en charge le contrôle en amont et en aval de toutes les opérations effectuées par les agents de la banque. Il ne se borne pas seulement au contrôle régulier sur pièce et sur place de tous les activités de la banque, il produit les rapports trimestriels, semestriels et annuels adressés à la structure centrale du groupe et à la commission bancaire de l'UEMOA. Par ailleurs, ayant une dimension préventive, il permet à la banque d'identifier l'ensemble des factures externes susceptibles de compromettre la réalisation des objectifs fixés par l'organe exécutif.

i) Le Département de gestion de risque

Ce département est en charge de la mise en place et du pilotage du dispositif global de gestion des risques de la banque et de recenser l'intégralité des risques liés aux activités de la banque et les hiérarchiser. Il est composé de deux (02) services qui sont : le service de contrôle permanent et le service de gestion de risque.

j) Le Département de conformité

Ce département est rattaché directement à la direction générale et a pour objet de s'assurer du respect des règles établies au sein de la banque. Il permet à la banque de se prémunir contre d'éventuelles sanctions administratives ou judiciaires et de préserver leur image de marque.

k) Le Département Juridique

Ce département est en relation avec la comptabilité et le département des engagements, le département juridique s'occupe de la gestion des créances douteuses et litigieuses et de la conservation des garanties réelles exigées des clients. Il assure aussi la mission de conseil et

d'assistance juridique. Ce département est composé de trois (03) services : le service juridique, le service de recouvrement, le service contentieux.

2.2) Les fonctions de la BSIC

2.2.1) Les Objectifs et les Moyens d'actions

Dans le souci de satisfaire sa clientèle, la BSIC s'est fixée des objectifs à atteindre :

- ✓ contribuer au développement économique et social des Etats membres ;
- ✓ soutenir les économies de la communauté à travers le financement des secteurs porteurs de croissance ;
- ✓ promouvoir l'investissement et les échanges commerciaux dans les Etats membres de la CEN-SAD ;
- ✓ financer les crédits de campagnes des produits primaires de base (coton, arachide, coton, sésame, ...) ainsi que les besoins productifs et tout autre besoin d'exploitation courante des entreprises commerciales (concours en trésorerie ou engagement par signature).

Pour atteindre ses objectifs, le groupe BSIC dispose des moyens suivants :

- ✓ un réseau de filiales bancaires dans plusieurs pays de l'Afrique ;
- ✓ un réseau de correspondant bancaire constitué de banque de premier rang à travers le monde pour faciliter les opérations internationales de sa clientèle ;
- ✓ une coopération avec des institutions financières régionales, internationales et les organismes spécialisés dans la garantie des investissements ;
- ✓ un réseau de communication ultramoderne à travers le SWIFT (Society for Worldwide International Financial Télé communication) ;
- ✓ un centre de formation bancaire, basé à Bamako au Mali, qui répond au souci de BSIC de doter ses filiales d'un personnel qualifié grâce à des programmes de formation continue et de perfectionnement touchant tous les domaines de la banque (opération bancaire, analyse financière, gestion des risques, informatique, contrôle interne, ...).

III. LES ACTIVITES ET LES PRODUITS DE LA BSIC BURKINA

3.1) Les Activités de la BSIC

La BSIC Burkina offre l'ensemble des services d'une banque universelle. Ainsi ses clients bénéficient des services et produits divers grâce au dynamisme de ses réseaux et de ses correspondants. Elle mène des activités basées sur les préoccupations suivantes:

- ✓ assurer les services bancaires et financiers grâce à des instruments modernes de paiement (collecte de l'épargne, gestion des moyens de paiement, opération de change et de placement, ingénierie financière, ...);

- ✓ financer l'économie nationale notamment, le financement des besoins d'exploitation de sa clientèle (fond de roulement, cautions et avals, lettre de crédit, ...);
- ✓ financer les opérations de commerce extérieur;
- ✓ financer les projets d'investissements des petites et moyennes entreprises/industries (PME/PMI) des secteurs privés et publics, ainsi que les grands marchés dont sont adjudicataires ses clients.

3.2) Les Produits

La BSIC offre les produits et les services suivants :

❖ Les Types de Crédits

- Les Crédits d'Équipement ;
- Les Crédits de Consommation ;
- Les Crédits Immobiliers ;
- Les crédits de Campagne ;
- Les Crédits de trésorerie (découvert, facilités de caisse, ...);
- Les Crédits Personnels ou Collectifs ;
- Les Financements du commerce extérieur.

❖ Les Types de Comptes

- Compte d'épargne ;
- Compte d'épargne mineur ;
- BSIC KALAN (compte d'épargne) ;
- Compte chèque particulier (non salarié) ;
- Compte de virement de salaire;
- Compte commercial;
- Compte d'association ;
- Compte institutionnel.

❖ Autres produits

- Les opérations de transferts et de change ;
- Les remises documentaires ;
- Les crédits documentaires ;
- Les cautions et avals ;
- Les transferts rapides (Money Gram, RIA, Orange Money...);
- Les SMS et internet Banking.

IV. LES PARTENAIRES ET LES CORRESPONDANTS BANCAIRE DE LA BSIC

4.1) Les Partenaires

La BSIC est un instrument privilégié d'intégration économique de la communauté, elle accorde une importance particulière à la coopération avec les institutions financières nationales et internationales dans le but de développer une complémentarité et une synergie dans leurs actions. Dans ce cadre, la BSIC a signé avec le Fonds de Solidarité Africain (FSA), le FAGACE et la Banque Islamique de Développement (BID), les accords de coopération dans le domaine de la garantie des prêts pour le financement des projets d'investissement de sa clientèle. Ces accords permettent à la clientèle des filiales, de bénéficier des prêts ou des garanties. Cependant, d'autres accords de coopération sont en voie notamment avec la Banque Ouest Africaine de Développement (BOAD), le fond GARI, la Banque Africaine de Développement (BAD).

4.2) Les Correspondants de la BSIC

La BSIC Burkina s'appuie sur le dynamisme du réseau BSIC et de ses correspondants, constitués de banques de premier rang à travers le monde pour faciliter les opérations internationales de sa clientèle. Ses correspondants bancaires sont des banques auprès desquelles la BSIC a ouvert des comptes dits comptes correspondants. Par le débit de ces comptes, la banque arrive à effectuer des opérations pour son propre compte ou au profit de sa clientèle à l'extérieur.

- En Afrique, nous avons comme correspondant :
 - L'ensemble du réseau des filiales du groupe BSIC (BSIC Tripoli, BSIC Benin, BSIC Mali, BSIC Sénégal, BSIC Burkina, BSIC Côte d'Ivoire, BSIC Niger, BSIC Soudan, BSIC Tchad) ;
 - La Banque Atlantique Côte d'Ivoire
- En Europe, nous avons :
 - L'UBAF (Union des Banques Arabe et Française) en France ;
 - La BIA (Banque Intercontinentale Arabe) à Paris en France ;
 - La BACB (British Commercial Arabe Bank) au Royaume Unis.
- Au Moyen-Orient c'est :
 - L'ARBITF (Arabe Bank for Investissement and Foreign Trade);
 - EMIRATS ARAB UNIS;
 - ARAB TURKISH BANK (ATB) Istanbul Turquie.

CHAPITRE III : DESCRIPTION DU PROCESSUS « GESTION DE LA CARTE OASIS »

Dans ce présent chapitre, il est question de faire une présentation générale de la monétique, ensuite faire l'historique de la carte magnétique standard et enfin décrire le processus de gestion de la carte oasis.

I. PRESENTATION GENERALE DE LA MONETIQUE

1.1) Définition du concept monétique

La Monétique est un ensemble de dispositifs basé sur l'électronique et l'informatique dans les transactions bancaires. La monétique résulte de la contraction de « monnaie » et « électronique ». Elle est de ce fait, l'ensemble des moyens informatiques et électroniques utilisés comme modes de paiement.

C'est également l'ensemble des systèmes et procédés permettant à un client appelé porteur de réaliser des retraits, paiements ou tout autre libre-service bancaire à l'aide d'une carte. Ces opérations sont souvent réalisées sur des automates bancaires (DAB/GAB), des terminaux (TPE), sur Internet, etc.

Dans un langage financier, la monétique est l'ensemble des techniques informatiques, magnétiques, électroniques et télématiques permettant l'échange de fonds sans support papier.

1.2) Fonctionnement du service monétique

Le service monétique est celui qui s'occupe de la gestion des cartes bancaires et biens d'autres services tels la gestion de e-banking. Elle est placée sous la responsabilité du département des Opérations.

Le Service Monétique est composée d'un Chef de Service, d'un agent d'émission, d'un agent comptable et d'un agent administratif système.

Le Chef de Service monétique sous la supervision directe du Directeur des Opérations, assure les responsabilités suivantes :

- le développement et la promotion des services et produits liés à la monétique (émission, acquisition marchande et les applications cartes spécifiques) ;
- la gestion du service monétique à travers la coordination des agents sous sa responsabilité et des opérations monétiques ;
- le suivi permanent des objectifs définis dans le Business Plan Monétique et la création des nouveaux produits liés à la carte bancaire dans le but de proposer des solutions pratiques d'avant-garde à la clientèle ;
- le suivi et le traitement des réclamations des clients porteurs de cartes bancaires ;
- le suivi et la gestion des stocks de cartes avec le personnalisateur des cartes ;
- le suivi de la disponibilité des équipements monétiques (GAB, TPE, etc...) des agences en coordination avec le service des opérations ;
- le suivi et la coordination des relations avec les commerçants ;

- la supervision de toutes les opérations monétiques au quotidien ainsi que l'analyse des transactions effectuées ;
- la fourniture de services qualitatifs et la mise en œuvre de l'assistance nécessaire pour la satisfaction de la clientèle détentrice des cartes bancaires ;
- le suivi de l'application et du respect strict des procédures opérationnelles définies et remises aux agents du Service Monétique et des agences ;
- la production et l'envoi mensuel des statistiques monétiques à la Direction Générale de la Banque et au Département de la Monétique du Siège ;
- la supervision des envois des cartes et des codes confidentiels pour les agences de la banque ;
- le suivi de l'exécution des traitements monétiques périodiques (journalier, mensuel et annuel) ;
- l'exécution de toutes les tâches relevant de ses fonctions et à la demande de la hiérarchie.

Sous la supervision générale du chef de Service Monétique, l'agent d'émission assure les tâches suivantes :

- la gestion des demandes et contrats de porteurs de cartes ;
- la saisie des données des cartes dans la solution monétique ;
- la génération des fichiers de production des cartes et leur envoi au personnalisateur ;
- la génération et l'édition des codes confidentiels ;
- la gestion du renouvellement des cartes ;
- le traitement des réclamations et oppositions des porteurs de cartes ;
- l'analyse de rentabilité sur les porteurs de cartes ;
- le suivi de la disponibilité des équipements monétiques (GAB, TPE, etc...) des agences en coordination avec le service des opérations ;
- l'application et le respect strict des procédures opérationnelles définies ;
- l'exécution des traitements monétiques périodiques (journalier, mensuel et annuel) ;
- la gestion des comptes des porteurs de cartes ;
- le suivi des écritures comptables automatiquement générées et injectées dans le système d'information bancaire ;
- le suivi des écritures comptables monétiques générées manuellement et injectées dans le système d'information bancaire ;
- l'exécution de toutes les tâches relevant de ses fonctions et à la demande de la hiérarchie.

