

UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



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

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de MASTER en sciences
financières et comptabilité

Option : Finance d'entreprise

Thème

***Essai d'analyse de l'impact de Fintech sur l'activité
bancaire Cas BADR***

Préparé par :

Mr NAIT ATMANE Adel Ramzi

Dirigé par :

Dr KHERBACHE Nabil

Date de soutenance :

Jury :

- ✓ Président : **Mr TOUAZI Baizid**
- ✓ Examineur : **Mr BERRABAH Bilal**
- ✓ Rapporteur : **Mr KHERBACHE Nabil**

Année universitaire : 2024/2025

Remerciements

Je remercie tout d'abord ALLAH pour m'avoir donné la force de mener à bien ce mémoire. J'exprime ma profonde gratitude à mon encadrant, Monsieur Kherbach Nabil, pour son accompagnement précieux. Mes remerciements vont également à Madame IDIR, directrice de l'agence BADR d'El Kseur, ainsi qu'à tout le personnel de l'agence pour leur accueil et leur soutien durant mon stage. Je remercie aussi les membres du jury pour l'évaluation de ce travail. Enfin, je rends hommage à ma famille, ma mère, mon père et ma sœur pour leur soutien indéfectible, ainsi qu'à toutes les personnes ayant contribué à la réalisation de ce mémoire

Dédicaces

Je dédie ce travail à toutes les personnes qui ont marqué mon parcours et soutenu mes efforts. À mon encadrant pour son accompagnement précieux, à ma mère pour son amour et ses sacrifices, à mon père pour sa force et son soutien, et à ma sœur pour sa présence affectueuse. Merci à mes amis proches, à mon groupe de musique, à l'équipe du CSSE, et à tous ceux qui m'ont soutenu de près ou de loin. Ce travail est aussi le vôtre.

Sommaire

Remerciements

Dédicaces

Sommaire

Liste des abréviations

Introduction générale1

Chapitre 1 : Généralités sur les Fintech et le secteur bancaire algérien5

Section 1 : Généralités sur les *Fintech*.....5

Section 2 : Le système bancaire algérien face aux Fintech : Présentation du secteur bancaire algérien.....10

Chapitre 2 : L'impact des Fintech sur l'activité de la BADR13

Section 1 : La digitalisation de la BADR.....13

Section 2 : Les défis et opportunités des *Fintech* pour la BADR.....15

Chapitre 3 : Étude de cas sur l'intégration des Fintech à l'agence BADR d'El Kseur....17

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil.....17

Section 2 : Approche empirique et analyse des résultats d'enquête.....20

Conclusion générale48

Bibliographie

Liste des tableaux

Liste des figures

Table des matières

Liste des annexes

Résumé

Liste des abréviations

Abréviation	Signification
ABEF	Association des Banques et Établissements Financiers
AFI	Alliance pour l’Inclusion Financière
BADR	Banque de l’Agriculture et du Développement Rural
BNA	Banque Nationale d’Algérie
BEA	Banque Extérieure d’Algérie
BDL	Banque de Développement Local
BANQUE D’ALGÉRIE	Banque Centrale d’Algérie
COSOB	Commission d’Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse
SATIM	Société d’Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique
SPA	Société par Actions
SSB	Société de Services Bancaires
TPE	Terminal de Paiement Électronique
GAB / DAB	Guichet / Distributeur Automatique de Billets
CRM	Customer Relationship Management
ERP	Enterprise Resource Planning
SWIFT	Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication
Fintech	Financial Technology (Technologie Financière)
IA	Intelligence Artificielle
DeFi	Finance Décentralisée
E-paiement	Paiement Électronique
E-wallet	Portefeuille Électronique
Blockchain	Chaîne de blocs (technologie de registre distribué)
NFT	Non-Fungible Token
Open Banking	Système bancaire ouvert (via API)
BIG DATA	Données massives
OCA	Obligation Convertible en Actions
AML	Anti-Money Laundering (Lutte contre le blanchiment d’argent)
RGPD	Règlement Général sur la Protection des Données
COVID-19	Coronavirus Disease 2019
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Économiques

INTRODUCTION GENERALE

Introduction générale

1.1 Importance du sujet

Le secteur bancaire mondial traverse une transformation profonde sous l'impulsion des technologies financières, plus communément appelées *Fintech*. Ces innovations, issues de la convergence entre la finance et les technologies numériques (par exemple, les applications de paiement mobile comme PayPal¹ ou les plateformes de *crowdfunding* comme *Kickstarter*²), bouleversent les modèles traditionnels en introduisant de nouveaux services et solutions. Paiements mobiles, plateformes de prêts (Tang, 2024) en ligne, *blockchain*³ et intelligence artificielle figurent parmi les outils qui redéfinissent les pratiques et les attentes des consommateurs. Face à cette dynamique, les institutions bancaires traditionnelles sont appelées à repenser leurs stratégies pour rester compétitives et répondre à ces évolutions rapides (Gupta and Tham, 2019).

En Algérie, l'émergence des *Fintech* commence à se faire sentir dans un contexte économique marqué par la nécessité de moderniser les services financiers et d'élargir l'accès aux solutions bancaires. Ce phénomène, bien que naissant, pose des défis importants : une infrastructure numérique encore limitée, une réglementation en phase d'adaptation, et une sensibilisation insuffisante des acteurs locaux (Chishti and Barberis, 2016). Dans ce cadre, les banques publiques, comme la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), jouent un rôle central dans l'adoption de ces innovations afin de répondre aux attentes croissantes des clients tout en maintenant leur compétitivité face à l'évolution du marché.

Cette évolution des technologies financières ne se limite pas aux grandes institutions nationales ou internationales. Elle touche également les agences locales, comme celle d'El Kseur dans la Wilaya de Béjaïa, où l'impact des *Fintech* sur les pratiques bancaires commence à se manifester. Cela soulève des questions sur la capacité des agences à intégrer ces innovations, sur la perception des clients vis-à-vis de ces nouveaux services et sur les changements qu'elles imposent dans les processus opérationnels.

L'analyse de l'impact des *Fintech* sur une banque telle que la BADR permet de comprendre comment ces technologies redéfinissent les services financiers à différents

¹PayPal a été créé en 1998 sous le nom de Confinity. Après une fusion avec X.com d'Elon Musk en 1999, l'entreprise devient PayPal en 2001. Rachetée par eBay en 2002, PayPal est devenu un leader des paiements en ligne. En 2015, il devient une entreprise indépendante et reste aujourd'hui un acteur majeur des paiements numériques. (Jackson, 2004)

²Kickstarter est une plateforme en ligne créée en 2009 qui permet aux créateurs de projets (comme des artistes ou des entrepreneurs) de lever des fonds auprès du public pour financer leurs idées. Les contributeurs reçoivent des récompenses en échange de leur soutien. Elle est utilisée pour financer des projets variés tels que des films, des jeux, des inventions ou des œuvres artistiques. (Ennico, 2016)

³La blockchain est une technologie sécurisée qui enregistre des informations dans des blocs reliés entre eux, sans besoin d'une autorité centrale. Elle a été créée pour Bitcoin en 2008 et permet des transactions sûres et transparentes. Elle est maintenant utilisée dans d'autres domaines comme Ethereum pour des contrats automatiques. (Norman, 2020)

niveaux, tout en mettant en lumière les enjeux stratégiques et les opportunités qu'elles offrent dans le contexte spécifique de l'Algérie.

1.2 Problématique :

Dans un environnement où les innovations technologiques transforment progressivement le secteur bancaire, l'émergence des *Fintech* soulève des questions stratégiques sur leur impact sur les institutions bancaires traditionnelles, comme la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR). Notre travail consiste à répondre à la question centrale suivante : Quel est l'impact des *Fintech* sur les pratiques, les services, et la compétitivité de la BADR, à l'échelle nationale (en Algérie) et locale (agence d'El Kseur, Wilaya de Béjaïa) ?

Pour aborder cette problématique centrale, plusieurs questions subsidiaires méritent d'être analysés à travers les questions suivantes:

- Quels sont les services *Fintech* adoptés par la BADR à l'échelle locale et nationale ?
- Quelles opportunités et quels défis ces innovations représentent-elles pour la BADR dans le contexte algérien, marqué par des contraintes réglementaires et technologiques ?
- Comment les clients de l'agence BADR d'El Kseur perçoivent-ils ces changements, notamment en termes de services numériques, de rapidité et de sécurité ?
- En quoi ces évolutions permettent-elles à la BADR de se positionner face à la concurrence des banques étrangères en Algérie et de répondre aux attentes croissantes des consommateurs ?

Après avoir effectué des recherches préliminaires, nous avons formulé les hypothèses suivantes concernant notre problématique :

Hypothèse 1 : Les *Fintech* adoptées par la BADR en Algérie se concentrent sur des services tels que les paiements numériques (par exemple, les portefeuilles électroniques), les transferts instantanés (comme les virements via applications mobiles) et les plateformes de gestion de crédits.

Hypothèse 2 : Les principaux défis rencontrés par la BADR incluent l'adaptation des infrastructures technologiques, la conformité aux réglementations locales et la résistance au changement des clients et du personnel.

Hypothèse 3 : L'amélioration des services numériques et la sensibilisation des clients à leur utilisation pourraient favoriser une meilleure adoption des innovations *Fintech* au sein de l'agence d'El Kseur.

Hypothèse 4 : À l'échelle nationale, l'adoption des *Fintech* permet à la BADR de renforcer sa compétitivité face aux banques étrangères et de répondre aux attentes des consommateurs en matière de services modernes.

1.3 Choix de sujet

En tant qu'étudiant en Master Finance d'Entreprise à l'université de Béjaïa, j'ai choisi de réaliser mon mémoire sur l'impact des *Fintech* sur l'activité bancaire, en prenant comme cas d'étude la BADR. Ce sujet me tient à cœur car il correspond parfaitement à ma formation en finance d'entreprise. Il me permet de mieux comprendre comment les *Fintech* peuvent transformer le secteur bancaire, tout en m'ouvrant des perspectives pour mon avenir professionnel.

1.4 Méthodologie de la recherche

Pour répondre à la problématique posée dans ce mémoire, nous avons adopté une approche méthodologique articulant recherche documentaire et enquête de terrain.

Dans un premier temps, une revue de littérature a été menée à partir de sources fiables et diversifiées, notamment les sites officiels de plusieurs institutions financières algériennes telles que la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), la Banque Nationale d'Algérie (BNA), la Banque Extérieure d'Algérie (BEA), la Commission d'Organisation et de Surveillance des Opérations de Bourse (COSOB), ainsi que l'Association Professionnelle des Banques et Établissements Financiers (ABEF). À cela s'ajoutent des ouvrages spécialisés⁴ et des publications académiques, afin de mieux cerner les enjeux liés à l'émergence des *Fintechs* dans le secteur bancaire.

Dans un second temps, une étude de terrain a été réalisée au sein de l'agence BADR d'El Kseur, dans le cadre d'un stage effectué du 2 mars au 1^{er} avril 2025. Cette immersion a permis de mieux comprendre le fonctionnement interne de l'agence, son niveau d'avancement en matière de digitalisation, ainsi que les outils numériques effectivement utilisés.

Cette étude vise à évaluer concrètement l'intégration des technologies financières (*Fintech*) dans cette agence publique, ainsi que leur impact sur les habitudes bancaires des clients et sur les pratiques internes du personnel. Pour ce faire, une enquête à double volet a été réalisée : un questionnaire adressé à un échantillon de clients de l'agence, et un autre destiné à ses employés. L'objectif est de mieux comprendre comment les services numériques sont perçus, utilisés et améliorés, à la fois du point de vue des usagers et de celui des agents bancaires.

L'ensemble des données recueillies a été analysé de manière quantitative et qualitative, en confrontant les réponses au cadre théorique défini dans la première partie du mémoire. Cette méthode permet ainsi de croiser les visions internes et externes, et de proposer une évaluation concrète de l'impact des *Fintechs* sur l'activité bancaire à l'échelle locale.

⁴ Un ouvrage spécialisé est un livre ou un document qui traite en détail d'un sujet spécifique. Il s'adresse généralement à un public professionnel, étudiant ou chercheur. Son contenu est souvent technique, scientifique ou académique

1.5 Plan de travail

Ce mémoire s'organise en trois chapitres principaux, mêlant une approche théorique et une analyse de terrain, afin de répondre à la problématique relative à l'intégration des *Fintech* dans le secteur bancaire algérien, et plus précisément au sein de la BADR.

Le premier chapitre est consacré à la présentation des *Fintech*, en mettant en lumière leur origine, leur évolution et leur influence croissante sur le secteur bancaire. Il aborde les services qu'elles proposent ainsi que les technologies qu'elles mobilisent. Il s'intéresse également à l'impact de ces innovations sur les modèles bancaires traditionnels. Enfin, une analyse du système bancaire algérien est proposée, afin d'en comprendre les caractéristiques, les défis actuels et les perspectives offertes par la digitalisation.

Le deuxième chapitre sera dédié à l'analyse de l'impact des *Fintech* sur l'activité de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR). Nous étudierons les différentes initiatives mises en place par la banque pour intégrer les technologies financières dans ses opérations, moderniser ses services et améliorer sa compétitivité. Nous analyserons également les limites rencontrées, qu'elles soient d'ordre organisationnel, technique ou humain.

Enfin, le troisième chapitre portera sur une étude de cas consacrée à l'agence BADR d'El Kseur. Nous y présenterons la méthodologie de l'enquête de terrain, les résultats obtenus à travers les questionnaires distribués aux clients et aux employés, et nous proposerons une analyse critique de ces données. Ce chapitre se conclura par une série de recommandations concrètes visant à renforcer l'adoption des *Fintech* et à accompagner la transition numérique au sein de l'agence et, plus largement, de l'institution.

CHAPITRE 1

Généralités sur les Fintech et le secteur bancaire algérien

Chapitre 1 : Généralités sur les Fintech et le secteur bancaire algérien

Le secteur bancaire, longtemps perçu comme un domaine traditionnel et rigide, connaît aujourd'hui une transformation sans précédent sous l'impulsion des technologies financières, communément appelées *Fintech* (Barberis, 2016). L'essor du numérique et des innovations technologiques bouleverse les modes de fonctionnement des institutions financières, en modifiant profondément les attentes et comportements des clients.

Les *Fintech* englobent un large éventail d'entreprises, souvent des *start-ups*⁵, qui exploitent des technologies de pointe telles que l'intelligence artificielle, la *blockchain* et le mobile pour repenser les services financiers (Hilpisch, 2020). Ces innovations donnent naissance à de nouveaux modèles plus rapides, plus accessibles et adaptés aux besoins modernes des utilisateurs. Ainsi, les paiements numériques, la banque en ligne, la gestion de patrimoine et l'assurance évoluent à grande vitesse, obligeant les acteurs bancaires traditionnels à s'adapter pour rester compétitifs.

Face à cette dynamique, le secteur bancaire algérien ne peut rester en marge de cette révolution digitale. Les banques locales, notamment la BADR, doivent relever plusieurs défis pour tirer parti des opportunités qu'offrent les *Fintech*, tout en surmontant les obstacles liés à la transition numérique.

Nous explorons dans ce chapitre les fondements des *Fintech*, leur impact sur le système bancaire algérien et les défis que doivent relever les banques publiques pour s'adapter à cette transformation.

Section 1 : Généralités sur les *Fintech*

L'essor des technologies numériques a profondément transformé le secteur financier, donnant naissance aux *Fintech*. Ces entreprises et solutions innovantes redéfinissent les modes d'interaction entre les institutions financières, les entreprises et les consommateurs, en rendant les services plus simples, rapides et accessibles.

1.1 Définition de la *Fintech*

Le terme *Fintech* est une contraction des mots Finance et Technology, désignant l'ensemble des innovations technologiques appliquées aux services financiers. Il englobe un large éventail d'outils, de plateformes et d'applications qui révolutionnent la manière dont les transactions sont réalisées, en améliorant leur fluidité et leur efficacité.

La *Fintech* peut être définie comme un écosystème regroupant divers acteurs tels que les start-ups, les développeurs technologiques, les institutions financières traditionnelles, les

⁵Les start-ups désignent des entreprises émergentes qui innovent et développent de nouveaux modèles économiques, souvent en utilisant des technologies de pointe.

régulateurs et les clients. Cette synergie favorise l'innovation, stimule la croissance économique et renforce la concurrence sur le marché.

Les *Fintech* couvrent plusieurs domaines, notamment les paiements électroniques, les cryptomonnaies⁶, les prêts entre particuliers (*peer-to-peer lending*), la gestion d'actifs numériques et l'assurance numérique (*insurtech*). Grâce à des technologies de pointe comme l'intelligence artificielle, la blockchain et le cloud computing⁷, elles permettent une automatisation accrue et une amélioration des services financiers existants.

En définitive, la *Fintech* représente une transformation majeure du secteur financier, remettant en cause les modèles traditionnels et contribuant à l'émergence d'une finance plus accessible, plus souple et plus innovante.

1.2 L'évolution des *Fintech*

L'industrie des *Fintech* a connu une transformation majeure au fil des décennies, marquée par des innovations technologiques qui ont redéfini la manière dont les services financiers sont fournis et consommés. Cette évolution peut être analysée en plusieurs périodes distinctes, chacune caractérisée par des avancées spécifiques et des ruptures significatives (Mohamed Belahcen, 2019).

