African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

Contribution de la Digitalisation à l'Amélioration de la Performance Bancaire : Une Synthèse des Travaux de Recherche.

Auteur 1 : Khadija MOUMTAZ.
Auteur 2 : Chourouk MOUDINE.

Khadija MOUMTAZ
Laboratoire de Recherche Prospective en Economie et Gestion
ENCG Casablanca
Université Hassan 2, Casablanca

Chourouk MOUDINE
Laboratoire de Recherche Prospective en Economie et Gestion
ENCG Casablanca
Université Hassan 2, Casablanca

Déclaration de divulgation : **L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.**

Conflit d'intérêts : **L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.**

Pour citer cet article : **MOUMTAZ .Kh & MOUDINE .Ch (2024) « Contribution de la Digitalisation à l'Amélioration de la Performance Bancaire : Une Synthèse des Travaux de Recherche», African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 26 » pp: 0969– 0986.**

Date de soumission : Septembre 2024

Date de publication : Octobre 2024

DOI : 10.5281/zenodo.14065237
Copyright © 2024 – ASJ

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

Résumé :

La digitalisation joue un rôle crucial dans le secteur bancaire moderne, transformant les opérations traditionnelles et améliorant l'efficacité opérationnelle. Grâce aux technologies numériques, les banques peuvent offrir des services plus rapides et personnalisés, mieux gérer les risques, et renforcer la sécurité des transactions. Cette transformation permet aux institutions bancaires de répondre efficacement aux attentes des clients et de s'adapter rapidement aux évolutions du marché et aux régulations, consolidant ainsi leur compétitivité.

L'objectif de cet article est de clarifier les concepts fondamentaux de la digitalisation et de la performance bancaire. Il s'agit d'abord de définir ces notions clés pour établir une base de compréhension commune. Ensuite, l'article explore les théories managériales de l'organisation qui relient la digitalisation à la performance bancaire, en examinant comment ces technologies peuvent être intégrées dans les processus organisationnels pour en maximiser les bénéfices. L'approche méthodologique adoptée est une analyse de revue de littérature, et l'article conclut que de nombreux travaux de recherche empirique montrent un impact des pratiques de digitalisation sur la performance bancaire. Cela ouvre la voie à une étude empirique future pour analyser cet impact de manière approfondie.

Mots clés : Digitalisation, Performance, Banque, Technologie.

Abstract

Digitalization plays a crucial role in the modern banking sector, transforming traditional operations and enhancing operational efficiency. Through digital technologies, banks can provide faster, more personalized services, better manage risks, and strengthen transaction security. This transformation enables banking institutions to effectively meet customer expectations and quickly adapt to market changes and regulatory requirements, thereby consolidating their competitiveness.

The aim of this article is to clarify the fundamental concepts of digitalization and banking performance. It begins by defining these key terms to establish a common understanding. Then, the article explores organizational management theories that link digitalization to banking performance, examining how these technologies can be integrated into organizational processes to maximize their benefits. The methodological approach adopted is a literature review analysis, and the article concludes that numerous empirical studies demonstrate an impact of digitalization practices on banking performance. This paves the way for a future empirical study to analyze this impact in depth.

Keywords: Digitalization, Performance, Banking, Technology.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

1. Introduction

Dans un contexte marocain, la digitalisation a pris une place croissante dans le secteur bancaire, transformant profondément la manière dont les institutions financières opèrent et interagissent avec leur clientèle. Cette transition vers des opérations plus axées sur la digitalisation représente une révolution majeure, témoignant de l'adaptation du secteur bancaire aux avancées technologiques et aux préférences changeantes des clients.

La digitalisation, en tant que processus d'intégration des technologies numériques dans les opérations bancaires, a ouvert la voie à de nouvelles façons de fournir des services financiers, de gérer les transactions et d'optimiser les processus internes.

Dans le cadre de cette évolution, la performance bancaire revêt une importance cruciale. Elle ne se limite pas seulement à la mesure de l'efficacité financière d'une institution, mais englobe également des aspects tels que l'efficience opérationnelle, la satisfaction client et la capacité à innover. En effet, la performance bancaire est un indicateur clé de la viabilité et de la compétitivité des banques dans un environnement en constante mutation.

À partir de cette réflexion, la problématique de recherche que nous abordons est la suivante : Comment la digitalisation peut-elle contribuer à l'amélioration de la performance bancaire ?

Pour répondre à cette problématique, nous allons définir d'abord les concepts fondamentaux de la digitalisation et de la performance bancaire. Ensuite, nous allons présenter les principales théories et modèles organisationnels qui relient la digitalisation à la performance dans le secteur bancaire. Enfin, nous terminerons par une analyse de la littérature empirique réalisée pour mettre en évidence les impacts observés de la digitalisation sur la performance bancaire.

2. Cadre conceptual

L'objectif de cette section est de définir les deux concepts majeurs de la digitalisation dans le secteur bancaire et de la performance bancaire, en nous appuyant sur les définitions fournies par divers auteurs.