Sous la supervision directe du Chef de Service Monétique, l'agent comptable assure les tâches suivantes :

- la gestion de la compensation et des règlements avec les réseaux de paiements Nationaux, Régionaux et Internationaux ;
- le suivi de la compensation du règlement et du rapprochement de toutes les opérations monétiques avec le CTMI-UEMOA et la BECEAO ;
- le suivi des écritures comptables automatiquement générées et injectées dans le système d'information bancaire ;
- le suivi des écritures comptables monétiques générées manuellement et injectées dans le système d'information bancaire ;
- l'application et le respect strict des procédures opérationnelles définies ;
- l'exécution de toutes les tâches relevant de ses fonctions et à la demande de la hiérarchie.

Sous la supervision directe de la Directrice de l'Informatique et en coordination avec le chef du Service Monétique, l'agent administration système assure les tâches suivantes :

- la gestion des utilisateurs : création, définition des droits d'accès, habilitations etc....
- le suivi des opérations du Backup et de l'administration de la base de données avec le centre monétique du siège ;
- le suivi des traces d'audit ;
- la gestion des relations avec les équipes techniques du siège et des partenaires techniques et l'assistance technique pour les services opérationnels de la monétique ;
- le traitement périodique (journalier ; mensuel, annuel) des opérations de clôture conformément à la procédure de traitements BATCH ;
- l'application et le respect strict des procédures opérationnelles définies ;
- l'exécution de toutes les tâches relevant des fonctions liées aux systèmes de paiements électroniques et à la demande de la hiérarchie.

1.3) Les Composants de la monétique

Les éléments constitutifs de la monétique sont les acteurs de la monétique et les équipements de la monétique.

1.3.1) Les Acteurs de la monétique

Lorsque nous parlons de monétique, il y a cinq (05) acteurs principaux qui sont :

- ✓ **le porteur** : c'est celui à qui l'établissement financier remet la carte bancaire qu'elle a émise. Il doit souscrire à un contrat porteur carte bancaire où sont indiquées les conditions générales portant ; entre autres, sur la délivrance, l'utilisation, la sécurité et le renouvellement de la carte. Le porteur doit assumer les responsabilités suivantes :
 - conservation du code confidentiel ;
 - déclaration en cas de perte ou vol de la carte ;
 - responsabilité du porteur avant opposition.
- ✓ **l'émetteur** : c'est la structure qui met à disposition du porteur une carte. Elle en reste la propriétaire. Elle assure les traitements de débit/crédit du compte du porteur, les mises en opposition et les litiges associés à l'usage de la carte. Il assure les fonctions suivantes :

- souscription au contrat porteur ;
 - équipement des porteurs (cartes) ;
 - traitement des autorisations ;
 - traitement des oppositions ;
 - gestion des porteurs ;
 - gestion des commissions ;
 - recouvrement des opérations ;
 - traitement des litiges ;
 - lutte contre la fraude.
- ✓ **l'acquéreur** : c'est le domaine qui englobe l'entreprise qui pilote le système d'acceptation de la carte. Par exemple la banque qui installe un GAB ou met à la disposition d'un commerçant un terminal de paiement. Il assure les fonctions suivantes :
- souscription contrat commerçant ;
 - gestion du matériel d'acceptation ;
 - acceptation des paiements ;
 - acceptation des retraits ;
 - acquisition et traitement des paiements/retraits ;
 - gestion des commissions ;
 - recouvrement des opérations ;
 - traitement des litiges ;
 - lutte contre la fraude.
- ✓ **l'accepteur** : c'est soit le professionnel qui accepte l'utilisation d'une carte bancaire pour le paiement d'un produit ou d'un service, soit la banque qui met à disposition le DAB / GAB pour les retraits d'espèces. Le professionnel est équipé d'un TPE par sa banque. La banque des DAB / GAB s'équipe elle-même de sorte qu'elle est à la fois l'accepteur et l'acquéreur des retraits et opérations réalisées sur ces machines.
- ✓ **le réseau monétique** : il peut regrouper les organismes financiers au sein d'un même pays, ou appartenant à des zones géographiques différents. Le réseau interbancaire assure l'interopérabilité, l'interbancaire et la compensation régionale pour ses membres grâce à ses systèmes de routage et de compensation. La relation entre l'émetteur et le réseau monétique est matérialisée par un contrat d'adhésion et de services.

II. L'HISTORIQUE

La carte bancaire est un moyen de paiement apparu dans les années 50. Les précurseurs étaient American Express et Diners Club.

En France, c'est à partir de 1967 que six banques, BNP, Crédit du Nord, CIC, Crédit Lyonnais et Société Générale proposent une carte de paiement (appelée Carte Bleue) à leurs clients. A l'origine, elle ne sert qu'à retirer des espèces aux distributeurs automatiques. Puis, dans les années 80, son utilisation s'étend au paiement électronique chez les commerçants. En 1990, la carte bancaire connaît une innovation majeure car elle est équipée d'une puce électronique, cette carte à puce a été mise au point en 1974 par le Français Roland Moreno.

2.1) Définition

D'après le lexique bancaire et économique on peut définir la carte bancaire comme suit : « Carte délivrée par un établissement de crédit comportant, le plus souvent, une puce électronique et une piste magnétique permettant, selon le cas, d'effectuer des retraits dans les distributeurs de billet et/ou des retraits et des paiements auprès des commerçants. »

Selon l'académie des sciences commerciales la carte peut être aussi défini comme étant : « Fiche cartonné, plastifiée ou en matière plastique, comportant des éléments magnétiques, disposés dans un ordre qui personnalise chaque fiche, et permettant l'enregistrement et la lecture d'informations, dont le traitement à lieu au moyen d'équipements électroniques ».

2.2) Les différents types de carte

Il existe deux types de cartes couramment utilisées qui sont : la carte de débit et la carte de crédit.

2.2.1) La Carte de débit

C'est un moyen de paiement fourni par la banque lors de l'ouverture d'un compte courant. A chaque achat et retrait effectué avec une telle carte, le compte qui lui est rattaché est débité selon les modalités choisies par le titulaire, en accord avec son banquier. Les possibilités suivantes se présentent.

- ✓ Le débit est immédiat avec autorisation systématique : à chaque paiement, un contrôle du solde est effectué afin de vérifier que le compte est suffisamment approvisionné pour couvrir la transaction. Le compte est alors débité au jour le jour, au fil des opérations.
- ✓ Le débit est immédiat sans autorisation systématique : le contrôle est aléatoire pour les petits montants, il existe donc un risque de découvert. En revanche, une demande d'autorisation est systématiquement effectuée au-delà d'un certain montant.
- ✓ Le débit est différé : sans aucun contrôle du solde effectué, le compte est débité à une date ultérieure, parfois en fin de mois. Il y a un délai appréciable quand il est question d'achats conséquents, de réservation de vacances ou de fins de mois difficile.

En fonction de ses habitudes de dépense, il revient au titulaire de choisir avec attention le choix du débit de sa carte.

2.2.2) La carte de crédit

La carte de crédit est une réserve renouvelable. Il n'est pas directement rattaché au compte courant du titulaire, mais est associée à une réserve de liquidité que le client peut réapprovisionner selon ses besoins. Les banques ne sont pas les seuls à proposer ce type de carte. Les sociétés de crédit ainsi que la plupart des magasins et chaînes de distribution proposent leurs propres cartes de crédit, adjointes de certains avantages selon les établissements.

A chaque échéance (mensuelle ou hebdomadaire), la société fait parvenir au titulaire de la carte un relevé résumant l'ensemble des opérations de paiement effectuée à crédit. Selon les modalités du contrat, la somme est débitée automatiquement peu de temps après ou est échelonné avec intérêts sur une période définie. Ce dernier procédé, appelé « revolving », permet de diminuer le risque de découvert, mais les taux d'intérêts affichés sont souvent très élevés et peuvent entraîner une accumulation de dettes.

2.3) Les Eléments physiques de la carte bancaire

La carte bancaire est un rectangle en plastique mesurant 85,60×53,98 mm, équipée d'une bande magnétique et/ou une puce électronique et comprenant de nombreux éléments notamment de sécurité. L'épaisseur de la carte est variable suivant que le texte du verso soit embossé ou non.

❖ Au recto de la carte bancaire

- ✓ La puce : les cartes à puce sont équipées d'un microprocesseur doté d'une mémoire et de capacité de calcul. Elles sont EMV (Europay Mastercard Visa) c'est-à-dire qu'elles répondent à un protocole qui permet des interactions en déterminant, les types d'applications dont dispose le porteur de la carte, la façon d'encrypter et de décrypter les codes, et le dialogue avec le terminal de paiement du commerçant et le distributeur de billets, qui ne sont que des intermédiaires entre la puce et le site de la banque
- ✓ Le numéro à 16 chiffres de la carte : il permet d'identifier la carte, on peut le communiquer pour faire opposition efficacement d'où l'utilité de le noter. Il est utilisé pour faire des paiements par internet.
- ✓ Le nom du titulaire : il est inscrit sur la carte et lui seul peut s'en servir. Il n'est pas conseillé de confier sa carte à quelqu'un d'autre même à un proche.
- ✓ La date d'expiration : la carte en tant que support comporte une durée de validé de 1 ou 2 ans. Elle fait l'objet d'un renouvellement automatique.
- ✓ L'hologramme : il figure sur la carte en une image à reflets changeant avec un effet 3D, très difficile à reproduire. Il est destiné à rendre la carte infalsifiable.

❖ Au verso de la carte bancaire

- ✓ Le panneau de signature : il est obligatoire de signer votre carte à cet emplacement. La signature est un élément de sécurité qui permet de vérifier l'identité du porteur de la carte, notamment en comparant avec la signature d'une pièce d'identité. La signature n'est pas nécessaire au fonctionnement de la carte où on utilise la puce avec le code confidentiel.
- ✓ La piste magnétique : elle permet d'utiliser la carte dans les endroits où la carte à puce n'est pas utilisée. Il est donc important de ne pas la rayer.
- ✓ Le cryptogramme visuel : il s'agit des 3 derniers chiffres de la référence de la carte sur le panneau de signature. Il est demandé pour le paiement à distance que ce soit par internet ou par téléphone. Il existe aussi des cartes à cryptogramme dynamique il est aussi imprimé au verso de la carte avec un mini écran e-Paper-intégré, capable d'affiché trois ou quatre chiffres, de façon permanente mais change automatiquement toutes les 20 minutes. Il est calculé par une puce alimentée par une mini batterie ultra-mince également intégré au cœur de la carte.
- ✓ Les logos des réseaux d'acceptation : les cartes fonctionnent grâce à un réseau interbancaire. C'est un système de paiement et de retrait, géré par le groupement des cartes bancaires.
- ✓ Les logos des marques sur la carte : il consiste à faire figurer côte à côte sur le recto d'une même carte des marques différentes ; c'est-à-dire le logo de banque émettrice et celle du réseau membre.

III. PROCESSUS DE GESTION DE LA CARTE OASIS

3.1) Définition de la carte oasis

La carte oasis est une carte de retrait et d'achat de type EMV permettant au client de retirer et de payer dans toute la zone UEMOA, de demander son relevé à distance, de voyager dans l'espace UEMOA en toute sécurité et bénéficier d'un découvert permanent à hauteur de vingt (20) pour cent de son salaire net pour les salariés. La carte oasis est destinée aux salariés et particuliers titulaires d'un compte chèque ou commercial. Le prix d'acquisition de la carte oasis est de huit mille (8000) francs hors taxe par an. Sa durée de validité est de trois (03) ans. Elle permet d'effectuer des opérations de retrait de billets dans les DAB dans la limite de cinq cent mille (500 000) francs CFA par jour. Les commissions perçues sur la carte oasis sont :

- Le coût des retraits aux DAB sur les réseaux BSIC est zéro (0) franc et quatre cent quatre-vingt-dix-neuf (499) francs CFA chez les confrères de la zone UEMOA ;
- la consultation solde est zéro (0) franc sur les réseaux BSIC et cinq cent (500) francs CFA chez les confrères ;
- les frais de gestion mensuelle est zéro (0) franc.

