

Module : Environnement & Stratégies de l'entreprise

Un diagnostic d'un cas d'entreprise

BIAT

TRAVAIL ÉLABORÉ PAR:

Nihed Abdennour
Hamza Ayed
Sirine Ben Jemaa
Mohamed Omar Manousr
Haythem Raggad
Ilyes Saoudi

2023 - 2024

SOMMAIRE

- I. Présentation de la BIAT
- II. Finalités de la BIAT
- III. Classification de l'entreprise
- IV. Analyse PESTEL
- V. Les 5 forces de Porter
- VI. Analyse SWOT
- VII. DAS : Domaine D'activité Stratigique
- VIII. Stratégie déployées par BIAT
- IX. Conclusion

I. Présentation de la BIAT



Fondée en 1976 la BIAT - Banque Internationale Arabe de Tunisie, est actuellement un acteur majeur du secteur financier tunisien, avec une large gamme de produits et services bancaires.



1. Historique

-  **1976** : La BIAT a été officiellement enregistrée au registre du commerce le 1er avril 1976.
-  **1980 - 1988** : Avec l'arrivée de nouveaux actionnaires internationaux la Biat a eu augmentation de capital de 3 à 5 millions de dinars.
-  **2005 - 2007** : En 2005, le Groupe Mabrouk a fait un investissement dans la BIAT
En 2007, le Groupe Mabrouk prend le rôle d'actionnaire majeur en détenant 40% du capital.



1. Historique

-  **2014 :** Fondation de BIAT Consulting, et de BIAT pour les jeunes
-  **2015 :** En 2015, la BIAT lance son nouveau siège social qui regroupe ses services centraux et crée sa première filiale en France, nommée BIAT France.

2. Vision

Vision de la Banque

1 Un groupe financier solide reconnu pour son professionnalisme et sa bonne gouvernance

2 Une banque de référence sur ses marchés capable de s'adapter et de répondre aux besoins spécifiques de chacun de ses clients et de les accompagner dans la durée

3 Une banque citoyenne et responsable qui s'implique activement dans le développement d'une économie durable du pays

Figure 1 : Schéma de la vision de la BIAT

Source : Rapport sur la gestion de la banque 2022

3. Produits et services

-  **Comptes bancaires** : Comptes courants, des comptes d'épargne et des comptes à terme, pour les particuliers, les entreprises et les professionnels.
-  **Cartes bancaires** : Cartes de crédit et de débit, offrant des fonctionnalités telles que des retraits d'espèces, des paiements en ligne etc...
-  **Prêts et crédits** : Des prêts personnels, des prêts immobiliers, des prêts auto, ainsi que des lignes de crédit pour les entreprises.



3. Produits et services



Services bancaires en ligne : La consultation de comptes, le virement, le paiement de factures et la gestion des comptes à partir de plateformes en ligne sécurisées.



Assurance : Des produits d'assurance pour couvrir divers besoins, notamment l'assurance automobile, l'assurance habitation et l'assurance voyage.



4. Activités

-  **Banque de détail**: La gestion de comptes courants et d'épargne, la délivrance de cartes de crédit et de débit, les prêts personnels, les prêts immobiliers
-  **Assurance** : L'assurance automobile, l'assurance habitation, l'assurance voyage, et d'autres types de polices d'assurance pour répondre aux besoins de ses clients.
-  **Banque en ligne**: La BIAT propose des services bancaires en ligne sécurisés à partir de leurs ordinateurs ou de leurs appareils mobiles.

5. Chiffres clés

Repères à fin 2022



1 267,1^{mdt}

Produit net bancaire



1 957,3^{mdt}

Capitaux propres



299,7^{mdt}

Résultat NET



17 166,8^{mdt}

En cours de dépôts



12 279,2^{mdt}

En cours de crédit net



1 966

Collaborateurs



206

Agences

Figure 2 : Chiffres clés de la BIAT

II. Finalités de la BIAT



Économique

- Réduire les coûts en maximisant les profits

EX : Augmenter la production pour baisser les coûts

Sociale

- Satisfaction des salariés

EX : Offrir de bonnes conditions de travail et des revenus adaptés

Sociétale

- Développement durable de la société

EX: Crédit d'associations

III. Classification de l'entreprise



JURIDIQUEMENT

Le BIAT est une banque semi étatique et généralement classé comme une banque commerciale conformément à la réglementation bancaire tunisienne