2.1. Digitalisation

La digitalisation se réfère à la transformation des processus, des opérations et des activités au sein d'une organisation en utilisant les technologies numériques. En effet, elle implique l'adoption et l'intégration de solutions technologiques telles que les plateformes en ligne, les logiciels, l'automatisation et l'analyse de données pour améliorer l'efficacité, l'agilité et la pertinence des opérations. Ainsi, la digitalisation vise à optimiser les flux de travail, à améliorer l'expérience client, à accélérer la prise de décision et à permettre une meilleure gestion des données. En somme, c'est un processus qui transcende les secteurs et qui a un impact significatif

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

sur la façon dont les entreprises fonctionnent et interagissent avec leurs clients et leur environnement.

En outre, la digitalisation est le processus par lequel des contenus analogiques sont convertis en une séquence de 1 et de 0 et transformés en code binaire lisible par l'ordinateur (Khalid et al., 2018). Finalement, les informations numérisées partagent des caractéristiques et des propriétés communes, qu'elles soient stockées sur des supports polyvalents tels que les DVD ou les CD-ROM ou sur d'autres dispositifs de stockage numériques. Ainsi, la digitalisation offre l'avantage de créer des ressources pouvant être réutilisées à des fins inattendues dans le futur. En transformant les données en format digital, on permet leur accessibilité et leur adaptabilité, ce qui ouvre la voie à de nouvelles possibilités d'utilisation et d'exploitation de l'information à mesure que les besoins évoluent et que de nouvelles technologies émergent (Davi, 2005).

Aujourd'hui, un nouveau domaine d'étude voit le jour, se concentrant sur la collecte de données autrefois jugées éphémères ou peu utiles pour la recherche. De plus, certaines collections d'objets, autrefois prisées, ont été délaissées et stockées hors site à cause de leur faible utilisation. La digitalisation joue un rôle crucial en assurant l'accès continu à ces ressources. En effet, avec les énormes changements survenus, la quantité de données numérisées connaît une croissance exponentielle. Cette expansion rapide des données numériques ouvre de nouvelles perspectives pour la recherche, permettant de redécouvrir des informations jadis négligées ou inaccessibles, et favorisant ainsi l'émergence de nouveaux domaines d'étude et d'exploration.

Selon Park et al. (2016), la digitalisation peut être définie comme la diffusion des technologies de l'information au sein d'une entreprise. En conséquence, c'est un phénomène organisationnel complexe qui entraîne des changements profonds dans la stratégie, les processus et les connaissances de l'entreprise. Par ailleurs, ce concept revêt une importance capitale car il ne se limite pas uniquement à l'investissement dans de nouvelles technologies de l'information, mais il comprend également la formation des employés pour qu'ils puissent maîtriser les fonctions informatiques et mettre en pratique concrètement les technologies de l'information. Ainsi, la digitalisation exige une approche globale et impliquée pour réussir pleinement sa mise en œuvre au sein d'une organisation.

De plus, la digitalisation implique une transformation des organisations pour les insérer dans un monde plus connecté. En ce sens, il ne s'agit pas simplement d'une technologie spécifique, mais plutôt d'un concept global. En effet, la digitalisation peut être perçue comme une vision organisationnelle, une approche globale qui transcende les aspects technologiques pour

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

englober tous les aspects de l'entreprise en vue de s'adapter et de prospérer dans un environnement digital en constante évolution (Foerster et al., 2018).

Par ailleurs, la dernière décennie a vu une transformation majeure du travail de bureau, passant de tâches répétitives à des missions basées sur la connaissance, plus flexibles et adaptables. Des études montrent que lorsque les employés disposent des informations adéquates au moment opportun, ils économisent considérablement du temps et des ressources pour l'entreprise. Ainsi, cette transition vers un travail axé sur la connaissance et la disponibilité d'informations pertinentes améliore l'efficacité et l'utilisation des ressources au sein des entreprises (Attaran et Kirkland, 2019).

La digitalisation fait référence à l'intégration des technologies numériques dans les entreprises et la société, et aux changements associés dans la connectivité des individus, des institutions et des objets (Nils et Maximilian, 2019). Bien que la digitalisation inclue la conversion technique des signaux analogiques en format digital, elle englobe également les divers processus sociotechniques liés à l'adoption et à l'utilisation des technologies numériques dans des contextes variés, qu'ils soient individuels, organisationnels ou sociétaux.

Enfin, avec l'évolution rapide des technologies numériques, choisir la bonne méthode de digitalisation des ressources devient de plus en plus complexe pour les organisations d'information. Cette transformation technologique impose aux organisations de considérer divers aspects lors de leur processus de digitalisation, afin de s'adapter efficacement aux évolutions du monde digital.

2.2. Digitalisation dans le secteur bancaire

La digitalisation dans le secteur bancaire inclut l'adoption et l'intégration des technologies numériques pour transformer les services financiers traditionnels. Ainsi, elle comprend des initiatives variées comme les services bancaires en ligne, les applications mobiles, l'intelligence artificielle et l'analyse de données pour améliorer les processus internes et la prise de décision. De plus, la digitalisation vise à offrir aux clients une expérience plus pratique et personnalisée, tout en permettant aux banques de rationaliser leurs opérations et de répondre aux demandes changeantes du marché. Cependant, ce processus pose des défis en termes de sécurité, de réglementation et de protection des données.