3.2) La Gestion de la carte bancaire

Le Service Monétique est responsable de la gestion de la carte bancaire. Ainsi, dans la procédure de gestion de la carte bancaire, il se produit des « événements normaux » et des « événement exceptionnels » qui seront étudiés à travers des étapes suivantes :

3.2.1) Les événements normaux

Ils concernent entre autres :

❖ Saisie des contrats, commande de cartes et codes de la carte oasis

Le client se présente en agence muni d'une pièce d'identité ou tout autre document d'identification reconnu par la loi, après remplissage du formulaire de demande de carte, le gestionnaire de compte ou le chef d'agence saisit la demande sur amplitude. Ensuite le service monétique procède à l'extraction des commandes dans amplitude chaque fin du mois ou chaque quinze (15) du mois en fonction de la demande des clients et génère un fichier de personnalisation dénommé « Rlis ». Et enfin par l'intermédiaire du service informatique le fichier « Rlis » est transmis au façonnier qui est basé au Sénégal pour la fabrication des cartes. (Voir en annexe.05 le formulaire de souscription carte.)

❖ Réception des cartes et des codes secrets de la carte oasis

A la réception des lots, le Service Monétique procède au pointage des cartes et codes secrets livrés en vue de constater la conformité ou non des commandes. Après cela, la répartition des lots par agence est effectuée et suivie de la livraison. Par ailleurs, la gestion des cartes doit respecter le principe minimal de sécurité à savoir : Celui qui détient les codes secrets ne doit plus gérer les cartes. C'est pourquoi lors de la livraison des cartes et codes par le Service Monétique en agences, le responsable qui gère les codes décharge sur le bordereau de transmission et le responsable qui gère les cartes en fait autant.

❖ Destruction de la carte oasis

La carte bancaire oasis est conservée au service monétique et dans les agences pendant six (06) mois. Au-delà de cette période, si le client, après plusieurs tentatives l'invitant à récupérer sa carte, ne s'est toujours pas manifesté, une procédure de destruction de la carte et / ou du code secret est mise en œuvre. La destruction de la carte oasis peut avoir lieu dans les cas suivants :

- décès du client avant l'arrivée des cartes ;
- cartes erronées ;
- cartes non retirées jusqu'à l'échéance du délai de validité ;
- clôture du compte du client.

Dans le cas où le décès du client intervient avant l'arrivée de sa carte, le chargé de carte et du code secret dresse un procès-verbal au Responsable du Service Monétique expliquant la destruction de ladite carte avec son code secret pour cause « décès du client ». Aussi la destruction peut intervenir lorsque les renseignements sur le client et ceux inscrits sur la carte ne se correspondent dû à une erreur du personnalisateur.

❖ Perte ou oubli du code PIN

En cas de perte ou d'oubli de code secret, Le client adresse une demande de réédition de code secret qui est matérialisée par le formulaire de « demande de service monétique » qui est dûment rempli et signé par le client. Ce formulaire une fois signé par le client, autorise BSIC à prélever la somme de 3000 F CFA + TVA sur le compte du client comme commission liée au service demandé. La Section Monétique repasse une commande au façonnier des codes qui s'occupe de la nouvelle édition de code secret qui sera au minimum un mois, livré au client demandeur.

❖ Renouvellement de la carte

Le renouvellement de la carte peut se faire de deux (02) manières :

✓ Renouvellement automatique

Il est déclenché quelques jours avant la date d'expiration de la carte oasis. La BSIC prend la responsabilité de créer une nouvelle carte à chaque client titulaire d'une ancienne carte, et ceci contre prélèvement d'une commission sur le compte de chaque client bénéficiaire. Tout client ayant un avis contraire à cette disposition, doit le signaler par courrier à la banque quelques mois avant l'expiration du délai de validité de la carte. Ce renouvellement de carte est soumis au paiement d'une commission.

✓ Autre cas de renouvellement

Il s'agit ici des cas de renouvellement non automatique de la carte ; la procédure est la même quant aux formulaires à remplir par le client avec la précision cette fois-ci du motif. Une commission est aussi prélevée sur le compte du client. On peut retenir entre autres quelques motifs :

- La perte ou le vol de la carte ;
- La démagnétisation de la carte.

32.2) Les événements exceptionnels

Ils sont relatifs aux problèmes de carte capturée, en opposition et au code secret (code PIN).

❖ Carte capturée

L'expression « carte capturée » est utilisée pour désigner la situation dans laquelle le client par des erreurs de manipulation a sa carte bloquée dans le GAB. Cette situation intervient souvent lors de la défaillance du système, par des pannes d'électricité au moment où le client opérait au GAB et aussi à cause de codes secrets erronés introduits par le client. Ainsi l'agent chargé de la gestion du GAB récupère la carte du client. Il fait remplir la fiche de réception de carte capturée ou de déblocage du code PIN si la carte du client est capturée par introduction de code erroné.

❖ Carte en opposition

L'opposition sur une carte bancaire est une procédure permettant de limiter les conséquences de la perte ou du vol de ce moyen de paiement en le désactivant, le rendant ainsi inutilisable. En cas de perte ou de vol de la carte oasis, le titulaire de la carte ou du compte doit immédiatement déclarer :

- à la BSIC pendant ses heures d'ouverture notamment par téléphone, télex, télécopie, courrier électronique, déclaration écrite remise sur place,
- au centre, ouvert 7 jours par semaine, en appelant l'un des numéros de téléphone que l'émetteur lui aura communiqué.

Dans ce cas, l'intéressé doit impérativement communiquer le numéro de la carte concernée pour que son opposition puisse être enregistrée.

Toute opposition qui n'a pas fait l'objet d'une déclaration signée par le titulaire doit être confirmée sans délai dans les 24 heures par lettre remise ou expédiée sous pli recommandé avec accusé de réception au guichet tenant le compte sur lequel la carte fonctionne.

La BSIC ne saurait être tenu pour responsable des conséquences d'une opposition par téléphone. En cas de vol de la carte, le titulaire doit également le déclarer aux autorités de police, le récépissé de la déclaration devant être remis au Service Monétique.

En cas de déclaration erronée (carte déclarée perdue et retrouvée immédiatement), après la déclaration, le titulaire de la carte a la possibilité de demander une main levée à condition que la déclaration ait été prise en compte par le Service Monétique.

❖ Demande de remplacement de la carte

Après la mise en opposition sur la carte, le client remplit et signe un deuxième formulaire « FORMULAIRE DE REMPLACEMENT DE LA CARTE BANCAIRE » qui comporte presque les mêmes renseignements que celui de la demande d'une nouvelle carte. Il faut rappeler au client que tout remplacement de carte perdue ou volée en cours de validité, code oublié ou carte démagnétisée, fait l'objet de la perception d'une commission par la banque.

Le processus de gestion de la carte oasis peut être résumé dans les tableaux ci-dessous :

❖ Tableau 2 : Description du processus de souscription de la carte oasis

DESCRIPTION DU PROCESSUS	<p>Ce processus décrit les différentes étapes à suivre depuis la demande du client jusqu'à la prise en charge par l'agence de la demande matérialisée par la saisie dans Amplitude. Ces étapes étant les suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - demande du client matérialisée par le renseignement d'un formulaire de demande de carte bancaire ; - saisie de la demande de carte dans amplitude ; - contrôle de demandes de cartes par le service monétique ; - suivi de commande jusqu'à réception des cartes auprès du personnalisateur et activation des cartes.
CHAMP D'APPLICATION DU PROCESSUS	<p>Demandes de toutes les cartes bancaires émises par la BSIC à l'exception des cartes prépayées.</p>
BUT DE LA PROCÉDURE	<p>Pour une prise en charge rapide et efficace du client en agence et de permettre un suivi efficace des demandes de client ou pour toute demande de carte bancaire en Agence.</p>
PRINCIPES DE GESTION	<ol style="list-style-type: none"> 1. Le Gestionnaire de compte ou le chef d'agence est l'interlocuteur principal du client pour le placement des produits en agence en particulier et pour la gestion de la relation clientèle de façon générale ; 2. La demande de carte est effectuée en agence et fait l'objet d'un formulaire de demande renseigné et signé par le client et le gestionnaire de compte ou le chef d'agence ; 3. Une copie du formulaire de demande et des conditions générales d'utilisation de la carte doit être remise au client ; 4. Le gestionnaire de compte ou le chef d'agence est tenu de vérifier la cohérence de la demande du client tout en respectant les conditions d'éligibilité pour l'octroi de la carte bancaire, conformément aux fiches produits ;

	<ol style="list-style-type: none">5. Le gestionnaire de compte est tenu de vérifier si le client ne dispose pas déjà d'une autre carte bancaire de même nature. Si oui, renseigner carte secondaire pour le titulaire, carte mandataire si la demande est au profit du mandaté ;6. Afin de permettre au client d'obtenir une meilleure gestion de ses avoirs, le gestionnaire de compte doit l'informer des plafonds définis pour la cartes bancaire oasis;7. Le gestionnaire de compte doit, en l'occurrence, s'assurer que la pièce d'identité du demandeur est valide au moment de la souscription et que les informations renseignées sur le formulaire sont correctes et valides ;8. Cas où la carte est destinée à un porteur différent du titulaire de la carte, la pièce d'identité du porteur doit être présentée ainsi que les informations sur l'adresse et le numéro de téléphone ;9. Le gestionnaire ou le chef d'agence est tenu de commander les demandes de carte oasis dans amplitude ;10. Les informations obligatoires permettant la création d'une carte bancaire dans amplitude sont : Le nom et prénom du titulaire de la carte, le numéro de compte, type de carte, etc. ;11. L'agent d'émission doit vérifier si toutes les demandes ont été bien saisi dans amplitude ;12. La génération du RLIS par le service monétique ;13. Envoi du RLIS des cartes au GIM par le service informatique ;14. Réception du fichier des cartes par le personnalisateur et du lis des cartes par BSIC ;15. Intégration du fichier lis reçu par le service monétique ;
--	--

	<p>16. Réception du lot de cartes et codes du personnalisateur par le service monétique ;</p> <p>17. Matérialisation de la réception du lot de cartes dans amplitudes ;</p> <p>18. Envoi des cartes et codes en agences par le service monétique (physique et dans le système) ;</p> <p>19. Réception des cartes et codes par les agences (physique et dans le système) ;</p> <p>20. Remise des cartes et codes aux clients (physique et dans le système) ;</p> <p>21. Activation des cartes délivrées aux clients.</p>
--	---

❖ Tableau 3 : Différentes étapes de la souscription de la carte oasis

ETAPES DE SOUSCRIPTION DE LA CARTE OASIS	ÉTAPE 1	ÉTAPE 2	ÉTAPE 3	ÉTAPE 4
	DEMANDE DE CARTE ET VÉRIFICATION DE LA COHÉRENCE DE LA DEMANDE	CONTRÔLE DE LA DEMANDE DU CLIENT ET SAISIE DE LA DEMANDE DANS AMPLITUDE	SUIVI DES COMMANDES PAR LE SERVICE MONÉTIQUE	DISTRIBUTION DES CARTES ET CODES
ACTEURS	1) CLIENT 2) GESTIONNAIRE DE COMPTE	1) GESTIONNAIRE DE COMPTE 2) AGENT ÉMISSION DE CARTE	1) SERVICE MONÉTIQUE	1) SERVICE MONÉTIQUE 2) RESPONSABLE DES CARTES 3) RESPONSABLE DES CODES 4) CONTRÔLEUR