1.2.1 Les débuts de l'automatisation bancaire (1960-2005)

Dans les années 1960, les premières technologies financières voient le jour avec l'apparition des guichets automatiques bancaires, comme celui lancé par Barclays en 1967. Peu à peu, les transactions deviennent électroniques, notamment avec la création du réseau *SWIFT*⁸ en 1973, qui facilite les transferts internationaux. Les années 1980 marquent l'essor des cartes de crédit et des systèmes de trading électronique, tandis que les années 1990 voient l'arrivée d'Internet et des premières banques en ligne. PayPal, créé en 1998, révolutionne les paiements en ligne et pose les bases de la finance numérique.

1.2.2 L'émergence des paiements mobiles et du *crowdfunding* (2005-2010)

Avec la popularisation des smartphones, les *Fintech* se diversifient. Des plateformes comme *Lending Club* (2006) permettent aux particuliers de se prêter de l'argent sans passer

⁶Les cryptomonnaies sont des monnaies numériques qui utilisent la cryptographie pour sécuriser les transactions et contrôler la création de nouvelles unités, comme le Bitcoin, l'Ethereum ou le Ripple, qui sont parmi les plus connues et largement utilisées dans le monde entier.

⁷Le *cloud computing* désigne l'utilisation de serveurs distants, accessibles via Internet, pour stocker, gérer et traiter des données, remplaçant ainsi les infrastructures locales.

⁸*SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication)* est une organisation internationale qui offre un réseau sécurisé pour l'échange d'informations financières entre banques, facilitant ainsi les transactions transfrontalières comme les virements internationaux tout en garantissant leur sécurité et leur rapidité.

par une banque. Square (2009)⁹ simplifie les paiements mobiles pour les commerçants, et des sites comme Kickstarter (2009)¹⁰ ouvrent la voie au financement participatif. En 2008, le Bitcoin¹¹ fait son apparition, annonçant une nouvelle ère de monnaies décentralisées.

1.2.3 La révolution des néo-banques et de l'investissement digital (2010-2015)

Les années 2010 voient naître des banques 100 % numériques comme Revolut, N26 et Monzo, qui séduisent les jeunes générations avec leurs applications mobiles intuitives. Apple Pay et Google Wallet popularisent les paiements sans contact, tandis que des robots-conseillers comme *Betterment* démocratisent l'investissement grâce à l'intelligence artificielle. Parallèlement, les cryptomonnaies gagnent en popularité, avec des plateformes comme *Coinbase* qui facilitent leur achat.

1.2.4 L'Open Banking et l'essor de l'Insurtech (2015-2020)

Les banques traditionnelles commencent à collaborer avec les *Fintech* grâce à l'*Open Banking*, qui permet le partage sécurisé des données financières. Dans le domaine de l'assurance, des *startups* comme *Lemonade* utilisent l'IA¹² pour proposer des contrats personnalisés et des remboursements instantanés. La blockchain se développe, améliorant la transparence et la rapidité des transactions (STENHOUSE, 2024).

1.2.5 L'accélération digitale et la finance décentralisée (2020 à aujourd'hui)

La pandémie de COVID-19 accélère l'adoption des services financiers en ligne. Les néobanques et les plateformes de *trading* comme Robinhood connaissent un essor fulgurant. Les cryptomonnaies atteignent des sommets en 2021, et la finance décentralisée (DeFi) permet d'effectuer des prêts et des investissements sans intermédiaire. Les NFTs deviennent populaires dans l'art et le gaming, tandis que l'IA transforme le service client avec des chatbots¹³ de plus en plus performants.

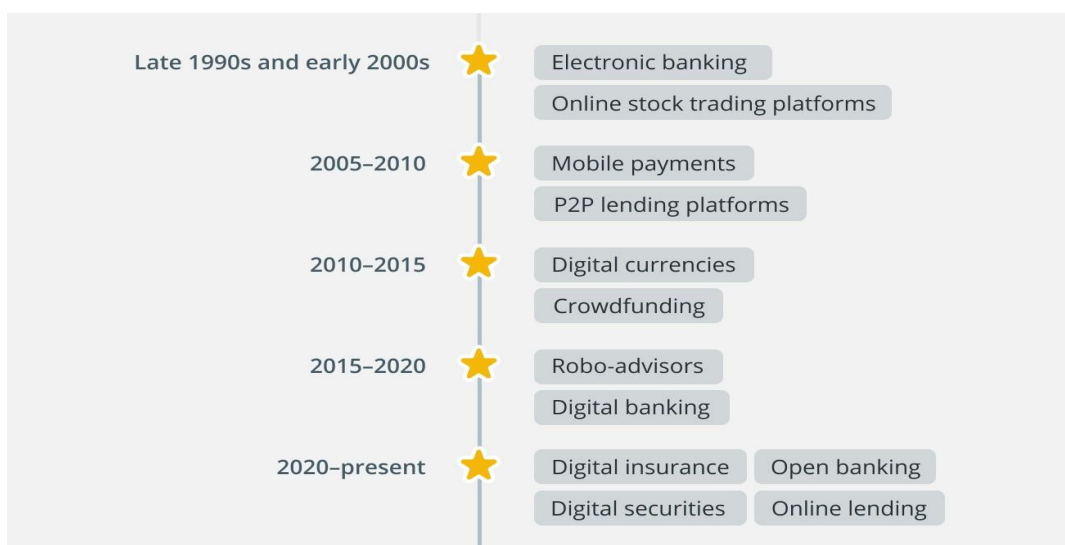
⁹Square est une entreprise américaine fondée en 2009 par Jack Dorsey et Jim McKelvey. Elle propose des solutions de paiement mobile, notamment des terminaux permettant aux commerçants, en particulier les petites entreprises, d'accepter facilement des paiements par carte bancaire via un smartphone ou une tablette.

¹⁰Kickstarter est une plateforme de financement participatif lancée en 2009. Elle permet aux créateurs de projets (dans les domaines de l'art, de la technologie, du design, etc.) de collecter des fonds directement auprès du public, en échange de contreparties non financières.

¹¹Le Bitcoin est une cryptomonnaie décentralisée, fondée sur la technologie blockchain, qui permet des transactions peer-to-peer sans l'intervention d'une autorité centrale, comme une banque.

¹²L'intelligence artificielle (IA) désigne la simulation de processus cognitifs humains par des systèmes informatiques, notamment l'apprentissage, le raisonnement et la prise de décision.

¹³Les *chatbots* sont des programmes informatiques utilisant l'intelligence artificielle pour simuler des conversations humaines, souvent utilisés dans le service client pour automatiser les échanges.

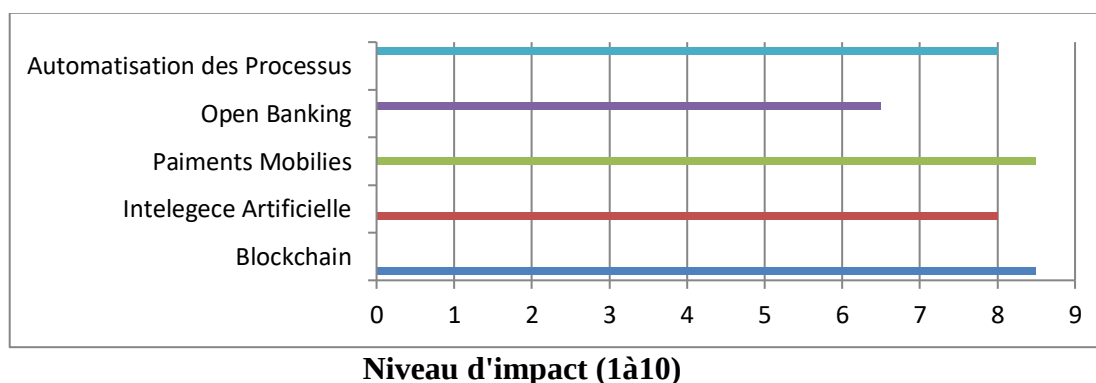
Figure 1 : Évolution chronologique de l'industrie *Fintech*

Source: ("Histoire et évolution de l'industrie des technologies financières," n.d.)

1.3 Innovations technologiques et impact sur les banques

1.3.1 Définition de l'innovations technologiques :

L'innovation technologique représente l'introduction et l'application de nouvelles technologies visant à améliorer les processus, les produits et les services dans divers secteurs, y compris le domaine bancaire. Selon l'OCDE (2025), elle peut prendre plusieurs formes, notamment l'innovation de produit, de procédé, d'organisation et de commercialisation. Elle repose sur deux éléments clés : la nouveauté et son application réussie, permettant ainsi d'optimiser la performance et de générer de la valeur. Dans le secteur bancaire, l'innovation technologique se traduit par l'adoption de solutions avancées comme l'intelligence artificielle, la blockchain, les paiements mobiles et la digitalisation des services ("The Organisation for Economic Co-operation and Development," 2025). Ces avancées transforment en profondeur les pratiques des banques, en renforçant leur efficacité, leur compétitivité et leur capacité à répondre aux attentes des clients dans un monde de plus en plus numérique.

Figure 2 : Impact des Innovations Technologiques sur le Secteur Bancaire

Niveau d'impact (1à10)

Source : Élaboré par nous-mêmes à partir des informations tirées de (PricewaterhouseCoopers, 2017)

1.3.2 Digitalisation des services bancaires

La digitalisation est au cœur de la transformation du secteur bancaire. Grâce aux *Fintech*, les services bancaires sont de plus en plus accessibles en ligne, permettant aux clients d'effectuer des opérations financières sans se rendre en agence. Les applications mobiles, les banques en ligne et les paiements dématérialisés offrent une meilleure expérience utilisateur et réduisent les délais de traitement des transactions.

1.3.3 L'essor des paiements numériques

Les paiements mobiles et sans contact ont révolutionné les habitudes des consommateurs. L'utilisation des QR codes, des portefeuilles électroniques et des cartes virtuelles facilite les transactions et améliore la rapidité des échanges financiers. Cette évolution diminue la dépendance aux espèces et aux cartes bancaires traditionnelles, rendant les paiements plus sûrs et efficaces.

1.3.4 L'impact des néo-banques

Les néo-banques, qui fonctionnent entièrement en ligne, proposent des services à moindre coût et sans infrastructures physiques. Leur modèle économique basé sur la digitalisation attire une clientèle jeune et connectée. Face à cette concurrence, les banques traditionnelles doivent adapter leurs stratégies et investir dans des solutions numériques pour fidéliser leurs clients.

1.3.5 La *blockchain* et les cryptomonnaies

La *blockchain* apporte une transparence et une sécurité accrues aux transactions financières. Grâce à son fonctionnement décentralisé, elle réduit les risques de fraude et d'intermédiaires coûteux. Les cryptomonnaies, bien que controversées, offrent de nouvelles opportunités de paiement et de financement, remettant en question le rôle traditionnel des banques. Cependant, leur régulation reste un enjeu majeur.

1.3.6 Intelligence artificielle et *Big Data*

L'intelligence artificielle et le *Big Data* permettent aux banques d'analyser d'énormes quantités de données pour améliorer la gestion des risques et détecter les fraudes en temps réel. Ces technologies facilitent également la personnalisation des services bancaires et l'automatisation de certaines tâches, réduisant ainsi les coûts opérationnels et augmentant l'efficacité des décisions financières.

1.3.7 Les défis pour les banques traditionnelles

Avec l'émergence des *Fintech*, les banques traditionnelles font face à de nouveaux défis. Elles doivent accélérer leur transformation digitale, sécuriser leurs infrastructures informatiques et se conformer aux nouvelles réglementations liées aux innovations technologiques. La protection des données et la cybersécurité¹⁴ deviennent des priorités stratégiques pour garantir la confiance des clients et assurer la pérennité du secteur bancaire.

Section 2 : Le système bancaire algérien face aux Fintech : Présentation du secteur bancaire algérien

Le secteur bancaire algérien joue un rôle clé dans l'économie nationale en facilitant la circulation des capitaux et en finançant les entreprises ainsi que les ménages. Historiquement dominé par les banques publiques, ce secteur a connu plusieurs réformes visant à moderniser son fonctionnement et à améliorer son efficacité. Cependant, avec l'émergence des technologies financières (*Fintech*), les banques traditionnelles sont confrontées à de nouveaux défis et opportunités.

2.1 Structure du système bancaire algérien

Le paysage bancaire algérien est composé de plusieurs catégories d'acteurs : Les banques publiques : Elles représentent la majorité des actifs bancaires du pays et jouent un rôle central dans le financement des grands projets économiques. Parmi elles, on retrouve la Banque Nationale d'Algérie (BNA), le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) et la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), qui est l'objet de cette étude. Les banques privées et étrangères : Depuis les réformes financières des années 1990, plusieurs banques privées ont émergé, comme Société Générale Algérie et BNP Paribas El Djazaïr, qui apportent une concurrence accrue sur certains segments du marché. Les institutions financières spécialisées : Elles incluent des établissements de microfinance, des sociétés de *leasing* et des fonds d'investissement, qui viennent compléter l'offre bancaire traditionnelle.

2.2 Réglementation et gouvernance bancaire

Le secteur bancaire en Algérie est placé sous la supervision de la Banque d'Algérie, conformément à la Loi de la monnaie et du crédit. Cette dernière définit les grandes orientations en matière de politique monétaire et veille à la stabilité financière du pays. Ces dernières années, plusieurs réformes ont été mises en œuvre par les autorités monétaires pour moderniser les services bancaires, notamment grâce à la digitalisation et à la création de plateformes de paiement électronique.

¹⁴La cybersécurité désigne l'ensemble des pratiques, technologies et processus conçus pour protéger les systèmes informatiques, les réseaux et les données contre les cyberattaques, les accès non autorisés et les dommages.

2.3 Défis et enjeux du secteur bancaire

Le secteur bancaire algérien fait face à plusieurs défis majeurs, notamment :

- **Un taux de bancarisation encore limité** : Une grande partie de la population reste exclue du système bancaire formel.
- **Une adoption lente des nouvelles technologies** : Bien que des progrès aient été réalisés, l'intégration des innovations *Fintech* demeure en phase initiale.
- **Une concurrence accrue des nouveaux acteurs** : L'émergence des *Fintech* remet en question les modèles traditionnels et oblige les banques à s'adapter pour rester compétitives.

2.4 Transformation numérique et défis des banques publiques

La transformation numérique constitue aujourd'hui un enjeu majeur pour le secteur bancaire algérien, notamment pour les banques publiques qui dominent le marché. Avec l'essor des technologies financières (*Fintech*), ces établissements doivent adapter leurs services pour répondre aux nouvelles attentes des clients et améliorer leur compétitivité. Cependant, cette transition soulève plusieurs défis, notamment en matière d'infrastructure, de réglementation et d'acceptation par les usagers.

2.4.1 État de la transformation numérique dans les banques publiques

Les banques publiques algériennes, à l'image de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), ont amorcé leur modernisation en intégrant progressivement des services numériques. Parmi les principales évolutions observées :

- **Mise en place des services de banque en ligne et mobile** : Certaines banques proposent désormais des applications mobiles et des plateformes web pour la gestion des comptes et les paiements en ligne.
- **Introduction de moyens de paiement électroniques** : Le développement des cartes bancaires CIB et des terminaux de paiement électronique (TPE) s'est accéléré ces dernières années.
- **Automatisation de certaines opérations bancaires** : L'installation de guichets automatiques plus performants et la digitalisation des procédures internes contribuent à l'amélioration du service client.

2.4.2 Les défis de la transformation numérique : Malgré ces avancées, plusieurs obstacles entravent encore la digitalisation complète des banques publiques en Algérie :

- **Infrastructure et connectivité limitées** : La couverture Internet inégale et la dépendance aux infrastructures traditionnelles freinent l'essor des services numériques.
- **Réticence des clients et manque de culture numérique** : Une grande partie de la population continue de privilégier les transactions en espèces, traduisant une certaine réticence face au changement. Ce comportement s'explique en partie par un sentier de

dépendance, comme le souligne la théorie néo-institutionnaliste, ce qui freine l'adoption des services bancaires en ligne.

- **Sécurité et réglementation** : La transition vers le numérique pose des défis en matière de cybersécurité et nécessite un cadre juridique adapté pour encadrer les nouvelles pratiques financières.

2.4.3 Compétition avec les *Fintech* : En Algérie, même si l'écosystème *Fintech* est encore en développement, plusieurs startups locales commencent à offrir des services financiers numériques. Cette tendance pousse peu à peu les banques publiques à innover pour rester compétitives et conserver leur clientèle.

2.4.4 Perspectives d'avenir : Pour accélérer leur transformation numérique, les banques publiques algériennes doivent renforcer leurs investissements dans les technologies digitales et collaborer davantage avec les acteurs du secteur *Fintech*. Parmi les solutions envisageables :

- Développement d'applications mobiles plus performantes et intuitives.
- Amélioration de l'accès aux services bancaires numériques, notamment en zones rurales.
- Sensibilisation et formation des clients à l'utilisation des services en ligne.
- Renforcement des mesures de cybersécurité et adaptation de la réglementation bancaire.