La révolution numérique des quinze dernières années a eu un impact majeur sur les banques, remettant en question leur rôle traditionnel. En effet, depuis l'Antiquité, les banques ont collecté l'épargne et redistribué des crédits, facilitant les échanges financiers. Cependant, l'avènement

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

du numérique remet en question cette position monopolistique, notamment sur les crédits et les paiements.

Depuis l'avènement d'Internet, la digitalisation a transformé la communication et le commerce, incluant les emails, les forums web, et les sites de commerce électronique. Elle s'est étendue pour intégrer des éléments comme les caisses automatiques, les répondeurs automatisés et la communication via les réseaux sociaux. En effet, dès 1679, Gottfried Leibniz a introduit le concept de digitalisation, qui a évolué pour devenir une composante essentielle de toute entreprise.

De plus, le digital a engendré l'émergence d'un nouveau modèle bancaire : connecté, agile et social. Dans ce contexte, les agences bancaires et les conseillers ont évolué pour mieux s'adapter aux relations clients. Selon Lamirault (2017), « Les banques n'ont pas besoin de stratégie digitale... mais de digital dans leurs stratégies ». Ainsi, elles se réinventent avec des services à travers de nouveaux canaux tels que les e-agences et les applications bancaires, donnant naissance à la banque à distance sans distance.

Enfin, la digitalisation ne se limite pas aux nouvelles technologies. Elle englobe un large éventail de pratiques et méthodes permettant aux entreprises de s'adapter aux réalités numériques contemporaines.

2.3. Performance bancaire

Pour comprendre la notion de "performance bancaire", il est essentiel de commencer par expliquer et définir le concept de la performance en général. Selon son étymologie, le mot "performance" a son origine au 13ème siècle et provient de l'ancien français "parformer".

La performance se réfère à la mesure de l'efficacité, de la réussite ou de l'accomplissement d'une personne, d'une organisation, d'un processus ou d'une activité spécifique par rapport à des objectifs prédéterminés. Cela implique l'évaluation des résultats obtenus en fonction des ressources utilisées, du temps investi ou d'autres critères pertinents. La performance peut prendre différentes formes en fonction du contexte, qu'il s'agisse d'atteindre des objectifs financiers, opérationnels, créatifs ou personnels. Elle constitue un indicateur essentiel pour évaluer le succès et identifier les domaines nécessitant des améliorations ou des ajustements.

Selon Venkatraman et Romanujan (1986), la performance bancaire peut être évaluée sur trois axes : la performance financière, la performance opérationnelle et la performance organisationnelle. En complément, Lallé (1992) identifie d'autres types de performances, tels que la performance économique, technique, managériale, commerciale et sociale. Ces

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

différentes perspectives permettent une évaluation globale de la réussite des banques, prenant en compte les aspects financiers, opérationnels, managériaux et sociaux de leurs activités.

La performance bancaire évalue l'efficacité et le succès d'une institution financière dans la réalisation de ses objectifs financiers, opérationnels et sociaux. Ainsi, elle englobe divers indicateurs comme la rentabilité, la solvabilité, la liquidité, la qualité des actifs, la satisfaction des clients, la responsabilité sociale et la conformité réglementaire. Une solide performance bancaire démontre la capacité d'une banque à gérer efficacement ses opérations, à générer des bénéfices durables, à maintenir la confiance des parties prenantes et à contribuer positivement à l'économie et à la société.

En termes de qualité du service, la performance bancaire, selon Parasuraman et al. (1985), se mesure par la capacité d'une banque à offrir des services de haute qualité à ses clients et à maintenir leur satisfaction. Cette approche met l'accent sur l'adaptation des services aux besoins et attentes des clients.

En termes de contribution à l'économie, Beck et al. (2000) soutiennent que la performance bancaire peut se définir par la capacité d'une banque à soutenir le développement économique en finançant des projets et en facilitant la croissance des entreprises. Cette perspective souligne le rôle des banques dans l'économie globale.

En termes d'adaptation aux défis du marché, Casu et Thanassoulis (2006) définissent la performance bancaire comme la capacité d'une banque à s'adapter aux changements du marché, aux réglementations et aux innovations technologiques tout en maintenant sa compétitivité.

En termes d'efficacité financière, la performance bancaire, selon Wheelock et Wilson (2009), se définit par la capacité d'une institution à générer des bénéfices tout en gérant efficacement ses coûts, actifs et passifs. Cette perspective met l'accent sur la gestion prudente des ressources financières et la maximisation des marges bénéficiaires.

3. Cadre théorique

Après avoir défini les deux concepts majeurs de la digitalisation et de la performance, nous présenterons les théories associées à ces concepts, telles que la théorie de l'acceptation de la technologie (TAM), la théorie de la diffusion des innovations et la théorie des ressources (RBV).