<p>DESCRIPTION DU PROCESSUS</p>	<p>1. Le client se présente à l'agence :</p> <ul style="list-style-type: none"> - munit d'une pièce d'identité valide et passe sa demande et sa commande de carte bancaire auprès du gestionnaire du compte. - en cas de demande de carte pour un porteur autre que le titulaire de compte la présence de ce dernier est requise. Dans le cas contraire le titulaire du compte devra disposer de sa pièce d'identité et des informations sur l'adresse (attestation de résidence) et le numéro de téléphone du porteur. <p>2. Le gestionnaire de compte doit :</p>	<p>1. Le Gestionnaire de compte vérifie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les informations renseignées sur le formulaire; - l'existence de la mention « Lu et Approuvé » et la signature du client sur le formulaire en confrontant cette dernière à la signature scannée dans amplitude. <p>2. Le gestionnaire de compte doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - apposer son visa sur le formulaire pour matérialiser son contrôle et son cachet. - remettre au client une copie du formulaire signé. <p>3. Le gestionnaire procède ensuite à la saisie des informations renseignées sur le formulaire sous amplitude dans l'écran dédié, tout en s'assurant de l'exactitude des informations enregistrées</p>	<p>1. Le service monétique doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - générer le fichier Rlis; - transmettre le Rlis des cartes au service informatique pour envoi au GIM ; - Réceptionner le fichier des cartes et du LIS des cartes transmis par le personnalisateur; - intégrer le fichier LIS reçu; - réceptionner du personnalisateur le lot de cartes et de codes ; - matérialiser la réception de lot de cartes dans amplitude. 	<p>1. Service monétique doit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envoyer les cartes et les codes en agences (physique et dans le système); <p>2 Le responsable des cartes doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - vérifier le nombre de cartes reçus et l'exactitude des informations relatives aux cartes transmises; - reproduire la liste des cartes transmis dans le registre des cartes tenue en agence. - Transmettre le registre avec les cartes et la liste au contrôleur pour vérification; - signer l'accusé de réception et faire signer l'accusé de réception par le chef d'agence et le contrôleur; - scanner l'accusé de réception visé par le chef d'agence et le contrôleur; <p>3. Le responsable des codes procède de la même manière que le responsable des cartes.</p>
---------------------------------	--	--	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> - contrôler l'identité du client; - analyser la demande en vérifiant l'éligibilité du client à la demande de carte faite; - communiquer au client, en deux exemplaires, le formulaire de demande de la carte bancaire choisie; - prendre une copie de la pièce d'identité valide du client et de la pièce d'identité du porteur si le porteur de la carte est différent du titulaire du compte; <p>3. Le client doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - renseigner et signer le formulaire de demande de carte; 	<p>dans le Système notamment noms & prénoms du client, contacts téléphoniques, adresses. Le, chemin à suivre dans amplitude est: monétique → gestion → saisie → création → situation de la carte → plafonds exceptionnels → données complémentaires de la carte → validation.</p> <p>4. Le gestionnaire de compte procède à l'archivage des demandes.</p> <p>4. L'agent d'émission vérifie toutes les demandes saisies dans amplitude et procède à la validation des demandes de la période concernée (soit 2 fois ou une fois dans le mois).</p>		
--	---	---	--	--

	<p>- remplir la partie "Mandataire carte secondaire" dans le cas où la demande de carte est faite pour un porteur différent du titulaire du compte, en cas de présence de ce dernier, il apposera sa signature sur la partie réservée au "Titulaire de la carte".</p>			
--	---	--	--	--

❖ Tableau 4 : Description du processus de réédition de la carte oasis

DESCRIPTION DU PROCESSUS	<p>Le processus décrit les étapes à suivre dans la prise en charge des demandes d'annulation de carte et de réédition de PIN (code secret) d'une carte à la demande du client. Les étapes sont les suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contrôle de l'identité du client et prise en charge de la demande du client - Traitement de la demande du client.
CHAMPS D'APPLICATION DU PROCESSUS	<p>Le processus s'applique à toutes les cartes bancaires émises par la BSIC.</p>

BUT DE LA PROCÉDURE	Prise en charge rapide et efficace du client en agence et par le Service Monétique.
PRINCIPES DE GESTION	<ol style="list-style-type: none"> 1. La demande d'annulation de carte et de réédition de code PIN peut se faire par une demande écrite au niveau de l'agence (fiche de demande de service monétique à compléter et signer par le client) ; 2. L'identification du client doit se faire par contrôle systématique du recueil du numéro de compte, numéro de la pièce d'identité, à confronter avec les informations enregistrées dans amplitude. 3. Le gestionnaire de compte est tenu d'informer le client des frais d'annulation ou de réédition de code en faisant signer la fiche de demande de service monétique par le client ; 4. Le gestionnaire de compte est tenu d'informer le client de l'annulation de la carte ou de la réédition du code secret du client une fois la requête est exécutée.

❖ Tableau 5 : Différentes étapes pour l'annulation et la réédition de code

ETAPES POUR L'ANNULATION ET LA REEDITION DE CODE	ÉTAPE 1	ÉTAPE 2
		CONTRÔLE DE L'IDENTITÉ DU CLIENT ET PRISE EN CHARGE DE LA DEMANDE DU CLIENT
ACTEURS	1) CLIENT 2) GESTIONNAIRE DE COMPTE	1) GESTIONNAIRE DE COMPTE 2) SERVICE MONETIQUE

<p>DESCRIPTION DU PROCESSUS</p>	<p>1. A la réception de la demande d'annulation de carte ou de réédition du code secret du client matérialisé par fiche de demande de service monétique dûment signé par le client, le gestionnaire de compte va :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procéder à l'identification du client en comparant les informations sur sa pièce d'identité avec celles enregistrées dans le SI (amplitude); - Contrôle concluant? - Cas - Non, Rejeter la demande du client et informer le client; - Cas - Oui, indiqué le montant des frais d'annulation de carte ou de réédition de code ; - Informer le client de la prise en charge de sa demande; - En cas de vol ou de perte le client doit obligatoirement fournir un document déclaration de perte délivrée par la police. 	<p>1. Après vérification du formulaire renseigné et signé par le client, ou l'identification du client bien établie, le gestionnaire de compte va :</p> <p>Si contrôle concluant ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cas - Non, demandé au client de modification éventuelle; - Cas - Oui : <p>a) Apposer son nom, son visa et le cachet de l'agence sur la fiche de demande de service monétique ;</p> <p>b) Scanner la fiche de demande de service au service monétique pour prise en charge;</p> <p>c) Une fois la carte annulée ou le recalcul de PIN fait, informer le client du traitement de sa requête. et archiver la demande du client.</p>
---------------------------------	---	--

❖ Tableau 6 : Description du processus de réinitialisation de code PIN

DESCRIPTION DU PROCESSUS	<p>Le processus décrit les étapes à suivre dans la prise en charge des demandes de réinitialisation du compteur PIN (code secret) d'une carte à la demande du client. Les étapes sont les suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contrôle de l'identité du client et prise en charge de la demande du client - Traitement de la demande du client.
CHAMPS D'APPLICATION DU PROCESSUS	Le processus s'applique à la carte bancaire oasis.
BUT DE LA PROCÉDURE	Prise en charge rapide et efficace du client en agence et par le Service Monétique.
PRINCIPES DE GESTION	<ol style="list-style-type: none"> 1 La demande de réinitialisation de code PIN peut se faire par une demande écrite au niveau de l'agence (formulaire à compléter et signer par le client) ; 2 L'identification du client doit se faire par contrôle systématique du recueil du numéro de compte, numéro de la pièce d'identité, à confronter avec les informations enregistrées dans amplitude ; 3 Le gestionnaire de compte est tenu d'informer le client des frais de déblocage de code en faisant signer la fiche de demande de service par le client ; 4 Le gestionnaire de compte est tenu d'informer le client de la réinitialisation du compteur du code secret du client une fois la requête est exécutée.

❖ Tableau 7 : Différentes étapes pour la réinitialisation de code PIN

ETAPES POUR LA REINITIALISATION DE CODE PIN	ÉTAPE 1 CONTRÔLE DE L'IDENTITÉ DU CLIENT ET PRISE EN CHARGE DE LA DEMANDE DU CLIENT	ÉTAPE 2 TRAITEMENT DE LA DEMANDE DU CLIENT
ACTEURS	1) CLIENT 2) GESTIONNAIRE DE COMPTE	1) GESTIONNAIRE DE COMPTE 2) SERVICE MONETIQUE
DESCRIPTION DU PROCESSUS	<p>1. A la réception de la demande de réinitialisation du code secret du client matérialisé par la fiche de demande de service monétique dûment signé par le client, le gestionnaire de compte va :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procéder à l'identification du client en comparant les informations sur sa pièce d'identité avec celles enregistrées dans le SI (amplitude); - Contrôle concluant? - Cas - Non, Rejeter la demande du client et informer le client; - Cas - Oui, indiqué au client le montant des frais de réinitialisation de code; 	<p>1. Après vérification de la fiche de demande de service monétique renseigné et signé par le client, ou l'identification du client est bien établie, le gestionnaire de compte va :</p> <p>Si contrôle concluant ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cas - Non, demandé au client de modification éventuelle; - Cas - Oui : <p>a) Apposer son nom, son visa et le cachet de l'agence sur la fiche de demande de service monétique</p> <p>b) Scanner la fiche de demande au service monétique pour prise en charge;</p> <p>c) Une fois la réinitialisation faite, informer le client du traitement de sa requête. et archiver la demande du client.</p>

	-Informer le client de la prise en charge de sa demande.	
--	--	--

CHAPITRE IV : ANALYSE DU PROCESSUS « GESTION DE LA CARTE OASIS »

Ce chapitre est consacré à l'analyse des résultats issus des enquêtes menées auprès des acteurs, et à la mesure de l'efficacité de la stratégie du « processus gestion de la carte oasis » à travers le modèle SWOT afin de faire ressortir les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces de la carte oasis.

Le processus de gestion de la carte oasis est l'ensemble des stratégies mis en place par le service monétique pour rendre la carte oasis plus compétitif sur le marché et répondant aussi aux attentes des clients. Ainsi cette stratégie doit être bien pensée pour permettre une meilleure vulgarisation de la carte oasis. Pour cerner l'efficacité de cette stratégie et les obstacles qui freinent l'adoption de la carte oasis par les clients, notre analyse va porter sur : (ii) l'appréciation du processus de gestion ; (iii) les obstacles qui empêchent l'expansion de la carte oasis ; (iv) la satisfaction des attentes des clients.

Avant d'analyser le « processus gestion de la carte oasis », il convient d'abord de présenter la catégorie socio-professionnelle des clients enquêtés.