Chapitre 2

L'impact des Fintech sur l'activité de la BADR

Chapitre 2 : L'impact des Fintech sur l'activité de la BADR

Dans ce chapitre, on se penche sur les changements que les *Fintech* apportent au fonctionnement de la BADR. Face aux exigences actuelles du marché et à la montée des outils numériques, la banque cherche à moderniser ses services tout en restant fidèle à sa mission. On y découvre comment elle intègre peu à peu ces technologies, quelles améliorations en découlent, mais aussi les freins qui ralentissent ce passage au digital, notamment sur les plans techniques, humains et réglementaires.

Section 1 : La digitalisation de la BADR

1.1 L'intégration des technologies financières dans les opérations de la BADR

L'essor des technologies numériques a profondément bouleversé le secteur bancaire à l'échelle mondiale. Face à cette évolution, les institutions financières ont été contraintes de repenser leur fonctionnement, de moderniser leurs infrastructures et d'innover dans les services qu'elles proposent. En Algérie, la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), bien qu'étant une banque publique historiquement centrée sur le financement du secteur agricole, n'échappe pas à cette dynamique globale. Elle s'engage progressivement dans un processus de digitalisation visant à accroître ses performances, à renforcer sa compétitivité et à répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée (Yahyaoui and Mouloudi, 2023).

Bien que l'adoption des *Fintech* par la BADR reste encore modérée par rapport à certaines banques internationales ou à quelques établissements privés nationaux, son impact sur la compétitivité de la banque est déjà perceptible. Cette transformation repose sur plusieurs initiatives stratégiques qui visent à moderniser les processus internes, à améliorer la qualité des services bancaires et à s'aligner sur les standards internationaux en matière de digitalisation.

Parmi ces initiatives, on peut citer l'introduction de solutions de paiement numérique, telles que les cartes bancaires et les applications mobiles, qui facilitent les transactions électroniques pour les particuliers et les professionnels. La banque a également automatisé le traitement des crédits et mis en place une gestion documentaire numérisée, ce qui a permis d'accélérer les procédures internes, de réduire les délais de traitement et de limiter les erreurs humaines. Elle commence également à exploiter les outils d'analyse de données afin de mieux comprendre le comportement de sa clientèle, anticiper ses besoins et proposer des offres personnalisées (Benahmed, 2023 et al., n.d.). Par ailleurs, l'intégration de systèmes de gestion comme le *CRM (Customer Relationship Management)*¹⁵ et l'*ERP (Enterprise Resource*

¹⁵ **CRM (Customer Relationship Management)** : Logiciel de gestion de la relation client permettant de suivre les interactions et de personnaliser les services.

*Planning*¹⁶) représente une avancée majeure en matière d'optimisation de la relation client ainsi que de gestion des ressources humaines, logistiques et financières (Yahyaoui and Mouloudi, 2023).

Ces avancées technologiques permettent à la BADR non seulement de gagner en efficacité, mais aussi de se positionner comme un acteur moderne et dynamique dans un environnement bancaire de plus en plus concurrentiel. Elles favorisent une exécution plus rapide des opérations, réduisent les erreurs humaines, renforcent la *traçabilité des transactions*¹⁷ et améliorent la sécurité des opérations financières.

Tableau 1 : Usages des technologies financières à la BADR

Domaine d'utilisation	Exemple d'application	Impact observé
Services de paiement	Paieement mobile, virements numériques	Réduction des délais et des coûts
Banque individuelle	Consultation de solde, gestion budgétaire	Amélioration de l'accessibilité
Financement & investissement	Plateformes de micro-crédit et crowdfunding	Simplification de l'accès au crédit
Big Data & IA	Analyse des comportements clients	Personnalisation des produits financiers

Source : (Arner, Douglas W. and Barberis, JanosBuckley, 2015) The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? Georgetown Journal of International Law, 47, 1271–1319.

1.2 Services numériques et modernisation des opérations

Dans un contexte où la digitalisation est devenue un levier stratégique, la BADR a mis en place plusieurs services digitaux :

- Portail bancaire en ligne pour les opérations courantes
- Application mobile pour la consultation des comptes et les transactions à distance
- Guichets automatiques (GAB) modernes dans les grandes villes
- Notification SMS des opérations bancaires
- Espace client numérique pour les demandes de crédit ou de services spécifiques (Yahyaoui and Mouloudi, 2023).

Les impacts de ces innovations sont multiples :

- Diminution de la surcharge dans les agences physiques
- Extension de l'offre bancaire en dehors des heures d'ouverture
- Inclusion de segments clients éloignés (zones rurales notamment)

¹⁶ **ERP (Enterprise Resource Planning)** : Système informatique qui permet de gérer l'ensemble des ressources (financières, humaines, logistiques, etc.) d'une entreprise.

¹⁷ **Traçabilité des transactions** : Possibilité de suivre toutes les étapes d'une opération financière, pour garantir sa transparence et sa sécurité.

- Réduction de l'utilisation du papier, contribuant à une démarche éco-responsable (Benahmed, 2023 et al., n.d.)

Toutefois, la digitalisation reste inégalement répartie selon les régions, et certains clients peinent à s'adapter à ces outils en raison d'une faible *littératie numérique*¹⁸. La BADR envisage dans ses perspectives futures d'intégrer :

- Des *technologies biométrique*¹⁹s pour l'authentification sécurisée ;
- Des outils d'intelligence artificielle pour l'analyse de la solvabilité et la lutte contre la fraude ;
- Une interface conversationnelle (chatbot) pour un support client 24/7 ("Étude sur le Marketing Digital, la Transformation Digitale et l'IA en Algérie (2025-2030)," n.d.)

Section 2 : Les défis et opportunités des *Fintech* pour la BADR

2.1 Effets sur la compétitivité et l'offre de services

L'impact des *Fintech* sur la **BADR** est *ambivalent*²⁰, marquant à la fois une opportunité d'innovation et un impératif d'adaptation. La banque peut ainsi :

- Se différencier de ses concurrentes par une offre digitalisée adaptée à tous les profils
- Fidéliser sa clientèle grâce à des interfaces simples, rapides et sécurisées
- Réduire ses coûts structurels²¹ en automatisant les processus
- Élaborer de nouveaux produits à destination des jeunes, des agriculteurs ou des TPME²²
- Exploiter les partenariats avec des *start-up* pour enrichir son offre technologique

2.2 Obstacles à l'adoption des *Fintech*

La mise en œuvre d'un *écosystème Fintech*²³ performant se heurte toutefois à plusieurs freins :

- **Infrastructure inégale** : déficit d'équipement informatique et réseau en zone rurale
- **Manque de sensibilisation** : la majorité des clients potentiels ne connaissent pas les avantages des services digitaux
- **Sécurité des données** : hausse du risque de *cybercriminalité*²⁴ et besoin d'un *encadrement juridique*²⁵ strict (Intervalle, 2024)

¹⁸**Littératie numérique** : Capacité à utiliser les outils numériques de façon efficace, comme les applications mobiles, les sites web ou les services en ligne.

¹⁹**Technologies biométriques** : Technologies qui utilisent des caractéristiques physiques (empreinte digitale, reconnaissance faciale, etc.) pour identifier une personne.

²⁰**Ambivalent** : Qui présente à la fois des aspects positifs et négatifs, ou qui suscite des sentiments ou des effets opposés.

²¹**Coûts structurels** : Dépenses fixes liées à l'organisation interne de la banque (salaires, locaux, etc.).

²²**TPME** : Très Petites et Moyennes Entreprises.

²³**Écosystème Fintech** : Ensemble des acteurs, technologies et régulations formant l'environnement de la finance technologique.

- **Coût d'adoption élevé** : formation du personnel, achat de logiciels, mise à jour de l'architecture réseau²⁶
- **Cadre réglementaire lent** : les lois sur la monnaie et le crédit ne s'alignent pas encore sur la vitesse d'évolution technologique

Tableau 2 : Opportunités vs défis des *Fintech* pour la BADR

Opportunités	Défis
Amélioration de l'image institutionnelle	Coût d'implémentation élevé
Réduction des coûts opérationnels	Résistance au changement
Attirer une clientèle jeune et connectée	Risques liés à la cybersécurité
Diversification des produits financiers	Faible niveau de littératie numérique
Coopération avec les <i>Fintech</i> locales	Cadre juridique encore rigide

Source : ("Algeria Fintech & E-Commerce Summit – Rapport 2023," n.d.)

²⁴**Cybercriminalité** : Activité criminelle menée via internet, notamment les attaques contre des systèmes informatiques.

²⁵**Encadrement juridique** : Ensemble des lois et règlements qui organisent et limitent une activité.

²⁶**Architecture réseau** : Organisation technique des connexions et échanges d'informations au sein d'un système informatique.

Chapitre 3 :

Étude de cas sur l'intégration des Fintech à l'agence BADR d'El Kseur

Chapitre 3 : Étude de cas sur l'intégration des Fintech à l'agence BADR d'El Kseur

Afin de mettre en pratique les concepts abordés dans les deux premiers chapitres, notamment ceux liés aux *Fintechs*, à la transformation numérique et au système bancaire algérien, ce chapitre est consacré à une étude de terrain menée au sein de l'agence BADR d'El Kseur.

Cette étude vise à évaluer concrètement l'intégration des technologies financières (*Fintech*) dans cette agence publique, ainsi que leur impact sur les habitudes bancaires des clients et sur les pratiques internes du personnel. Pour ce faire, une enquête à double volet a été réalisée : un questionnaire adressé aux clients de l'agence, et un autre destiné aux employés. L'objectif est de mieux comprendre comment les services numériques sont perçus, utilisés et améliorés, à la fois du point de vue des usagers et de celui des agents bancaires.

Conformément à la méthodologie présentée en introduction générale, ce chapitre est structuré en deux grandes sections. La première porte sur une présentation de l'agence BADR d'El Kseur, suivie de l'analyse détaillée du questionnaire client, permettant de dégager les profils des répondants, leurs usages numériques, leurs attentes, les obstacles rencontrés, et leur perception des *Fintechs*. La seconde section est consacrée à l'analyse du questionnaire employé, puis à une comparaison croisée entre les deux catégories de répondants. Cela permettra de mettre en lumière les écarts de perception, les freins internes éventuels, ainsi que les leviers d'action envisageables pour renforcer la transformation digitale de la BADR.

Ce travail d'enquête constitue ainsi la phase empirique de notre recherche, en lien direct avec les fondements théoriques étudiés précédemment. Il vise à relier ces apports conceptuels à la réalité du terrain, dans le contexte spécifique d'une banque publique algérienne en pleine transition numérique.

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil

1. Présentation et évolution de l'organisme d'accueil

1.1 Historique et évolution de l'organisme

La BADR est un établissement public issu de la restructuration de la Banque Nationale d'Algérie (BNA). Elle a été créée le 13 mars 1982, conformément au décret n° 88-105 du 13 mai 1988.

Constituée en société par actions, la BADR disposait initialement d'un capital social de 2.200.000.000 DA. Elle est devenue opérationnelle en novembre 1989. Son capital a ensuite été porté à 54.000.000.000 DA, réparti entre plusieurs fonds de participation :

- ❖ Fonds de participation des industries agroalimentaires

- ❖ Fonds de participation des biens d'équipement
- ❖ Fonds de participation des industries diverses
- ❖ Fonds de participation des services

1.2 Présentation de l'agence d'accueil

L'Agence Locale d'Exploitation (ALE) n°369 fait partie de la succursale de la BADR Béjaïa, identifiée sous le nom de Groupe Régional d'Exploitation Béjaïa 006. Elle a été créée en même temps que la BADR, soit le 13 mars 1982, à partir de l'ancienne structure de la BNA dont le siège social est situé au 17, Boulevard Amirouche à Alger.

L'agence ALE 369, située à El-Kseur (Cité des 20 logements LPS El-Kseur), a été officiellement ouverte le 20 janvier 2019. Elle couvre une zone géographique regroupant plusieurs communes : Fenaïa, El-Kseur, Adekkar, Toudja, Béni K'sila et Oued-Ghir. Son implantation stratégique et l'implication de son personnel ont contribué à son développement.

1.3 Les fonctions de l'agence

L'agence est composée de 10 collaborateurs, répartis selon le nouvel organigramme OCA (Organisation Commerciale Agence). Elle gère plus de 3670 comptes, répartis comme suit :

- ❖ 140 comptes chèques
- ❖ 490 comptes courants
- ❖ 950 livrets d'épargne
- ❖ 50 comptes épargne junior
- ❖ 140 livrets d'épargne Fellah
- ❖ 1900 comptes devises

Les principales missions de l'agence sont :

- ❖ Contribuer au développement du secteur agricole
- ❖ Promouvoir les activités agricoles, artisanales, commerciales, libérales et agro-industrielles
- ❖ Assurer les opérations classiques d'une banque de dépôt
- ❖ Financer les structures agricoles et agro-industrielles
- ❖ Accompagner les projets en amont et en aval de la production agricole et industrielle

L'agence prend également part au financement de projets à travers les dispositifs d'aide de l'État, notamment les crédits spécifiques NESDA (ex-ANSEJ et ANADE), ANGEM et CNAC.

Remarque : La BADR a récemment élargi sa stratégie en intégrant d'autres secteurs économiques (construction, commerce, industrie...), conformément aux nouvelles orientations des pouvoirs publics en matière de réforme du secteur bancaire algérien.

1.4 L'effectif

L'agence compte 10 employés qualifiés. Grâce à leur savoir-faire, elle est en mesure d'intervenir efficacement dans tous les domaines liés à la banque et à la finance.

1.5 Les clients

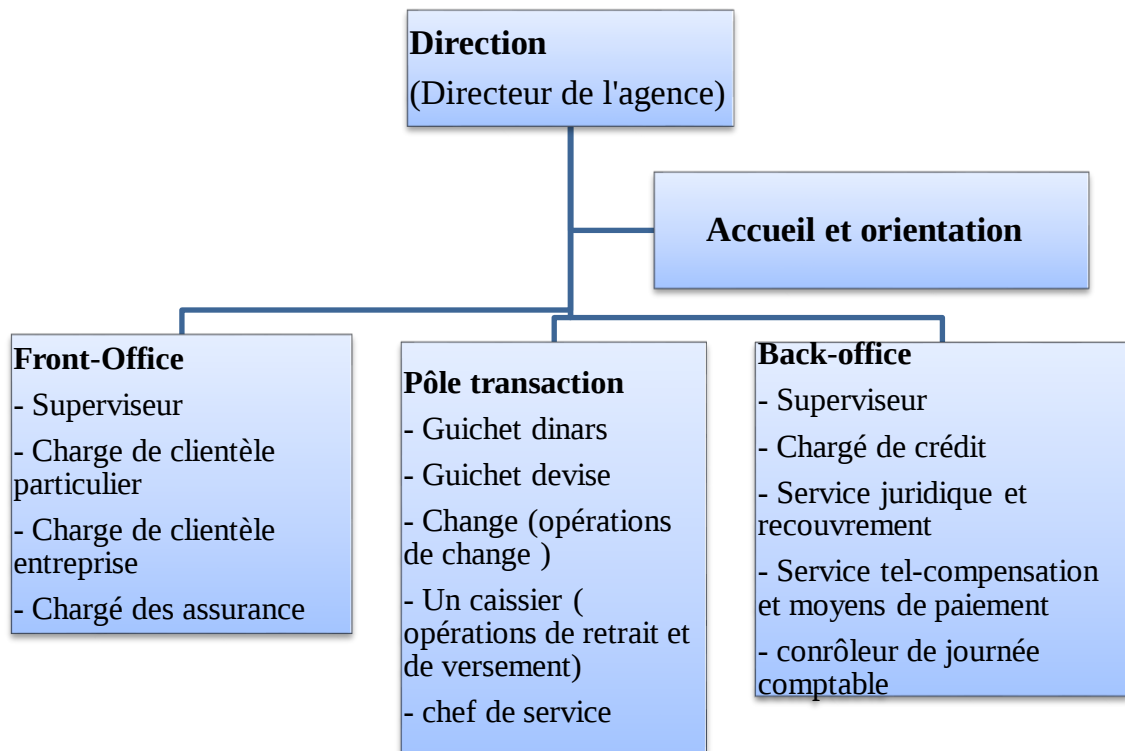
La clientèle de l'agence est principalement composée de particuliers, dont une majorité de retraités. Elle compte aujourd'hui plus de 3500 clients, issus de différentes tranches d'âge.

1.6 La structure organisationnelle de l'agence EL-KSEUR « 369 »

L'agence locale d'exploitation d'EL-KSEUR est érigée en OCA composée principalement de plusieurs services à savoir :

- ❖ **Le directeur :** C'est celui qui s'assure de la bonne marche de l'activité de l'agence et du bon suivi des employés par des comptes rendus faits par les chefs de service et superviseurs. Il représente l'agence auprès de la BADR mère, dans les tribunaux, les réunions, etc. Il est le gérant de l'agence, donc il détient le plus haut niveau d'habilitation en ce qui concerne le pôle transaction. Il est aussi responsable de l'établissement de l'état des besoins en employés.
- ❖ **Front Office :** Il est composé d'un chargé des assurances, d'un chargé de clientèle entreprises, d'un chargé de clientèle particuliers et d'un superviseur.
- ❖ **Le pôle transaction :** Il est composé de trois bureaux : guichet dinars, guichet de devises et bureau de change. Ce pôle comprend également un caissier et un chef de service.
- ❖ **Le Back-Office :** Il est composé d'un superviseur, de chargés de crédit, d'un chargé des affaires juridiques et du recouvrement, d'un chargé de la télécompensation et des moyens de paiement, ainsi qu'un contrôleur des opérations comptables relié directement aux services de la direction régionale.

