

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Financières et Comptabilité

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de

MASTER EN SCIENCES FINANCIERES ET COMPTABILITE

Option : Finance d'Entreprise

L'INTITULE DU MEMOIRE

La finance islamique : Un nouveau modèle pour les banques

En Algérie

Cas : L'agence bancaire BADR Islamique Jijel

Préparé par :

- IZEBATENE Fatima Zohra
- LERARI Amira

Dirigé par :

-Dr AZRI Kh

Date de soutenance : 21/06/2025

Jury :

Président : Dr REZKI D.

Examinatrice : Dr ZIANI L.

Encadrante : Dr AZRI Kh.

Année universitaire : 2024/2025

Dédicace

J'ai le plaisir de dédier ce modeste travail :

À Allah, lumière de mon chemin, À mes parents, trésors de mon destin,

À mes frères, sœurs et belle-sœur aussi,

Merci pour votre amour qui jamais ne faillit.

Fatima Zohra

Je suis heureuse de dédier ce travail :

À Dieu en qui j'ai toujours cru,

À mes adorables parentes et grands-parents

À mes sœurs et à toute ma famille.

Amira

Remerciements

Nous remercions avant tout Allah pour la force et la patience qui nous ont permis d'achever ce travail. Nos remerciements vont également à nos familles pour leur soutien moral constant.

Nous tenons à remercier chaleureusement Madame AZRI pour son encadrement bienveillant, ainsi que les membres du jury pour l'attention portée à notre mémoire. Nos remerciements s'adressent aussi au personnel de l'agence bancaire BADR, en particulier Madame BENYAHIA Sarah, pour leur accueil et leur disponibilité durant notre stage. Enfin, nous remercions toutes les personnes qui nous ont soutenues de près ou de loin.

Liste des abréviations

- ❖ **BADR** : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
- ❖ **BNA** : Banque Nationale d'Algérie
- ❖ **CPA** : Crédit Populaire d'Algérie
- ❖ **CNEP** : Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance
- ❖ **BEA** : Banque Extérieure d'Algérie
- ❖ **BDL** : Banque de Développement Local
- ❖ **HBTF** : Housing Bank for Trade and Finance
- ❖ **AGB** : Algerian Gulf Bank
- ❖ **ABC** : Arab Banking Corporation
- ❖ **CNES** : Conseil National Économique et Social
- ❖ **HIF-FI** : Haute Instance de Fatwa pour la Finance Islamique
- ❖ **IFSB** : Conseil des Services Financiers Islamiques
- ❖ **PME** : Petites et Moyennes Entreprises
- ❖ **KIPCO** : Kuwait Projects Company Holding

Glossaire des mots arabes

- ❖ ***Charia*** : Loi islamique
- ❖ ***Islam*** : Religion islamique
- ❖ ***Riba*** : Usure, intérêt
- ❖ ***Haram*** : Illicite, interdit
- ❖ ***Halal*** : Licite, permis
- ❖ ***Hadith*** : Tradition prophétique
- ❖ ***Gharar*** : Incertitude excessive
- ❖ ***Maysir*** : Jeu de hasard
- ❖ ***Ijma'a*** : Consensus des savants
- ❖ ***Qiyas*** : Analogie juridique
- ❖ ***Mourabaha*** : Vente avec marge bénéficiaire
- ❖ ***Ijara*** : Crédit-bail, location
- ❖ ***Ijara Muntahia Bi Tamlik*** : Crédit-bail avec Transfert
- ❖ ***Salam*** : Vente à paiement anticipé
- ❖ ***Istisna'a*** : Contrat de fabrication
- ❖ ***Moudaraba*** : Partenariat capital-gestion
- ❖ ***Mousharaka*** : Partenariat d'investissement
- ❖ ***Sukuk*** : Obligations islamiques
- ❖ ***Qard Hassan*** : Prêt gratuit, sans intérêt
- ❖ ***Tawarruq*** : Achat et revente à crédit
- ❖ ***Rab al-Mal*** : Fournisseur du capital
- ❖ ***Moudarib*** : Gestionnaire
- ❖ ***Istismari*** : D'investissement
- ❖ ***Fellah*** : Agriculteur

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre I : La finance islamique dans le secteur bancaire outils et valeurs	4
Section I : Les instruments financiers appliqués dans le secteur bancaire islamique	4
Section II : les avantages et les caractéristiques de la finance islamique	6
Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie	9
Section I : Historique et évolution de la finance islamique en Algérie	9
Section II : Cartographie des banques proposant des services de la finance islamique en Algérie	12
Section III : Les défis spécifiques à la finance islamique en Algérie	14
Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel	17
Section I : Méthodologie de recherche de l'étude de cas	17
Section II : L'évolution de l'activité de l'agence bancaire BADR islamique Jijel	19
Section III : L'utilisation des produits de la finance Islamique de la BADR : Satisfaction des clients et obstacles	26
Conclusion générale	36
Bibliographie	46

Introduction Générale

Introduction Générale

La religion musulmane ne se limite pas à un système de croyances spirituelles, elle constitue un cadre global régissant l'ensemble des aspects de la vie humaine, y compris les relations économiques et financières. En tant que système juridique complet, l'Islam prescrit des règles claires visant à garantir justice, transparence et équité dans toutes les transactions, notamment dans le domaine financier. C'est dans cette perspective que s'inscrit la finance islamique, une discipline née du souci de concilier les impératifs religieux issus de la charia avec les exigences du monde économique contemporain.

Ces dernières décennies, le système financier mondial a manifesté un intérêt croissant pour des solutions alternatives, plus justes et éthiques. La finance islamique représente justement un modèle qui attire de plus en plus d'attention. Elle propose une manière différente de gérer l'argent, fondée sur les principes de l'islam. Contrairement à la finance conventionnelle, elle interdit l'intérêt (*Riba*), la spéculation excessive (*Gharar*) ainsi que toute activité contraire à l'éthique islamique (*Haram*). Elle accorde également une grande importance au partage des risques, à la transparence et à l'investissement dans l'économie réelle¹.

Bien que ses origines remontent à plusieurs siècles, la finance islamique moderne s'est réellement développée à partir des années 1970. Depuis lors, de nombreuses banques islamiques ont vu le jour dans les pays musulmans, mais aussi dans certains pays occidentaux. Aujourd'hui, ce secteur représente plusieurs milliers de milliards de dollars au niveau mondial², et propose des produits financiers adaptés tels que la *Mourabaha*, la *Moudaraba*, l'*Ijara*, ou encore les *Sukuk*³.

En Algérie, la finance islamique constitue une réelle opportunité économique et sociale. Elle peut attirer une part importante de la population qui, pour des raisons religieuses, n'utilise pas les services bancaires classiques. De plus, elle est susceptible de mobiliser l'épargne informelle, contribuant ainsi à une meilleure inclusion financière. Toutefois, malgré cet intérêt manifeste, son développement demeure limité du fait d'un cadre juridique encore en construction, d'un déficit de formation au sein des établissements

¹ Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic Finance* (pp. 43–78). John Wiley & Sons, Chichester, Royaume-Uni.

² Standard Chartered. (2025, 19 mai). *Global Islamic finance assets to surpass \$7.5 trillion by 2028*. Standard Chartered.

³ Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI). (2021). *Shari'ah Standards* (3e éd., pp. 231–350). Manama, Bahrein: AAOIFI.

financiers et d'un manque d'information et de sensibilisation du public.

Sur le plan scientifique, cette étude vise à combler un manque dans la littérature relative à l'expérience des clients avec les produits financiers islamiques en Algérie, en particulier dans un contexte régional spécifique comme celui de la wilaya de Jijel. L'analyse approfondie des obstacles rencontrés par la clientèle permettra d'apporter des recommandations utiles aux acteurs du secteur et aux autorités de régulation.

Parmi les banques publiques ayant introduit des produits financiers islamiques figure la banque BADR. Il s'agit d'une banque conventionnelle proposant une gamme de produits islamiques via des agences ou guichets dédiés. Notre étude porte plus particulièrement sur l'une de ces agences islamiques située dans la wilaya de Jijel, où s'est déroulé notre stage.

Dans ce contexte d'analyse, notre problématique s'articule autour de cette question principale :

Dans quelle mesure la finance islamique, à travers l'expérience de l'agence bancaire BADR islamique de Jijel, peut-elle constituer un modèle alternatif viable pour le système bancaire algérien ?

Pour explorer cette problématique, plusieurs questions secondaires ont été identifiées :

1. Quels types de produits financiers islamiques sont effectivement utilisés par les clients de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel ?
2. Quelles sont les principales difficultés ou insatisfactions exprimées par les clients dans leur expérience avec la finance islamique de la BADR Islamique de Jijel ?

Pour répondre à ces questions, nous avons émis les hypothèses suivantes :

- Les produits les plus sollicités au niveau de l'agence bancaire BADR islamique de Jijel, sont les contrats de *Mourabaha* et de *Moudaraba*, tandis que d'autres produits restent marginaux.
- Les clients rencontrent des difficultés principalement en raison d'un manque d'information et d'une compréhension insuffisante des mécanismes des produits islamiques.

Introduction Générale

Pour traiter cette problématique, une méthodologie mixte a été adoptée. Elle combine :

- Une recherche documentaire à partir des différents ouvrages, articles et des sites internet, afin d'assembler des informations et des données nécessaires.
- Un stage d'une durée d'un mois (01) au sein de l'agence bancaire BADR islamique de Jijel, et pour cela nous avons élaboré une enquête sous forme de questionnaire distribué à un échantillon représentatif des clients, ainsi qu'une analyse descriptive des données internes de cette agence afin d'enrichir notre recherche.

Ainsi, cette recherche est articulée autour de trois chapitres que nous développerons comme suit :

Le premier chapitre présentera la finance islamique dans le secteur bancaire, ses outils et valeurs. Le deuxième chapitre retracera les principales étapes du développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie, et pour finir avec le troisième chapitre, ce dernier portera sur l'étude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel.

Et pour terminer notre travail, une conclusion générale permet d'exposer et d'analyser les résultats les plus importants obtenus dans notre recherche.

Chapitre I :

La finance islamique dans le
secteur bancaire « outils et
valeurs »

Chapitre I : La finance islamique dans le secteur bancaire « outils et valeurs »

La finance islamique possède une longue histoire, mais son essor en tant que système financier structuré a véritablement commencé il y a environ cinquante ans, notamment à la suite de l'indépendance de plusieurs pays musulmans. Depuis lors, un système financier islamique organisé s'est développé. Ce cadre financier spécifique repose sur les principes de la *charia*, la loi religieuse islamique, et vise à réguler les activités économiques en conformité avec les valeurs, règles et préceptes religieux définis par *l'islam*.

Il s'appuie sur plusieurs fondements majeurs qui garantissent la conformité des opérations financières aux exigences spirituelles et éthiques de la religion. Ce système proscrit tout ce qui est *haram*, notamment l'intérêt (*Riba*), comme le souligne le Coran «⁴الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Sont également prohibés l'incertitude excessive (*Gharar*) et les jeux de hasard (*Maysir*). En revanche, ce système encourage ce qui est *halal* : le partage équitable des bénéfices et des pertes, la transparence contractuelle, ainsi que le financement d'activités légales et économiquement utiles⁵.

La finance islamique s'inscrit pleinement dans les valeurs de l'islam, s'appuyant sur le Coran, les *Hadiths*, le consensus des savants (*Ijma'a*) et l'analogie juridique (*Qiyas*). Elle cherche à instaurer un système financier plus juste, éthique et en adéquation avec les besoins réels de l'économie.

Ce chapitre présente les instruments financiers conformes à la *charia* utilisés dans le secteur bancaire islamique, ainsi que les avantages que ce modèle peut offrir à l'économie moderne.

Section I : Les instruments financiers appliqués dans le secteur bancaire islamique

Afin de respecter les principes de la *charia*, les banques islamiques ont développé des instruments financiers spécifiques qui répondent à la fois aux besoins de financement et de placement, tout en respectant ces principes. Ces instruments garantissent une conformité religieuse stricte tout en assurant l'efficacité économique.

⁴ Coran; Sourate Al-Baqara, 2:275

⁵ Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic Finance* (pp. 43–78). John Wiley & Sons, Chichester, Royaume-Uni.

Chapitre I : La finance islamique dans le secteur bancaire « outils et valeurs »

Voici un aperçu des principaux instruments financiers islamiques utilisés dans le secteur bancaire ⁶:

1. Instruments de financement

- ❖ **Mourabaha** : c'est un contrat de vente où la banque achète un bien à la demande du client, puis le revend avec une marge bénéficiaire clairement définie et connue dès le départ. Le client rembourse le prix majoré selon un échéancier fixé à l'avance. Ce mécanisme permet de financer un achat sans recourir aux intérêts, en conformité avec la *charia*.
- ❖ **Ijara** : il s'agit d'un contrat de location par lequel la banque conserve la propriété du bien et le loue au client contre le paiement de loyers périodiques. À la fin du contrat, le bien peut être transféré au client par un contrat complémentaire, appelé **Ijara Muntahia Bi Tamlik**.
- ❖ **Salam** : c'est un contrat de vente dans lequel l'acheteur paie le prix intégralement à l'avance, mais la livraison du bien est différée à une date ultérieure. Ce type de contrat est souvent utilisé pour financer la production de biens spécifiques, notamment dans les secteurs agricole et industriels.
- ❖ **Istisna'a** : c'est un contrat de fabrication ou de construction sur commande, où la banque finance la réalisation d'un bien futur (par exemple, la construction immobilière) avec la possibilité de paiement par tranches durant la période de fabrication.
- ❖ **Moudaraba** : est un partenariat où l'un apporte le capital (**Rab al-Mal**) et l'autre gère l'activité (**Moudarib**). Les profits sont partagés selon un accord, tandis que les pertes sont supportées par le fournisseur du capital, sauf en cas de faute du gestionnaire.
- ❖ **Mousharaka** : il s'agit d'un partenariat dans lequel la banque et le client investissent conjointement du capital dans un projet commun. Ils partagent les

⁶Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI). (2021). Shari'ah Standards (3e éd., pp. 231–350). Manama, Bahreïn : AAOIFI.