4.1. PRESENTATION DE LA CATEGORIE SOCIO PROFESSIONNELLE DES CLIENTS ENQUETES

4.1.1) Présentation de la catégorie socio professionnelle des clients titulaires de la carte oasis

C'est l'ensemble des clients enquêtés titulaires d'une carte oasis, selon le graphique ci-dessous, nous avons enquêtés cent cinq (105) clients qui sont repartis selon leur catégorie socio professionnelle :

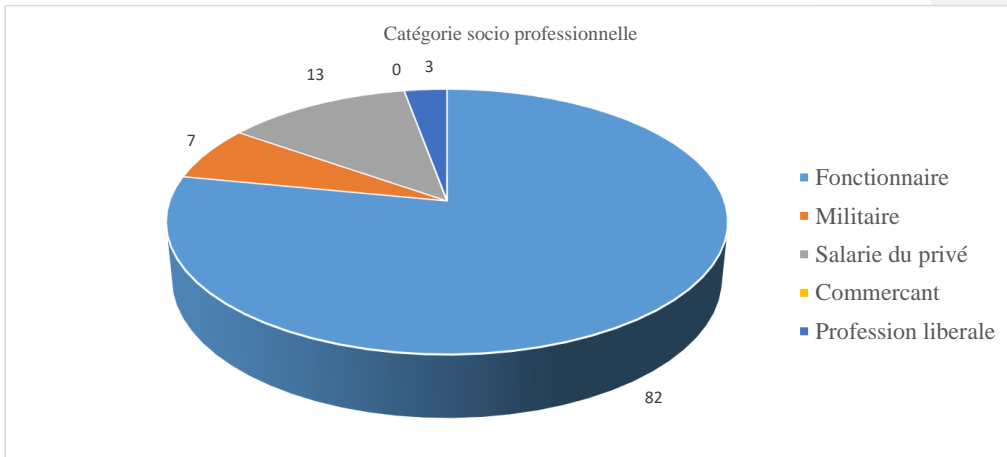
- ✓ 78% des clients enquêtés sont des fonctionnaires ;
- ✓ 7% des militaires ;
- ✓ 12% des salariés du privé ;
- ✓ et 3% de la profession libérale.

La majorité des clients qui possèdent la carte oasis sont des fonctionnaires de l'Etat.

Mis en forme : Numéros + Niveau : 1 + Style de numérotation : I, II, III, ... + Commencer à : 1 + Alignement : Gauche + Alignement : 0,63 cm + Retrait : 1,9 cm

Mis en forme : Hiérarchisation + Niveau : 2 + Style de numérotation : 1, 2, 3, ... + Commencer à : 1 + Alignement : Gauche + Alignement : 0 cm + Retrait : 1,27 cm, Taquets de tabulation : Pas à 2,54 cm

Figure 1 : Répartition selon la catégorie socio professionnelle des clients titulaires de la carte oasis



Source : Enquête de terrain 2019

1.2) Présentation de la catégorie socio professionnelle des clients non détenteurs de la carte oasis

C'est l'ensemble des clients enquêtés non détenteurs d'une carte oasis, selon le tableau ci-dessous, nous avons enquêtés cent cinq (105) clients qui sont repartis selon leur catégorie socio professionnelle. Ainsi 60 % des clients enquêtés sont des fonctionnaires, 14% des militaires, 21% des salariés du privés, 2% de la profession libérale et 3% des commerçants.

Tableau 8 : Répartition selon la catégorie socio professionnelle des clients non détenteurs de carte oasis

CATEGORIE SOCIO PROFESSIONNELLE	Nombre de client	Pourcentage
Fonctionnaire	63	60,00%
Militaire	15	14,29%
Salarié du privé	22	20,95%
Commerçant	3	2,86%
Profession libérale	2	1,90%
Total clients enquêtés	105	100,00%

Source : Enquête de terrain 2019

2.II. L'APPRECIATION DU PROCESSUS DE GESTION

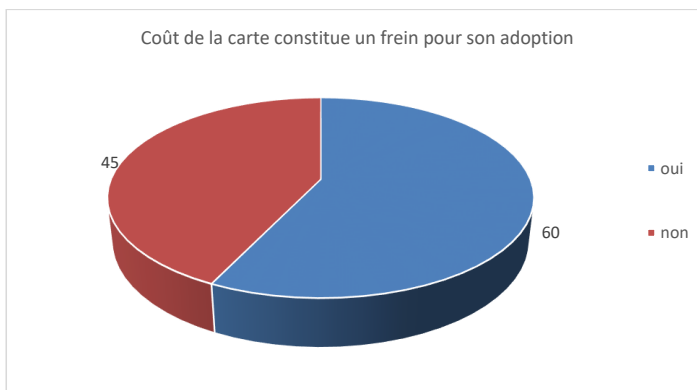
Le processus de gestion de la carte oasis mis en place par le service monétique de la BSIC comporte des insuffisances qui jouent sur la qualité du produit. Cette appréciation peut se faire par le coût de la carte oasis, le délai d'attente pour entrer en possession de la carte, le code secret et l'absence de publicité autour de la carte oasis.

2.1) Coût de la carte oasis

Mis en forme : Numéros + Niveau : 1 + Style de numérotation : I, II, III, ... + Commencer à : 1 + Alignement : Gauche + Alignement : 0,63 cm + Retrait : 1,9 cm

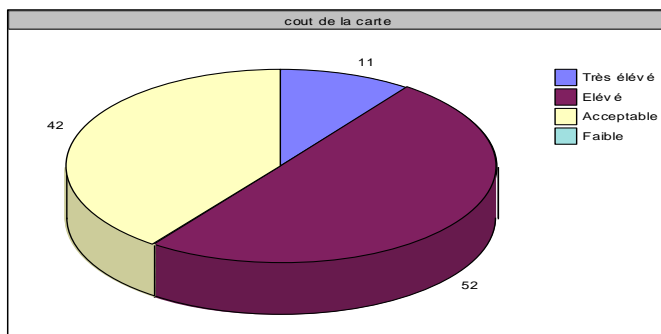
Le coût est défini selon le SYSCOA « comme toute chose désignée pour laquelle il est jugé utile d'attribuer des charges et d'en faire le total : coût d'un produit, coût d'une fonction, coût d'une activité ». En d'autres termes, un coût est défini comme étant la somme des charges relatives à un élément défini (bien ou service) ; c'est-à-dire la consommation des ressources effectuées pour réaliser le bien ou le service. Le coût de la carte oasis ne répond pas totalement aux attentes des clients. Selon les figures ci-après :

Figure 2 : Le coût de la carte oasis constitue un frein pour son adoption selon les clients non détenteur de la carte oasis



Source : Enquête de terrain 2019

Figure 3 : L'appréciation du coût de la carte oasis selon les clients titulaire de la carte oasis



Source : Enquête de terrain 2019

Les clients titulaires de la carte oasis apprécient de diverses manières le coût de la carte oasis :

- ✓ 11% des clients enquêtés trouvent que la carte oasis à un coût très élevés ;
- ✓ 49 % estiment que la carte oasis à un coût élevés ;
- ✓ 40 % estiment que la carte oasis à un coût acceptable.

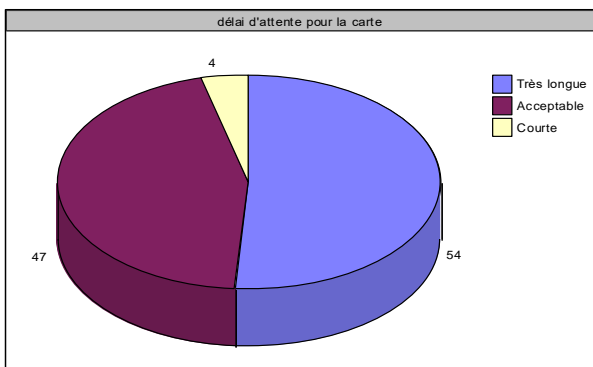
Aussi 57% des clients non détenteurs de la carte oasis estiment que le coût de la carte constitue un facteur qui empêche leurs souscription à la carte oasis.

Cette situation est due au fait que les clients qui possèdent un compte courant pouvaient opter soit pour la carte express dont le montant annuel est de sept mille quatre-vingt (7080) franc TTC ou la carte oasis dont le montant annuel est de neuf mille quatre cent quarante (9440) franc TTC. Cette option a été supprimée courant année 2018. Ainsi les cartes oasis sont destinées aux comptes courants et les cartes express sont destinées aux comptes d'épargne. En outre la concurrence propose des cartes à moindre coût et qui possèdent les mêmes avantages que la carte oasis (par exemple la carte challenge de CORIS BANK).

2.2) Délais d'attente pour entrer en possession de la carte oasis

Selon la figure ci-dessous, les délais d'attente pour entrer en possession de la carte oasis est très longue selon 51 % des clients enquêtés, 45% des clients estiment que ce délai est acceptable et 4 % trouvent que le délai d'attente est de courte durée.

Figure 4 : L'appréciation du délai d'attente pour entrer en possession de la carte selon les clients détenteurs de la carte oasis



Source : Enquête de terrain 2019

Le problème de retard de la mise à disposition de la carte oasis à la clientèle s'explique par deux raisons qui sont :

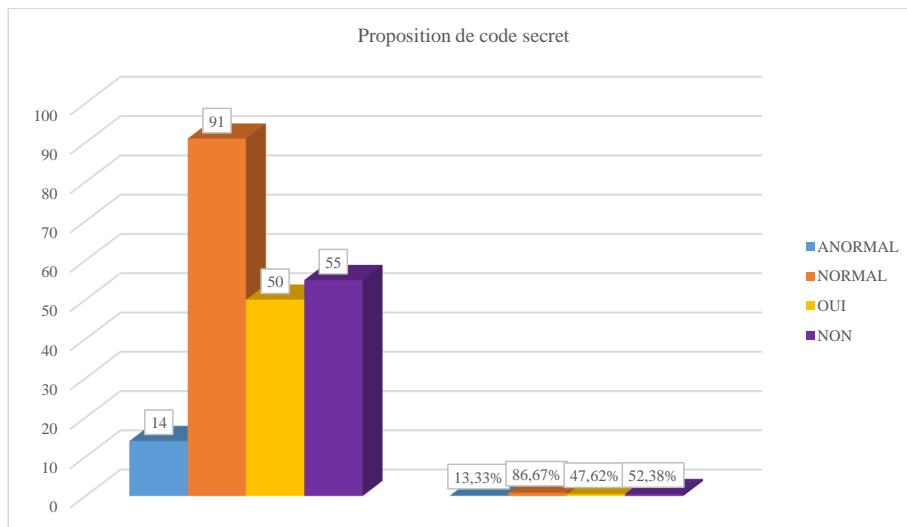
- ✓ la commande de la carte oasis est effectuée chaque quinze (15) du mois ou chaque fin du mois en fonction des commandes enregistrées dans le logiciel ce qui engendre un retard dans la confection des cartes ;
- ✓ pour éviter que le coût de lancement de commande ne soit trop élevé, le service monétique a opté pour un lancement mensuel ou un lancement sous quinzaine plutôt que pour un lancement hebdomadaire car le façonnier de la carte oasis se trouve au SENEGAL.

2.3) Le Code secret

Le code secret est l'élément qui permet au client d'avoir accès à son compte à travers la carte. Pour des raisons de sécurité pour chaque carte donnée la banque propose un code confidentiel unique au client. Selon la figure ci-dessous :

- ✓ 87% des clients enquêtés trouvent que la proposition de code par la banque est normale ;
- ✓ 13% sont contre le fait que la banque elle-même propose des codes confidentiels à ses clients ;
- ✓ 52 % des clients enquêtés désirent que la banque leurs proposent un code contre 48% qui aimeraient avoir le choix de proposer leurs propre code confidentiel.