3.1. La théorie de l'acceptation de la technologie (TAM)

La théorie de l'acceptation de la technologie (TAM), développée par Davis en 1986, est un modèle psychologique qui explore les facteurs influençant l'adoption et l'utilisation des nouvelles technologies. Elle se concentre sur deux concepts clés : la "perception d'utilité" et la

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

"facilité d'utilisation". Selon la TAM, l'adoption d'une technologie dépend des avantages perçus et de la simplicité de son utilisation. Appliquée largement, cette théorie a aidé à comprendre les comportements technologiques et a servi de base à de nombreuses recherches.

Cette théorie suggère que l'adoption des technologies numériques par les banques améliore leur efficacité opérationnelle. En automatisant les processus et en réduisant les coûts, les banques augmentent leur productivité et leur rentabilité.

Le modèle TAM de Davis (1989) est devenu central pour étudier l'acceptabilité des TIC. Les travaux d'Atarodi et al. (2019) ont approfondi le TAM en synthétisant douze revues de littérature, abordant la validité du modèle, l'influence des variables, et le développement intellectuel du TAM.

Kamhi et Salahddine (2020) ont examiné l'évolution des modèles d'acceptation, passant du TAM à la théorie unifiée de l'acceptation et de l'utilisation des technologies (UTAUT) de Venkatesh (2003), et au TAM3 de Venkatesh et Bala (2008). Ce dernier modèle distingue les déterminants en deux catégories : l'ancrage, qui comprend les croyances liées aux ordinateurs, et l'ajustement, basé sur les retours des utilisateurs.

Ainsi, intégrer les avancées des modèles d'acceptation technologique permet de mieux comprendre l'acceptabilité et l'adoption des TIC, essentielles à la performance et à la compétitivité des entreprises.

3.2. La théorie de la diffusion des innovations

La théorie de la diffusion des innovations, élaborée par Rogers en 1962, analyse la propagation des nouvelles idées, produits ou technologies dans une population ou un groupe social. Elle identifie cinq catégories d'adopteurs, d'innovateurs aux retardataires, selon leur degré d'ouverture au changement. Les facteurs clés de l'adoption incluent la perception de l'avantage relatif, la compatibilité, la complexité, l'observabilité et l'essai préalable. Cette théorie a été cruciale dans la compréhension de l'adoption des nouvelles idées, notamment dans les domaines du marketing, de l'adoption technologique et du développement social.

Selon cette théorie, la digitalisation permet aux banques d'innover et de proposer de nouveaux produits et services, comme les solutions bancaires en ligne ou les applications mobiles, stimulant ainsi la croissance des revenus et la fidélisation des clients.

Contrairement à d'autres théories du changement qui se concentrent sur la persuasion individuelle, la théorie de la diffusion des innovations considère le changement comme un processus d'évolution des produits et des comportements pour mieux répondre aux besoins des

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

utilisateurs. Ainsi, elle met en lumière l'importance des innovations dans le processus de changement et leur capacité à répondre aux attentes des utilisateurs.

La résistance au changement peut être un obstacle majeur à l'adoption des innovations. Le taux d'adoption dépend de la perception des avantages, de la compatibilité, de l'observabilité et de la complexité de ces innovations. Par exemple, les banques disposant de ressources technologiques seront plus promptes à adopter des innovations telles que la banque digitale.

Les recherches (Fichman, 2000 ; Sevcik, 2004; Chapuis et de Bovis-Vlahovic, 2016) montrent que la communication, le changement organisationnel et les caractéristiques spécifiques des acteurs jouent un rôle central dans l'adoption réussie des innovations. De plus, les facteurs influençant l'adoption peuvent être regroupés en trois catégories : ceux liés à la technologie et à son contexte de diffusion, à l'organisation et à son contexte d'adoption, et à la combinaison entre la technologie et l'organisation.

3.3. La théorie du management par les ressources (RBV)

La théorie du management par les ressources (RBV), initiée par Penrose en 1959 et développée par Wernerfelt en 1984, met en avant l'impact des ressources sur la performance des entreprises. Ce cadre conceptuel en gestion affirme que les ressources internes d'une entreprise, telles que ses compétences et ses actifs tangibles et intangibles, ainsi que ses avantages concurrentiels, sont les principaux déterminants de sa performance et de sa compétitivité.

La RBV suggère que la capacité d'une entreprise à créer et à maintenir des avantages concurrentiels durables dépend de sa capacité à développer, à exploiter et à protéger ses ressources distinctives. Cette théorie a remodelé la gestion stratégique et la prise de décision en mettant l'accent sur l'alignement des ressources internes avec les opportunités du marché pour assurer un avantage compétitif à long terme.

Cette théorie est appliquée dans divers secteurs, y compris les banques, pour expliquer comment elles peuvent gagner en compétitivité en proposant des produits innovants et en optimisant l'utilisation de leurs ressources.

Selon la RBV, les entreprises peuvent obtenir un avantage concurrentiel en rassemblant et en utilisant de manière optimale leurs ressources, qu'elles soient tangibles ou intangibles. En combinant ces ressources de manière unique et innovante, les entreprises peuvent différencier leurs produits et services sur le marché, renforçant ainsi leur compétitivité.

Dans le secteur bancaire, la RBV permet de comprendre comment certaines banques se distinguent de leurs concurrents en utilisant leurs ressources de manière innovante, offrant ainsi

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

des produits et des services différenciés qui répondent mieux aux besoins des clients et les positionnent favorablement par rapport à la concurrence.