Chapitre I : La finance islamique dans le secteur bancaire « outils et valeurs »

bénéfices selon un ratio convenu et supportent les pertes proportionnellement à leurs apports.

2. Autres instruments complémentaires

- ❖ **Sukuk** : ce sont des titres d'investissement islamiques comparables aux obligations classiques, mais ils sont adossés à des actifs réels générateurs de revenus conformes à la *charia*. Les détenteurs de *Sukuk* ont un droit de propriété ou un droit sur ces actifs.
- ❖ **Compte islamique** : ce type de compte bancaire est sans intérêts, fonctionnant souvent sous forme de prêt gratuit (**Qard Hassan**). Il permet aux déposants de placer leur argent conformément aux principes islamiques.

En plus des instruments financiers de base comme la *Mourabaha*, l'*Ijara*, la *Moudaraba* et la *Mousharaka*, les banques islamiques utilisent également des outils spécialisés tels que le *Tawarruq*, les *Salam* multiples, et des produits dérivés conformes à la *charia*, diversifiant ainsi leurs offres.

Section II : les avantages et les caractéristiques de la finance islamique

Pour comprendre l'intérêt croissant pour la finance islamique, il est essentiel de s'attarder sur ses caractéristiques clés et les avantages concrets qu'elle présente.

1. Un système fondé sur la justice et la transparence

La finance islamique met un accent particulier sur la justice dans les transactions, en interdisant toute forme d'exploitation, la transparence, l'équité contractuelle et la clarté des droits et obligations sont au cœur de chaque contrat islamique, ce qui contribue à renforcer la confiance et à réduire les litiges économiques.

2. Le rejet de l'endettement excessif et de la spéculation

À la différence du système conventionnel, qui repose largement sur l'endettement et la spéculation, la finance islamique privilégie les investissements basés sur des actifs réels. Cela aide à limiter le risque systémique et protège l'économie des bulles financières. D'après

Chapitre I : La finance islamique dans le secteur bancaire « outils et valeurs »

le rapport de la Banque Islamique de Développement (2022), cette approche renforce la résilience des économies face aux crises financières, en liant la finance à l'économie réelle⁷.

3. Un partage équitable des risques

L'un des piliers de la finance islamique est le partage des risques entre les parties contractantes. Aucun acteur ne peut exiger un profit garanti sans s'exposer à une part du risque. Ce mécanisme rend les relations plus équilibrées et incite à une gestion responsable des projets. Le rapport de stabilité de l'IFSB (2023) note que ce modèle limite la propagation des crises et renforce la robustesse du système financier islamique⁸.

4. L'inclusion financière et le développement durable

La finance islamique joue un rôle essentiel dans l'amélioration de l'inclusion financière, en particulier dans les régions où des populations évitent les services bancaires traditionnels pour des raisons religieuses. En proposant des produits conformes à la *charia*, tels que les comptes sans intérêts, les contrats de financement participatif, facilitent l'accès aux services financiers, promouvant un développement économique équitable et durable⁹.

5. Une résilience accrue face aux crises économiques mondiales

Grâce à son ancrage dans l'économie réelle et à l'interdiction des produits financiers spéculatifs, la finance islamique s'est montrée plus résiliente lors des crises économiques récentes, comme celle de 2008 ou lors de la pandémie. L'IFSB (2023) indique que les institutions financières islamiques maintiennent une stabilité supérieure en période d'instabilité mondiale, grâce à leur gestion prudente des risques¹⁰.

En somme, ces avantages dépassent le cadre théorique pour constituer les fondations pratiques du fonctionnement des institutions financières islamiques. Ils confèrent à ces institutions une identité financière distincte et renforcent leur stabilité et crédibilité dans le paysage économique mondial.

⁷ Banque Islamique de Développement, Rapport annuel sur les services financiers islamiques, 2022.

⁸ Islamic Financial Services Board (IFSB). (2023). Islamic Financial Services Industry Stability Report 2023 (pp. 21-51). Manama, Bahrain: IFSB.

⁹ Alliance for Financial Inclusion (AFI) & Islamic Development Bank, *Islamic Finance and Financial Inclusion: AFI Member' Perspectives*, 2024 (pp. 12)

¹⁰ Islamic Financial Services Board (IFSB), *Islamic Financial Services Industry Stability Report 2023*, Kuala Lumpur, IFSB, 2023, (pp. 7). Manama, Bahrain : IFSB.

Chapitre I : La finance islamique dans le secteur bancaire « outils et valeurs »

La finance islamique se présente comme une alternative éthique et stable au système financier traditionnel, en se basant sur des principes de justice, de transparence et de rejet de l'usure. Son ancrage dans la *charia* et son évolution au fil du temps montrent sa capacité à répondre aux défis économiques contemporains tout en respectant les valeurs de *l'islam*. Ce chapitre a donc établi les bases théoriques nécessaires pour explorer, dans les sections suivantes, l'expérience algérienne de la finance islamique et les défis qu'elle doit relever.

Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie

Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie

Après avoir défini les principes fondamentaux de la finance islamique et présenter ses instruments dans le chapitre précédent, il est désormais essentiel d'analyser son évolution concrète dans le contexte algérien. Bien que l'Algérie soit un pays à majorité musulmane, l'intégration des principes de la *charia* dans les pratiques économiques et financières n'a pas été immédiate.

Ce chapitre vise donc à retracer l'évolution du système financier islamique en Algérie, en mettant un accent particulier sur le secteur bancaire, moteur central de cette transformation, ainsi que les défis qui freinent encore son développement.

Section I : Historique et évolution de la finance islamique en Algérie

La finance islamique, dont les fondements remontent à l'époque du Prophète Mohammed *paix et salut sur lui*, s'est institutionnalisée au XXe siècle sous forme moderne, d'abord en Égypte, puis dans les pays du Golfe, en Asie du Sud-Est, et dans plusieurs pays du Maghreb. En Algérie, l'évolution de la finance islamique peut être divisée en quatre grandes périodes :

1. Les débuts hésitants de la finance islamique 1990-2007

L'origine de la finance islamique en Algérie remonte à 1991 à travers la création de la Banque Al Baraka qui est la première banque islamique à capital mixte, public et privé¹¹. Elle est née d'une alliance entre le groupe saoudien Al Baraka et l'état algérien à travers la BADR. Mais cette expérience ne s'est pas développée et n'a concerné qu'une clientèle restreinte, ceci s'explique par l'absence d'un cadre réglementaire spécifique et une volonté politique claire à l'époque. Le manque de réglementation, un environnement économique difficile durant les années 1990 et la prédominance des banques publiques a empêché le développement de ce secteur durant cette période.

À cette époque, la finance islamique s'est développée dans une zone grise, tolérée mais pas totalement intégrée au système financier national¹².

¹¹ Site officiel de la Banque Al Baraka d'Algérie. *Historique*.

¹² Ben Lagha, J. (2020, 2 juillet). *La finance islamique en Algérie*. AMEF Consulting.

Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie

2. L'émergence d'un intérêt stratégique pour la finance islamique 2008-2019

À partir de 2008, la finance islamique commence à prendre une place croissante en Algérie, notamment grâce à l'arrivée de la Banque Al Salam, filiale d'un groupe bancaire émirati opérant selon les principes de la charia, qui diversifie l'offre bancaire locale¹³.

Parallèlement, la hausse des revenus pétroliers à partir de 2009 et la volonté de réforme économique poussent le pays à envisager la finance islamique comme un levier important pour le développement économique et la mobilisation de l'épargne nationale¹⁴.

Durant cette période, l'intérêt des acteurs privés et publics pour les produits financiers islamiques se renforce progressivement. Plusieurs banques privées proposent des solutions islamiques, malgré l'absence d'un cadre réglementaire clair, tandis que les banques publiques restent prudentes en attendant des directives officielles¹⁵.

Entre 2013 et 2016, les débats s'intensifient au sein d'institutions comme le CNES, qui met en avant l'importance de la finance islamique pour la diversification et la consolidation du secteur financier algérien¹⁶.

À partir de 2017, la mise en place d'un cadre réglementaire spécifique s'accélère avec le lancement de projets pilotes dans plusieurs banques publiques et l'engagement de la Banque d'Algérie dans l'élaboration de règles adaptées¹⁷.

La période 2008–2019 se caractérise donc par une montée progressive de la finance islamique, posant les bases d'un secteur bancaire algérien plus diversifié et conforme aux principes de la *charia*.

3. La reconnaissance réglementaire officielle de la finance islamique en 2020

Les efforts engagés durant les années précédentes en faveur de la structuration de la finance islamique en Algérie aboutissent, en 2020, à une étape déterminante avec la publication du Règlement n°20-02 du 15 mars 2020 par la Banque d'Algérie. Ce texte réglementaire officialise l'intégration des produits financiers islamiques dans le système bancaire national, en fixant les conditions de leur commercialisation, les modalités de

¹³Site officiel de Al Salam Bank Algérie.

¹⁴ Direction Générale de la Prévision et des Politiques (DGPP). (2015). *Rapport de présentation du projet de la loi de finances pour 2015*. Ministère des Finances.

¹⁵ Ben Lagha, J. (2020, 2 juillet). *La finance islamique en Algérie*. AMEF Consulting.

¹⁶Ait Hadadene, D. (2021). *Financement de l'économie : Mobilisation des capitaux privés vers des investissements utiles – La finance islamique : mode alternatif de financement de l'économie*. Conseil National Économique, Social et Environnemental.

¹⁷ Banque d'Algérie. (2018, 4 novembre). *Règlement n°2018-02 du 4 novembre 2018 portant conditions d'exercice des opérations de banque relevant de la finance participative par les banques et établissements financiers*.

Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie

gouvernance *charaïque*, ainsi que les types de contrats autorisés, tels que la *Mousharaka*, la *Mourabaha*, l'*Ijara* ou encore le *Salam*¹⁸.

Dans le même temps, afin de consolider ce processus réglementaire, l'État algérien crée la Haute Instance de Fatwa pour la Finance Islamique (HIF-FI), cette instance est désormais l'unique autorité habilitée à délivrer les fatwas relatives à la conformité des produits bancaires islamiques, en collaboration étroite avec la Banque d'Algérie¹⁹.

Cette institutionnalisation religieuse par la HIF-FI joue un rôle clé pour renforcer la confiance des clients dans la conformité des produits proposés.

Grâce à ce cadre réglementaire et religieux clairement défini, plusieurs banques publiques algériennes, notamment la Banque Nationale d'Algérie (BNA), le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) et la CNEP Banque, ont lancé des guichets islamiques. Ces initiatives suivent strictement les recommandations de la Banque d'Algérie et participent à l'expansion de la finance islamique dans le pays.

4. Dynamique récente de la finance islamique en Algérie 2021 à 2024

Entre 2021 et 2024, la finance islamique en Algérie a connu une expansion significative, marquant une nouvelle étape dans son intégration au système financier national. Le nombre de guichets dédiés à la finance islamique a dépassé les 850 agences, réparties au sein de 12 banques, tandis que le volume des dépôts islamiques a atteint environ 794 milliards de dinars. Parallèlement, les financements octroyés selon les principes islamiques ont franchi le seuil des 493 milliards de dinars, principalement à travers des contrats de *Mourabaha*, illustrant l'intérêt croissant pour ce mode de financement éthique. Cette évolution a été fortement soutenue par les grandes banques publiques telles que la Banque Nationale d'Algérie, le Crédit Populaire d'Algérie et la CNEP Banque, qui ont étoffé leur gamme de produits islamiques, facilitant ainsi l'accès au financement pour les PME et les particuliers²⁰.

La finance islamique en Algérie, longtemps marginale, a pris un réel essor depuis 2020 grâce à un cadre réglementaire clair et des institutions dédiées. Son développement

¹⁸ Banque d'Algérie. (2020). *Règlement n°2020-02 du 15 mars 2020 définissant les opérations de banque relevant de la finance islamique et les conditions de leur exercice par les banques et établissements financiers*.

¹⁹ Alcodefi. (6 avril 2020). *Création de l'Autorité charaïque de la fatwa pour l'industrie de la finance islamique*. Alcodefi.

²⁰ Algérie Presse Service. (2024, 7 novembre). *Finance islamique : Hausse du total des dépôts bancaires à 794 milliards de DA à fin juin 2024*.

Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie

s'est accéléré avec l'implication des banques publiques et la croissance significative des produits conformes à la *charia*, marquant son intégration durable dans le système financier national.