Figure 5 : Proposition de code secret



Source : Enquête de terrain 2019

Ce résultat montre qu'il faut innover la carte oasis en lui ajoutant un service supplémentaire. Ce service supplémentaire a pour but de permettre au client une fois au distributeur automatique de pouvoir changer de code secret et de proposer lui-même son propre code secret. Cela permettra de réduire les demandes de réédition de code pin dont la durée de traitement peut avoisiner un mois ou plus.

2.4) Publicité

La publicité sur la carte oasis est nécessaire car elle a pour vocation de créer un besoin pour persuader le consommateur que le produit ou le service proposé répond à ce besoin. Selon le tableau ci-après, 90% des clients enquêtés estiment la nécessité de la publicité contre 10% qui estiment que la publicité n'est pas nécessaire.

Tableau 9 : Appréciation sur la nécessité de la publicité

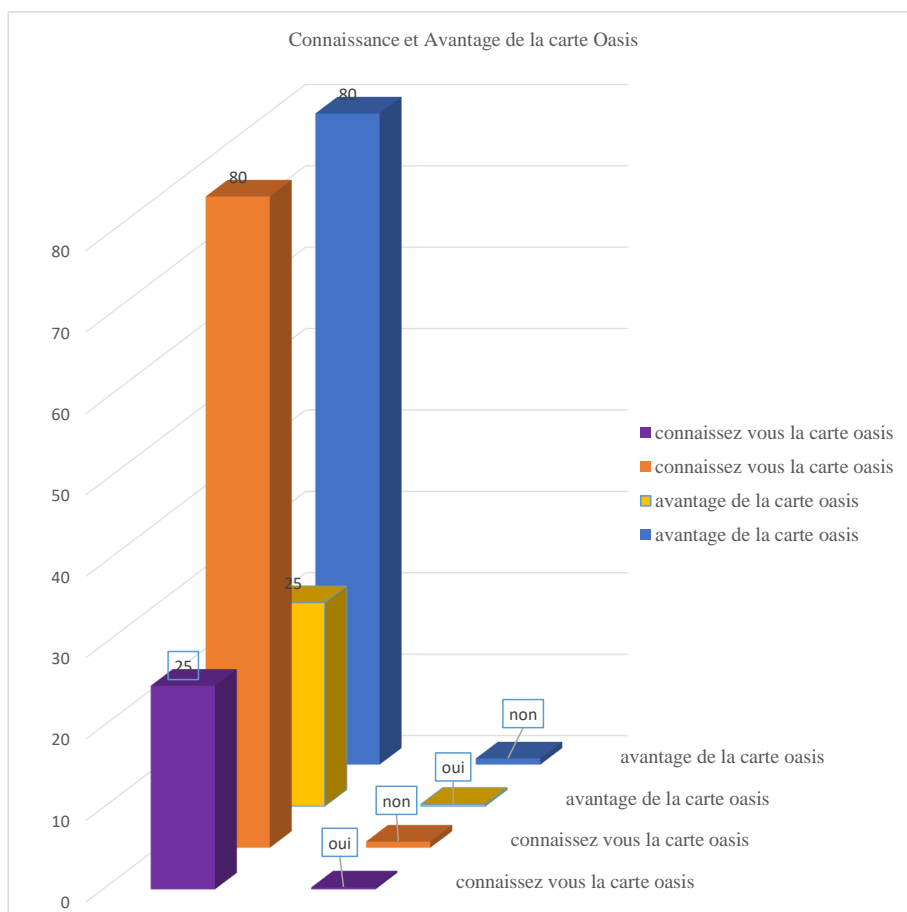
Nécessite de la publicité	Nombre de client	Pourcentage
Oui	95	90,50%
Non	10	9,50%
Total enquêtes	105	100.00%

Source : Enquête de terrain 2019

De plus l'absence de publicité autour de la carte oasis constitue un facteur qui limite l'adoption de la carte oasis par les clients car ils ne sont pas suffisamment informés sur les avantages liés à la carte oasis. Ainsi selon le graphique ci-dessous :

- ✓ 76% des clients qui n'ont pas souscrit à la carte oasis ne connaissent pas et ne perçoivent pas les avantages de la carte oasis ;
- ✓ Contre 23% qui ont une perception partielle des avantages liés à la carte oasis.

Figure 6 : Appréciation des clients non souscrit à la carte sur la connaissance et les avantages de la carte oasis.



Source : Enquête de terrain 2019

La conduite de cette étude a permis de déceler les insuffisances du processus de gestion de la carte oasis ce qui permet de confirmer l'hypothèse n°1 selon laquelle, la stratégie du processus gestion de la carte oasis n'est pas appropriée pour répondre à la satisfaction des clients.

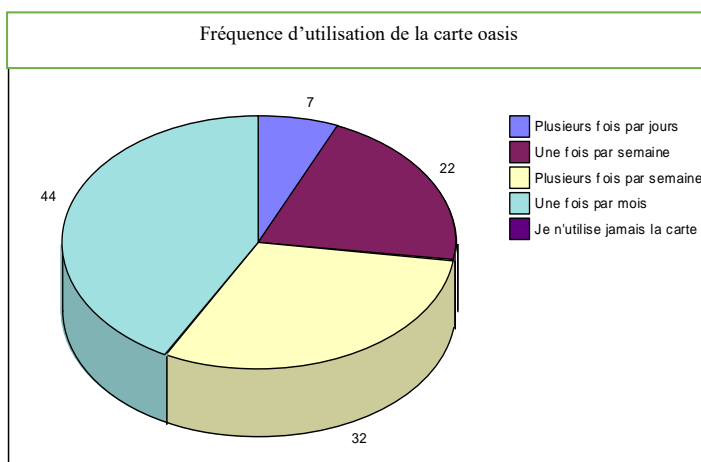
3.III. LES OBSTACLES QUI EMPECHENT L'EXPANSION DE LA CARTE OASIS

La carte oasis est une carte de retrait et de paiement idéale pour les titulaires de comptes courants. Elle donne la liberté, la maîtrise de votre budget et une vraie sécurité pour votre budget. Cependant, il existe plusieurs facteurs qui limitent l'appropriation de celle-ci.

3.1) L'absence de culture monétaire

Selon la figure ci-dessous, la majorité des clients détenteurs de la carte oasis n'utilisent pas fréquemment la carte oasis.

Figure 7 : Fréquence d'utilisation de la carte



Source : Enquête de terrain 2019

En effet la fréquence démontre l'insuffisance de l'utilisation de la carte oasis par ses détenteurs. Ainsi 7% des détenteurs utilisent leurs cartes plusieurs fois par jour, 30 % plusieurs fois par semaine, 21% une fois par semaine et 44% une fois par mois. Ce résultat nous interpelle à instaurer une véritable culture monétaire. Cette culture monétaire doit être inculquée aux clients de la BSIC à travers des campagnes de sensibilisation (publicité et distribution de guide pratique d'utilisation de la carte oasis).

3.2) L'absence de campagne de sensibilisation

L'absence de campagne de sensibilisation constitue un facteur qui limite l'appropriation de la carte oasis par les clients. Ainsi les clients non détenteurs de carte trouvent que :

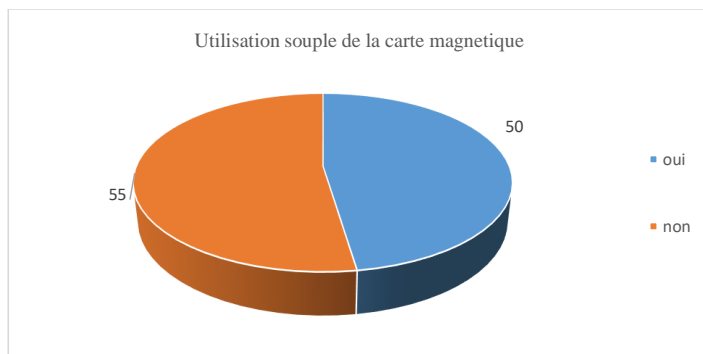
- ✓ la carte n'est souple à utiliser,
- ✓ et ne savent pas comment on utilise une carte.

3.2.1) La souplesse dans l'utilisation de la carte magnétique

Selon la figure ci-dessous, 52% des clients non détenteurs de la carte oasis estiment que l'utilisation de la carte n'est pas souple. Ce résultat s'explique par l'absence de guide sur l'utilisation de la carte oasis et l'absence de sensibilisation de façon générale sur l'utilisation de la carte magnétique.

Mis en forme : Numéros + Niveau : 1 + Style de numérotation : I, II, III, ... + Commencer à : 1 + Alignement : Gauche + Alignement : 0,63 cm + Retrait : 1,9 cm

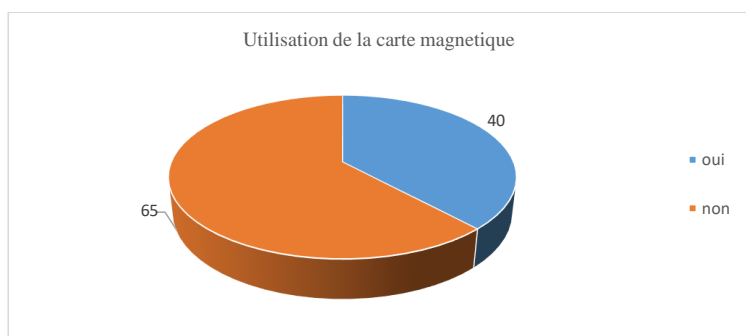
Figure 8 : Souplesse dans l'utilisation de la carte



Source : Enquête de terrain 2019

3.2.2) Utilisation de la carte magnétique

Figure 9 : Comment on utilise une carte magnétique



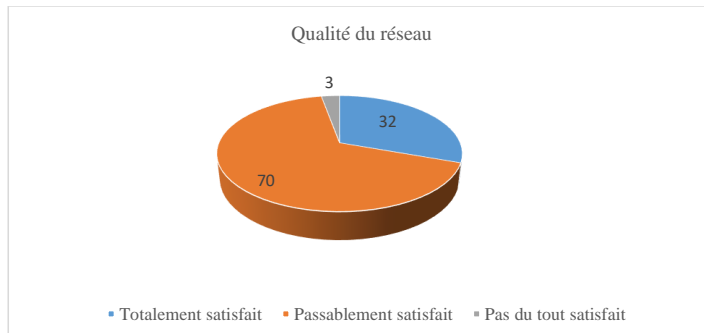
Source : Enquête de terrain 2019

Le graphique ci-dessus permet de noter que 62% des clients non détenteurs de la carte oasis ne savent pas utiliser une carte magnétique. Cet état de fait s'explique par les éléments suivants :

- l'absence de culture bancaire ;
- le niveau d'instruction très bas de certains clients ;
- la peur d'utilisée la carte bancaire à causer des aléas technologiques (débit à tort).

3.2.3) La qualité du réseau

Figure 10 : La qualité du réseau



Source : Enquête de terrain 2019

Le réseau de télécommunication joue un rôle fondamental dans l'utilisation de la carte. Un réseau de mauvaise qualité ne permet pas au détenteur de la carte d'effectuer des transactions. 30% des clients enquêtés sont totalement satisfait de la qualité du réseau, 67 % passablement satisfait et 3% pas du tout satisfait. Ce résultat interpelle la BSIC à la mise en place d'un réseau de télécommunication fiable, performant et opérant en temps réel et d'effectuer la maintenance quotidienne des Distributeurs des billets (DAB). De plus sur les cent cinq (105) clients enquêtés non détenteurs de la carte oasis, soixante (60) clients affirment que la qualité du réseau constitue un frein à leurs souscription à la carte oasis selon le tableau ci-dessous.