Figure 3 : de l'organigramme de l'agence BADR d'EL-KSEUR « 369 »



Source : élaborée par nous sur la base de document fourni par l'agence BADR N° 369 d'El-kseur

Section 2 : Approche empirique et analyse des résultats d'enquête

2.1 Méthodologie de l'enquête

Dans le cadre de cette étude, une démarche de terrain a été mise en place pour évaluer la perception et l'impact des *Fintech* au sein de l'agence BADR d'El Kseur. Pour cela, deux questionnaires ont été élaborés : l'un destiné aux clients, l'autre aux employés de l'agence. Cette double approche permet de croiser les visions internes et externes afin d'obtenir une lecture complète de la situation.

2.2 Objectifs de l'enquête

Les deux questionnaires visaient à :

- Mesurer le niveau d'adoption des services numériques,
- Évaluer la satisfaction, les attentes et les obstacles côté client,
- Comprendre les conditions de mise en œuvre et les freins internes côté employé,
- Identifier les leviers d'amélioration pour accompagner la digitalisation.

2.3 Échantillon et mode de collecte

Le questionnaire client a été diffusé via Google Forms et partagé localement pendant la période de mon stage à la BADR d'El Kseur, soit du 2 mars au 1^{er} avril 2025. Cela a permis de collecter 30 réponses exploitables. Les personnes interrogées sont toutes clientes de l'agence, avec des profils variés (âge, sexe, activité, niveau d'études...).

Concernant les employés, le questionnaire a été distribué directement par la directrice de l'agence, ce qui garantit la fiabilité et la confidentialité des réponses reçues. Même si le nombre exact de participants n'est pas précisé, les retours obtenus ont permis de dégager des tendances internes significatives.

2.4 Nature des données et traitement

Les deux questionnaires comportaient des questions fermées (QCM) et des questions ouvertes, permettant de recueillir à la fois des données quantitatives et qualitatives.

L'analyse repose sur :

- la présentation graphique des réponses,
- une interprétation synthétique des tendances,
- une mise en perspective et une confrontation par rapport au cadre théorique et aux réalités spécifiques de la BADR.

Cette méthodologie vise à construire une analyse ancrée dans le réel, tout en apportant des pistes concrètes d'amélioration adaptées au contexte local.

2.5 Analyse des résultats du questionnaire client

Après avoir présenté l'agence BADR d'El Kseur, il est temps de passer à l'analyse du terrain. Pour mieux comprendre la relation entre les clients et les services numériques proposés par la banque, nous avons réalisé un questionnaire simple et direct, diffusé auprès de la clientèle.

Ce questionnaire avait pour but de connaître leur profil, de savoir s'ils utilisent ou non les services en ligne (site ou application), s'ils sont satisfaits, et ce qu'ils attendent de la BADR en matière d'innovation. En tout, 30 réponses ont été collectées, ce qui offre une première vision globale des habitudes et des attentes des usagers (annexe 1).

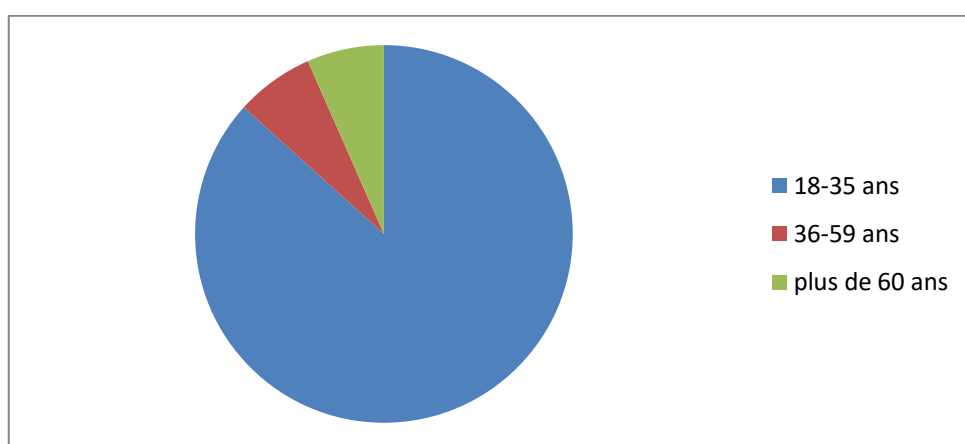
Dans les pages qui suivent, nous allons présenter les résultats sous forme de graphiques, avec une petite analyse pour chaque question. Nous commençons d'abord par le profil des clients, afin de savoir à qui nous avons affaire, avant d'aborder les aspects plus techniques (utilisation, problèmes, attentes, etc.).

2.5.1 Profil des répondants

➤ Répartition par âge

La majorité écrasante des répondants (86,7 %) appartient à la tranche des 18-35 ans, suivie de loin par les 36-59 ans (6,7 %) et les plus de 60 ans (6,6 %). Cette prédominance de jeunes adultes peut suggérer une plus grande familiarité avec les technologies numériques, en particulier les solutions *Fintech*, bien qu'aucune question spécifique ne permette d'affirmer ce lien de manière directe. En revanche, la faible participation des répondants plus âgés pourrait refléter une préférence pour les services bancaires traditionnels ou une moindre exposition aux outils numériques, ce qui reste à confirmer par une enquête complémentaire.

Figure 4 : Répartition des répondants selon la tranche d'âge



Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

➤ Répartition par sexe

Les hommes représentent près de 73,3 % des répondants, tandis que les femmes en constituent 26,7 %. Ce déséquilibre peut s'expliquer par une participation plus élevée des hommes à ce type d'enquête, mais aussi par une fréquentation plus marquée des services bancaires, numériques ou non, par les hommes, notamment dans les régions rurales où les contraintes socioculturelles peuvent limiter l'accès des femmes aux services financiers.

Tableau 3 : Répartition des répondants selon le sexe

Sexe	Pourcentage
Hommes	73,3 %
Femmes	26,7 %

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

➤ Répartition par secteur d'activité

Les clients interrogés exercent majoritairement dans les secteurs de l'éducation (30 %) et de l'agriculture (23,3 %). Le taux élevé (26,7 %) de personnes sans emploi est également notable, ce qui peut influencer leur accès et leur usage des technologies numériques. Il est possible que ces personnes soient titulaires de comptes bancaires pour percevoir des aides sociales, des allocations, ou pour des raisons administratives, ce qui justifie leur inclusion dans l'échantillon.

Tableau 4 : Répartition des répondants selon le secteur d'activité

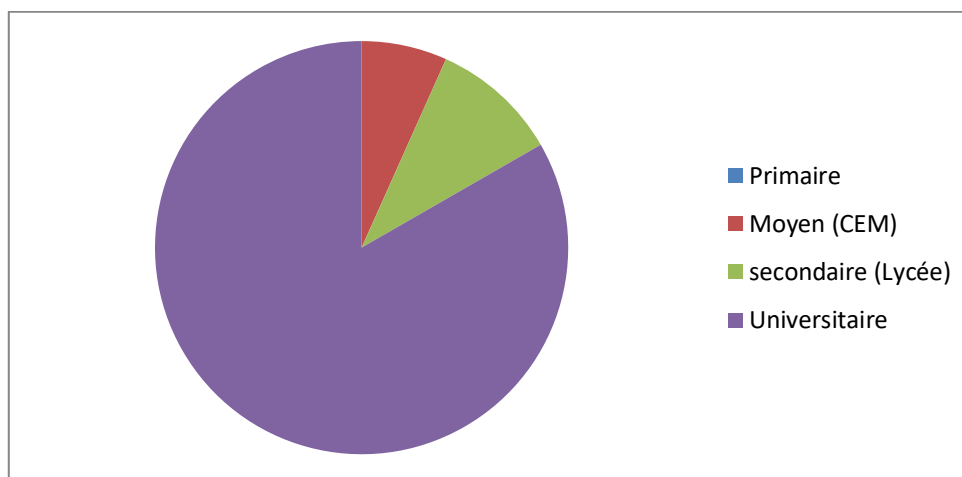
Secteur d'activité	Pourcentage
Éducation nationale / Enseignement	30,0 %
Agriculture	23,3 %
Sans emploi	26,7 %
Retraité(e)	10,0 %
Commerce	6,7 %
Fonction libérale	3,3 %

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

➤ Niveau d'études

Une large majorité (83,3 %) des répondants dispose d'un niveau universitaire, ce qui peut expliquer une plus grande capacité à adopter et utiliser les services numériques proposés par la banque.

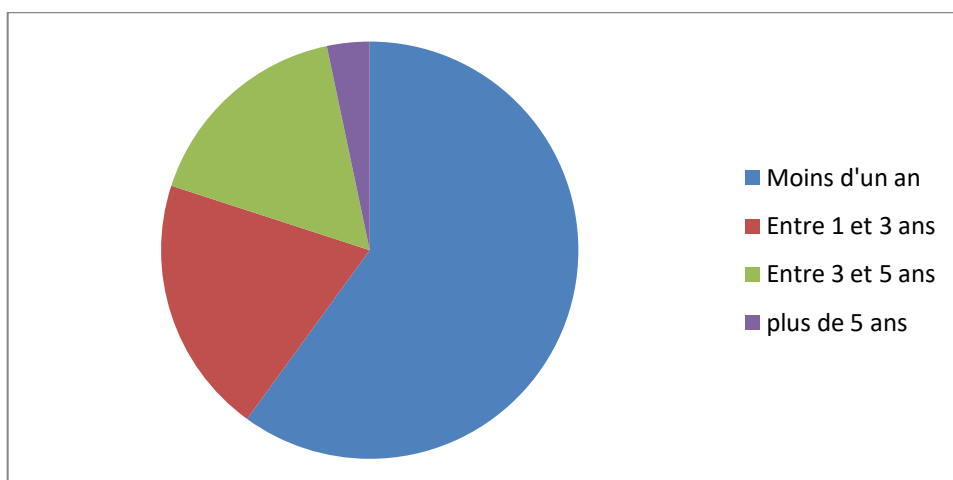
Figure 5 : Répartition des répondants selon le niveau d'études



Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

➤ Ancienneté à la BADR

La majorité des clients (60 %) est récente, ayant moins d'un an d'ancienneté à la BADR, ce qui peut correspondre à une stratégie récente d'acquisition de clientèle ou à une plus forte propension des nouveaux clients à utiliser les services numériques.

Figure 6 : Répartition des répondants selon l'ancienneté chez la BADR

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.2 Perception de la compétitivité technologique de la BADR

Analyse

Près de la moitié des répondants (46,7 %) jugent que la BADR est « moyennement » compétitive en matière de technologies numériques. Seuls 30 % estiment qu'elle est réellement compétitive, tandis que 13,3 % pensent qu'elle ne l'est pas du tout. 10 % ne savent pas se prononcer, ce qui reflète un possible manque de visibilité des services digitaux de la banque.

Interprétation

Ces résultats suggèrent que la BADR ne bénéficie pas encore d'une image forte en matière d'innovation numérique. L'opinion dominante reste mitigée. Cela peut être dû à des lacunes techniques, à une absence de communication, ou à une comparaison défavorable avec des banques plus avancées sur le plan digital (comme la BEA ou le CPA). Il est donc crucial pour la BADR de renforcer à la fois ses outils et sa stratégie de communication numérique.

Tableau 5 : Perception de la compétitivité technologique de la BADR par rapport à ses concurrents

Réponse	Pourcentage
Oui	30,0 %
Moyennement	46,7 %
Non	13,3 %
Je ne sais pas	10,0 %

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.3 Utilisation des services numériques à la BADR

L'usage réel des canaux numériques constitue un indicateur central de l'adoption des *Fintech*. Cette section présente les réponses des clients concernant l'utilisation de l'application mobile et du site web de la BADR pour effectuer leurs opérations bancaires.

Analyse :

Un peu plus de la moitié des clients interrogés (53,3 %) déclarent avoir déjà utilisé les services numériques proposés par la BADR (via l'application mobile ou le site internet). À l'inverse, 46,7 % ne les ont jamais utilisés.

Interprétation :

Ce résultat montre que l'adoption des canaux digitaux est encore partielle parmi les clients de l'agence. Bien que les outils numériques soient disponibles, leur usage reste limité, probablement en raison de facteurs comme :

- un manque de sensibilisation ou de formation,
- une préférence pour les services en agence (notamment chez les plus âgés),
- ou encore des problèmes techniques rencontrés lors de l'utilisation, comme des bugs de l'application mobile, des difficultés de connexion au site, ou des erreurs lors de la validation des opérations.

La BADR devra donc non seulement améliorer ses outils, mais aussi encourager activement leur adoption, notamment en accompagnant les clients dans leur transition vers le numérique.

Tableau 6 : Taux d'utilisation des services numériques (site internet et application mobile) de la BADR

Réponse	Nombre derépondants	Pourcentage
Oui	16	53,3 %
Non	14	46,7 %
Total	30	100 %

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.4 Fréquence d'utilisation des services numériques

Analyse :

Parmi les 23 personnes ayant répondu à cette question, seuls 4,3 % utilisent les services numériques de la BADR tous les jours, tandis que 17,4 % y accèdent une fois par semaine. La majorité reste occasionnelle : 26,1 % les utilisent une fois par mois, et 17,4 % rarement.

Enfin, 34,8 % indiquent « jamais », ce qui peut inclure des personnes ayant déjà testé les services sans les adopter réellement.

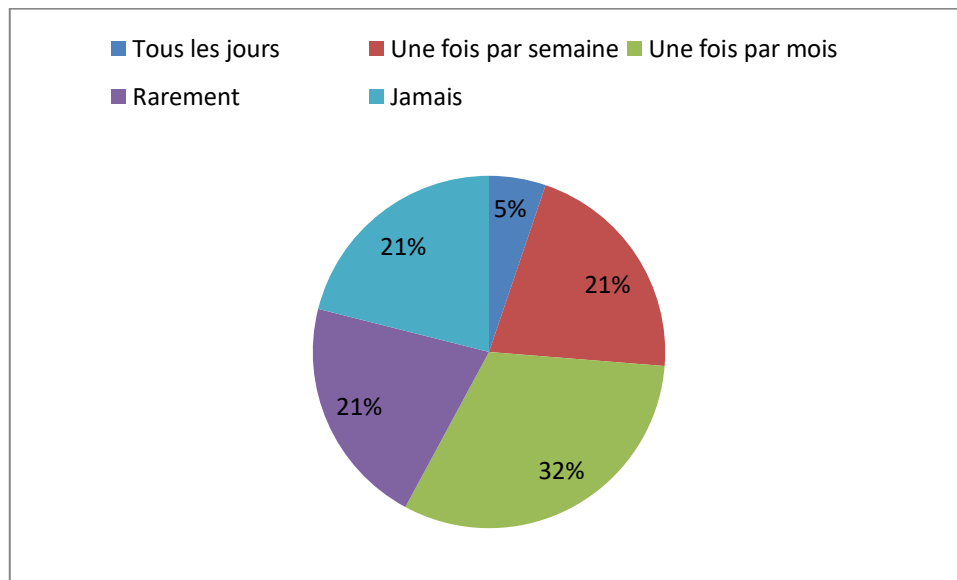
Interprétation :

Cette fréquence relativement basse suggère que, même parmi les clients ayant déjà utilisé les canaux numériques, l'usage reste limité et ponctuel. Cela peut traduire :

- un manque d'habitude ou de confiance,
- une interface peu intuitive,
- ou une offre numérique encore incomplète.

Cela confirme la nécessité pour la BADR de renforcer l'expérience utilisateur, de mieux faire connaître ses outils digitaux, et d'inciter ses clients à les utiliser plus régulièrement.

Figure 7 : Fréquence d'utilisation des services numériques par les clients utilisateurs



Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.5 Raisons d'utilisation des services numériques

Il est important de connaître non seulement si les clients utilisent les services numériques, mais aussi pour quelles finalités. Cela permet de comprendre les usages prioritaires et d'orienter les axes d'amélioration.

Analyse :

Les clients utilisent principalement les services numériques pour consulter leur solde ou leurs opérations bancaires (70 %), ce qui correspond à une utilisation simple, rapide et à faible risque. D'autres fonctionnalités comme les virements (25 %) ou le paiement de factures (15 %) sont moins couramment utilisées. La demande de prêt en ligne reste marginale (10 %).