Section II : Cartographie des banques proposant des services de la finance islamique en Algérie

L'intégration de la finance islamique dans le système bancaire algérien présente une diversité d'approches selon les établissements concernés. On peut distinguer deux grandes catégories : les banques entièrement islamiques et les banques conventionnelles qui proposent des guichets ou agences dédiés à la finance islamique.

1. Les banques exclusivement islamiques

À ce jour, deux banques opèrent en Algérie selon un modèle exclusivement islamique : Al Salam Bank-Alegria et Banque Al Baraka Algérie. Ces deux institutions appliquent strictement les principes de la *charia* islamique, notamment l'interdiction du *Riba* (intérêt) et la mise en œuvre du partage des profits et pertes.

- ❖ **Al Salam Bank-Alegria** est une filiale du groupe Al Salam Bahrain, elle est active sur le marché algérien depuis 2008, proposant une gamme de produits financiers conformes à la *charia*, incluant des solutions de financement telles que la *Mourabaha*, l'*Ijara* ou encore la *Moudaraba*²¹.
- ❖ **La Banque Al Baraka Algérie** pour sa part, est pionnière dans le domaine. Elle opère depuis 1991 et est rattachée au groupe international Al Baraka Banking Group basé à Bahrain²².

Ces banques ont contribué à introduire et vulgariser les principes de la finance islamique en Algérie

2. Les banques classiques avec guichets ou agences islamiques

Afin de répondre à une demande croissante, plusieurs banques classiques ont intégré des guichets spécialisés dans les services islamiques, tout en conservant leurs statuts

²¹ Site officiel de Al Salam Bank Algérie. (2025). *Nos produits conformes à la charia*.

²² Site officiel de Al Baraka Bank Algérie. (2025). *Produits bancaires islamiques*

Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie

initiaux. Ces guichets coexistent avec les services conventionnels, permettant aux clients de choisir selon leurs convictions.

Il convient de souligner que la liste ci-après ne prétend pas à l'exhaustivité, mais vise à présenter les principales institutions bancaires en Algérie ayant intégré, à des niveaux divers, des produits et services de finance islamique dans leur offre commerciale.

Parmi ces établissements, on peut notamment mentionner :

❖ **Banque Nationale d'Algérie (BNA)**

Propose des produits islamiques depuis 2020, avec un réseau de guichets dédiés²³.

❖ **Crédit Populaire d'Algérie (CPA)**

Offre une gamme de produits financiers conformes à la charia, disponibles dans plusieurs agences²⁴.

❖ **Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR)**

Propose des solutions de financement islamique adaptées aux secteurs agricoles et ruraux²⁵.

❖ **Banque Extérieure d'Algérie (BEA)**

A lancé des guichets dédiés à la finance islamique, offrant des produits conformes à la charia²⁶.

❖ **Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP-Banque)**

Propose des produits d'épargne et de financement conformes aux principes de la finance islamique²⁷.

❖ **Banque de Développement Local (BDL)**

Offre des produits de finance islamique via des guichets spécialisés dans certaines agences²⁸.

²³ Site officiel de la Banque Nationale d'Algérie (BNA). (2025). *Finance islamique*.

²⁴ Site officiel de Crédit Populaire d'Algérie (CPA). (2025). *Finance islamique – Nos produits*.

²⁵ Site officiel de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR). (2025). *Produits bancaires islamiques BADR*.

²⁶ Site officiel de la Banque Extérieure d'Algérie (BEA). (2025). *Guichet islamique*.

²⁷ Site officiel de CNEP-Banque. (2025). *Finance islamique*.

²⁸ Site officiel de la Banque de Développement Local (BDL). (2025).

Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie

❖ **Housing Bank for Trade and Finance (HBTF – Algérie)**

Filiale du groupe jordanien HBTF, proposant des produits de finance islamique dans certaines agences²⁹.

❖ **Algerian Gulf Bank (AGB)**

Filiale du groupe koweïtien KIPCO, offrant des produits islamiques via des guichets dédiés³⁰.

❖ **Arab Banking Corporation (ABC Bank Algérie)**

Filiale du groupe ABC, ayant lancé des guichets islamiques pour proposer des produits conformes à la *charia*³¹.

Malgré la disponibilité croissante des produits islamiques à travers divers guichets spécialisés, le paysage bancaire algérien ne compte actuellement que deux établissements opérant selon un modèle exclusivement islamique : Al Baraka Bank et Al Salam Bank. La majorité des banques continuent de fonctionner selon un modèle conventionnel, intégrant progressivement des services conformes à la *charia* sans abandonner leurs structures classiques.

Section III : Les défis spécifiques à la finance islamique en Algérie

Malgré les progrès notables enregistrés ces dernières années, la finance islamique en Algérie demeure confrontée à plusieurs défis majeurs qui freinent son essor et sa généralisation au sein du système financier national. Parmi les défis les plus significatifs, on peut citer :

1. Un cadre réglementaire encore incomplet et évolutif

La finance islamique en Algérie fait face à un défi majeur lié à un cadre réglementaire encore en cours de construction et d'adaptation. Malgré les efforts pour améliorer les textes juridiques régissant le marché des capitaux islamiques, la législation reste incomplète et doit constamment évoluer pour concilier les exigences de la Charia avec les normes financières modernes. Les experts insistent sur la nécessité d'une stratégie claire, de mesures flexibles, et d'une coordination renforcée entre autorités de régulation, instances

²⁹ Site officiel de Housing Bank for Trade and Finance – Algérie. (2015). *Chiffres clés 2015*.

³⁰ Site officiel de Algeria Gulf Bank (AGB). (2025). *Produits bancaires islamiques*.

³¹ Site officiel de Arab Banking Corporation – ABC Bank Algérie. (2025). *Produits conformes à la charia*.

Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie

charaïques comme le HIF-IF, et spécialistes, afin d'instaurer un système législatif solide et adapté aux spécificités de la finance islamique en Algérie³².

2. Le déficit de ressources humaines qualifiées

En Algérie, les guichets islamiques sont confrontés à un déficit de ressources humaines qualifiées, en raison de la rareté de profils formés spécifiquement à la finance islamique. La majorité des agents proviennent de banques conventionnelles, ce qui limite leur capacité à s'adapter aux exigences de la charia et aux spécificités des produits islamiques. Ce manque de formation spécialisée freine l'innovation, affecte la qualité du service et accroît les risques de non-conformité réglementaire³³.

3. L'absence persistante de *Sukuk* souverains

Les *Sukuk* sont un levier majeur de financement pour les économies adoptant la finance islamique. En Algérie, leur absence constitue un obstacle majeur, d'autant plus que la demande en infrastructures et en financements alternatifs est importante. Bien que la loi de finances 2025 ait prévu leur lancement, aucune opération n'a encore été concrétisée à ce jour. Cela empêche l'État comme les entreprises de recourir à des financements conformes à la charia pour leurs projets, et freine le développement d'un marché financier islamique national³⁴.

4. Le retard dans la digitalisation des services islamiques

Alors que le système bancaire algérien commence à adopter la digitalisation à travers des projets tels que le paiement mobile, les banques islamiques peinent à suivre cette transformation. La plupart des guichets islamiques ne proposent pas encore de services numériques dédiés (e-Banking, applications mobiles, ouverture de compte à distance, etc.), ce qui limite leur accessibilité et leur compétitivité, notamment auprès de la jeunesse et des zones éloignées³⁵.

³² APS. (2024, 28 février). Les efforts du Président de la République visant à soutenir l'industrie de la finance islamique salués.

³³ Makhloufi, A., Makhloufi, T., Luqman, E., & Abdelhafidi, S. (2025, mars). Impediments to the application and success of Islamic windows in Algeria. Université de Laghouat. *İpek Yolu*, 1(5), 66–77.

³⁴ El Watan (2024). « L'absence de *Sukuk* a limité l'expansion du marché en Algérie ». *Elwatan-dz.com* – 2024

³⁵ Les Enjeux Éco (2024). « Modernisation du système financier : de nouveaux services digitaux bientôt lancés »

Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie

Enfin, l'un des freins majeurs est le manque de connaissance du public quant aux principes et avantages de la finance islamique. De nombreux citoyens continuent de confondre finance islamique et usure déguisée ou considèrent ces produits comme plus coûteux. Ce déficit de sensibilisation nuit à l'adoption de masse des produits islamiques, malgré les efforts de vulgarisation menés par certaines banques³⁶.

La finance islamique en Algérie évolue lentement mais de manière progressive, portée par une série de réformes engagées ces dernières années en vue d'améliorer l'inclusion financière et de diversifier les mécanismes de financement. La littérature et les données disponibles montrent qu'en dépit d'un retard initial, des efforts notables ont été entrepris pour élargir l'offre de produits conformes à la charia, notamment à travers la création de fenêtres islamiques au sein de certaines banques publiques.

Toutefois, ce développement reste freiné par plusieurs défis majeurs, notamment l'absence d'une gouvernance charia centralisée, le déficit de formation spécialisée, l'absence de *Sukuk* souverains, le retard dans la digitalisation, ainsi que le manque de connaissance du public sur les principes et avantages de cette finance. Ces contraintes ralentissent l'essor et la généralisation d'un système financier islamique pleinement intégré.

³⁶ Ben Lagha, J. (2020, 2 juillet). La finance islamique en Algérie. AMEF Consulting.

Chapitre III :
Etude du développement de la
finance islamique au sein de
l'agence bancaire BADR Jijel

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Ce chapitre présente une étude de terrain réalisée dans le cadre de notre stage au sein de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (Annexe 01). Inaugurée le 17 décembre 2023, cette institution est encore en phase de lancement. Notre analyse se concentre sur les premières étapes de déploiement de ses produits et services dans la région.

L'objectif principal est d'examiner la perception, l'utilisation et l'évolution des produits financiers islamiques proposés par l'agence, tout en identifiant les obstacles rencontrés par la clientèle.

Pour ce faire, nous avons adopté une méthode mixte s'appuyant sur deux sources complémentaires : un questionnaire administré aux clients, et des données internes fournies par la direction de l'agence.

Ce chapitre s'organise en trois sections : la première présente la méthodologie de recherche, la deuxième analyse les données internes relatives à l'activité commerciale de l'agence, la troisième expose les résultats du questionnaire.

Section I : Méthodologie de recherche de l'étude de cas

Cette section expose la méthode utilisée pour mener notre étude, en s'appuyant à la fois sur une enquête par questionnaire et sur les données internes de l'agence BADR Islamique de Jijel.

1. Analyse basée sur une enquête auprès des clients

Afin de pouvoir vérifier nos hypothèses et répondre à la problématique nous avons effectué une enquête de terrain menée auprès des clients de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel, afin d'évaluer l'utilisation de ses produits financiers islamiques et d'identifier les obstacles rencontrés. Un questionnaire structuré (Annexe n°2) a servi d'outil principal de collecte.

L'échantillon, constitué exclusivement des clients de cette agence, a été sélectionné selon une méthode d'échantillonnage raisonné. Les questionnaires, distribués en mains propres, ont été complétés sur place avec un accompagnement direct de notre part, ce qui a permis d'obtenir un total de 59 formulaires valides. Ce mode de collecte des données a contribué à renforcer leur fiabilité ainsi que la cohérence des réponses recueillies.

Le questionnaire comprenait 8 questions mêlant choix unique et multiple :

- Q1 à Q3 : Données sociodémographiques (sexe, âge, profession)

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

- Q4 : Canaux de sensibilisation à la finance islamique
- Q5 : Motivations du recours à la finance islamique
- Q6 : Produits utilisés (*Mourabaha, Ijara, comptes islamiques...*)
- Q7 : Niveau de satisfaction (échelle de Likert)
- Q8 : Obstacles identifiés (manque d'information, cadre réglementaire, etc.)

Cette structure permet de distinguer clairement les éléments liés à la demande, à la satisfaction et aux freins d'usage.

L'enquête a été réalisée sur une période de six semaines selon le calendrier suivant :

- Conception et validation du questionnaire : 1 semaine
- Distribution et collecte des réponses : 3 semaines
- Traitement et analyse : 2 semaines

Le contact direct avec les clients en agence, a permis de surmonter les contraintes logistiques et d'assurer la réussite de l'opération.

Les données ont été traitées manuellement à l'aide de tableaux et d'analyses descriptives. Cela a permis de faire ressortir les comportements, les attentes et les niveaux de satisfaction des clients, ainsi que les freins spécifiques qu'ils rencontrent dans l'utilisation quotidienne des produits islamiques dans le contexte local.

2. Analyse des données internes de l'agence bancaire BADR Islamique Jijel

En complément du questionnaire, cette étude s'appuie sur des données internes fournies par l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel. Ces données portent sur l'évolution du nombre de clients ayant souscrit à différents produits financiers islamiques, en particulier les contrats de *Mourabaha, Ijara, Moudaraba*, ainsi que les différents types de comptes bancaires islamiques.

Il convient de noter que même si l'agence a été officiellement ouverte le 17 décembre 2023, aucune opération client n'a été enregistrée avant le 1er janvier 2024. La période d'analyse retenue s'étend ainsi du 1er janvier 2024 au 30 avril 2025, soit 16 mois, au cours desquels les données ont été collectées de manière régulière et structurée (annexe n°3).