4. Travaux de recherche sur la relation entre la digitalisation et la performance de l'entreprise

Après avoir défini les deux concepts majeurs de la digitalisation et de la performance, et présenté les théories associées à ces concepts, nous allons examiner les travaux de recherche portant sur la relation entre la digitalisation et la performance des entreprises.

Au cours des deux dernières décennies, la digitalisation a gagné en importance, permettant aux entreprises d'accroître leur productivité et de mieux interagir avec les parties prenantes. Selon Windahl (2015), la modernisation technologique joue un rôle essentiel dans l'amélioration des performances sur le marché et la génération de revenus pour une entreprise.

Par conséquent, la digitalisation a transformé la chaîne logistique des entreprises, passant d'une gestion traditionnelle à une gestion digitale afin d'offrir un service de qualité supérieure aux clients (Agerwal et Narain, 2018). Grâce à la technologie, les processus de production ont été révolutionnés, conduisant à l'émergence de produits intelligents (Martinez-Caro et al., 2020). En effet, cette évolution technologique a considérablement amélioré les performances des entreprises en introduisant de nouvelles idées et technologies dans leurs processus de production (Chege et al., 2020). Ainsi, il est impératif que les entreprises innovent et s'adaptent technologiquement dans leurs processus de production et la commercialisation de leurs produits (Brynjolfsson et Saunders, 2010; Chege et al., 2020).

Selon l'OCDE (2017), la digitalisation offre de nombreux avantages aux petites et moyennes entreprises (PME), tels qu'un meilleur accès aux compétences et aux talents, une plus grande ouverture vers les marchés, un accès étendu au financement, une collaboration et une communication améliorées, un accès facilité à la technologie et aux applications, une expansion du développement des produits et une réduction des formalités administratives. Par conséquent, la digitalisation ne se contente pas de transformer les modèles d'entreprise traditionnels et les convertit en modèles digitaux. Ces modèles d'entreprise digitaux ont un impact direct sur les performances du marché et des entreprises (Verhoef et al., 2019).

Des recherches ont révélé des liens positifs entre la digitalisation du côté des fournisseurs et des clients (Barua et al., 2004), la capacité à utiliser l'informatique dans le soutien des compétences essentielles (Ravichandran et Lertwongsatien, 2005), et l'adoption de systèmes d'approvisionnement en ligne (Albano et al., 2015) avec la performance financière des entreprises.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

Des recherches menées par Bley et al. (2016) ont montré que la digitalisation des processus commerciaux entraîne une augmentation de l'efficacité et une réduction des coûts. Ainsi, Verhoef et al. (2019) soulignent que grâce à la digitalisation, les entreprises utilisent les technologies digitales pour optimiser leurs processus commerciaux existants, favorisant une coordination plus efficace ou créant une valeur ajoutée pour les clients en améliorant leurs expériences.

De ce fait, les entreprises de tous secteurs investissent de plus en plus dans des solutions digitales et lancent des initiatives digitales, ce qui pousse leurs concurrents à réagir (Fitzgerald et al., 2013). Par ailleurs, la digitalisation se réfère au processus d'intégration des technologies de l'information dans la production des entreprises, pouvant entraîner une réforme industrielle, une amélioration de l'efficacité opérationnelle et la création d'un nouveau système économique (Li Jinyue et al., 2022).

Selon la théorie de l'agencement des ressources, dans le processus de digitalisation, les entreprises peuvent optimiser l'allocation de leurs ressources internes, améliorer leur productivité et leurs performances en capitalisant sur leurs avantages en matière d'innovation et d'acquisition d'informations, tout en coordonnant diverses ressources (Li Tang et al., 2020). Par conséquent, face à des pressions croissantes sur les ressources et l'environnement, des coûts de main-d'œuvre en hausse et une compétition industrielle intense, les entreprises traditionnelles ne peuvent prendre l'avantage dans cette évolution digitale qu'en accélérant la construction d'une infrastructure digitale solide et en augmentant les investissements dans les technologies numériques (Liu Donghui et al., 2022).

En somme, avec le développement de la digitalisation, celle-ci a été progressivement intégrée dans l'ensemble du processus quotidien de fonctionnement et de prise de décision des entreprises (Goldfarb et al., 2019). D'un point de vue des entreprises, il est évident que les initiatives, les capacités et les résultats de la digitalisation influenceront le degré de digitalisation et les performances futures de l'entreprise. En effet, les entreprises ont tendance à commencer la digitalisation de l'intérieur, cherchant d'abord à améliorer leur efficacité interne (Chi Maomao et al., 2022), ce qui est étroitement lié à la promotion de l'innovation au sein de l'entreprise.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