DIMENSIONNEL

Le BIAT est une grande entreprise de vu qu'elle a 2000 collaborateurs et 206 agences et sa valeur ajoutée est celle de chiffre d'affaires annuel environ 312.4MDt en 2022



SECTORIEL

La Banque Internationale Arabe de Tunisie (BIAT) opère dans le secteur tertiaire (Services). Plus précisément, elle est classée comme une entreprise du secteur financier, exerçant des activités bancaires en Tunisie

IV. Analyse PESTEL

Politique :

- La stabilité politique en Tunisie est un facteur clé pour l'environnement de la BIAT
- Lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme

Economique :

- Diminution du taux de chômage
- Croissance du PIB de la Tunisie
- Augmentation du pouvoir d'achat des consommateurs



Social et culturel:

- Les attitudes envers les technologies financières
- Les attentes des clients en matière de services bancaires
- Les comportements d'épargne et de dépenses



Technologique :

- Avancées technologiques dans le secteur bancaire
- Lancement de plusieurs innovations financière tels que les applications de paiement mobile et les services en lignes



Écologique :

- Les initiatives de responsabilité sociale des entreprises
- Les politiques de développement durable



Légal :

- Les lois sur la protection des consommateurs
- Les règles de gouvernance d'entreprise
- Les réglementations financières

V. Les 5 forces de Porter

Menace des nouveaux entrants

La BIAT opère dans une industrie bancaire tunisienne saturée et réglementée, limitant l'entrée de nouveaux concurrents. Les coûts élevés d'infrastructure rendent la concurrence encore plus difficile, modérant la menace des nouveaux entrants.

V. Les 5 forces de Porter

Pouvoir de négociation des fournisseurs

La BIAT, avec divers fournisseurs, dont technologies, sécurité, assurances et capitaux, maintient un pouvoir de négociation modéré grâce à sa taille et aux réglementations bancaires imposant des normes aux fournisseurs.

V. Les 5 forces de Porter

Pouvoir de négociation des clients

Le pouvoir de négociation des clients de la BIAT est élevé en raison de leur capacité à changer facilement de banque et de l'abondance d'informations sur les services bancaires. Les banques doivent innover pour retenir leur clientèle en offrant des produits de qualité à des tarifs compétitifs, renforçant ainsi le pouvoir de négociation des clients.

V. Les 5 forces de Porter

Menace des produits de substitution

Les produits de substitution, tels que les paiements mobiles et les crypto-monnaies, ont connu une croissance rapide. Bien que ces alternatives émergent, la BIAT, avec ses services en ligne, mobiles et une présence physique, peut faire face à cette concurrence. Ainsi, la menace des produits de substitution est modérée.

V. Les 5 forces de Porter

Intensité de la concurrence

L'industrie bancaire en Tunisie est très concurrentielle, avec de nombreuses banques et institutions financières offrant des services similaires. Les banques concurrentes sont en concurrence pour attirer les mêmes clients et proposer les mêmes produits et services.



VI. Analyse SWOT

Forces

- Professionnalisme et savoir faire de son personnel
- Dynamisme sur le marché de change
- Profil commercial satisfaisant
- Capacité d'innovation
- Bonne image de marque

VI. Analyse SWOT

Faiblesses

- Des produits et services chers
- Faible communication sur les réseaux sociaux

VI. Analyse SWOT

Opportunités

- Développement de la banque à l'échelle international
- Soutien de l'état
- Apparition de nouvelles technologies

VI. Analyse SWOT

Menaces

- Forte concurrence
- Arrivée des banques étrangères
- Difficulté de satisfaction des clients

VII. DAS : Domaine D'activité Stratigique



ASSURANCES BIAT
Filiale du Groupe BIAT



BIAT CAPITAL RISQUE
Filiale du Groupe BIAT



"Etablissement financier spécialisé dans les métiers de la gestion d'actifs, de l'intermédiation en Bourse"