Pour faciliter l'interprétation, ces 16 mois ont été répartis en quatre sous-périodes quadrimestrielles :

- Période 1 (P1) : 1 Janvier – 30 Avril 2024
- Période 2 (P2) : 1 Mai – 31 Août 2024
- Période 3 (P3) : 1 Septembre – 31 Décembre 2024
- Période 4 (P4) : 1 Janvier – 30 Avril 2025

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Section II : L'évolution de l'activité de l'agence bancaire BADR Islamique Jijel

L'objectif de cette section est d'analyser l'évolution des produits financiers islamiques proposés par l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel. Elle vise également à observer les comportements et les tendances des clients sur une période de 16 mois, allant du 1er janvier 2024 au 30 avril 2025. La méthodologie utilisée repose uniquement sur les données internes de l'agence bancaire, garantissant ainsi leur crédibilité et leur pertinence pour l'étude.

1. Présentation de l'offre de produits islamiques de l'agence bancaire BADR Islamique Jijel

L'offre de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel est strictement conforme aux principes de la finance islamique et se compose de 18 produits, répartis en 4 grandes catégories :

Le tableau N°01 synthétise cette classification :

Tableau N°01 : Les produits islamiques proposés par l'agence bancaire BADR Jijel

Type	Mourabaha	Ijara	Moudaraba	Comptes islamiques sans intérêt
Produits	Matière première	Secteurs ciblé et autorisé : -Santé -Matériel roulant -Agriculture	Compte épargne islamique <i>istismari</i>	Compte cheque islamique
	<i>Ghelati</i>			
	Marche public			
	Exportation			
	Matériel roulant		Compte épargne islamique <i>istismari fellah</i>	Compte commerciale islamique
	Production agricole			
	Equipements provisionnels			Compte épargne sans revenu islamique
	Travaux			
	Consommation			
	Véhicule			
	Cycle et tricycle à moteur			Compte épargne junior islamique <i>ACHEBAL</i>
Total	11	1	2	4

Source : Des données de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (2024–2025)

Cette classification illustre la variété des propositions islamiques que propose l'agence.

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

2. Évolution quadrimestrielle du nombre de clients par produit

L'évolution est présentée dans le tableau N°02 :

Tableau N°02 : Nombre de clients par produit *Mourabaha* (P1 à P4)

Produits /périodes	Période 1	Période 2	Période 3	Période 4	Total
Mourabaha matériel roulant	2	0	2	3	7
Mourabaha consommation	8	28	28	35	99
Mourabaha véhicule	0	0	4	0	4
Mourabaha cycle à moteur	1	7	1	2	11

Source : Registres internes de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (2024–2025), analyse personnelle.

Sur les 11 financements *Mourabaha* proposés, seulement 4 ont été utilisés entre janvier 2024 et avril 2025. Aucune souscription n'a été enregistré pour les 7 autres produits durant cette période. La *Mourabaha* consommation se démarque clairement avec 99 souscriptions, montrant une progression régulière, passant de 8 en P1 à 35 en P4. Cela témoigne d'une forte demande des clients pour ce type de financement islamique.

En revanche, les autres produits affichent une évolution plus modeste et irrégulière : la *Mourabaha* matériel roulant reste marginale avec seulement 7 contrats, bien qu'une légère augmentation soit observée dans les dernières périodes. La *Mourabaha* cycle à moteur connaît un pic en P2 avec 7 contrats, mais redescend ensuite à des niveaux faibles, ce qui pourrait indiquer une demande saisonnière. Enfin, la *Mourabaha* véhicule n'apparaît qu'en P3 avec 4 contrats, ce qui pourrait signaler un lancement ou une utilisation exceptionnelle. Ces données montrent une forte concentration de la demande sur les produits de consommation, tandis que les autres produits ont encore du mal à attirer les clients.

Tableau N°03 : : Nombre de clients par produit *Ijara* (P1 à P4)

Produits /périodes	Période 1	Période 2	Période 3	Période 4
Ijara	0	0	0	1

Source : Registres internes de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (2024–2025), analyse personnelle.

Le produit *Ijara* multisectoriel a été très peu utilisé entre janvier 2024 et avril 2025. En fait, une seule souscription a été enregistrée durant la période 4, après trois périodes sans aucune activité. Cette unique opération a concerné uniquement le secteur du matériel roulant, ce qui montre un manque de diversification dans l'utilisation de ce produit. Malgré sa

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

flexibilité théorique pour différents secteurs, *l'Ijara* n'a pas réussi à séduire significativement les clients de l'agence pendant la période étudiée.

Tableau N°04 : Nombre de clients par compte de type *Moudaraba* (P1 à P4)

Produits /périodes	Période 1	Période 2	Période 3	Période 4
Compte épargne islamique <i>istismari</i>	18	19	22	24

Source : Registres internes de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (2024–2025), analyse personnelle.

L'analyse des données du tableau N°04 montre une croissance régulière du compte épargne islamique *istismari*, basé sur le contrat de *Moudaraba*, avec un nombre de clients passant de 18 en P1 à 24 en P4. Cette progression traduit un intérêt croissant des clients pour ce produit d'épargne à partage des profits.

En revanche, le compte épargne islamique *istismari fellah*, ciblant principalement la clientèle agricole, n'a enregistré aucune souscription pendant toute la période. Cette absence d'activité contraste nettement avec la progression du compte *istismari* général.

Ainsi, l'usage des comptes *Moudaraba* est très concentré sur le seul produit *istismari* général, qui connaît une évolution positive constante.

Tableau N°05 : Nombre de clients par compte islamique sans intérêt (P1 à P4)

Produits /périodes	Période 1	Période 2	Période 3	Période 4
Compte chèque islamique	37	56	45	53
Compte commerciale islamique	19	6	7	7
Compte épargne sans revenu islamique	47	17	15	18
Compte épargne Junior islamique	19	2	0	0

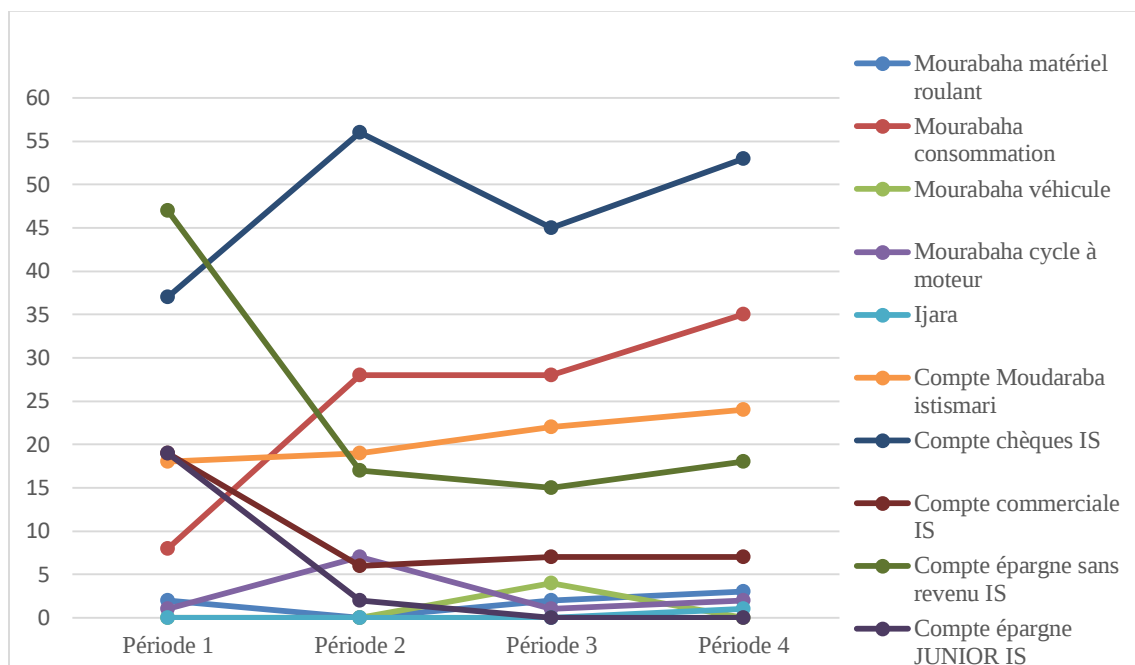
Source : Registres internes de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (2024–2025), analyse personnelle.

L'analyse des données du tableau N°05 montre des tendances variées dans l'utilisation des comptes islamiques sans intérêt de l'agence. Le compte chèque islamique se distingue par une fréquentation stable et élevée, allant de 37 en P1 à 53 clients en P4, ce qui en fait un produit central. En revanche, le compte commercial islamique connaît une forte baisse de ses souscriptions, passant de 19 clients en début de période à seulement 6 ou 7 par la suite. Le compte épargne sans revenu islamique subit également un recul progressif, malgré un léger regain en fin de période, passant de 47 en P1 à 18 clients en P4. Le compte épargne Junior islamique connaît un déclin total, le nombre de ses souscripteurs passant de 19 à 0, ce qui témoigne d'un désintérêt marqué de la clientèle. Ainsi, seul le compte chèque islamique

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

conserve une bonne dynamique, tandis que les autres types de comptes d'épargne rencontrent un fort désengagement.

Figure N°01 : Évolution quadrimestrielle du nombre de clients par produit



Source : Registres internes de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (2024–2025), analyse personnelle.

Le graphique N°01 illustre de manière claire la dynamique différenciée des produits financiers islamiques proposés par l'agence. On observe une prédominance de certains produits, tels que le *Mourabaha* consommation, le compte chèque islamique, et le compte épargne islamique *istismari*, qui connaissent une progression régulière sur l'ensemble des périodes observées. À l'inverse, certains produits, tels que *l'Ijara* multisectorielle ou le compte épargne Junior islamique, présentent une faible attractivité, allant jusqu'à une absence totale de souscription. Cette évolution contrastée traduit une orientation marquée des clients vers des produits bancaires jugés plus classiques ou mieux adaptés à leurs besoins.

3. Comparaison entre catégories de produits

3.1 Regroupement des produits

- Financements : Tous les produits *Mourabaha* (11 produits) + *Ijara* (1 produit).
- Dépôts : Tous les comptes islamiques sans intérêt (4 produits) + *Moudaraba* (2 produits).

3.2 Évolution du nombre de clients par grande catégorie

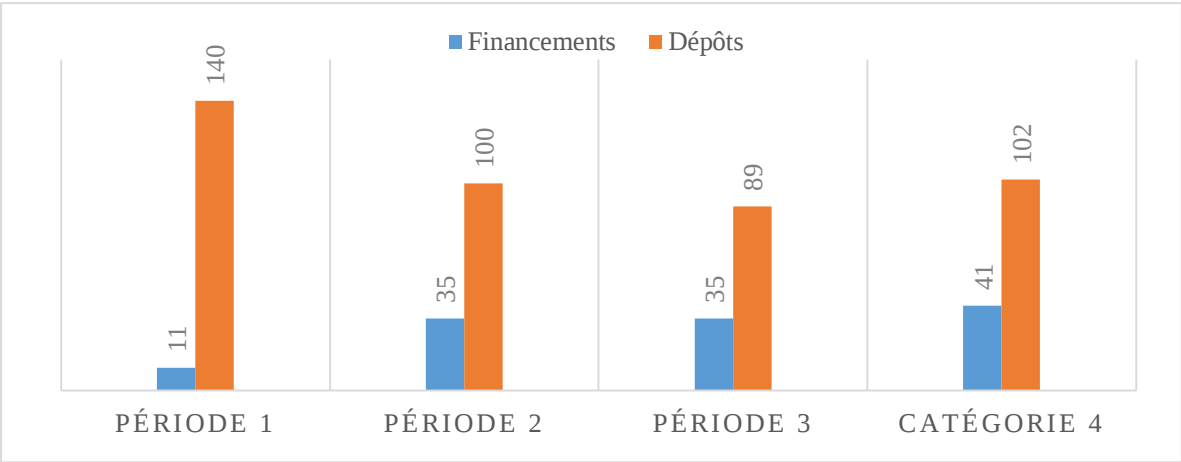
Tableau N°06 : Évolution du nombre de clients par grande catégorie

Catégorie/périodes	Période 1	Période 2	Période 3	Période 4	Total	Pourcentage
Financements	11	35	35	41	122	22%
Dépôts	140	100	89	102	431	78%

Source : Registres internes de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (2024–2025), analyse personnelle.

Les pourcentages ont été arrondis à l'unité, selon la règle mathématique classique ($\geq 0,5$ arrondi à l'unité supérieure).

Figure N°02 : Nombre de clients par grande catégorie de financements et dépôts



Source : Registres internes de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (2024–2025), analyse personnelle.

L'analyse met en évidence un déséquilibre marqué entre les produits de dépôt avec 78% des clients et les produits de financement avec 22%, ce qui reflète une tendance fréquente au sein des l'agence en phase de développement. Les produits de dépôt sont souvent perçus comme plus accessibles, plus simples à comprendre, et plus familiers pour la clientèle, continuant de dominer l'activité globale de l'agence.

Cependant, les produits de financement enregistrent une croissance soutenue, passant de 11 à 41 clients entre P1 et P4, soit une multiplication par 3,7 environ. Cette progression témoigne d'un intérêt croissant de la clientèle pour les solutions de financement conformes à la charia, à mesure que leur compréhension et leur confiance dans ces instruments s'améliorent.

À l'inverse, les produits de dépôt connaissent une baisse notable, de 140 à 102 clients sur la même période, ce qui pourrait indiquer un transfert partiel de l'épargne vers des produits de financement considérés comme plus rentables ou plus dynamiques.