Tableau 10 : Appréciation de la qualité du réseau par les clients non détenteurs de carte oasis

Qualité du réseau constitue un frein	Nombre de client	Pourcentage
Oui	60	57,14%
Non	45	42,46%
Total enquêtes	105	100.00%

Source : Enquête de terrain 2019

Au vu des obstacles mentionnés ci-dessus, nous pouvons confirmer l'hypothèse n°2, selon laquelle, l'absence de culture bancaire combinée au dysfonctionnement du système de paiement électronique ne favorise pas l'adoption de la carte oasis.

4.IV. LA SATISFACTION DES ATTENTES CLIENTS

« La raison d'être d'une entreprise est de créer et de garder sa clientèle ». Cette citation de Théodore Levitt, célèbre économiste américain, illustre une réalité en entreprise. Satisfaire ses clients, et de manière durable, est l'une des premières ambitions de toute marque. Ainsi pouvoir mesurer la satisfaction des clients afin de l'améliorer est essentiel. La satisfaction client est une mesure qui permet d'évaluer si l'expérience concrète du client par rapport à un service ou un produit correspond à ses attentes ou non. Pour mesurer le degré de satisfaction des clients vis-à-vis de la carte oasis, nous avons interrogés les clients détenteurs de la carte par rapports aux facteurs suivants : appréciation de la carte oasis de façon générale, la satisfaction vis-à-vis des services de la carte oasis et la recommandation de la carte oasis.

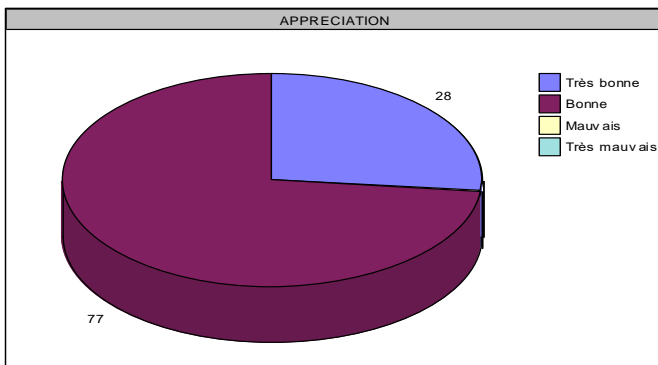
Mis en forme : Numéros + Niveau : 1 + Style de numérotation : I, II, III, ... + Commencer à : 1 + Alignement : Gauche + Alignement : 0,63 cm + Retrait : 1,9 cm

4.1) Appréciation de la carte oasis

Les titulaires de la carte oasis attribuent de bonne, voire de très bonne appréciation envers la carte oasis selon la figure ci-dessous :

- 27 % des clients enquêtés trouvent que la carte oasis est un très bon produit ;
- 73% des clients enquêtés trouvent que la carte oasis est un bon produit.

Figure 11 : Appréciation face à la carte oasis



Source : Enquête de terrain 2019

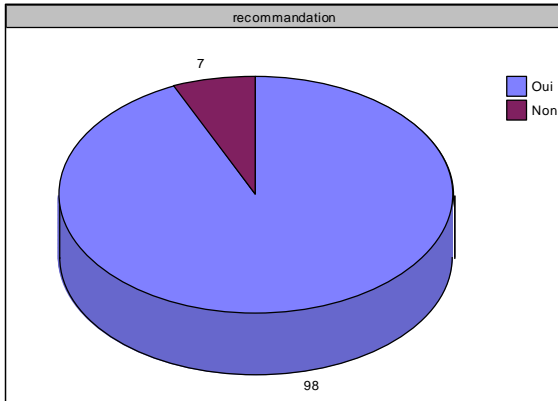
4.2) La satisfaction vis-à-vis des services de la carte oasis

Les services de la carte oasis répondent partiellement à la satisfaction des clients enquêtés car 47% sont totalement satisfait des services de la carte et 53% sont passablement satisfait. Pour neuf (09) années d'existence la carte oasis ne satisfait pas totalement les attentes des clients. Cette situation s'explique par le fait que la stratégie du processus gestion de la carte oasis ne répond pas à la satisfaction totale des attentes des clients.

4.3) Recommandation de la carte oasis

Les clients sont partiellement satisfaits des services de la carte oasis mais sont prêt à recommander la carte oasis à d'autres clients. Selon la figure 11 ci-dessous, pour cent cinq (105) clients enquêtés, 93% souhaite recommander la carte à d'autres clients contre 7% qui ne désire pas recommander la carte oasis. Cela signifie que la carte oasis en tant que produit répond aux attentes des clients mais la stratégie mis en place par la BSIC n'est pas appropriée pour répondre à la satisfaction des attentes des clients.

Figure 12 : Recommandation de la carte oasis



Source : Enquête de terrain 2019

La carte oasis est un produit bien prisé par l'ensemble des clients enquêtés. Cependant, elle rencontre des difficultés dans sa vulgarisation. Il convient donc de prendre des mesures correctives. Ces mesures découlent de l'analyse des différents obstacles et insuffisances observés sur le terrain. Elles visent à booster l'expansion de la carte oasis par la mise en place d'une stratégie de processus gestion de la carte oasis appropriée et l'amélioration du système de paiement (amélioration de la qualité du réseau). Cela permettra la vulgarisation de la carte oasis et de confirmer notre hypothèse n°3 selon laquelle, l'amélioration du système de paiement et la mise en place d'une stratégie du processus gestion de la carte oasis appropriée participeront à accroître l'adhésion des clients à la carte oasis

Après l'analyse des résultats issus des enquêtes menées auprès des clients nous allons effectuer l'analyse SWOT de la carte oasis proposée par la BSIC.

5.V. ANALYSE SWOT DE LA CARTE OASIS PROPOSEE PAR LA BSIC.

Les données recueillies auprès du service monétique et l'analyse des résultats issus des enquêtes menées auprès des clients, nous a permis d'identifier les forces et les faiblesses, ainsi que les opportunités et menaces liées à la vulgarisation de la carte oasis.

4.1) Les opportunités

Le réseau BSIC n'est pas étendu sur l'ensemble du territoire burkinabé. La région du nord qui compte quatre (04) provinces possède une seule agence BSIC. Cette agence est située dans la ville de Ouahigouya. De ce fait les clients BSIC des villes environnantes comme Yako, Gourcy, Boussé, Seguenega, Titao etc, sont obligés de se déplacer à Ouahigouya pour effectuer leurs différentes transactions. Ainsi la carte oasis constitue un enjeu stratégique pour la banque de se rapprocher de ses clients. Les clients pourront effectuer leurs transactions dans les villes où il existe un guichet automatique de billet car la carte oasis permet de faire des retraits sur tous les GAB qui sont affiliés à GIM- UEMOA.

Mis en forme : Numéros + Niveau : 1 + Style de numérotation : I, II, III, ... + Commencer à : 1 + Alignement : Gauche + Aligement : 0,63 cm + Retrait : 1,9 cm

4.2) Les menaces

En ce qui concerne les menaces, les principales relatives à la vulgarisation de la carte oasis dans la région du nord que nous avons décelées sont : le faible niveau d'éducation financière et l'habitude de la monnaie fiduciaire.

➤ **Le faible niveau d'éducation financière**

La culture monétique n'est pas enracinée dans les mœurs de la population de la région du nord. Ainsi plusieurs résultats des enquêtes menées auprès des clients démontrent le faible niveau d'éducation financière des clients :

- 44% des clients détenteurs de la carte oasis utilisent leurs cartes une fois dans le mois,
- 52% des clients non détenteurs de la carte oasis estiment que l'utilisation de la carte n'est pas souple,
- 62% des clients non détenteurs de la carte oasis ne savent pas utiliser une carte magnétique.

Le défi majeur de la BSIC serait donc de convaincre ses clients à s'approprier la carte oasis à travers des actions de sensibilisation.

➤ **L'habitude de la monnaie fiduciaire**

L'utilisation de la monnaie fiduciaire relève d'habitude culturelle dans la région du nord. Ainsi certains commerçants préfèrent voyager avec des importantes sommes d'argent. Mais également de la disponibilité des alternatives de paiement dans le pays où l'on rencontre toujours des réseaux informels de transfert.

4.3) Les forces

Les principales forces de la carte oasis relèvent de la forte appréciation de la carte par les clients, de la satisfaction vis-à-vis des services de la carte et du fait que les clients sont prêts à recommander la carte à d'autres clients.

La carte oasis est fortement prisée par les clients car 100 % des clients enquêtés trouvent que la carte oasis est un bon produit. Ensuite 47% sont totalement satisfait des services de la carte et 53% sont passablement satisfait et enfin 93% des clients enquêtés sont prêt à recommander la carte oasis à d'autres clients.

4.4) Faiblesses

Outre les points forts de la carte oasis précités, on rencontre des faiblesses qui pourraient entraver l'appropriation de la carte oasis par les clients, on a ainsi les investissements coûteux et l'inefficacité de la stratégie « processus de gestion » de la carte oasis.

➤ **Investissements coûteux**

Le coût d'acquisition des guichets automatique de billet (GAB) externalisé est coûteux ce qui ne permet pas la vulgarisation des GAB dans les zones où ils n'existent pas d'agences BSIC. Cette situation constitue un frein à l'appropriation de la carte oasis dans la région du nord. Ainsi les clients de certaines localités comme Seguenega, Titao titulaires de la carte oasis sont obligés de se déplacer à Ouahigayou pour effectuer leurs transactions.

➤ Inefficacité de la stratégie « processus de gestion » de la carte oasis

La stratégie de processus gestion n'est pas appropriée car elle ne répond aux attentes des clients. Cette inefficacité s'explique par plusieurs facteurs qui sont :

- 60% des clients détenteurs de la carte trouvent que le coût de la carte oasis est élevé et 57% des clients non détenteurs de la carte estiment que le coût de la carte oasis constitue un facteur qui limite leur appropriation à la carte.
- Un retard dans la mise à disposition de la carte aux clients, 51% des clients trouvent que le délai d'attente pour entrer en possession de la carte oasis est long.
- L'absence de publicité et de sensibilisation autour de la carte font que les clients ne connaissent pas et ne perçoivent pas les avantages liés à la carte oasis. Ainsi 90% des clients enquêtés estiment la nécessité de la publicité autour de la carte oasis.