Interprétation :

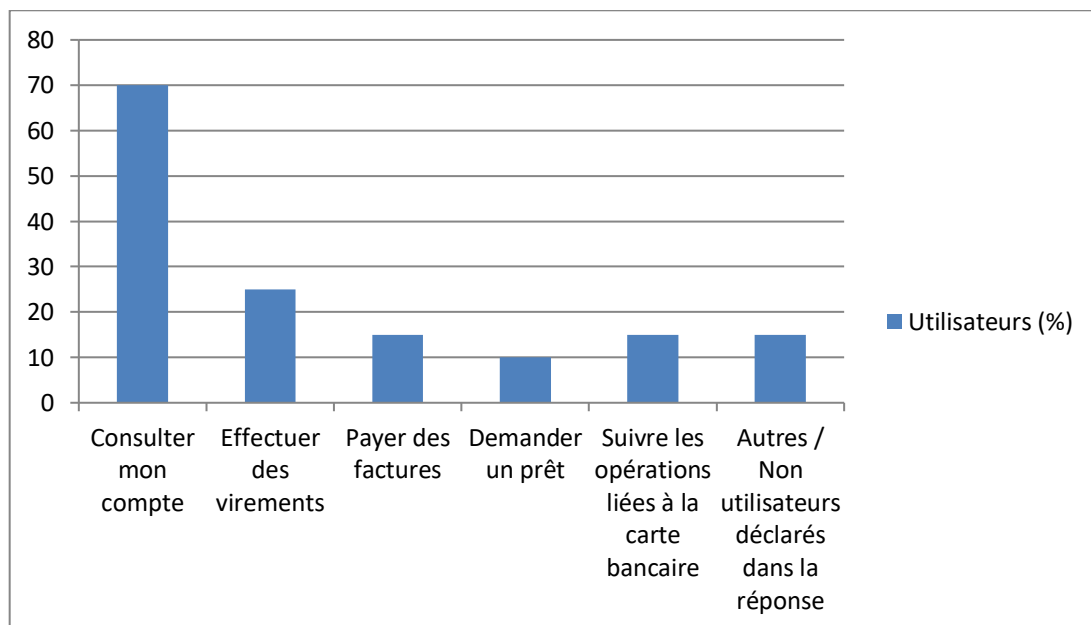
Ces résultats montrent que l'usage des services numériques à la BADR est encore centré sur des opérations de base, ce qui reflète une phase de transition numérique incomplète. Peu de clients vont au-delà des fonctions les plus simples. Cela peut s'expliquer par :

- un manque de formation ou d'accompagnement,
- une interface limitée en fonctionnalités,
- ou encore une crainte de sécurité liée aux opérations plus sensibles comme les virements ou les demandes de crédit.

Pour renforcer l'intégration des Fintech, la BADR devra donc :

- développer davantage de services interactifs en ligne,
- communiquer sur leur fiabilité,
- et accompagner leurs clients dans l'appropriation des fonctions plus avancées.

Figure 8 : Raisons principales d'utilisation des services numériques de la BADR



Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

5.6 Niveau de satisfaction vis-à-vis des services en ligne de la BADR

L'évaluation du niveau de satisfaction des clients est essentielle pour comprendre comment les services numériques de la BADR sont perçus sur le plan de la qualité, de l'ergonomie et de la fiabilité. Cette perception influence directement l'adoption ou le rejet des solutions *Fintech* proposées par l'agence.

Analyse :

La moitié des clients interrogés (50 %) se disent « peu satisfaits » des services en ligne proposés par la BADR. Seuls 23,3 % se déclarent « très satisfaits » et 20 % « assez satisfaits », tandis qu'une minorité (6,7 %) ne sont pas du tout satisfaits.

Interprétation :

Ce niveau de satisfaction relativement faible indique des lacunes dans l'expérience utilisateur. Les raisons peuvent être multiples : problèmes techniques, lenteur des interfaces, manque de fonctionnalités, ou encore absence de support client adapté. Cette insatisfaction est un signal important pour la BADR : si elle souhaite développer son offre *Fintech*, elle doit impérativement améliorer la qualité perçue de ses services numériques pour renforcer la fidélité et la confiance de ses clients.

Tableau 7 : Niveau de satisfaction des clients concernant les services numériques de la BADR

Niveau de satisfaction	Nombre de répondants	Pourcentage
Très satisfait(e)	7	23,3 %
Assez satisfait(e)	6	20,0 %
Peu satisfait(e)	15	50,0 %
Pas du tout satisfait(e)	2	6,7 %
Total	30	100 %

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.7 Avantages perçus des services en ligne de la BADR

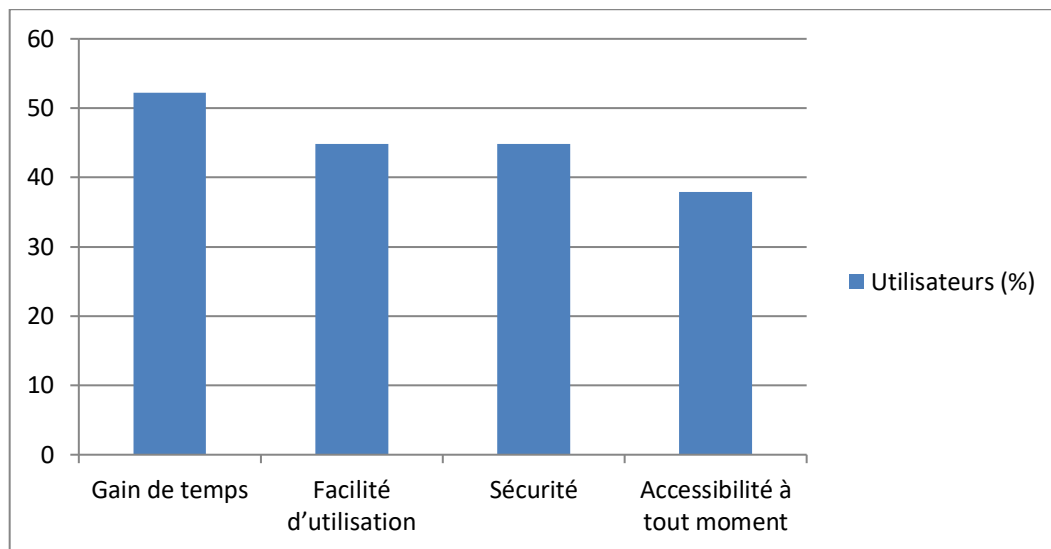
Identifier les avantages perçus des services numériques permet de comprendre ce qui motive les clients à adopter (ou non) les solutions digitales proposées par la BADR. Ces éléments jouent un rôle central dans le succès de toute stratégie de digitalisation bancaire.

Analyse :

Le principal avantage cité par les clients est le gain de temps (55,2 %), suivi de près par la facilité d'utilisation et la sécurité (44,8 % chacun). L'accessibilité à tout moment arrive en dernier, mais reste un critère important pour près de 38 % des répondants.

Interprétation :

Ces réponses montrent que les clients reconnaissent les bénéfices pratiques des services numériques, même si leur utilisation reste encore partielle. Le gain de temps et la simplicité sont des arguments majeurs en faveur de la digitalisation. Toutefois, le fait que la sécurité ne soit pas citée davantage peut indiquer un manque de confiance ou d'information sur les mécanismes de protection mis en place par la banque. Il serait utile que la BADR renforce sa communication sur ce point pour rassurer les utilisateurs potentiels.

Figure 9 : Avantages perçus des services numériques de la BADR selon les clients

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.8 Problèmes rencontrés lors de l'utilisation des services numériques

Même si les outils digitaux sont adoptés progressivement, leur efficacité dépend directement de la qualité de l'expérience utilisateur. Cette section s'intéresse aux difficultés rencontrées par les clients lors de l'utilisation du site internet ou de l'application mobile de la BADR.

Analyse :

La majorité des clients (86,7 %) indiquent ne pas avoir rencontré de problèmes avec les services en ligne. Seuls 13,3 % déclarent avoir connu des difficultés.

Interprétation :

Ce résultat est positif à première vue, car il laisse entendre que les outils numériques fonctionnent de manière relativement fluide pour la majorité des usagers. Toutefois, il convient de regarder de plus près la nature des problèmes mentionnés par les 13,3 %, car même un faible taux de dysfonctionnement peut fortement impacter l'image de la banque.

Analyse qualitative des problèmes rencontrés :

Parmi les clients ayant signalé des difficultés, plusieurs problèmes récurrents ont été relevés. Le point le plus fréquemment évoqué concerne des *bugs techniques*, notamment des plantages de l'application mobile lors des mises à jour. Ces interruptions gênent l'expérience utilisateur et nuisent à la fiabilité perçue du service.

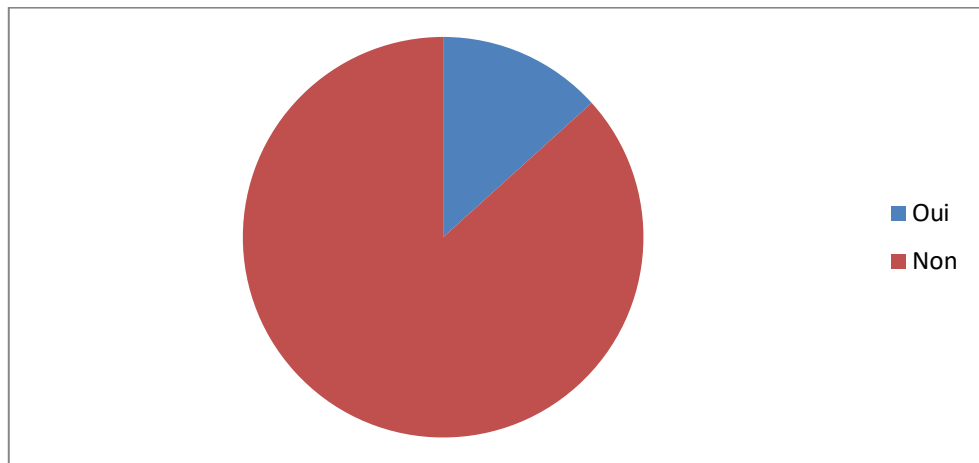
D'autres utilisateurs ont mentionné des *problèmes de connexion*, suggérant une instabilité de l'accès au service ou une mauvaise optimisation dans certaines zones, notamment rurales.

Enfin, un retour revient sur les *demandes répétées de changement de mot de passe*, jugées lourdes et contraignantes par les utilisateurs. Bien qu'elles soient souvent imposées par les protocoles de sécurité, leur fréquence ou leur complexité peut être perçue comme un obstacle, en particulier pour les clients moins à l'aise avec les outils numériques.

Interprétation :

Ces remarques soulignent des points techniques à améliorer en priorité. Si les services numériques de la BADR veulent gagner en crédibilité et en adoption, ils doivent offrir une expérience fluide, stable et sans friction. La performance technique, l'ergonomie et la simplicité d'usage sont des conditions essentielles pour que les innovations *Fintech* soient réellement adoptées par les clients.

Figure 10 : Taux de clients ayant rencontré des problèmes lors de l'utilisation



Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.9 Attentes des clients concernant l'ajout de nouveaux services numériques

Pour évaluer le potentiel de développement des services *Fintech* au sein de la BADR, il est important de connaître les besoins exprimés par les clients. À travers cette question, l'enquête a permis d'identifier les services numériques qui manquent selon eux, ou qu'ils aimeraient voir proposés à l'avenir.

Analyse :

L'échantillon est parfaitement divisé : la moitié des clients interrogés souhaite l'ajout de nouveaux services numériques, tandis que l'autre moitié ne formule pas ce besoin.

Interprétation :

Ce résultat montre qu'il existe une attente réelle mais encore partielle vis-à-vis de l'élargissement de l'offre numérique. Cela peut s'expliquer par la maturité numérique inégale des clients, ou par une méconnaissance des possibilités qu'offrent les technologies *Fintech*.

Analyse qualitative des souhaits exprimés :

Parmi les clients ayant répondu « oui », plusieurs suggestions intéressantes ressortent :

- **Achats en ligne avec carte bancaire** : plusieurs répondants souhaitent pouvoir acheter sur des sites comme *AliExpress* ou *Alibaba*, comme avec les cartes internationales proposées par d'autres banques.
- **Paiement dans les commerces algériens sans espèces** : une demande claire pour un système de paiement numérique moderne, type sans contact ou QR code.
- **Ouverture de compte et paiements de factures en ligne** : ces services de base sont encore perçus comme absents ou insuffisamment développés.
- **Virements et transactions en ligne** plus simples et plus rapides.
- **Crédits et prêts en ligne** : la possibilité de simuler ou demander un crédit directement via l'application est également mentionnée.

Interprétation approfondie :

Ces suggestions illustrent un besoin croissant de modernisation de l'offre numérique de la BADR. Les clients s'attendent à retrouver des fonctionnalités équivalentes à celles des banques concurrentes ou des néobanques internationales. Ce retour met en évidence une opportunité stratégique : en élargissant ses services en ligne, la BADR pourrait non seulement fidéliser sa clientèle jeune et connectée, mais aussi renforcer sa position sur un marché bancaire de plus en plus digitalisé.

Tableau 8 : Intention des clients à voir de nouveaux services numériques proposés par la BADR

Réponse	Nombre de répondants	Pourcentage
Oui	15	50 %
Non	15	50 %
Total	30	100 %

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.10 Utilisation de services *Fintech* hors secteur bancaire

Afin d'évaluer dans quelle mesure les clients de la BADR sont familiers avec les technologies financières, il est pertinent d'observer s'ils ont recours à des services *Fintech* proposés en dehors du cadre bancaire traditionnel. Ces services incluent, par exemple, des applications de paiement mobile, d'envoi d'argent, ou de microcrédit.

Analyse :

Seuls 20,7 % des clients interrogés déclarent avoir utilisé des services financiers numériques offerts par des entreprises hors secteur bancaire (type Algérie Poste, applications de paiement, etc.). La grande majorité, soit près de 80 %, ne s'est pas encore tournée vers ces outils.

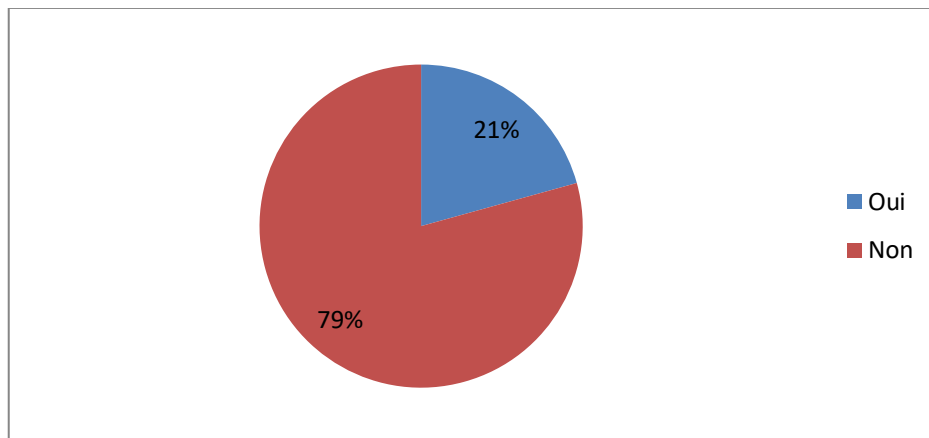
Interprétation :

Ce résultat traduit une faible pénétration des *Fintech* indépendantes dans la région concernée (El Kseur). Cela peut s'expliquer par plusieurs facteurs :

- méconnaissance des alternatives numériques disponibles,
- manque de confiance envers les solutions non bancaires,
- ou encore accès limité à la technologie dans certains milieux (zones rurales, couverture réseau, faible bancarisation digitale...).

Cependant, cette faible adoption ne doit pas être interprétée comme un rejet, mais plutôt comme une opportunité pour la BADR de se positionner en pionnière locale de la *Fintech*, en intégrant dans son offre des fonctionnalités similaires à celles proposées par ces services (paiement mobile, transfert instantané, micro-paiement, etc.).

Figure 11 : Utilisation des services *Fintech* proposés par des entreprises hors banques



Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.11 Opinion des clients sur la nécessité de renforcer la stratégie numérique de la BADR

Cette question permet d'évaluer si les clients perçoivent l'amélioration des services digitaux comme une priorité stratégique pour leur banque. Elle donne une indication directe sur les attentes générales vis-à-vis de l'évolution des pratiques bancaires.

Analyse :

Une très large majorité des clients interrogés (96,6 %) estiment que la BADR doit renforcer ses services numériques pour rester compétitive face aux nouvelles tendances du marché bancaire. Seule une personne (3,4 %) pense que ce n'est pas nécessaire.