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Malgré ce recul, les produits de dépôt restent majoritaires sur l'ensemble de la période. Cette dynamique globale illustre une tendance progressive vers l'équilibre entre les deux catégories de produits, et appelle à une stratégie renforcée de sensibilisation, à une diversification accrue de l'offre de financement, tout en maintenant la confiance et l'attractivité des produits d'épargne.

4. Évolution globale de la clientèle sur la période étudiée

L'analyse de l'évolution temporelle du nombre total de clients permet de mieux comprendre la dynamique générale de l'activité de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel sur la période observée. Cette lecture globale intègre l'ensemble des produits bancaires islamiques proposés, qu'il s'agisse de financements ou de dépôts.

Le tableau N°07 présente le nombre total de clients enregistrés à chaque période, toutes catégories confondues :

Tableau N°07 : Nombre total de clients par période

Périodes	Nombre de clients
Période 1	151
Période 2	135
Période 3	124
Période 4	143
Total	553

Source : Registres internes de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel (2024–2025), analyse personnelle

Cette analyse montre que le nombre total de clients a évolué de manière fluctuante au cours de la période étudiée. Après un niveau initial élevé de 151 clients en Période 1, une baisse progressive a été observée jusqu'à atteindre 124 clients en Période 3, avant de remonter à 143 clients en Période 4.

Pour mesurer l'évolution globale de l'agence entre le début et la fin de la période, un taux de croissance a été calculé entre la Période 1 et la Période 4, selon la formule suivante :

$$\text{Taux d'évolution} = \frac{\text{Valeur finale} - \text{Valeur initiale}}{\text{Valeur initiale}} \times 100$$

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

$$\text{Taux d'évolution global} = \left(\frac{\text{Période 4} - \text{Période 1}}{\text{Période 1}} \right) \times 100$$

$$\text{Taux d'évolution global} = \left(\frac{143 - 151}{151} \right) \times 100 = -5.29\%$$

Le nombre total de clients a diminué de 5,29 % entre le début de P1 et la fin de P2 de la période étudiée. Cette légère baisse peut s'expliquer par plusieurs facteurs possibles, tels qu'une saturation du marché local, un manque de diversification des produits, ou encore un ralentissement temporaire de la demande. Toutefois, la reprise observée en Période 4 témoigne d'une stabilisation de l'activité et d'un regain d'intérêt des clients pour les services proposés, notamment les produits de financement islamique.

5. Analyse synthétique de l'évolution de l'activité

L'analyse de l'évolution de l'activité au sein de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel révèle des dynamiques notables en matière d'usage des produits financiers islamiques. Deux produits se démarquent particulièrement : la *Mourabaha* à la consommation et le compte chèque islamique, qui connaissent une croissance soutenue et constante. Cette tendance confirme leur rôle central dans les préférences des clients.

Par ailleurs, une observation structurelle met en évidence la domination numérique des produits de dépôt, en particulier les comptes islamiques. Cependant, les produits de *Moudaraba* précisement le compte *istismari*, bien que moins répandus en volume, enregistrent une progression plus rapide sur la période étudiée. Cette évolution témoigne d'une transformation progressive des attentes des clients, avec une orientation croissante vers des instruments de financement conforme à la charia.

En somme, l'activité de l'agence bancaire BADR témoigne de manière significative de l'émergence progressive, mais soutenue, d'une demande croissante pour les solutions de financement conformes à la charia. Cette dynamique traduit une évolution des préférences des usagers, motivée à la fois par des considérations éthiques, religieuses et économiques, et confirme l'intérêt grandissant pour des produits bancaires alternatifs, perçus comme plus transparents et équitables.

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Section III : L'utilisation des produits de la finance islamique de la BADR : satisfaction des clients et obstacles

Dans cette section 3 nous tenterons de présenter les résultats de notre travail d'enquête et d'analyser les réponses obtenues.

1. Identification des clients interrogés

Tableau N°08 : identification des clients selon sexe, âge et profession

Identification		Nombre de réponses	pourcentage
Sexe	Femme	21	35%
	Homme	38	65%
Age	Moins de 25ans	4	7%
	25 - 35 ans	12	20%
	36 - 45 ans	17	29%
	46 - 55 ans	19	32%
	Plus de 55 ans	7	12%
Situation professionnelle	Étudiant	4	7%
	Employé	28	47%
	Entrepreneur	5	8%
	Fonctionnaire	11	19%
	Autre	11	19%

Source : Réalisé par nous même à partir des données de notre enquête.

Les pourcentages ont été arrondis à l'unité, selon la règle mathématique classique ($\geq 0,5$ arrondi à l'unité supérieure).

L'enquête menée auprès de 59 clients révèle une nette majorité d'hommes, représentant 65% de l'échantillon, contre 35% de femmes. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 46 à 55 ans avec 32%, suivie de celle des 36 à 45 ans avec 29%. Les personnes âgées de 25 à 35 ans représentent 20%, tandis que les plus de 55 ans comptent pour 12%. Les jeunes de moins de 25 ans ne représentent que 7% des répondants. Sur le plan professionnel, les employés dominent largement avec 47% des participants. Les fonctionnaires et la catégorie « Autre », regroupant notamment des retraités, enregistrent chacun 19%. Les entrepreneurs représentent 8% de l'échantillon, tandis que les étudiants ne constituent que 7%.

2. Comportements différenciés par sexe dans l'utilisation des services islamiques

Le tableau N°09 présente la répartition des répondants selon leur sexe et les produits financiers islamiques utilisés avec un total de 79 réponses multiples.

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Tableau N°09 : Répartitions des répondants selon le sexe/produits utilisés

Propositions	Femme		Homme		Total	
	N.R	%	N.R	%	N.R	%
Comptes islamiques sans intérêts	15	35%	28	65%	43	54%
Mourabaha	8	28%	21	72%	29	37%
Moudaraba	0	0	7	100%	7	9%
Ijara	0	0	0	0	0	0
Total	23	29%	56	71%	79	100%

Source : Réalisé par nous même à partir des données de notre enquête (N.R : Nombre de réponses)

Les pourcentages ont été arrondis à l'unité, selon la règle mathématique classique ($\geq 0,5$ arrondi à l'unité supérieure).

L'analyse des réponses collectées révèle une prédominance masculine dans l'utilisation des produits de la finance islamique. Sur un total de 79 réponses, 71 % proviennent d'hommes contre seulement 29 % de femmes. Cette répartition met en évidence un déséquilibre significatif dans l'accès ou le recours aux services bancaires islamiques selon le genre, les comptes islamiques sans intérêts sont les plus répandus avec 54 %, avec une répartition proche de la tendance générale pour 65 % hommes et 35 % femmes. Cela indique que ce produit est relativement accessible aux deux genres, mais reste davantage utilisé par les hommes. La *Mourabaha* est largement utilisée par 72 % hommes, bien que les types de *Mourabaha* les plus fréquemment utilisés dans l'agence concernent principalement le financement de biens de consommation, en particulier le mobilier et l'électroménager. La *Moudaraba* est exclusivement utilisée par des hommes. L'absence de femmes dans l'usage de ce produit peut révéler des freins culturels ou une moindre familiarité avec les produits de placement chez les femmes.

Aucun des répondants n'a déclaré utiliser le produit *Ijara*, ce qui reflète une absence totale de ce produit dans l'échantillon étudié. Cette tendance est également confirmée par l'analyse des données internes de l'agence, qui révèle qu'un seul client y a eu recours durant la période observée. Cela témoigne d'une offre encore marginale de l'*Ijara* au sein de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel.

En somme, les réponses révèlent une prédominance masculine dans l'utilisation des produits financiers islamiques, notamment ceux à vocation d'investissement, tandis que les femmes se concentrent davantage sur les produits de dépôt sans intérêts.

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

3. Âge et canal d'information : fracture générationnelle dans la communication

Le tableau N°10 présente la répartition des canaux de connaissance de la finance islamique selon les différentes tranches d'âge avec un total de 92 réponses multiples.

Tableau N°10 : Répartitions des répondants selon l'âge et le canal d'information

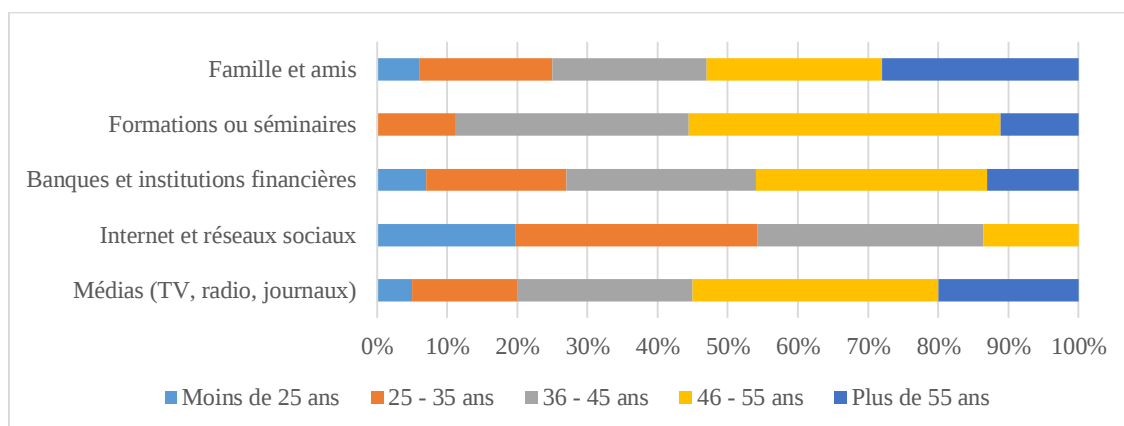
Propositions	Moins de 25 ans		25 - 35 ans		36 - 45 ans		46 - 55 ans		Plus de 55 ans		Total	
	N.R	%	N.R	%	N.R	%	N.R	%	N.R	%	N.R	%
Médias (TV, radio, journaux)	1	5%	3	15%	5	25%	7	35%	4	20%	20	22%
Internet et réseaux sociaux	3	19%	6	38%	5	31%	2	12%	0	0	16	17%
Banques et institutions financières	1	7%	3	20%	4	27%	5	33%	2	13%	15	16%
Formations ou séminaires	0	0	1	11%	3	33%	4	44%	1	11%	9	10%
Famille et amis	2	6%	6	19%	7	22%	8	25%	9	28%	32	35%
Total	7	8%	19	21%	24	26%	26	28%	16	17%	92	100%

Source : Réalisé par nous même à partir des données de notre enquête (N.R : Nombre de réponses)

Les pourcentages ont été arrondis à l'unité, selon la règle mathématique classique ($\geq 0,5$ arrondi à l'unité supérieure).

Une différence de 1 % peut apparaître à cause de l'arrondi à l'unité

Figure N°3 : Répartition des canaux d'information sur la finance islamique selon les tranches d'âge des répondants



Source : Réalisé par nous même à partir des données de notre enquête

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Les données révèlent une diversité dans les canaux de communication par lesquels les répondants ont découvert la finance islamique, mais elles indiquent également des tendances générationnelles claires.

Le canal le plus influent est celui de la famille et des amis, qui représente 35% des réponses, avec une répartition relativement homogène mais croissante avec 6% pour les moins de 25 ans à 28% pour les plus de 55 ans. Cela souligne l'importance du bouche-à-oreille dans la diffusion de l'information au sein de la société algérienne, notamment dans les milieux conservateurs ou traditionnels.

Les médias classiques (TV, radio, journaux) arrivent en deuxième position avec 22% et sont particulièrement efficaces auprès des plus de 45 ans, dont 55% des répondants de cette catégorie, ce qui est cohérent avec les habitudes médiatiques de cette tranche d'âge plus âgées.

L'usage d'Internet et des réseaux sociaux est le troisième canal à 17%, avec une forte concentration chez les jeunes adultes 56% chez les moins de 36 ans, ce qui reflète l'adoption croissante des outils numériques comme moyen d'accès à l'information et de sensibilisation dans les générations plus jeunes.

Les banques et institutions financières comme vecteurs d'information comptent pour 16% des canaux cités, indiquant une contribution non négligeable du secteur bancaire à la vulgarisation de la finance islamique, particulièrement auprès des 36-55 ans avec 60%.

Enfin, les formations et séminaires n'ont été mentionnés que par 10% des répondants, mais leur impact est plus fort chez les 36-55 ans avec 77%. Cela suggère un rôle encore marginal mais à développer pour des stratégies de formation structurée et professionnalisée.

Ces résultats soulignent l'intérêt de renforcer la communication ciblée selon les profils d'âge : campagnes digitales pour les jeunes, émissions TV/radio pour les seniors, et formations structurées pour les professionnels et les publics intermédiaires. Cela permettra de diversifier les vecteurs d'information et d'améliorer l'appropriation des produits financiers islamiques par le public.

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

4. Profession et motivation : les logiques sociales du choix financier

Le tableau N°11 présente la répartition des différentes raisons ayant motivé le choix de la finance islamique à travers l'agence bancaire BADR, en fonction de la profession des répondants.