6.VI. PROPOSITIONS DE SOLUTIONS ET SUGGESTIONS

La stratégie du « processus gestion de la carte oasis », permet l'accroissement de la vente de la carte oasis et de ce fait ce processus doit être bien pensé pour permettre une meilleure appropriation de la carte par les clients. Ainsi pour une mise en place réussie de la stratégie du « processus gestion de la carte oasis » des mesures doivent être prises. Il s'agit de (du) :

- ✓ la mise en place d'une politique marketing de grande envergure afin de sensibiliser les clients de la BSIC dans la région du nord des bienfaits de la carte oasis. Cette opération consiste à dédier un mois pour la promotion de la carte oasis à travers la distribution des prospectus, des appels téléphoniques émissent en faveur des clients non détenteurs de la carte oasis dans l'optique de les informer sur les avantages de la carte oasis et éventuellement les inviter à souscrire à la carte oasis ;
- ✓ la mise en place d'un système de production instantanée de la carte. Ce système consiste à acquérir des cartes préfabriquées vierges et de créer une cellule au sein du service monétique dont la mission est chargée de graver les noms et prénoms des clients sur la carte, de lier le compte du client à la carte et de l'activer dans le système. De ce fait le code du client est édité sur place à l'aide d'un TPE. Ainsi le client dès l'ouverture de son compte passe au service monétique pour l'établissement de sa carte et l'édition de code dont lui-même il propose son propre code. Cela permet d'écourter les délais d'entrer en possession de la carte et de réduire les demandes de réinitialisation de code. La BSIC aussi peut opter pour l'acquisition de ces cartes chez un façonnier national comme la banque CORIS ce qui permet d'écourte les délais de livraison de la carte ;
- ✓ l'instauration de culture monétique à travers des formations sur la monétique et les produits monétiques aux acteurs qui sont charges de la promotion des produits monétiques et à l'organisation des séminaires en faveur de la population de la région du nord sur les objectifs, les enjeux et les perspectives de la monétique de façon générale ;
- ✓ la mise en place d'un réseau de télécommunication fiable, performant et opérant en temps réel et une maintenance quotidienne des distributeurs automatique de billets

Mis en forme : Numéros + Niveau : 1 + Style de numérotation : I, II, III, ... + Commencer à : 1 + Alignement : Gauche + Alignement : 0,63 cm + Retrait : 1,9 cm

(DAB) afin d'éviter certains préjudices (débit à tort par exemple) qui peuvent déteindre sur la qualité du produit ;

- ✓ Mener des campagnes de publicité sur la carte oasis à travers des affiches, des spots publicitaires au niveau de l'agence et des radios locales ce qui permettra de mieux connaître la carte oasis dans la région du nord ;
- ✓ définir une politique d'implantation des Distributeurs Automatiques de Billets et des Terminaux de Paiement Electroniques en tant que facteur d'émulation à la bancarisation et à l'utilisation des cartes bancaires.

CONCLUSION GENERALE

La modernisation des systèmes et moyens de paiement initié par la BCEAO depuis 1999 a servi à encren la mise à disposition des cartes à la clientèle des banques de l'UEMOA. La BSIC Burkina, en dehors de son rôle d'intermédiaire financier a saisi cette opportunité en offrant à ses clients la possibilité de recourir à la carte oasis. Mais en neuf (9) ans d'existence la carte, en dépit des actions de promotion, sa vulgarisation au sein de la clientèle n'est pas encore totale. Cela est dû au fait que la stratégie du processus gestion de la carte oasis mise en place par la BSIC n'est pas appropriée. Cette étude a été conduite dans le but de déceler les insuffisances du processus de gestion la carte oasis et les obstacles qui limitent l'expansion de la carte oasis. Ainsi à travers l'évaluation du processus de gestion de la carte oasis, on note que le coût de la carte oasis est élevé, les clients mettent un temps assez long pour entrer en possession de leur carte et l'absence d'une publicité autour de la carte oasis. En cela s'ajoute les enjeux liés au niveau d'éducation très bas des clients (absence de culture monétique et bancaire) et aux attitudes de certains clients qui constituent un frein à leurs souscription à la carte oasis. Cet état des faits joue négativement sur la qualité du produit (carte oasis) et freine ainsi la vulgarisation de la carte oasis. Pour une meilleure vulgarisation de la carte oasis dans la région du nord avec une prise en compte des contraintes et des attentes des clients, il serait important de (d') :

- mettre en place un processus de gestion de la carte oasis approprié et répondant aux attentes des clients ;
- initier des campagnes de sensibilisations sur les objectifs et les enjeux de la monétique ;
- mettre en place un réseau de télécommunication fiable et performant.

BIBLIOGRAPHIE

A. Ouvrages généraux et spécifiques

BCEAO 2002, Règlement n°15 /2002/CM / UEMOA relatif aux systèmes de paiement dans les états membres de l'Union Economique et Monétaire ouest africain (UEMOA), 80 pages.

BCEAO 2004, Rapport annuel de concertation sur le financement bancaire de l'économie dans les Etats de l'Union Economique et Monétaire ouest africain (UEMOA), 18 pages.

BCEAO 2006, Instruction n°1 /2006/SP du 31 juillet 2006 relative à l'émission de la monnaie électronique et aux établissements de monnaie électronique, 10 pages.

BCEAO 2007, Rapport sur les systèmes de paiement dans l'Union Economique et Monétaire ouest africain (UEMOA), 277 pages.

BCEAO 2015, Bulletin mensuel de statistiques économiques de l'Union Economique et Monétaire ouest africain (UEMOA), 100 pages.

BCEAO 2016, Recueil des textes légaux et réglementaires régissant l'activité bancaire et financière dans l'Union Monétaire Ouest Africain (UMOA). 101 pages.

DRAGON Claude, GEIBEN Didier et NALLARD Gilbert 2002, La carte et ses aouts, revue banque, 126 pages.

GIM UEMOA ACCADEMY 2019, Gestion du back office, décomposition et ajustage des comptes monétiques, 114 pages.

GIM UEMOA ACCADEMY 2019, Initiation à la monétique, 230 pages.

GUEULLE Patrick 2004, Plus loin avec les cartes à puces, éditions Dunod Paris, 168 pages.

GUINCHAT Claire, YOLANDE Skouri, et MARIE Pierre Alix 1996, Guide pratique des techniques documentaires, Edicef Paris 308 pages.

HALLEPEE Didier 2010, L'univers de la monétique, carrefour du net, Paris, 170 pages.

LAZREG Mohammed et GOUDIH Djamel Torqui 2016, Essai d'analyse sur l'utilisation de la carte électronique de retrait et de paiement interbancaire (CIB) en Algérie, 42 pages.

Mathieu F.N. ADANVE 2013, Utilisation des cartes bancaires comme moyens de paiement, portée et limite : Cas de la carte AZUR Ecobank Benin, 77 pages.

Michael LAFFERTY, 2013, Banque de détail, International Academy of Retail Banking, one Lyric square, Londres, W6 0NB, Royaume-Uni, 250 pages.

KOTLER et DUBOIS 2003, Marketing management ; 11^{eme} édition, 68 pages.

TRAVERNIER Christian 2006, Les cartes à puces, théorie et mise en œuvre ; édition Dunod Paris, 100 pages.

ZERIGAI Khadidja 2011-2012, Stratégie de lancement d'un nouveau bancaire cas de la carte « PERLE » de la société générale Algérie 125 pages.

B. Sites de base de données consultés

http:// www.bceao.int.

http:// www.iarb.org.

ANNEXE

ANNEXE1 : Les questionnaires

❖ Questionnaire adressée aux clients détenteurs de la carte oasis

1. Que pensez-vous du coût de la carte oasis qui est 9440fcfa TTC par an ?

Très élevé Élevé

Acceptable Bas

2. Que pensez-vous de la durée d'entrée en possession de la carte oasis ?

Très longue Acceptable

Courte

3. Connaissez-vous les avantages de la carte oasis ?

Oui Non

4. Quelles appréciations faites-vous de la carte oasis ?

Très bonne Bonne

Mauvaise Très mauvaise

5. Etes-vous satisfait des services de la carte oasis ?

Totalement satisfait Passablement satisfait

Pas du tout satisfait

6. Etes-vous prêt à recommander la carte oasis à votre entourage ?

Oui Non

7. Aves quelle fréquence, utilisez-vous la carte oasis ?

Plusieurs fois par jours Plusieurs fois par semaines

Une fois par semaine Une fois par mois

Je n'utilise pas la carte oasis

8. Etes-vous satisfait de la qualité du réseau lors de vos transactions au GAB

Totalement satisfait

Passablement satisfait

Pas du tout satisfait

9. Que pensez-vous du code secret qui est proposé par la banque elle-même

Normal

Anormal

10. Souhaiteriez-vous proposer votre propre code secret ?

Oui

Non

11. Pensez-vous que des actions publicitaires sur la carte oasis, est-elle nécessaire ?

Oui

Non

12. Quelles suggestions aimeriez-vous formuler à l'endroit de BSIC pour améliorer la qualité des prestations fournies par la carte oasis ?

.....
.....
.....
.....
.....

13. A quelle catégorie socio-professionnelle appartenez-vous ?

Fonctionnaire

salarié du privé

Militaire

Profession libérale

Commerçant

❖ Questionnaire adressée aux clients non détenteurs de la carte oasis

1. Connaissez-vous l'utilité de la carte magnétique ?

Oui Non

2. Savez-vous comment on utilise une carte magnétique ?

Oui Non

3. Pensez-vous que l'utilisation de la carte magnétique est-elle souple ?

Oui Non

- Si oui pourquoi :
- Si non pourquoi :

4. Connaissez-vous la carte oasis ?

Oui Non

- Si oui répondre à la question 05

5. Quelles sont les avantages de la carte oasis ?

.....
.....
.....
.....

6. La qualité du réseau constitue un frein pour votre adhésion à la carte oasis ?

Oui Non

7. Le coût de la carte qui est 9440 fcfa TTC par an constitue un obstacle pour souscription à la carte oasis ?

Oui Non

8. Le retrait journalier plafonné à 500 000 constitue un frein pour votre adhésion à la carte oasis ?

Oui Non

9. Quelles suggestions aimeriez-vous formuler à l'endroit de la BSIC pour vous amener à souscrire à la carte oasis ?

.....
.....
.....
.....

10. A quelle catégorie socio-professionnelle appartenez-vous ?

Fonctionnaire

salarié du privé

Militaire

Profession libérale

Commerçant

ANNEXE 2 : Entretien avec le personnel de l'agence BSIC/ Ouahigouya et du département monétique

1) Quelles appréciations faites-vous de la carte oasis ?

.....
.....
.....
.....

2) Quelles difficultés rencontrez-vous dans la gestion de la carte oasis ?

.....
.....
.....
.....

3) Selon vous quelles sont les facteurs qui limitent l'adoption de la carte oasis ?

.....
.....
.....
.....

4) Quelles sont, selon vous les causes liées au retard dans la mise en disposition des cartes oasis pour les clients ?

.....
.....
.....
.....

5) Quelles suggestions aimeriez-vous formuler pour une amélioration des prestations fournies par la carte oasis ?

.....
.....
.....
.....

ANNEXE 3 : Fiche de demande de service monétique

BSIC BURKINA					
DEPARTEMENT DES OPERATIONS					
SERVICE MONETIQUE					
FICHE DE DEMANDE DE SERVICES / MONETIQUE					
AGENCE:.....					
NUMERO DE COMPTE.....					
INTITULE DU COMPTE.....					
REFERENCE IDENTITAIRE:.....					
TYPE DE CARTENUMERO DE CARTE.....					
TELEPHONE:.....					
NATURE DU BESOIN	TYPES DE SERVICES	MOTIF	MONTANT HT	TVA (18%)	TTC
	*Mise en opposition		5 000	900	5 900
	Levée d'opposition		-	-	-
	*Annulation de carte		2 500	450	2 950
	Recalcul de PIN		3 000	540	3 540
	Réinitialisation code secret (PIN)		1 000	180	1 180
	REPLACEMENT DE LA CARTE	EXPRESS	6 000	1080	7 080
		OASIS PARTICULIER	8 000	1440	9 440
		OASIS ENTREPRISE	10 000	1800	11 800
* Pour la mise en opposition et l'annulation de la carte, fournir la déclaration de perte					
NB: J'autorise la BSIC Burkina à débiter mon compte pour le règlement de la charge afférente au présent service, soit					
Ouahigouya le					
Signature du client			Nom, Prénom(s) et signature de l' Agent		

ANNEXE 4 : L'organigramme de BSIC Burkina