BIAT CONSULTING
Filiale du Groupe BIAT

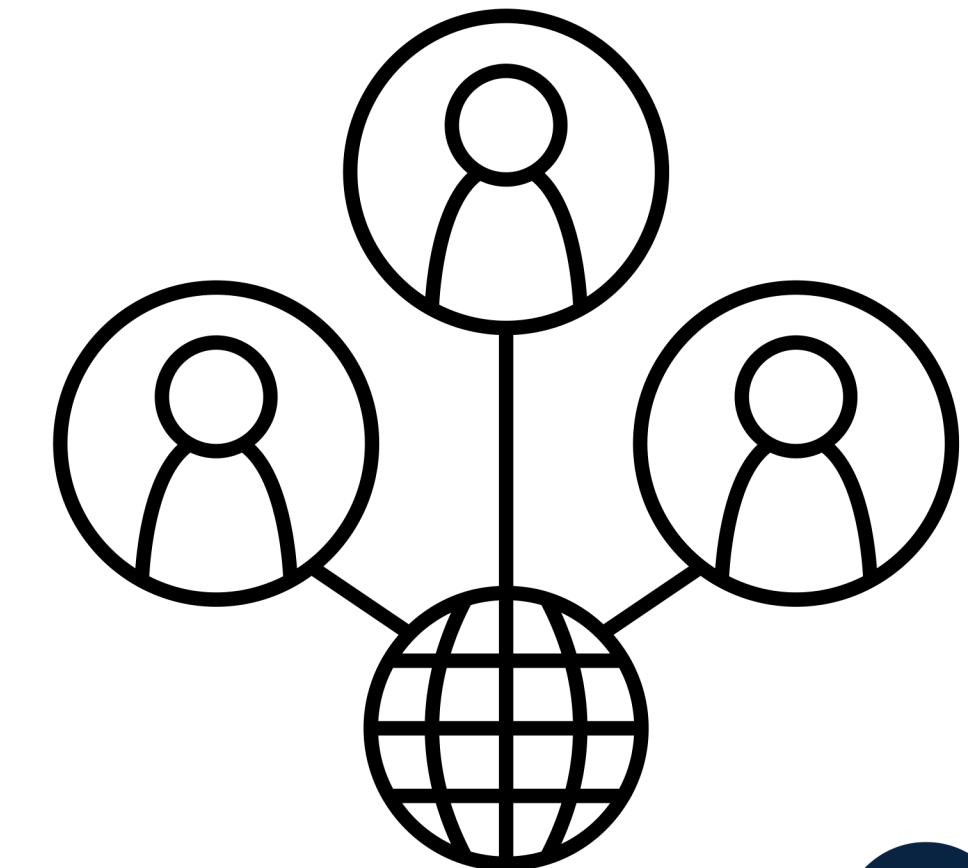
Source : www.biat.com.tn

VIII. Stratégie déployées par BIAT

► Stratégie de communication sur les services :

- Créer une stratégie de communication globale pour les produits et services de la banque, en alignment avec les objectifs commerciaux et marketing de l'institution

EXP : Jeunes entrepreneurs : Une stratégie a été mise en place pour soutenir les entrepreneurs à tous les stades de leurs projets



VIII. Stratégie déployées par BIAT



Stratégie marketing :

- Créer et mettre en œuvre une stratégie de marketing pour les divers biens et services de la banque.

EXP : La BIAT remporte quatre labels d'excellence en 2022 : des prix de meilleure stratégie de digitalisation en Afrique du Nord





IX. Conclusion



En synthèse, la BIAT se profile comme une institution agile et stratégiquement positionnée. Son analyse PESTEL, les 5 forces de Porter, et l'analyse SWOT mettent en lumière une compréhension profonde de son environnement. Les finalités claires, les DAS bien définis, et les stratégies adaptatives déployées suggèrent une organisation prête à prospérer dans un marché compétitif. En conclusion, la BIAT semble résolument orientée vers le succès, capitalisant sur ses forces et prête à relever les défis à venir.



BIAT



Merci pour votre attention