Tableau N°11 : Répartition des motivations du choix de la finance islamique selon la profession des répondants

Raisons / Professions	Étudiant		Employé		Entrepreneur		Fonctionnaire		Autre		Total	
	N.R	%	N.R	%	N.R	%	N.R	%	N.R	%	N.R	%
Conformité aux principes religieux	5	9%	23	41%	4	7%	13	23%	11	20%	56	58%
Réputation et confiance dans la banque	1	8%	4	31%	4	31%	2	15%	2	15%	13	13%
Qualité des services islamiques proposés	1	7%	6	43%	2	14%	3	21%	2	14%	14	14%
Transparence des transactions	0	0	3	38%	1	12%	2	25%	2	25%	8	8%
Répartition équitable des risques	0	0	2	33%	1	17%	1	17%	2	33%	6	6%
Total	7	7%	38	39%	12	12%	21	22%	19	20%	97	100%

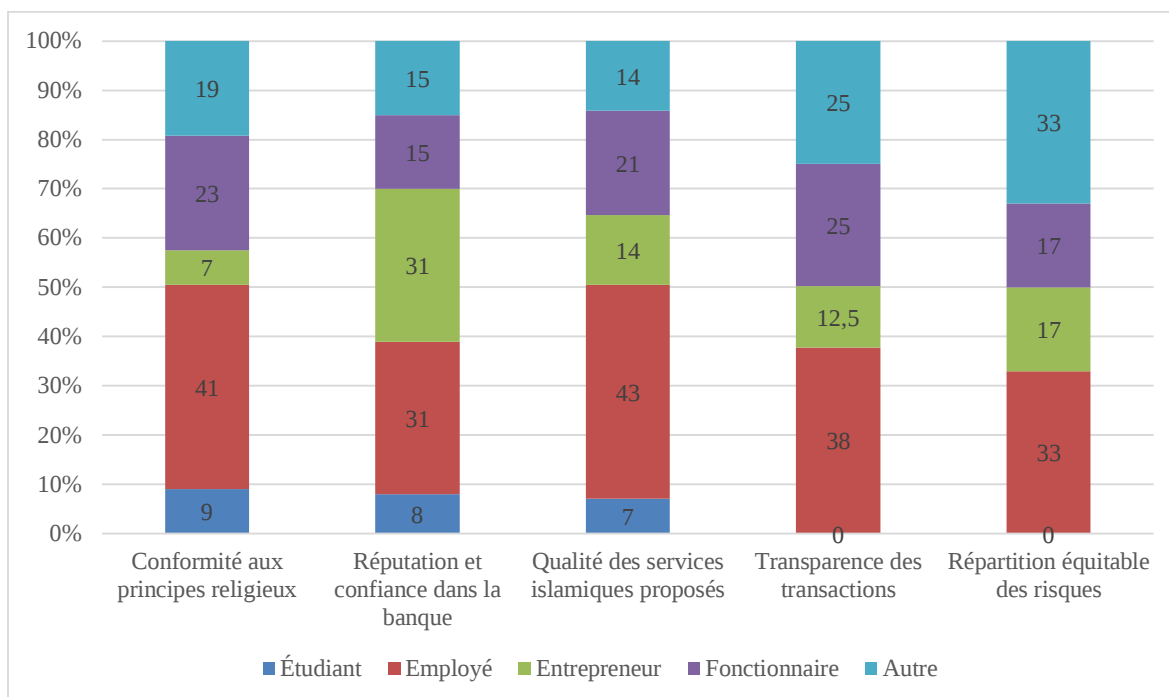
Source : Réalisé par nous même à partir des données de notre enquête (N.R : Nombre de réponses)

Les pourcentages ont été arrondis à l'unité, selon la règle mathématique classique ($\geq 0,5$ arrondi à l'unité supérieure).

Une différence de 1 % peut apparaître à cause de l'arrondi à l'unité.

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Figure N°4 : Répartition de la raison du choix de la finance islamique selon la profession



Source : Réalisé par nous même à partir des données de notre enquête

L'analyse des réponses permet d'identifier des tendances différenciées selon les catégories professionnelles des clients interrogés. La raison la plus fréquemment citée, toutes professions confondues, est la conformité aux principes religieux (*Charia*), avec environ 58% des réponses. Cette motivation est particulièrement dominante chez les fonctionnaires avec 23%, les employés avec 41% et les étudiants à 9%, ce qui suggère une forte adhésion aux valeurs religieuses comme facteur décisif, indépendamment du statut socio-professionnel.

Ensuite la qualité des services islamiques proposés a été citée par 14 % des répondants. Ce critère est relativement bien réparti entre les différentes catégories socio-professionnelles, mais les employés y accordent une attention particulière avec un taux élevé de 43 %. Cela reflète une sensibilité fonctionnelle à la qualité du service offert. De leur côté, les fonctionnaires manifestent également un intérêt marqué pour ce critère (21 %), ce qui traduit une approche pragmatique dans le choix de leur banque.

Vient ensuite la réputation de la banque avec 13% et la transparence des transactions avec 8%, les entrepreneurs expriment un intérêt particulier pour ces deux choix avec 31% et 12% ce qui peut être interprété comme un besoin de sécurité et de confiance dans la gestion financière, essentiel à leurs activités économiques

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Enfin, le principe de répartition équitable des risques a été classé en dernière position parmi l'ensemble des critères, avec un taux de 6% seulement. Toutefois, la catégorie "autres", composée principalement de retraités civils et militaires, a manifesté un intérêt notable pour ce critère, avec un taux de 33%.

Cette lecture met en lumière que, si les motivations religieuses sont transversales, d'autres facteurs comme la qualité des services, la transparence ou la réputation de la banque varient selon le profil professionnel. Cela souligne l'importance pour l'agence bancaire BADR de segmenter sa communication et son offre selon les attentes spécifiques de chaque groupe.

5. Perception des obstacles et évaluation de la satisfaction : retour d'expérience des Clients de la BADR Islamique

Afin de préciser la nature des obstacles perçus et d'évaluer le niveau de satisfaction des clients, nous allons analyser les résultats issus dans les tableaux suivants.

Tableau N°12 : Répartition des clients selon la présence d'obstacles identifiés dans l'agence bancaire

Réponse à la question sur la présence d'obstacles dans l'agence bancaire	Nombre de clients	%
Aucun obstacle coché	24	41%
Au moins un obstacle coché	35	59%
Total	59	100%

Source : Réalisé par nous même à partir des données de notre enquête

Les pourcentages ont été arrondis à l'unité, selon la règle mathématique classique ($\geq 0,5$ arrondi à l'unité supérieure).

Ce Tableau révèle que 59% des répondants ont indiqué rencontrer au moins un obstacle dans leur relation avec l'agence, contre 41% qui n'en ont mentionné aucun. Ce constat traduit une perception partagée : une majorité relative exprime des limites, tandis qu'un nombre significatif de clients ne relève aucun frein, ce qui traduit un degré appréciable de satisfaction fonctionnelle.

Il convient cependant de préciser que, du point de vue institutionnel, l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel ne rencontre aucun obstacle dans l'application ou la gestion des produits de finance islamique. Les opérations sont conformes aux principes de la charia, validées par un comité de conformité interne, et les procédures sont bien intégrées

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

dans le fonctionnement quotidien de l'établissement. Cela signifie que les obstacles évoqués par certains clients relèvent davantage de perceptions individuelles, de méconnaissance ou de besoins spécifiques, et non d'un dysfonctionnement ou d'une limitation structurelle propre à l'agence elle-même (annexe n°4).

Tableau N°13 : Répartition des obstacles rencontrés par les clients de l'agence

Obstacles identifiés	Nombre de réponses	%
Faible diversité des produits bancaires islamiques	17	31%
Complexité des procédures d'accès aux services	14	25%
Contraintes liées à la réglementation bancaire	13	24%
Manque d'information et de sensibilisation sur les produits proposés	9	16%
Manque de formation et d'accompagnement du personnel	2	4%
Total	55	100%

Source : Réalisé par nous même à partir des données de notre enquête

Les pourcentages ont été arrondis à l'unité, selon la règle mathématique classique ($\geq 0,5$ arrondi à l'unité supérieure).

L'analyse montre que 59% des répondants ayant indiqué au moins un obstacle dans leur expérience avec la BADR Islamique ont formulé 55 citations au total. La faible diversité des produits bancaires islamiques constitue l'obstacle le plus fréquemment mentionné, représentant 31 % des réponses. Viennent ensuite la complexité des procédures d'accès aux services à 25 %, et les contraintes liées à la réglementation bancaire à 24%. Le manque d'information et de sensibilisation sur les produits proposés représente 16 % des réponses. Enfin, le manque de formation et d'accompagnement du personnel est signalé dans 4%, constituant une préoccupation marginale mais potentiellement impactant.

Ces résultats indiquent que les obstacles perçus par les clients concernent principalement la diversité de l'offre, la complexité des procédures, le cadre réglementaire et la communication, des dimensions essentielles à améliorer pour renforcer l'attractivité et l'efficacité des services bancaires islamiques proposés.

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Tableau N°14 : Niveau de satisfaction des clients vis-à-vis des services islamiques de l'agence

Niveau de satisfaction	Nombre de répondants	Pourcentage
Très satisfait	32	54%
satisfait	26	44%
Neutre	1	2%
Insatisfait	0	0
Très Insatisfait	0	0
Total	59	100%

Source : Réalisé par nous même à partir des données de notre enquête

Les pourcentages ont été arrondis à l'unité, selon la règle mathématique classique ($\geq 0,5$ arrondi à l'unité supérieure).

Malgré l'identification d'obstacles par 59% des clients, le niveau global de satisfaction reste remarquablement élevé. En effet, 98% des répondants se déclarent satisfaits ou très satisfaits des services proposés par l'agence, et aucun client ne se dit insatisfait. Ce contraste apparent entre les difficultés perçues et la satisfaction exprimée suggère que les obstacles rencontrés, bien qu'existants, ne compromettent pas fondamentalement la perception globale de la qualité du service. Cela témoigne d'une capacité de résilience et d'adaptation de la clientèle, ainsi que d'une performance globale jugée satisfaisante par la majorité.

Pour conclure, l'étude de cas de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel nous a permis de mieux comprendre l'évolution de l'activité bancaire islamique à l'échelle locale, ainsi que les attentes et perceptions des clients. Les données internes montrent une croissance régulière de la clientèle, avec une prédominance des produits de financement comme la Mourabaha. Toutefois, l'enquête met en évidence une nette prédominance masculine dans l'utilisation des produits financiers islamiques, particulièrement dans le domaine de l'investissement, soulignant ainsi la nécessité de mettre en place des actions ciblées pour une meilleure inclusion de la clientèle féminine. Par ailleurs, il apparaît essentiel d'adapter les stratégies de communication selon les tranches d'âge : campagnes digitales pour toucher les jeunes, médias traditionnels pour les seniors, et formations structurées pour les professionnels. De même, la segmentation de l'offre et de la communication selon les profils professionnels doit être renforcée pour répondre de manière plus précise aux attentes diversifiées des clients.

Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel

Enfin, afin de lever les obstacles identifiés, il est recommandé de renforcer la sensibilisation et l'éducation financière via des actions pédagogiques ciblées, de diversifier la gamme des produits bancaires islamiques pour répondre à une demande plus large, et de simplifier les procédures administratives afin de faciliter l'accès aux services. Ces mesures devraient contribuer à améliorer l'attractivité et la satisfaction des clients, favorisant ainsi une croissance durable de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR de Jijel.

Conclusion générale

Conclusion Générale

La finance islamique connaît aujourd'hui un développement important, offrant une alternative éthique et conforme à la charia qui répond à une demande croissante dans le monde et en Algérie. Afin de mieux cerner cette dynamique, nous avons consulté plusieurs ouvrages ainsi que des sites internet officiels et des articles qui nous ont aidé à comprendre le concept de la finance islamique.

L'étude s'est structurée autour de trois axes complémentaires. Dans un premier temps, nous avons présenté les instruments financiers islamiques spécifiques du secteur bancaire, ainsi que les principales caractéristiques et avantages de la finance islamique. Ensuite, nous avons analysé la situation de la finance islamique en Algérie, en retraçant son évolution, en identifiant les banques qui proposent des produits islamiques et en examinant les défis majeurs de la finance islamique en Algérie.

Enfin, une étude de terrain a été menée au sein de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel, associant un questionnaire distribué uniquement aux clients de cette agence et l'analyse des données internes transmises par celle-ci. Cette approche a permis d'évaluer l'évolution de l'activité, les produits utilisés ainsi que les obstacles rencontrés par cette clientèle dans l'utilisation des produits islamiques.

Il convient toutefois de souligner que malgré les efforts déployés pour réaliser une étude rigoureuse et pertinente, certaines difficultés ont été rencontrées, notamment le manque de livres récents sur la finance islamique en Algérie, une durée de stage relativement courte, et un accès limité à certaines données. Ces limites ont légèrement freiné l'approfondissement de l'analyse. Malgré ces difficultés, nous avons tout de même réussi à répondre aux questions essentielles posées dans le cadre de cette étude et à atteindre les objectifs fixés.

La problématique centrale ayant guidé notre recherche s'énonce comme suit :

Dans quelle mesure la finance islamique, à travers l'expérience de l'agence bancaire BADR islamique de Jijel, peut-elle constituer un modèle alternatif viable pour le système bancaire algérien ?