Interprétation :

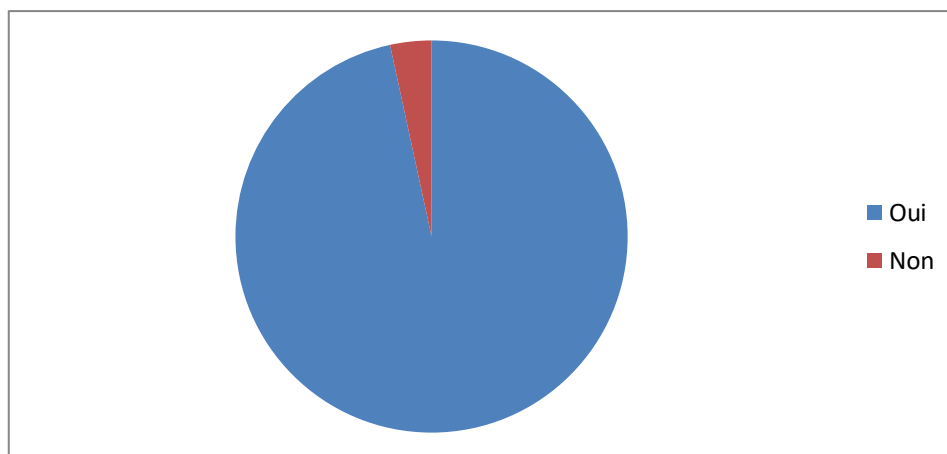
Ce résultat envoie un signal fort et sans équivoque. Les clients expriment une attente claire : ils veulent que la BADR modernise davantage son offre numérique. Cette volonté n'est pas uniquement liée au confort d'utilisation, mais reflète une prise de conscience générale du virage digital que le secteur bancaire est en train de vivre, en Algérie comme ailleurs.

Ce résultat peut aussi s'expliquer par la comparaison naturelle avec d'autres banques plus avancées technologiquement, ainsi qu'avec des *Fintechs* proposant des services rapides, accessibles et flexibles.

Pour ne pas être dépassée, la BADR doit impérativement :

- investir dans l'ergonomie, la sécurité et la performance de ses outils numériques,
- élargir son offre en ligne (paiement, crédits, assistance...),
- et former son personnel pour accompagner ce changement.

Figure 12 : Perception des clients sur le renforcement des services numériques à la BADR



Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.12 Perception de l'avenir des banques traditionnelles face aux *Fintech*

Dans un contexte de digitalisation rapide des services financiers, il est essentiel de comprendre comment les clients perçoivent l'évolution future des banques classiques. Cette question vise à identifier les scénarios d'avenir envisagés par les clients face à la montée des technologies financières.

Analyse :

La moitié des répondants (50 %) estiment que les banques traditionnelles devront collaborer avec les *Fintech*, tandis qu'un tiers (33,3 %) y voient une forme de concurrence. Près de 40 % des participants vont plus loin en évoquant la possibilité de disparition des

banques classiques, au profit de services 100 % digitaux. Enfin, 10 % envisagent une réduction significative des effectifs en agence, en raison de l'automatisation.

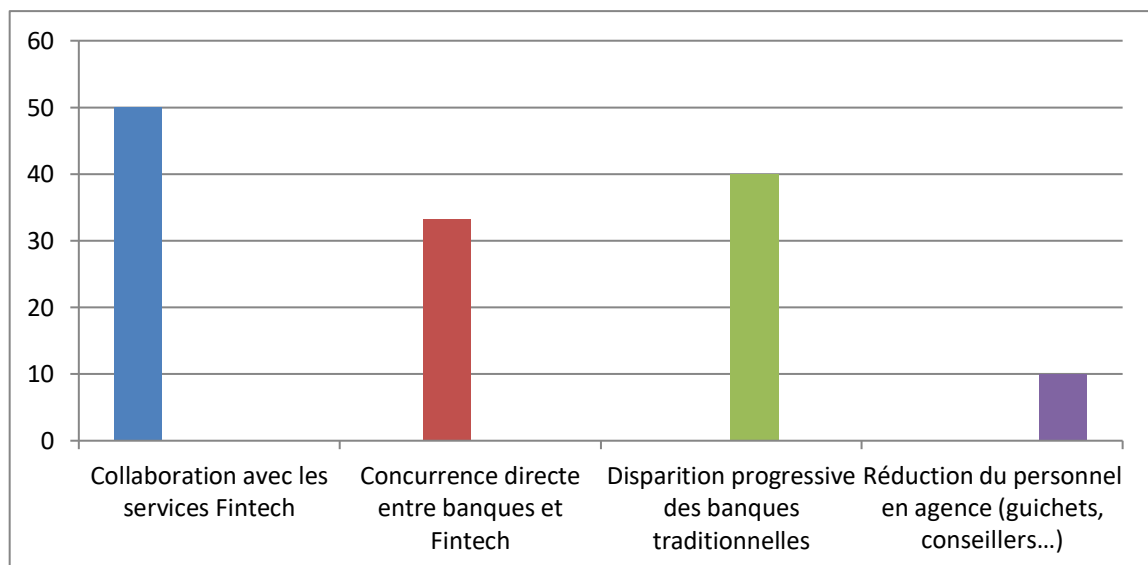
Interprétation :

Ces résultats traduisent une prise de conscience réelle du changement structurel en cours dans le secteur bancaire. Les clients perçoivent clairement les *Fintech* comme des acteurs majeurs, capables soit de remplacer les banques traditionnelles, soit de redéfinir avec elles les modes de fonctionnement.

Cette perception peut :

- renforcer la pression sur la BADR pour accélérer sa transformation digitale,
- encourager l'exploration de partenariats *Fintech* (par exemple avec des *start-up* locales),
- et pousser à réorganiser les ressources humaines pour s'adapter à un modèle bancaire plus agile, plus numérique, et moins centré sur les agences physiques.

Figure 13 : Perception de l'avenir des banques traditionnelles face à la montée des services *Fintech*



Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.13 Utilisation des cartes bancaires par les clients de la BADR

La carte bancaire constitue un outil essentiel dans l'univers bancaire numérique. Elle permet non seulement de retirer de l'argent, mais aussi d'effectuer des paiements en ligne, de consulter son solde, voire d'accéder à des services internationaux dans le cas des cartes Visa ou *Mastercard*. Cette section analyse la possession et l'utilisation des cartes à la BADR.

Analyse :

Moins d'un quart des répondants (23,3 %) possèdent une carte bancaire de la BADR. Une majorité écrasante de 76,7 % déclare ne pas en avoir.

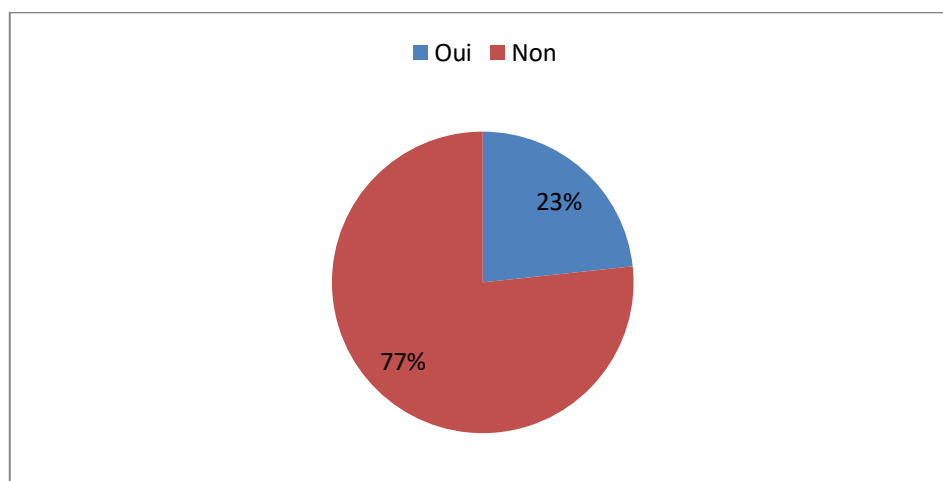
Interprétation :

Ce faible taux de détention peut s'expliquer par plusieurs facteurs :

- une intégration bancaire incomplète de certains clients (c'est-à-dire des clients qui détiennent un compte bancaire mais n'utilisent pas ou ne possèdent pas de carte bancaire)
- un manque de sensibilisation à l'utilité de la carte
- ou encore des obstacles administratifs ou techniques dans le processus de délivrance.

Ce constat met en évidence la nécessité, pour la BADR, de renforcer ses efforts en matière de développement et de communication, afin d'inciter les clients à adopter cet outil de base, souvent indispensable à l'accès aux services *Fintech* (paiement mobile, e-commerce, etc.).

Figure 14 : Taux de possession d'une carte bancaire BADR parmi les clients interrogés



Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

2.5.14 Utilisation des cartes bancaires et perception des clients

Lors de l'enquête, un constat important est ressorti : moins d'un quart des clients interrogés (23,3 %) utilisent une carte bancaire de la BADR. C'est un chiffre relativement bas, surtout dans un contexte où la digitalisation des services financiers prend de plus en plus d'ampleur.

Plusieurs raisons peuvent expliquer cette situation. Certains clients ne sont tout simplement pas informés des types de cartes disponibles ou ne savent pas précisément à quoi elles servent. D'autres n'ont peut-être jamais été accompagnés ou conseillés lors de l'ouverture de leur compte. Nous pouvons également supposer qu'une partie des clients,

notamment les plus âgés ou les moins connectés, n'ont pas encore acquis le réflexe de se tourner vers les outils numériques.

Parmi les clients utilisant une carte, nous retrouvons des **cartes Mastercard, CIB**, ou parfois les deux. Il est intéressant de noter que, bien que certaines réponses manquent de clarté ou de précision, plusieurs clients ont tout de même exprimé des usages modernes de la carte bancaire :

- pour effectuer des achats en ligne
- pour retirer de l'argent facilement
- ou tout simplement parce que la carte est jugée simple à utiliser.

À l'inverse, certains disent ne pas utiliser leur carte, ou ne pas vraiment savoir ce qu'elle permet de faire. Cela montre qu'il existe encore un écart entre l'offre proposée par la banque et la manière dont elle est perçue ou comprise par ses clients.

Interprétation :

Ce que l'on peut retenir, c'est que la carte bancaire représente une porte d'entrée vers la banque numérique. Pour que plus de clients en profitent, la BADR devrait :

- mieux expliquer les différentes cartes disponibles (**CIB, Mastercard**, etc.)
- montrer clairement à quoi elles servent
- et proposer, dès l'ouverture du compte, un petit accompagnement pratique (par exemple : comment activer la carte, comment payer en ligne, comment la sécuriser...).

Une meilleure communication et un peu plus de pédagogie pourraient suffire à renforcer l'usage de la carte et, plus largement, à ancrer les clients dans la dynamique *Fintech*.

❖ Présentation visuelle des cartes proposées par la BADR

Même si peu de clients ont mentionné le type de carte qu'ils utilisent, plusieurs ont évoqué des cartes comme la Mastercard ou la CIB. Afin de mieux visualiser les produits existants, les images suivantes présentent les principaux modèles de cartes bancaires proposés par la BADR. Ces cartes sont réparties en deux grandes catégories : les cartes interbancaires locales (CIB), et les cartes à usage élargi (Mastercard).

La carte interbancaire classique de la BADR permet essentiellement des opérations locales telles que les retraits d'espèces, les paiements chez les commerçants en Algérie, ainsi que la consultation de solde via les GAB.

Figure 15 : Carte interbancaire classique de la BADR

Source : (“BADR BANQUE – Banque de l’Agriculture et du Développement Rural,” n.d.)

La carte CIB Gold offre des plafonds plus élevés que la carte CIB classique, ce qui permet à son titulaire de bénéficier d’une plus grande liberté dans ses transactions locales. Elle s’adresse principalement à une clientèle exigeante, à la recherche de flexibilité et de confort dans la gestion de ses paiements.

Figure 16 : Carte bancaire interbancaire GOLD de la BADR

Source : (“BADR BANQUE – Banque de l’Agriculture et du Développement Rural,” n.d.)

La carte bancaire Mastercard Classique de la BADR est une carte internationale adossée à un compte en devises ou en dinars convertibles. Elle permet d'effectuer des retraits et des paiements aussi bien au niveau national qu'international, y compris pour les achats en ligne. Elle convient parfaitement aux clients ayant des besoins de transactions étendues, notamment lors de voyages ou pour des achats sur des sites étrangers.

Figure 17 : Carte bancaire Mastercard Classique de la BADR



Source : (“BADR BANQUE – Banque de l’Agriculture et du Développement Rural,” n.d.)

La carte bancaire *Mastercard Titanium* de la BADR est une carte premium qui offre des plafonds plus élevés ainsi que des services supplémentaires. Elle est particulièrement adaptée aux paiements à l'étranger et répond aux attentes d'une clientèle exigeante recherchant confort, sécurité et avantages exclusifs.

Figure 18 : Carte bancaire Mastercard Titanium de la BADR



Source : (“BADR BANQUE – Banque de l’Agriculture et du Développement Rural,” n.d.),

Interprétation :

Ce que nous pouvons retenir, c'est que la carte bancaire représente une véritable porte d'entrée vers la banque numérique. Pour que davantage de clients en bénéficient, nous estimons que la BADR devrait :

- mieux expliquer les différentes cartes disponibles (CIB, Mastercard, etc.),
- montrer clairement à quoi elles servent,
- et proposer, dès l'ouverture du compte, un petit accompagnement pratique (par exemple : comment activer la carte, comment payer en ligne, comment la sécuriser...).

Une meilleure communication et un peu plus de pédagogie pourraient suffire à renforcer l'usage de la carte et, plus largement, à ancrer les clients dans la dynamique *Fintech*.

6. Analyse des réponses internes : perception des employés sur l'intégration des *Fintech* à la BADR

Dans le cadre de ce mémoire, et à l'occasion du stage effectué au sein de l'agence BADR d'El Kseur du 02 mars 2025 au 01 avril 2025, un questionnaire interne a été conçu et distribué aux employés de l'agence (annexe 2).

Ce questionnaire avait pour objectif de :

- Recueillir leur perception sur l'état d'avancement de la digitalisation à la BADR,
- Identifier les obstacles internes à l'intégration des technologies financières (*Fintech*),
- Comparer les services numériques offerts par la BADR à ceux proposés par d'autres établissements bancaires,
- Et proposer des pistes d'amélioration à partir de leur expérience de terrain.

Les réponses obtenues, bien que limitées en nombre, offrent un éclairage pertinent sur les défis rencontrés en interne, ainsi que sur les efforts déjà entrepris par l'institution pour se moderniser.

6.1 Services numériques actuellement proposés par l'agence

L'analyse des réponses internes met en évidence que l'agence BADR d'El Kseur offre plusieurs services numériques à ses clients. L'employé interrogé cite notamment :

BADR Net (consultation en ligne),

- E-banking,
- Virements en ligne,

- Paiement en ligne,
- Web Marchand,
- Et le service de notifications par SMS (BADR SMS).

Ces outils constituent les fondements de la banque digitale moderne, permettant aux clients d'effectuer les principales opérations à distance. La présence d'un service Web Marchand indique également une ouverture vers le commerce électronique, ce qui représente une avancée notable dans le paysage bancaire public algérien.

Bien que cette offre apparaisse complète sur le papier, la suite du questionnaire permettra d'évaluer son accessibilité réelle, son adoption par la clientèle, ainsi que les éventuelles limites rencontrées dans son utilisation.

6.2 Technologies financières récemment intégrées

L'employé interrogé mentionne comme évolution récente la possibilité de vente d'actions, dans le cadre de l'ouverture du capital de certaines banques. Cela suggère que la BADR commence à s'inscrire dans une dynamique d'intégration d'outils liés à l'investissement, en s'inspirant du modèle des banques en ligne ou semi-digitalisées.

Même si cette avancée reste limitée par rapport à l'éventail des technologies offertes dans d'autres établissements (comme les plateformes de trading en ligne, l'agrégation de comptes, ou les robo-conseillers), elle représente un premier pas vers une diversification des services numériques au-delà de la simple gestion de compte.

Ce type d'évolution peut contribuer à renforcer l'attractivité de la BADR auprès de nouvelles clientèles, notamment les jeunes ou les investisseurs souhaitant accéder à des produits financiers plus modernes via des canaux digitaux.

6.3 Obstacles à l'adoption des technologies financières

Selon le retour de l'employé, deux principaux obstacles freinent l'adoption des technologies financières au sein de l'agence :

- Une difficulté d'adoption par certaines catégories de clients,
- Et un manque d'encadrement et de maîtrise en interne.

Ces éléments illustrent une problématique fréquente dans les banques publiques en phase de transformation digitale : la cohabitation entre une clientèle peu familiarisée avec les outils numériques (notamment les personnes âgées ou en zones rurales), et un personnel encore en cours de formation ou insuffisamment accompagné dans ce changement technologique.

La transition vers les *Fintech* ne peut réussir que si les deux volets *offre technique* et *capacité humaine* avancent de manière coordonnée. Le manque d'encadrement évoqué

pourrait également traduire des lacunes dans la stratégie de conduite du changement ou un déficit de communication interne.

6.4 Existence d'une application mobile performante et fonctionnelle

L'employé confirme que la BADR dispose d'une application mobile appelée My BADR. Cette réponse indique que l'établissement a franchi une étape importante dans sa digitalisation en proposant un canal mobile, qui est aujourd'hui un standard indispensable dans le secteur bancaire.

Cependant, la simple existence de l'application ne garantit pas sa performance ni sa convivialité. D'autres éléments, notamment le taux d'adoption par les clients, la fréquence d'utilisation, ainsi que la qualité du service (stabilité, fonctionnalités proposées, ergonomie), doivent être pris en compte pour juger de son efficacité réelle.

Il sera intéressant de confronter cette information avec les retours clients et les autres réponses du questionnaire interne, notamment concernant les difficultés rencontrées avec les services numériques.