5. Travaux de recherche sur la relation entre la digitalisation et la performance bancaire

Après avoir obtenu une vue d'ensemble des recherches sur la relation entre la digitalisation et la performance des entreprises, nous allons maintenant nous concentrer sur la problématique spécifique de notre étude : la relation entre la digitalisation bancaire et la performance bancaire. La digitalisation a apporté une transformation profonde au secteur bancaire, engendrant une nette amélioration des performances des institutions financières. En adoptant des solutions technologiques comme les services bancaires en ligne, les applications mobiles et les plateformes de paiement numérique, les banques peuvent désormais offrir à leurs clients des expériences plus fluides et pratiques. Cette évolution se traduit par une réduction des coûts opérationnels, une accélération des processus de traitement des transactions et une disponibilité permanente des services financiers. De plus, la collecte et l'analyse des données clients permettent aux banques de mieux appréhender les besoins et les habitudes de leur clientèle, favorisant ainsi des offres plus personnalisées et un renforcement de la fidélisation. Cependant, en parallèle de cette amélioration de l'efficacité, les banques doivent également garantir la sécurité des informations sensibles et se prémunir contre les risques liés aux cybermenaces, afin de préserver la confiance des clients et d'assurer une performance bancaire solide dans ce contexte digital en constante évolution.

Par ailleurs, Shah et Shin (2007) ont suggéré que l'amélioration des processus pourrait être le lien manquant entre les investissements informatiques et l'augmentation de la rentabilité. En effet, Hernando et Nieto (2007) ont noté que l'adoption de la banque en ligne comme canal de distribution avait un impact positif sur la rentabilité des banques espagnoles. Toutefois, les recherches sur l'impact des technologies de l'information sur les performances financières des des banques restent controversées, sans consensus clair sur les technologies spécifiques augmentant les performances ni sur les circonstances dans lesquelles cela se produit. En effet, des facteurs tels que la capacité organisationnelle à utiliser efficacement les technologies et l'adoption de nouveaux processus peuvent jouer un rôle clé dans l'obtention d'avantages financiers grâce à la digitalisation. Xin et Choudhary (2019) avancent que les investissements dans le développement informatique d'une banque peuvent avoir des effets tant positifs que négatifs sur le montant des bénéfices, en raison des effets de la concurrence.

Dans l'étude de Fiapshev et Afanasyeva (2021), l'accent est mis sur l'exploration du potentiel de la digitalisation pour stimuler le développement du système bancaire et de l'économie russe. Cependant, cette recherche a révélé que la digitalisation est actuellement freinée par des facteurs

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

structurels, institutionnels et externes. L'article traite également des aspects politiques et juridiques, ainsi que des règles prudentielles de régulation du secteur bancaire dans le contexte des technologies digitales, tout en examinant comment ces facteurs influencent la capacité du pays à atteindre les objectifs de développement durable.

Des études faites par Timokhina et al. (2021) se concentrent spécifiquement sur les obstacles entravant le développement de l'interaction entre les banques et le segment haut de gamme. Par ailleurs, il existe de nombreuses études consacrées à l'évaluation de l'impact de la digitalisation sur le choix, la satisfaction du client et la fidélité. Par exemple, une étude réalisée par Chauhan et al. (2021) a révélé un lien entre les achats impulsifs, la promotion des ventes et les émotions positives en simulant le désir des acheteurs de faire des achats dans les conditions du COVID-19 en Inde.

Ainsi, la digitalisation permet aux banques de développer davantage d'activités de promotion des ventes, telles que des programmes de fidélisation, des offres de cashback, des promotions et des bonus dans les applications, etc. En conséquence, il est probable que la digitalisation ait un impact sur le nombre de clients et le volume de leurs transactions. En effet, dans une étude menée par Seiler et Fanenbruck (2021), l'impact de certaines innovations technologiques, comme les conseillers automatisés, sur le choix des clients est analysé. D'autre part, un autre article, réalisé par Dehnert et Schumann (2022), évalue les facteurs influençant la décision des clients allemands lorsqu'ils choisissent un prestataire de services bancaires. Les conclusions indiquent que le choix des clients est principalement influencé par l'expérience professionnelle existante, l'étendue des services offerts et le professionnalisme du prestataire, tandis que les innovations digitales semblent avoir un impact limité sur le choix des clients en général.

Par ailleurs, une étude menée en Tunisie sur la satisfaction des clients à l'égard de la qualité du service a mis en évidence que la digitalisation influence la qualité du service (Zouari et Abdelhedi, 2020) et, par conséquent, le choix d'une banque. Dans ces recherches, Busby (2017) observe que le choix d'une stratégie de digitalisation contribue à accroître la fidélité des clients. D’autres recherches menées par Raza et al. (2015) au Pakistan et Amin (2016) en Malaisie, et d'autres chercheurs ont étudié l'influence de la qualité des services bancaires sur Internet sur la satisfaction et la fidélité des clients dans divers pays. Ces études révèlent une relation directe entre le niveau de satisfaction et la qualité des services bancaires en ligne, bien que cette qualité ait un impact moindre ou indirect sur la fidélité des clients. De plus, plusieurs études se sont penchées sur la banque mobile et son impact sur le développement des banques commerciales,

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

ainsi que son influence sur la satisfaction des clients et leur comportement financier (Silva Bidarra et al., 2013; AlSoufi et al., 2014 ; =Jun et Palacios, 2016).