L'analyse des données internes met en évidence une dynamique positive, illustrée par une progression notable de l'activité de l'agence et une demande croissante pour les

Conclusion Générale

produits conformes à la charia. Cependant, les résultats de l'enquête menée auprès des clients révèlent qu'ils rencontrent certains obstacles dans l'utilisation de ces produits. Ces obstacles ne relèvent ni de la conformité religieuse ni de la structure institutionnelle, plus de la moitié des répondants (59%) ont signalé au moins une difficulté, ce qui traduit une certaine réserve malgré l'intérêt porté à la finance islamique.

Malgré cela, le niveau global de satisfaction reste très élevé, puisque 98 % des clients se disent satisfaits ou très satisfaits, ce qui confirme que la qualité du service perçue demeure solide. Ce contraste souligne que les difficultés identifiées n'empêchent pas l'adhésion au modèle, mais offrent plutôt des pistes d'amélioration concrètes.

Au-delà de cette analyse, deux questions clés ont pu être éclaircies :

- ✓ 1. Quels types de produits financiers islamiques sont effectivement utilisés par les clients de l'agence bancaire BADR Islamique de Jijel ? Les résultats montrent que les produits les plus utilisés par les clients sont principalement *Mourabaha* consommation et le compte chèques islamique et le compte épargne islamique *istismari*, tandis que d'autres produits restent peu présents.
- ✓ 2. Quelles sont les principales difficultés ou insatisfactions exprimées par les clients dans leur expérience avec la finance islamique de la BADR Islamique de Jijel ? la faible diversité des produits, la complexité des procédures d'accès aux services et les contraintes liées à la réglementation bancaire.

La vérification des hypothèses formulées confirme ces constats :

- *L'hypothèse 1* est globalement confirmée, puisque les produits *Mourabaha* et *Moudaraba* connaissent une augmentation régulière de leur utilisation à chaque période. Cependant, l'analyse révèle que ce sont les comptes islamiques qui dominent réellement en termes d'utilisation par la clientèle, tandis que certains produits comme *l'Ijara* sont peu utilisés.
- *L'hypothèse 2* relative au rôle central du manque d'information comme frein à l'utilisation des produits islamiques, est partiellement confirmée par les résultats du questionnaire. En effet, si ce facteur est bien mentionné par une part significative des répondants, il ne constitue toutefois pas l'obstacle principal.

Conclusion Générale

Pour conclure, la finance islamique dispose d'un potentiel réel pour s'imposer comme un modèle bancaire alternatif viable en Algérie, à condition de lever certains freins opérationnels. Diversifier les produits, simplifier les démarches, mieux former les personnels et renforcer la communication constituent autant d'actions prioritaires pour élargir l'accès à une finance éthique, moderne et conforme aux principes de la charia.

Ces actions permettront de renforcer la fidélité des clients et d'élargir l'accès à des services financiers éthiques et efficaces.

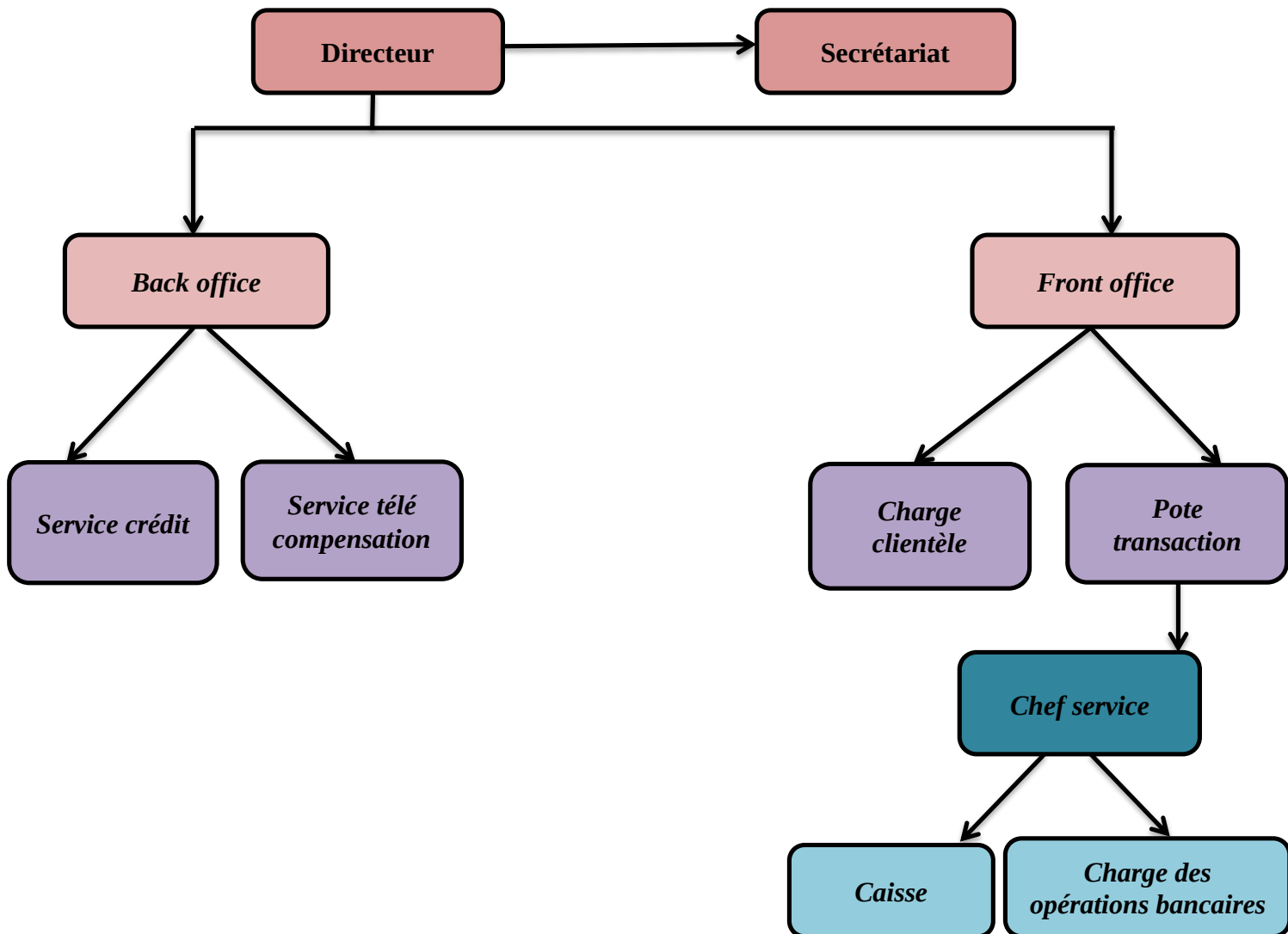
Annexe n°1

- **La présentation de l'Agence bancaire BADR de Jijel**

L'agence d'exploitation 681B est une agence entièrement dédiée à la finance islamique de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), ouverte le 17 décembre 2023 à Jijel. Elle compte 7 employés et a pour mission de proposer des produits bancaires conformes à la charia. L'objectif est de promouvoir la finance islamique, sensibiliser les clients, et instaurer une relation bancaire fondée sur l'éthique islamique.

- *Parmi les produits proposés, on retrouve la Mourabaha, la Moudaraba, l'Ijara et les comptes islamiques sans intérêt.*

- **Organigramme de l'Agence bancaire BADR de Jijel**



Annexe N°2

Université A. Mira de Bejaia

**Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des
Sciences de Gestion Département des Sciences Économiques**



QUESTIONNAIRE D'ENQUETE

Mémoire de Master sur le thème :

**« La Finance Islamique : Un Nouveau Modèle Pour Les Banques En
Algérie »**

CAS : L'agence bancaire BADR Jijel

Réalisées par :

IZEBATENE Fatima Zohra
LERARI Amira

Sous la direction de :

Dr. AZRI Kh

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de Master en Sciences Financières et Comptabilité, nous mettons entre vos mains ce questionnaire auquel nous vous prions de bien vouloir répondre. Toutes les réponses que vous fournirez demeureront fermement confidentielles et ce à des fins strictement académiques et anonyme et nous vous remercions d'avance pour votre contribution.

Année : 2024/2025

Question destinées aux clients de l'Agence bancaire BADR JIJEL.

1. Sexe :

☐ Homme

☐ Femme

2.Âge :

☐ Moins de 25 ans

☐ 25 – 35 ans

☐ 36 – 45 ans

☐ 46 – 55 ans

☐ Plus de 55 ans

3. Profession :

☐ Étudiant

☐ Employé

☐ Entrepreneur

☐ Fonctionnaire

☐ Autre

4. Comment avez-vous entendu parler de la finance islamique ?

☐ Médias (TV, radio, journaux)

☐ Internet et réseaux sociaux

☐ Banques et institutions financières

☐ Formations ou séminaires

☐ Famille et amis

5. Quelles sont les raisons qui vous poussent à choisir la finance islamique à travers l'agence bancaire BADR ?

☐ Conformité aux Principe religieux

☐ Réputation et confiance dans la banque

☐ Qualité des services islamique proposés

Annexes

☐ Transparence des transactions

6. Quels sont les services islamiques que vous utilisez à la BADR ?

☐ Comptes islamiques sans intérêt

☐ Mourabaha

☐ Ijara

☐ Moudaraba

7. Êtes-vous satisfait(e) des services islamiques proposés par la BADR ?

☐ Très satisfait

☐ Satisfait

☐ Neutre

☐ Insatisfait

☐ Très insatisfait

8. Quels obstacles avez-vous rencontrés dans l'utilisation des produits islamiques de l'agence bancaire BADR islamique ?

☐ Faible diversité des produits bancaires islamiques

☐ Complexité des procédures d'accès aux services

☐ Contraintes liées à la réglementation bancaire

☐ Manque d'information et de sensibilisation sur les produits proposés

☐ Manque de formation et d'accompagnement du personnel

Merci pour votre collaboration

Annexe N°3

La période DU 1 JANVIER 2024 — 31 AVRIL 2024.

NOMBRE DE DOSSIERS: 11 DOSSIERS.

- MOURABAHA CONSOMMATION ELECTROMENAGER: 6 DOSSIERS.
- MOURABAHA CONSOMMATION MEUBLE = 2 DOSSIERS.
- MOURABAHA MATERIEL ROULANT = 2 DOSSIERS.
- MOURABAHA CYCLE A MOTEUR = 1 Dossier.

La période Du 1 Mai 2024 — 31 AOÛT 2024.

NOMBRE DE Dossier réalisé: 35 DOSSIERS.

- MOURABAHA CONSOMMATION ELECTROMENAGER = 18 DOSSIERS.
- MOURABAHA CONSOMMATION MEUBLE = 10 DOSSIERS.
- MOURABAHA CONSOMMATION CYCLE A MOTEUR = 7 DOSSIERS.

LA PÉRIODE Du 1 Sept 2024 — 31 DEC 2024.

NOMBRE DE DOSSIERS = 35 DOSSIERS

- MOURABAHA CONSOMMATION ELECTROMENAGER: 18 DOSSIERS.
- MOURABAHA CONSOMMATION MEUBLE = 10 DOSSIERS.
- MOURABAHA C. CYCLE A MOTEUR: 1 DOSSIERS.
- MOURABAHA INTERNATIONAL MATERIAL ROULANT: 2 DOSSIERS.
- MOURABAHA VEHICULE = 4 DOSSIERS.

La période Du 1 JANVIER 2025 — A CE JOUR.

NOMBRE DE DOSSIERS = 41 DOSSIERS.

- MOURABAHA CONSOMMATION ELECTROMENAGER: 30 DOSSIERS.
- MOURABAHA CONSOMMATION MEUBLE = 5 DOSSIERS.
- MOURABAHA CYCLE A MOTEUR = 2 DOSSIERS.
- MOURABAHA INTERNATIONAL MATERIAL ROULANT = 3 DOSSIERS.
- IJARA MATERIEL ROULANT = 1 Dossier.



Assistante de Crédit (FI)
AFI 681
BENYAHIA Sarra

La Période Du 1 JANVIER 2024 - 31 AVRIL 2024.

NOMBRE DU COMPTE OUVERT: 140 comptes.

- COMPTE CHEQUE IS: 37 comptes.
- COMPTE COMMERCIALE IS: 19 comptes.
- COMPTE EPARGNE Sans Revenu: 47 comptes.
- COMPTE EPARGNE JUNIOR "ACHEBAL": AGE "18ans" = 19 comptes.
- COMPTE EPARGNE ISTITHARI: 18 comptes.
- COMPTE EPARGNE ISLAMIQUE ISTITHARI FELLAH: 0.

La période du 1 Mai 2024 - 31 Aout 2024

NOMBRE DU COMPTE OUVERT: 100 comptes.

- COMPTE CHEQUE IS: 56 comptes.
- COMPTE COMMERCIALE IS: 6 comptes.
- COMPTE EPARGNE SANS REVENU: 17 comptes.
- COMPTE EPARGNE JUNIOR "ACHEBAL": 2 comptes.
- COMPTE ISTITHARI: 19 comptes.
- COMPTE EPARGNE ISLAMIQUE ISTITHARI FELLAH: 0.

La période du 1 sept 2024 - 31 DEC 2024.

NOMBRE DU COMPTE OUVERT: 89 comptes.

- COMPTE CHEQUE Islamique: 45 comptes.
- COMPTE COMMERCIAL IS: 07 comptes.
- COMPTE EPARGNE SANS REVENU: 15 comptes.
- COMPTE EPARGNE JUNIOR "ACHEBAL": 0 compte.
- COMPTE EPARGNE ISTITHARI: 22 comptes.
- COMPTE EPARGNE ISLAMIQUE ISTITHARI FELLAH: 0 compte.