6.5 Principales difficultés rencontrées dans la mise en œuvre des services numériques

L'employé cite comme principale difficulté la faible adhésion des clients aux services numériques proposés par la BADR. Ce constat reflète un enjeu majeur pour la banque, à savoir la mobilisation et l'acceptation par la clientèle des innovations technologiques.

Cette faible adoption peut être liée à plusieurs facteurs :

- une méconnaissance des outils digitaux,
- un manque de confiance dans les services en ligne,
- ou des habitudes ancrées dans les pratiques traditionnelles.

Ce point est en cohérence avec les obstacles évoqués précédemment, notamment le problème d'adaptation de certaines catégories de clients. Il souligne l'importance d'intensifier les campagnes de sensibilisation, ainsi que de développer une relation de confiance autour de la digitalisation.

6.6 Limitations géographiques d'accès aux comptes

L'employé indique qu'il n'existe pas de limitations géographiques empêchant les clients d'effectuer des opérations bancaires telles que les retraits ou virements entre agences situées dans différentes wilayas. Cette absence de restriction montre une volonté de fluidifier l'accès aux services bancaires sur l'ensemble du territoire, ce qui constitue un point positif pour la digitalisation et la mobilité des clients.

6.7 Formation des employés à l'utilisation des nouvelles technologies

Selon l'employé interrogé, le personnel de la BADR a été formé à l'utilisation des outils numériques, la réponse étant positive. Cette formation est un élément clé pour assurer une

bonne maîtrise des technologies financières en interne, et par conséquent, une meilleure qualité de service pour les clients.

La formation contribue également à lever les résistances internes au changement, facilite l'encadrement des clients dans l'adoption des services numériques, et favorise une dynamique d'amélioration continue.

6.8 Services absents à la BADR mais présents dans d'autres banques

L'employé répond que la BADR ne dispose pas encore de tous les services que proposent certaines banques concurrentes, qu'elles soient publiques, privées ou étrangères. Cette réponse, bien que générale, souligne une perception d'une offre encore incomplète ou moins diversifiée en matière de services numériques.

En effet, les banques privées tendent à proposer des innovations telles que les virements instantanés, les cartes bancaires internationales, ou encore les services de chat en ligne, qui ne semblent pas pleinement intégrés ou développés à la BADR. Ce retard relatif peut affecter la compétitivité de la BADR, surtout auprès d'une clientèle plus exigeante et connectée.

6.9 Perception du retard de la BADR en matière de digitalisation

À la question de savoir si la BADR est en retard par rapport aux autres banques en matière de digitalisation, l'employé répond "non", rejetant donc l'idée d'un écart significatif entre la BADR et ses concurrentes.

Il justifie sa réponse en expliquant que la banque devrait davantage se concentrer sur l'information et les techniques de vente. Cela suggère que, selon lui, les efforts de digitalisation sont en place, mais que leur impact pourrait être renforcé par une meilleure communication commerciale et une stratégie plus efficace de valorisation des services numériques existants.

Cette perception est intéressante, car elle indique que le retard de la BADR n'est pas nécessairement technologique, mais plutôt stratégique ou organisationnel. Il ne s'agirait donc pas uniquement d'innover, mais aussi de mieux promouvoir et exploiter les outils déjà déployés.

6.10 Améliorations souhaitées pour renforcer la compétitivité numérique de la BADR

L'employé interrogé met en avant la nécessité de se concentrer davantage sur l'information client et les techniques de vente pour améliorer la compétitivité numérique de la BADR. Cela indique que, selon lui, les outils numériques en place ne sont pas suffisamment valorisés auprès de la clientèle, et que des efforts doivent être faits non seulement sur la technologie, mais aussi sur la stratégie commerciale.

Ces pistes d'amélioration peuvent être regroupées en quatre axes principaux, comme présenté dans la figure suivante :

Tableau 9 : Axes d'amélioration proposés pour renforcer la compétitivité numérique de la BADR

Axe stratégique	Détail de l'amélioration proposée
Renforcement de la communication	Mieux informer les clients sur les services numériques
Valorisation commerciale	Mettre en avant les services digitaux comme atouts
Formation du personnel	Développer des techniques de vente adaptées au digital
Accompagnement du client	Offrir un suivi personnalisé dans l'usage des outils

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

Cette structuration met en évidence que la transformation digitale de la BADR ne doit pas seulement être technique, mais aussi humaine et stratégique, en plaçant le client au cœur du dispositif.

6.11 Projets en cours visant à améliorer l'offre numérique

L'employé mentionne qu'un projet est en cours pour améliorer le service "*WGB Marchand*", ce qui reflète une orientation concrète vers le renforcement des capacités numériques de la BADR. Le *WGB Marchand* est une solution permettant d'intégrer les paiements électroniques pour les commerçants, et son amélioration viserait à :

- faciliter les transactions en ligne,
- renforcer l'intégration des terminaux de paiement,
- et élargir les partenariats entre la banque et les acteurs du commerce électronique.

Cela montre que la BADR n'est pas passive face aux enjeux de la digitalisation, mais qu'elle engage des efforts ciblés, notamment pour capter une clientèle professionnelle et encourager l'économie numérique locale.

Ce type de projet est essentiel dans un contexte bancaire où la concurrence s'intensifie et où les banques doivent offrir des services flexibles, rapides et sécurisés, adaptés aux nouveaux comportements de consommation.

6.12 Facteurs clés de succès pour réussir la transformation digitale de la BADR

D'après l'employé interrogé, deux éléments sont essentiels pour assurer le succès de la transformation digitale de la BADR :

- ❖ L'assainissement des anciens dossiers financiers : il s'agit de moderniser, régulariser ou clôturer les dossiers anciens ou complexes afin de disposer d'une base de données fiable et cohérente. Cela est crucial pour le bon fonctionnement des systèmes numériques et pour garantir une gestion efficace et sécurisée.

- ❖ La formation du personnel : l'adoption des nouvelles technologies repose en grande partie sur la capacité du personnel à les maîtriser. Une stratégie de formation continue permettrait de renforcer les compétences internes et d'assurer une transition fluide vers les outils digitaux.

Ces deux axes montrent que la réussite de la digitalisation repose autant sur la modernisation des processus internes que sur le développement des ressources humaines.

Tableau 10 : Facteurs clés de succès identifiés pour la transformation digitale de la BADR

Facteur clé	Objectif visé
Assainissement des anciens dossiers	Améliorer la fiabilité des données et la gestion interne
Formation continue du personnel	Garantir une bonne maîtrise des outils numériques

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

Cette synthèse met en évidence une vision équilibrée entre la réforme organisationnelle et la montée en compétence des équipes. Ces leviers sont indispensables pour garantir l'appropriation durable des technologies financières.

6.13 Autres remarques ou suggestions pour améliorer les services numériques de la BADR

Dans cette section ouverte, l'employé formule une remarque brève mais significative : il insiste sur la nécessité « d'être prêt et à l'écoute du client ».

Cette réponse, bien que courte, souligne une orientation client comme pilier fondamental de la stratégie numérique. Elle peut être interprétée sous deux angles complémentaires :

- **Être prêt** : cela implique que la banque doit anticiper les évolutions technologiques, mettre à jour ses outils, et garantir la fiabilité de ses plateformes avant leur lancement.
- **Être à l'écoute du client** : cela fait référence à l'importance de recueillir régulièrement les besoins et attentes des usagers, afin d'adapter les solutions numériques de manière pertinente et personnalisée.

Ainsi, au-delà des aspects techniques, l'employé rappelle que la transformation digitale ne peut réussir sans une culture de service client forte, centrée sur la réactivité, la proximité et l'adaptabilité.

6.14 Défis rencontrés concernant l'utilisation du RIB/IBAN pour les transferts internationaux

Tableau 11 : Évaluation interne de l'accessibilité des transferts internationaux via la BADR

Élément évalué	Perception de l'employé
Compatibilité du RIB/IBAN avec les standards internationaux	Aucun problème signalé
Réception de virements en devises étrangères (euros, dollars, etc.)	Aucun problème signalé
Disponibilité de services numériques pour transferts depuis l'étranger	Aucun problème signalé
Clarté des informations fournies (BIC, IBAN, etc.)	Aucun problème signalé

Source : établie par nous-mêmes à partir de résultat de l'enquête

Cette figure montre une vision positive du système en place selon l'interne. Elle peut servir de point de comparaison avec les résultats du questionnaire client, pour mettre en évidence d'éventuels écarts de perception entre les deux parties.

7. Synthèse des résultats de terrain

Après avoir analysé les résultats du questionnaire adressé aux clients et à certains employés de l'agence BADR d'El Kseur, il est nécessaire de dresser une synthèse générale de l'étude de terrain afin de faire ressortir les principaux constats liés à l'usage des technologies financières (*Fintech*) au sein de cette agence, les obstacles rencontrés, ainsi que les perspectives futures.

Cette synthèse se structure autour de trois axes majeurs :

7.1 Enseignements issus du questionnaire client

Le questionnaire diffusé auprès de 30 clients a permis de collecter des données utiles sur leur profil, leur utilisation des services numériques et leurs attentes vis-à-vis des services digitaux.

- **Profil des répondants**

Les clients interrogés sont en majorité jeunes (86,7 % ont entre 18 et 35 ans), ce qui reflète une population connectée, familière avec les nouvelles technologies. La majorité sont des universitaires (83,3 %) et plus de la moitié sont clients récents (60 % depuis moins d'un an). Ce profil est important, car il laisse entendre une certaine attente d'innovation et de rapidité dans la relation bancaire.

- **Usage des services numériques**

Malgré ce profil jeune et éduqué, seulement 46,7 % des clients déclarent avoir utilisé l'application mobile ou le site de la BADR, et très peu d'entre eux l'utilisent régulièrement. L'usage reste principalement limité à la consultation de solde et à quelques virements ou paiements de factures. Par ailleurs, 76,7 % des clients n'utilisent pas de carte bancaire BADR, ce qui montre une faible pénétration des outils de base de bancarisation numérique, souvent en raison d'un manque d'information ou de sensibilisation.

- **Niveau de satisfaction et obstacles rencontrés**

La moitié des clients interrogés se déclarent peu ou pas satisfaits des services numériques proposés. Les remarques portent surtout sur :

- les bugs fréquents
- des problèmes de connexion ou d'accès
- des demandes répétitives de mot de passe jugées contraignantes

Ces obstacles techniques viennent freiner l'adoption de ces outils, même chez les jeunes usagers.

- **Attentes exprimées**

Les clients expriment de nombreuses attentes précises :

- plus de services en ligne, comme l'achat sur des sites e-commerce ou les paiements de factures
- plus de fonctionnalités mobiles, comme le suivi des cartes ou les virements simplifiés
- une meilleure sécurité et accessibilité

Ils sont également nombreux à souhaiter que la BADR renforce sa digitalisation pour rester compétitive face aux autres banques.

7.2 Perception des employés de la BADR

Les réponses obtenues du personnel (via la directrice) confirment en partie les constats évoqués par les clients, tout en mettant en lumière des problèmes internes plus profonds.

- **Services numériques disponibles**

Les employés confirment l'existence de plusieurs outils numériques déjà actifs à l'agence :

- l'application **My BADR**
- la plateforme **BADR Net**
- le **Web marchand** pour les commerçants

Cependant, l'usage de ces services reste limité, souvent en raison d'un manque de formation, d'un accompagnement insuffisant, et d'une infrastructure parfois obsolète.

- **Freins internes**

Parmi les difficultés internes mentionnées :

- Une faible culture numérique chez certains membres du personnel
- L'absence de mise à jour régulière des outils
- Des clients mal informés, ce qui rend difficile leur accompagnement
- Une comparaison défavorable par rapport à d'autres banques jugées plus avancées (BEA, CPA, etc.).

Malgré cela, les employés sont dans l'ensemble favorables à la modernisation de la banque, à condition de bénéficier de formations et de moyens techniques adaptés.

7.3 Enjeux croisés et axes d'amélioration

L'analyse croisée des deux questionnaires montre qu'il existe une volonté partagée de modernisation, mais que des écarts importants persistent entre l'offre disponible et son utilisation réelle.

- **Principaux constats partagés :**
 - Les clients et les employés souhaitent une digitalisation plus efficace
 - Les outils sont existants mais peu exploités
 - Il y a un besoin urgent de pédagogie, de communication et d'accompagnement
 - Le potentiel de la BADR est réel, mais les moyens humains et techniques sont encore insuffisants
- **Pistes concrètes d'amélioration :**
 - Mettre en place des formations internes continues pour les agents sur les outils *Fintech*
 - Créer une campagne d'information clients, via brochures, SMS, ou notifications via l'application ;
 - Investir dans l'amélioration technique des applications (stabilité, ergonomie, sécurité)
 - Étendre les services en ligne à des fonctions plus avancées : ouverture de compte en ligne, signature électronique, paiements e-commerce, etc.

Conclusion de la synthèse

Ce chapitre a permis de comprendre la réalité de l'intégration des Fintechs dans une agence bancaire locale, en croisant les perceptions des clients et des employés.

L'agence BADR d'El Kseur a déjà engagé un processus de digitalisation, mais celui-ci reste incomplet, freiné par des limitations techniques et humaines.

Le potentiel d'amélioration est important, à condition d'accompagner cette transition numérique avec une vision claire, une communication efficace, et des ressources adéquates. C'est dans ce cadre que seront proposées, dans la section suivante, des recommandations concrètes en lien avec les attentes du terrain.

Conclusion générale

Conclusion générale

L'émergence des technologies financières, ou *Fintech*, constitue l'un des bouleversements les plus marquants du secteur bancaire mondial. En Algérie, cette transition est encore en phase embryonnaire, mais elle amorce déjà des changements notables, notamment dans les banques publiques comme la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR). Nous avons pour objectif d'examiner l'impact de ces innovations à travers une étude ciblée de l'agence BADR d'El Kseur, dans la wilaya de Béjaïa.

Notre travail s'est articulé en deux parties complémentaires :

- Une partie théorique, dédiée à la compréhension des concepts liés à la *Fintech*, à son évolution, à ses principales composantes (paiements numériques, IA, *blockchain*...), ainsi qu'à l'analyse du système bancaire algérien et des enjeux de sa transformation digitale.
- Une partie pratique, appuyée par un stage effectué à l'agence d'El Kseur et par deux enquêtes distinctes : l'une auprès des clients, l'autre auprès des employés de la BADR.

Les résultats obtenus montrent que si la BADR a entamé une démarche de digitalisation (via des services comme BADR Net, l'application mobile My BADR, ou encore le e-paiement), l'adoption de ces outils reste limitée, en particulier auprès des clients les moins à l'aise avec les technologies. Les employés, quant à eux, identifient plusieurs obstacles majeurs :

- La faible adhésion d'une partie de la clientèle.
- Un déficit d'encadrement et de formation.
- Un manque de communication sur les services numériques disponibles.

Néanmoins, notre enquête révèle un potentiel d'amélioration important. La majorité des clients perçoivent positivement la digitalisation, y voyant des bénéfices en termes de rapidité, de confort et d'autonomie. Ils expriment des attentes claires : paiements mobiles, virements en ligne, consultation de compte en temps réel, voire accès à des crédits via des plateformes numériques. Cette dynamique montre que le terrain est propice à un développement plus poussé des *Fintechs*, à condition d'y investir en formation, en infrastructure, et en accompagnement du changement.

L'agence BADR d'El Kseur illustre ainsi les enjeux d'une digitalisation réussie à l'échelle locale. Pour renforcer sa compétitivité et son attractivité, la BADR doit moderniser ses outils digitaux, former davantage ses équipes, mettre en place une stratégie de communication ciblée, et développer une culture de confiance autour des outils numériques.

En conclusion, les *Fintechs* ne doivent pas être vues comme une menace pour les banques traditionnelles, mais comme un levier de transformation pour une offre bancaire plus moderne, plus accessible et plus inclusive. Leur bonne intégration permettrait non seulement d'élargir la base de clients, mais aussi de favoriser une inclusion financière réelle, notamment dans des régions rurales comme El Kseur.

Enfin, ce travail nous a permis de développer nos compétences théoriques et pratiques en finance et en innovation technologique. Le stage à la BADR et les enquêtes réalisées ont été une opportunité précieuse d'observer de près les mutations en cours dans le secteur bancaire algérien, et d'y réfléchir avec un regard analytique et critique.