Une autre étude réalisée par Mbama et al. (2018) a examiné les liens entre la digitalisation, la fidélité des clients et la performance financière des banques au Royaume-Uni. Les résultats ont conclu que la digitalisation pourrait améliorer les ratios financiers des banques et avoir un impact positif sur la fidélité des clients. Cependant, la digitalisation n'améliore pas directement la performance de la main-d'œuvre. Néanmoins, la digitalisation aurait le potentiel d'améliorer la productivité des banques chinoises disposant d'actifs relativement modestes (Zhou et al., 2021).

Une étude sur le secteur bancaire roumain démontre que les banques peuvent utiliser efficacement les services bancaires en ligne pour accroître leur efficacité globale (Stoica et al., 2015). Cependant, la digitalisation du secteur bancaire roumain est limitée par le faible niveau de confiance dans les technologies financières modernes et par les disparités de développement entre les régions du pays (Sbarcea, 2019).

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

6. Conclusion

En conclusion, la digitalisation a indéniablement transformé le secteur bancaire, engendrant des améliorations significatives dans les performances des institutions financières. En adoptant des solutions technologiques telles que les services bancaires en ligne, les applications mobiles et les plateformes de paiement numérique, les banques ont non seulement amélioré l'expérience client, mais ont également optimisé leurs processus internes, réduisant ainsi les coûts opérationnels et augmentant l'efficacité. La capacité à collecter et analyser les données clients permet également une personnalisation accrue des services, renforçant la fidélité des clients.

Cependant, cette transformation digitale n'est pas sans défis. Les banques doivent garantir la sécurité des informations sensibles et se prémunir contre les cybermenaces pour maintenir la confiance des clients. En outre, les recherches montrent que l'impact de la digitalisation sur les performances financières des banques dépend de divers facteurs, tels que la capacité organisationnelle à utiliser efficacement les technologies et l'adoption de nouveaux processus.

L'objectif de cet article était de définir les concepts de digitalisation et de performance bancaire et de présenter les travaux de recherche relatifs à la relation entre ces deux éléments. Les études analysées démontrent des avantages clairs de la digitalisation pour les banques, bien que les résultats varient en fonction des contextes spécifiques et des capacités d'adaptation des institutions.

Les recherches futures devront se concentrer sur la présentation d'une partie empirique afin de tester et valider la relation entre les déterminants de la digitalisation et la performance bancaire dans le contexte marocain.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

7. Réferences bibliographiques

- Agerwal, P., & Narain, R. (2018). Digital supply chain management: An Overview. Materials Science et Engineering, 455(2018), 012074.
- Albano, G. L., Antellini, R. F., Castaldi, G., & Zampino, R. (2015). Evaluating small businesses' performance in public e-procurement: Evidence from the Italian government's e-marketplace. Journal of Small Business Management, 53(3), 229–250. https://doi.org/10.1111/jsbm.12190
- AlSoufi, A., & Al, H. (2014). Customers perception of mbanking adoption in Kingdom of Bahrain: An empirical assessment of an extended tam model. arXiv. arXiv:1403.2828.
- Atarodi, S., Berardi, A., & Toniolo, A. (2019). Le modèle d'acceptation des technologies depuis 1986 : 30 ans de développement. Psychologie du Travail et des Organisations, 25(3), 191-207. https://doi.org/10.1016/j.pto.2018.08.001
- Attaran, M., Attaran, S., & Kirklet, D. (2019). Technology et Organizational Change: Harnessing the Power of Digital Workplace. 10.4018/978-1-5225-8933-4.
- Barua, A., Konana, P., Whinston, A. B., & Yin, F. (2004). An empirical investigation of netenabled business value. MIS Quarterly, 28(4), 585–620. https://doi.org/10.2307/25148656.
- Beck, T., Da-Rocha-Lopes, S., & Silva, A. F. (2021). Sharing the Pain? Credit Supply et Real Effects of Bank Bail-Ins. Rev. Financ. Stud., 34(2021), 1747–1788.
- Bley, K., Leyh, C., & Schäffer, T. (2016). Digitization of German enterprises in the production sector: Do they know how "digitized" they are? AMCIS 2016 Proceedings.
- Busby, D. (2017). Adopting the best approach for a digital banking solution: Combine the benefits of the 'build', 'buy' or 'outsource' options. Journal of Digital Banking, 2, 43–50.
- Chapuis, S. M., & de Bovis-Vlahovic, C. (2016). VII. Everett Mitchell Rogers. Cultiver la diffusion des innovations. In Les Grets Auteurs en Management de l'innovation et de la créativité (p. 133-155). EMS Editions; Cairn.info. https://doi.org/10.3917/ems.burge.2016.01.0133
- Chauhan, S., Banerjee, R., & Dagar, V. (2021). Analysis of Impulse Buying Behaviour of Consumer During COVID-19: An Empirical Study. Millennial Asia.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