La Période Du 1 JANVIER 2025 — A ce Jour.

COMPTE CHEQUE ISLAMIQUE: 53 comptes. NOMBRE DU COMPTE OUVERT: 102

COMPTE EPARGNE SANS REVENU: 18 comptes.

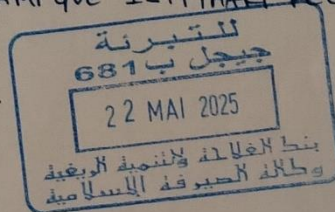
COMPTE EPARGNE JUNIOR "ACHEBAL": 0 comptes.

COMPTE COMMERCIAL: 07 compte.

COMPTE EPARGNE ISTITHARI: 24 comptes.

COMPTE EPARGNE ISLAMIQUE ISTITHARI FELLAH: 0.

JB: IS → ISLAMIQUE.



Assistante de Crédit (FI)
AFI 681
BENYAHIA Sarra

Annexe N°4



بنك الفلاحة والتنمية الريفية
Banque de l'agriculture
et du développement rural

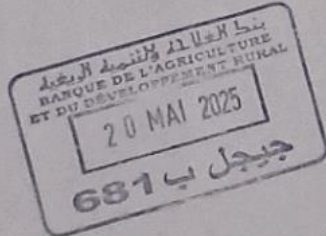
شركة مساهمة ذات رأسمال قدره 54.000.000.000 دج س.ت. رقم 00 ب 0011640 الجزائر العاصمة



الجمهورية الإسلامية الموريتانية

L'agence d'exploitation « 681 B » n'aucun obstacle d'accompagnement et financement dans le cadre islamique pour « les particulier » ainsi que les entreprises « investissement et exploitation ».

Par contre les contraintes de la clientèle c'est bien les garanties d'après la déclaration de ces derniers.



بنك الفلاحة والتنمية الريفية
BANQUE DE L'AGRICULTURE
ET DU DEVELOPPEMENT RURAL
20 MAI 2025
جيجل ب 681

Assistante de Crédit (FI)
AFI 681
BENYAHIA Sarra

بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المقر الاجتماعي 17 نهج العقيد عميروش - الجزائر العاصمة / الهاتف : 021 74 64 62 / 021 70 72 88 / 021 72 72 90
الموقع الإلكتروني : www.badrbanque.dz

Bibliographie

1. Articles de presse

- Algérie Presse Service. (2024, 7 novembre). Finance islamique : Hausse du total des dépôts bancaires à 794 milliards de DA à fin juin 2024.
- Algérie Presse Service. (2024, 28 février). Les efforts du Président de la République visant à soutenir l'industrie de la finance islamique salués.
- Alcodefi. (2020, 6 avril). Création de l'Autorité charaïque de la fatwa pour l'industrie de la finance islamique.
- Ben Lagha, Jilani. (2020, 2 juillet). La finance islamique en Algérie. AMEF Consulting.
- El Watan. (2024). L'absence de sukuk a limité l'expansion du marché en Algérie.
- Les Enjeux Éco. (2024). Modernisation du système financier : de nouveaux services digitaux bientôt lancés.
- Standard Chartered. (2025, 19 mai). Global Islamic finance assets to surpass \$7.5 trillion by 2028. Standard Chartered.

2. Articles universitaires

- Makhloufi, A., Makhloufi, T., Luqman, E., & Abdelhafidi, S. (2025, mars). Impediments to the application and success of Islamic windows in Algeria. Université de Laghouat. İpek Yolu, 1(5), 66–77.

3. Ouvrages

- Ayub, M. (2007). Understanding Islamic Finance (pp. 43–78). John Wiley & Sons, Chichester, Royaume-Uni.
- Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI). (2021). Shari'ah Standards (3e éd., pp. 231–350). Manama, Bahreïn : AAOIFI.
-

4. Rapports, règlements et documents officiels

- Banque d'Algérie. (2018, 4 novembre). Règlement n°2018-02 portant conditions d'exercice des opérations de banque relevant de la finance participative par les banques et établissements financiers.
- Banque d'Algérie. (2020, 15 mars). Règlement n°2020-02 définissant les opérations de banque relevant de la finance islamique et les conditions de leur exercice par les banques et établissements financiers.
- Banque Islamique de Développement. (2022). Rapport annuel sur les services financiers islamiques.
- Alliance for Financial Inclusion (AFI) & Islamic Development Bank. (2024). Islamic Finance and Financial Inclusion : AFI Members' Perspectives (pp. 1–12)

Bibliographie

- Ait Hadadene, D. (2021). Financement de l'économie : Mobilisation des capitaux privés vers des investissements utiles – La finance islamique : Mode alternatif de financement de l'économie. Conseil National Économique, Social et Environnemental.
- Direction Générale de la Prévision et des Politiques (DGPP). (2015). Rapport de présentation du projet de la loi de finances pour 2015. Ministère des Finances, République Algérienne Démocratique et Populaire.
- Islamic Financial Services Board (IFSB). (2023). Islamic Financial Services Industry Stability Report 2023 (pp. 7–51). Manama, Bahrain.

5. Sites internet officiels

- <https://www.alsalamalgeria.com/fr/accueil.html>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.albaraka-bank.dz/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.bna.dz/fr/accueil/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/finance-islamique>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://badrbanque.dz/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://bea.dz/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.cnepbanque.dz/web/finance-islamique>. Consulté le 2 juin 2025
- <https://www.bdl.dz/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.housingbankdz.com/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.agb.dz/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.bank-abc.com/en/CountrySites/Algeria>. Consulté le 2 juin 2025.
- <http://mf.gov.dz/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.cnese.dz/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://aaoifi.com/?lang=en>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://lesenjeuxeco.dz/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://elwatan-dz.com/categories/actualite>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.amef-consulting.com/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://alcodefi.com/>. Consulté le 2 juin 2025.
- <https://www.aps.dz/>. Consulté le 2 juin 2025.

6. Textes religieux

- Le Coran, verset 2 :275

Liste des figures

N°	Titre des figures	Page
01	Évolution quadrimestrielle du nombre de clients par produit	22
02	Nombre de clients par grande catégorie de financements et dépôts	23
03	Répartition des canaux d'information sur la finance islamique selon les tranches d'âge des répondants	28
04	Répartition de la raison du choix de la finance islamique selon la profession	31
05	Répartition des obstacles rencontrés par les clients de l'agence	34

Liste d'illustrations

Liste des tableaux

N°	Titre des tableaux	Page
01	Les produits financiers islamiques proposés par l'agence bancaire BADR Jijel	19
02	Nombre de clients par produit <i>Mourabaha</i> (P1 à P4)	20
03	Nombre de clients par produit <i>Ijara</i> (P1 à P4)	20
04	Nombre de clients par compte de type <i>Moudaraba</i> (P1 à P4)	21
05	Nombre de clients par compte islamique sans intérêt (P1 à P4)	21
06	Évolution du nombre de clients par grande catégorie	23
07	Nombre total de clients par période	24
08	Identification des clients selon sexe, âge et profession	26
09	Répartitions des répondants selon le sexe/produits utilisés	27
10	Répartitions des répondants selon l'âge et le canal d'information	28
11	Répartition des motivations du choix de la finance islamique selon la profession des répondants	30
12	Répartition des clients selon la présence d'obstacles identifiés dans l'agence bancaire	32
13	Répartition des obstacles rencontrés par les clients de l'agence	33
14	Niveau de satisfaction des clients vis-à-vis des services islamiques de l'agence	34

Table des matières

Dédicace	I
Remerciements.....	II
Liste des abréviations.....	III
Glossaire des mots arabes.....	IV
Sommaire	V
Introduction générale	1
Chapitre I : La finance islamique dans le secteur bancaire outils et valeurs	4
Section I : Les instruments financiers appliqués dans le secteur bancaire islamique	4
1. Instruments de financement	5
2. Autres instruments complémentaires	6
Section II : les avantages et les caractéristiques de la finance islamique	6
1. Un système fondé sur la justice et la transparence	6
2. Le rejet de l'endettement excessif et de la spéculation.....	6
3. Un partage équitable des risques	7
4. L'inclusion financière et le développement durable.....	7
5. Une résilience accrue face aux crises économiques mondiales	7
Chapitre II : Le développement de la finance islamique et son intégration bancaire en Algérie	9
Section I : Historique et évolution de la finance islamique en Algérie	9
1. Les débuts hésitants de la finance islamique 1990-2007	9
2. L'émergence d'un intérêt stratégique pour la finance islamique 2008-2019.....	10
3. La reconnaissance réglementaire officielle de la finance islamique en 2020	10
4. Dynamique récente de la finance islamique en Algérie 2021 à 2024.....	11
Section II : Cartographie des banques proposant des services de la finance islamique en Algérie.....	12
1. Les banques exclusivement islamiques	12
2. Les banques classiques avec guichets ou agences islamiques	12
Section III : Les défis spécifiques à la finance islamique en Algérie.....	14
1. Un cadre réglementaire encore incomplet et évolutif	14
2. Le déficit de ressources humaines qualifiées	15
3. L'absence persistante de Sukuk souverains	15
4. Le retard dans la digitalisation des services islamiques	15
Chapitre III : Etude du développement de la finance islamique au sein de l'agence bancaire BADR Jijel..	17
Section I : Méthodologie de recherche de l'étude de cas	17
1. Analyse basée sur une enquête auprès des clients.....	17
2. Analyse des données internes de l'agence bancaire BADR Islamique Jijel	18

Table des matières

Section II : L'évolution de l'activité de l'agence bancaire BADR islamique Jijel	19
1.Présentation de l'offre de produits islamiques de l'agence bancaire BADR islamique Jijel .	19
2.Évolution quadrimestrielle du nombre de clients par produit	20
3.Comparaison entre catégories de produits	22
4.Évolution globale de la clientèle sur la période étudiée	24
5.Analyse synthétique de l'évolution de l'activité	25
Section III : L'utilisation des produits de la finance Islamique de la BADR : Satisfaction des clients et obstacles	26
1.Identification des clients interrogés.....	26
2.Comportements différenciés par sexe dans l'utilisation des services islamique	26
3.Âge et canal d'information : fracture générationnelle dans la communication	28
4.Profession et motivation : les logiques sociales du choix financier	30
5.Perception des obstacles et évaluation de la satisfaction : retour d'expérience des Clients de la BADR Islamique	32
Conclusion générale	36
Annexes	39
Bibliographie	46
Liste d'illustrations	48
Table des matières	50
Résumé	52

Résumé

La finance islamique constitue aujourd'hui une alternative crédible au modèle bancaire conventionnel, en s'appuyant sur des principes éthiques et conformes à la charia. En Algérie, son développement s'est accéléré ces dernières années grâce à l'implication des banques publiques, dont l'agence BADR Islamique de Jijel. Ce mémoire vise à évaluer le potentiel de la finance islamique comme modèle bancaire alternatif à travers cette expérience concrète. L'étude s'appuie sur l'analyse des données internes de l'agence et sur une enquête auprès de sa clientèle. Les résultats montrent une progression régulière de l'activité, un fort intérêt pour les produits conformes à la charia, ainsi qu'un taux de satisfaction élevé malgré certains obstacles opérationnels. Ces résultats confirment que la finance islamique peut jouer un rôle croissant dans le système financier algérien, à condition d'améliorer la diversité de l'offre, la formation du personnel et la communication avec le public.

Abstract

Islamic finance is emerging as a credible alternative to the conventional banking system, based on ethical principles and compliance with Sharia law. In Algeria, its growth has accelerated with the involvement of public banks, including the BADR Islamic Agency of Jijel. This study aims to assess the viability of Islamic finance as an alternative model through this real-world case. The analysis combines internal agency data and a customer survey. The findings reveal steady growth in activity, strong interest in Sharia-compliant products, and a high satisfaction rate despite some operational constraints. These results highlight the growing role Islamic finance can play in Algeria's financial system, provided efforts are made to improve product diversification, staff training, and public outreach.

ملخص

تُعدّ المالية الإسلامية اليوم بديلاً حقيقياً للنظام المصرفي التقليدي، إذ تقوم على مبادئ أخلاقية ومتوافقة مع الشريعة الإسلامية. في الجزائر، شهد هذا القطاع نمواً متسارعاً بفضل انخراط البنوك العمومية، من بينها وكالة بدر الإسلامية بجيجل. يهدف هذا البحث إلى تقييم مدى قدرة المالية الإسلامية على أن تكون نموذجاً مصرفياً بديلاً من خلال هذه التجربة الميدانية. اعتمدت الدراسة على تحليل بيانات الوكالة الداخلية واستبيان موجه لعملائها. أظهرت النتائج تطوراً مستمراً في النشاط المصرفي، واهتماماً كبيراً بالمنتجات المتوافقة مع الشريعة، بالإضافة إلى مستوى رضا عالٍ رغم وجود بعض العراقيل التشغيلية. تؤكد هذه المعطيات أنّ المالية الإسلامية يمكن أن تساهم بشكل متزايد في النظام المالي الجزائري، بشرط تحسين تنوع المنتجات، وتأهيل الموارد البشرية، وتعزيز التواصل مع الجمهور.