- Chege, S. M., Wang, D., & Suntu, S. L. (2020). Impact of information technology innovation on firm performance in Kenya. Information Technology for Development, 26(2), 316-345. DOI:10.1080/02681102.2019.1573717
- Maomao, C., Wang, J., & Wang, W. (2022). Research on the influence mechanism of enterprise innovation performance under the background of digital transformation: A hybrid method based on NCA et SEM. Res. Sci. Sci., (2), 319–331. doi:10.16192/j.cnki.1003-2053.20210719.001
- Dehnert, M., & Schumann, J. (2022). Uncovering the digitalization impact on consumer decision-making for checking accounts in banking. Electronic Markets, 1–26.
- Fiapshev, A. B., & Afanasyeva, O. N. (2021). Digitalization as a factor of development of Russia's banking system. In Meta-Scientific Study of Artificial Intelligence. (pp. 461–68). Charlotte: IAP (Information Age Publishing, INC).
- Fichman, R. (2001). The Diffusion et Assimilation of Information Technology Innovations.
- Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital economics. J. Econ. Literature, 57(1), 3–43. doi:10.1257/jel.20171452
- Herneto, I., & Nieto, M. J. (2007). Is the internet delivery channel changing banks' performance? The case of Spanish banks. Journal of Banking & Finance, 31(4), 1083–1099.
- Jun, M., & Palacios, S. (2016). Examining the Key Dimensions of Mobile Banking Service Quality: An Exploratory Study. International Journal of Bank Marketing, 34, 307–26.
- Kamhi, M., & Salahddine, A. (2020). L'acceptation technologique : Modèles d'intention The technological acceptance : Intention models. Revue international d'économie numérique, 2(1), 9.
- Khalid, J., Ram, B., Ali, A., Khalee, M., Islam, M. S., & Mohamed Soliman, M. S. (2018). Promising digital university: a pivotal need for higher education transformation. International Journal of Management in Education.
- Lallé, B. (1992). Pour une nouvelle performance de l'agence bancaire. Editions Comptables Malesherbes, 16.
- Lamirault, F. (2017). L'évolution du modèle bancaire à l'ère du digital. Paris: Livres blancs.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

- Tang, L., Li, Q., & Chen, C. (2020). The effect of data management ability on firm productivity: New findings from the Enterprise-labor Matching Survey in China. China's Ind. Econ., (6), 174–192. doi:10.19581/j.carol.carroll.nki.ciejournal.2020.06.010
- Liu, D., Bai, F., & Dong, K. (2022). Research on the influence mechanism of digital transformation on enterprise performance. Account. Commun., (16), 120–124. doi:10.16144./.j.carol.carroll.nki.issn1002-8072.2022.16.010
- Mbama, C. I., Ezepue, P., Alboul, L., & Beer, M. (2018). Digital banking, customer experience et financial performance: UK bank managers' perceptions. Journal of Research in Interactive Marketing, 12, 432–51.
- Ravichetran, T., & Lertwongsatien, C. (2005). Effect of information systems resources et capabilities on firm performance: A resource-based perspective. Journal of Management Information Systems, 21(4), 237–276. https://doi.org/10.1080/07421222.2005.11045820.
- Raza, S. A., Jawaid, S. T., & Hassan, A. (2015). Internet Banking et Customer Satisfaction in Pakistan. Qualitative Research in Financial Markets, 7, 24–36.
- Rogers, E. M. (1962). Diffusion of Innovations. Free Press, New York.
- Sbarcea, I. R. (2019). Banks digitalization—A challenge for the romanian banking sector. Studies in Business et Economics, 14, 221–30.
- Seiler, V., & Fanenbruck, K. M. (2021). Acceptance of digital investment solutions: The case of robo advisory in Germany. Research in International Business et Finance, 58, 101490.
- Sevcik, P. (2004). Innovation Diffusion. Business Communications Review, 34, 8-11.
- Shah, R., & Shin, H. (2007). Relationships among information technology, inventory, et profitability: An investigation of level invariance using sector level data. Journal of Operations Management, 25(4), 768–784.
- Silva Bidarra, S. H., Muñoz-Leiva, F., & Liébana-Cabanillas, F. (2013). Analysis et modeling of the determinants of mobile banking acceptance. The International Journal of Management Science et Information Technology (IJMSIT), 8, 1–27.
- Stoica, O., Mehdian, S., & Sargu, A. (2015). The impact of internet banking on the performance of Romanian banks: DEA et PCA approach. Procedia Economics et Finance, 20, 610–22.

African Scientific Journal
ISSN : 2658-9311
Vol : 03, Numéro 26, Octobre 2024

- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research A Comparison of Approaches.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2019). Digital transformation: A multidisciplinary reflection et research agenda. Journal of Business Research.
- Windahl, C. (2015), Understeting solutions as technology-driven business innovations. Journal of Business & Industrial Marketing, 30(3/4), 378-393.
- Xin, M., & Choudhary, V. (2019). IT investment under competition: The role of implementation failure. Management Science, 65(4), 1909–1925.
- Zhou, D., Kautonen, M., Dai, W., & Zhang, H. (2021). Exploring how digitalization influences incumbents in financial services: The role of entrepreneurial orientation, firm assets, et organizational legitimacy. Technological Forecasting et Social Change, 173, 121120.
- Zouari, G., & Abdelhedi, M. (2020). Customer satisfaction in the digital era: Evidence from Islamic banking. Journal of Innovation et Entrepreneurship, 10, 1–18.