Bibliographie

Bibliographie

- Alan T. Norman, 2020. Explication De La Technologie Blockchain Guide Ultime Du Debutant Au Sujet Du Portefeuille Blockchain, Mines, Bitcoin, Ripple, Ethereum. Tektime.132 pages.
- Algeria Fintech & E-Commerce Summit – Rapport 2023, n.d.
- Arner, Douglas W., Barberis, JanosBuckley, 2015. The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? Georgetown Journal of International Law 47, 1271–1319. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
- BADR BANQUE – Banque de l’Agriculture et du Développement Rural, n.d. URL <https://badrbank.dz/> (accessed 5.27.25).
- Barberis, J., 2016. The Fintech book: the financial technology handbook for investors, entrepreneurs and visionaries, First edition. ed. John Wiley & Sons, West Sussex. <https://doi.org/10.1002/9781119218906> 320 pages.
- Benahmed,2023, Ouidir, S.M., Nadjia, O., n.d. The Digital Transformation In Algeria’s Banking Sector: What Opportunities For The Country’s Economy?
- Chishti, S., Barberis, J., 2016. The fin tech book: the financial technology handbook for investors, entrepreneurs and visionaries. Wiley, Hoboken.
- Ennico, C.R., 2016. Crowdfunding Handbook. AMACOM, s.l.
- Étude sur le Marketing Digital, la Transformation Digitale et l’IA en Algérie (2025-2030) [WWW Document], n.d. URL <https://fr.linkedin.com/pulse/%C3%A9tude-sur-le-marketing-digital-la-transformation-digitale-chatel-xwehc> (accessed 5.9.25).
- Gupta, P., Tham, T.M., 2019. Fintech: the new DNA of financial services. Walter de Gruyter Inc, Boston. 540 pages.
- Hilpisch, Y.J., 2020. Artificial intelligence in finance: a Python-based guide, First edition. ed. O’Reilly Media, Inc., Sebastopol, CA. 475 pages.
- Intervalle, M., 2024. Loi 18-07 : les défis de la protection des données personnelles |. URL <https://intervalle-technologies.com/blog/loi-18-07-protection-donnees-personnelles/> (accessed 5.9.25).
- Jackson, E.M., 2004. The PayPal wars: battles with eBay, the media, the mafia, and the rest of planet Earth, 1st ed. ed. World Ahead Pub., Los Angeles, CA. 270 pages.
- Mohamed Belahcen, 2019. L’histoire des Fintechs [WWW Document]. URL <https://fr.linkedin.com/pulse/lhistoire-des-fintechs-mohamed-belahcen> (accessed 5.4.25).
- PricewaterhouseCoopers, 2017. Redrawing the lines: FinTechs growing influence on Financial Services [WWW Document]. PwC. URL <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/fintech-survey/report.html> (accessed 5.28.25).
- STENHOUSE, L.F.P., 2024. Fintechs [WWW Document]. La finance pour tous. URL <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-et-societe/nouvelles-economies/fintechs/> (accessed 4.3.25).
- Tang, N., 2024. P2P Lending and Mobile Payments: Disrupting Traditional Banking Systems and Expanding Financial Inclusion. JAEPS 11, 81–85. <https://doi.org/10.54254/2977-5701/11/2024106>
- The Organisation for Economic Co-operation and Development [WWW Document], 2025. . OECD. URL <https://www.oecd.org/en.html> (accessed 4.4.25).

Yahyaoui, A., Mouloudi, A., 2023. Financial technology innovation and its role in gaining a competitive advantage Case study of Agricultural and Rural Development Bank (BADR). DJEI 14, 175–199. <https://doi.org/10.34118/djei.v14i2.3414>

Logiciels

Google Forms : un outil de création de formulaires en ligne utilisé pour concevoir et diffuser le questionnaire d'enquête destiné exclusivement aux clients de l'agence BADR d'El Kseur, dans le but de collecter leurs avis et retours d'expérience de manière simple et centralisée.

Zotero : logiciel de gestion bibliographique utilisé pour enregistrer, classer et insérer automatiquement les références bibliographiques et les citations dans le mémoire, conformément aux normes académiques.

Microsoft Excel / Google Sheets : logiciels de tableur employés pour le traitement statistique des données collectées (tri des réponses, calculs, graphiques), facilitant ainsi l'analyse des résultats de l'enquête.

Scribens : correcteur en ligne gratuit d'orthographe et de grammaire française, utilisé pour améliorer la qualité linguistique des textes rédigés.

Liste des tableaux

Tableau 1 : Usages des technologies financières à la BADR	14
Tableau 2 : Opportunités vs défis des <i>Fintech</i> pour la BADR.....	16
Tableau 3 : Répartition des répondants selon le sexe	22
Tableau 4 : Répartition des répondants selon le secteur d'activité	23
Tableau 5 : Perception de la compétitivité technologique de la BADR par rapport à ses concurrents	24
Tableau 6 : Taux d'utilisation des services numériques (site internet et application mobile) de la BADR	25
Tableau 7 : Niveau de satisfaction des clients concernant les services numériques de la BADR	28
Tableau 8 : Intention des clients à voir de nouveaux services numériques proposés par la BADR	31
Tableau 9 : Axes d'amélioration proposés pour renforcer la compétitivité numérique de la BADR	43
Tableau 10 : Facteurs clés de succès identifiés pour la transformation digitale de la BADR ..	44
Tableau 11 : Évaluation interne de l'accessibilité des transferts internationaux via la BADR	45

Liste des figures

Figure 1 : Évolution chronologique de l'industrie <i>Fintech</i>	8
Figure 2 : Impact des Innovations Technologiques sur le Secteur Bancaire	8
Figure 3 : de l'organigramme de l'agence BADR d'EL-KSEUR « 369 »	20
Figure 4 : Répartition des répondants selon la tranche d'âge	22
Figure 5 : Répartition des répondants selon le niveau d'études.....	23
Figure 6 : Répartition des répondants selon l'ancienneté chez la BADR.....	24
Figure 7 : Fréquence d'utilisation des services numériques par les clients utilisateurs	26
Figure 8 : Raisons principales d'utilisation des services numériques de la BADR	27
Figure 9 : Avantages perçus des services numériques de la BADR selon les clients	29
Figure 10 : Taux de clients ayant rencontré des problèmes lors de l'utilisation.....	30
Figure 11 : Utilisation des services <i>Fintech</i> proposés par des entreprises hors banques	32
Figure 12 : Perception des clients sur le renforcement des services numériques à la BADR ..	33
Figure 13 : Perception de l'avenir des banques traditionnelles face à la montée des services <i>Fintech</i>	34
Figure 14 : Taux de possession d'une carte bancaire BADR parmi les clients interrogés	35
Figure 15 : Carte interbancaire classique de la BADR.....	37
Figure 16 : Carte bancaire interbancaire GOLD de la BADR	37
Figure 17 : Carte bancaire Mastercard Classique de la BADR.....	38
Figure 18 : Carte bancaire Mastercard Titanium de la BADR	38

Table des matières

Table des matières

Remercîments

Dédicaces

Sommaire

Liste des abréviations

Introduction générale	1
1.1 Importance du sujet.....	1
1.2 Problématique :.....	2
1.3 Choix de sujet.....	3
1.4 Méthodologie de la recherche.....	3
1.5 Plan de travail.....	4
Chapitre 1 : Généralités sur les Fintech et le secteur bancaire algérien	5
Section 1 : Généralités sur les <i>Fintech</i>.....	5
1.1 Définition de la <i>Fintech</i>.....	5
1.2 L'évolution des <i>Fintech</i>	6
1.2.1 Les débuts de l'automatisation bancaire (1960-2005).....	6
1.2.2 L'émergence des paiements mobiles et du <i>crowdfunding</i> (2005-2010)	6
1.2.3 La révolution des néo-banques et de l'investissement digital (2010-2015).....	7
1.2.4 <i>L'Open Banking</i> et l'essor de <i>l'Insurtech</i> (2015-2020)	7
1.2.5 L'accélération digitale et la finance décentralisée (2020 à aujourd'hui)	7
1.3 Innovations technologiques et impact sur les banques.....	8
1.3.1 Définition de l'innovations technologiques :	8
1.3.2 Digitalisation des services bancaires.....	9
1.3.3 L'essor des paiements numériques	9
1.3.4 L'impact des néo-banques	9
1.3.5 La <i>blockchain</i> et les cryptomonnaies.....	9
1.3.6 Intelligence artificielle et <i>Big Data</i>	9
1.3.7 Les défis pour les banques traditionnelles	10
Section 2 : Le système bancaire algérien face aux Fintech : Présentation du secteur bancaire algérien	10
2.1 Structure du système bancaire algérien.....	10
2.2 Réglementation et gouvernance bancaire	10
2.3 Défis et enjeux du secteur bancaire.....	11
2.4 Transformation numérique et défis des banques publiques	11
2.4.1 État de la transformation numérique dans les banques publiques	11

2.4.2 Les défis de la transformation numérique	11
2.4.3 Compétition avec les <i>Fintech</i>	12
2.4.4 Perspectives d'avenir	12
Chapitre 2 : L'impact des Fintech sur l'activité de la BADR	13
Section 1 : La digitalisation de la BADR.....	13
1.1 L'intégration des technologies financières dans les opérations de la BADR	13
1.2 Services numériques et modernisation des opérations	14
Section 2 : Les défis et opportunités des <i>Fintech</i> pour la BADR.....	15
2.1 Effets sur la compétitivité et l'offre de services	15
2.2 Obstacles à l'adoption des <i>Fintech</i>	15
Chapitre 3 : Étude de cas sur l'intégration des Fintech à l'agence BADR d'El Kseur....	17
Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil.....	17
1. Présentation et évolution de l'organisme d'accueil	17
1.1 Historique et évolution de l'organisme	17
1.2 Présentation de l'agence d'accueil	18
1.3 Les fonctions de l'agence.....	18
1.4 L'effectif	19
1.5 Les clients.....	19
1.6 La structure organisationnelle de l'agence EL-KSEUR « 369 »	19
Section 2 : Approche empirique et analyse des résultats d'enquête.....	20
2.1 Méthodologie de l'enquête.....	20
2.2 Objectifs de l'enquête	20
2.3 Échantillon et mode de collecte	21
2.4 Nature des données et traitement.....	21
2.5 Analyse des résultats du questionnaire client	21
2.5.1 Profil des répondants.....	22
2.5.2 Perception de la compétitivité technologique de la BADR	24
2.5.3 Utilisation des services numériques à la BADR.....	25
2.5.4 Fréquence d'utilisation des services numériques	25
2.5.5 Raisons d'utilisation des services numériques	26
5.6 Niveau de satisfaction vis-à-vis des services en ligne de la BADR	27
2.5.7 Avantages perçus des services en ligne de la BADR	28
2.5.8 Problèmes rencontrés lors de l'utilisation des services numériques.....	29
2.5.9 Attentes des clients concernant l'ajout de nouveaux services numériques	30

2.5.10 Utilisation de services <i>Fintech</i> hors secteur bancaire	31
2.5.11 Opinion des clients sur la nécessité de renforcer la stratégie numérique de la BADR..	32
2.5.12 Perception de l'avenir des banques traditionnelles face aux <i>Fintech</i>	33
2.5.13 Utilisation des cartes bancaires par les clients de la BADR	34
2.5.14 Utilisation des cartes bancaires et perception des clients.....	35
6. Analyse des réponses internes : perception des employés sur l'intégration des <i>Fintech</i> à la BADR.....	39
6.1 Services numériques actuellement proposés par l'agence	39
6.2 Technologies financières récemment intégrées.....	40
6.3 Obstacles à l'adoption des technologies financières	40
6.4 Existence d'une application mobile performante et fonctionnelle	41
6.5 Principales difficultés rencontrées dans la mise en œuvre des services numériques	41
6.6 Limitations géographiques d'accès aux comptes	41
6.7 Formation des employés à l'utilisation des nouvelles technologies.....	41
6.8 Services absents à la BADR mais présents dans d'autres banques	42
6.9 Perception du retard de la BADR en matière de digitalisation	42
6.10 Améliorations souhaitées pour renforcer la compétitivité numérique de la BADR.....	42
6.11 Projets en cours visant à améliorer l'offre numérique	43
6.12 Facteurs clés de succès pour réussir la transformation digitale de la BADR.....	43
6.13 Autres remarques ou suggestions pour améliorer les services numériques de la BADR .	44
6.14 Défis rencontrés concernant l'utilisation du RIB/IBAN pour les transferts internationaux	44
7. Synthèse des résultats de terrain.....	45
7.1 Enseignements issus du questionnaire client	45
7.2 Perception des employés de la BADR.....	46
7.3 Enjeux croisés et axes d'amélioration	47
Conclusion de la synthèse.....	47
 Conclusion générale	 48
Bibliographie	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Table des matières	
Liste des annexes	
Résumé	

Annexes

Liste des annexes

Annexe 1 : Questionnaire destiné aux clients de la BADR d'El Kseur

Annexe 2 : Questionnaire destiné aux employés de la BADR d'El Kseur

Annexe 1 : Questionnaire destiné aux clients de la BADR d'El Kseur

Informations personnelles

Quel est votre âge ?

- 18 – 35 ans
- 36 – 59 ans
- Plus de 60 ans

Vous êtes ?

- Homme
- Femme

Quel est votre secteur d'activité ?

- Commerce
- Éducation / Enseignement supérieur
- Fonction libérale
- Retraité(e)
- Sans emploi
- Agriculture
- Autre

Quel est votre niveau d'études ?

- Primaire
- Moyen (CEM)
- Secondaire (Lycée)
- Universitaire
- Autre

Relation avec la BADR

Depuis combien de temps êtes-vous client chez la BADR ?

- Moins d'un an
- 1 à 3 ans
- 3 à 5 ans
- Plus de 5 ans

La BADR est-elle compétitive (coût et qualité) dans les nouvelles technologies par rapport à ses concurrents ?

- Oui
- Moyennement
- Non
- Je ne sais pas

Utilisation des services numériques

7. Avez-vous déjà utilisé l'application mobile ou le site internet de la BADR pour vos opérations bancaires ?

- Oui
- Non

Si non pourquoi ?

Si oui, à quelle fréquence utilisez-vous les services numériques de la BADR (application ou site web) ?

- Tous les jours
- Une fois par semaine
- Une fois par mois
- Rarement
- Jamais

Si vous avez répondu "Oui" à la question 7, pour quelles principales raisons utilisez-vous l'application mobile ou le site internet de la BADR ?

- ☐ Consulter mon compte
- ☐ Effectuer des virements
- ☐ Payer des factures
- ☐ Demander un prêt
- ☐ Suivre les opérations liées à ma carte bancaire
- ☐ Autre

Êtes-vous satisfait(e) des services en ligne de la BADR ?

- Très satisfait(e)
- Assez satisfait(e)
- Peu satisfait(e)
- Pas du tout satisfait(e)

Quels sont, selon vous, les avantages des services en ligne de la BADR ? (plusieurs choix possibles)

- ☐ Gain de temps

- ☐ Facilité d'utilisation
- ☐ Sécurité
- ☐ Accessibilité à tout moment
- ☐ Autre

Avez-vous déjà rencontré des problèmes en utilisant les services en ligne ?

- **Oui**
- **Non**

Si oui, merci de préciser le ou les problèmes rencontrés

Perspectives et attentes

Souhaitez-vous que la BADR ajoute de nouveaux services en ligne ?

- **Oui**
- **Non**

Si oui, lesquels ?

Avez-vous déjà utilisé des applications ou services d'autres entreprises (hors banques) pour payer, envoyer de l'argent, emprunter, etc. ?

- **Oui**
- **Non**

Selon vous, la BADR doit-elle renforcer encore plus ses services numériques pour rester compétitive ?

- **Oui**
- **Non**

À votre avis, quel sera l'avenir des banques traditionnelles face aux services numériques (*Fintech*) ?

- ☐ Elles vont collaborer avec ces services
- ☐ Elles vont devenir concurrentes
- ☐ Les banques traditionnelles risquent de disparaître

☐ Il y aura une réduction du personnel dans les agences (guichets, conseillers, etc.)

☐ Autre

Carte bancaire et choix

Utilisez-vous une carte bancaire de la BADR ?

- **Oui**
- **Non**

Si oui, laquelle ?

Et pour quelles raisons avez-vous choisi cette carte ?

Annexe 02 : Questionnaire destiné aux employés de la BADR d'El Kseur

Partie 1 : Digitalisation et services offerts

Quels sont actuellement les principaux services numériques (Fintech) proposés par votre agence ?

(Exemples : e-banking, virements en ligne, notifications des opérations bancaires par SMS, consultation de solde, etc.)

Quelles technologies financières ont été récemment intégrées au sein de votre agence ?

(Par exemple : la possibilité d'investir en ligne, ou d'acheter des actions d'entreprises)

Quels sont les principaux obstacles à l'adoption des nouvelles technologies au sein de la BADR ?

La BADR dispose-t-elle d'une plateforme en ligne ou d'une application mobile performante et fonctionnelle ?

- **Oui**
- **Non**

Si non, pourquoi ?

Partie 2 : Contraintes et difficultés rencontrées

Quelles sont les principales difficultés rencontrées dans la mise en œuvre ou le développement des services numériques ?

☐ Infrastructure informatique insuffisante

☐ Manque de formation du personnel

☐ Faible adhésion des clients

☐ Contraintes réglementaires

☐ Problèmes de sécurisation des plateformes/applications

☐ Autre

Existent-elles des limitations géographiques d'accès aux comptes bancaires ?
(Ex. : impossibilité pour un client d'effectuer certaines opérations dans une autre wilaya)

- Oui
- Non

Si oui, pourquoi ?

Les employés ont-ils été formés ou accompagnés dans l'utilisation des nouvelles technologies ?

- Oui
- Non
- Partiellement

Selon vous, quels sont les services présents dans d'autres banques (publiques, privées ou étrangères), mais absents à la BADR ? (Exemples : virements instantanés, carte bancaire internationale, chat en ligne, etc.)

Pensez-vous que la BADR est en retard par rapport aux autres banques en matière de digitalisation ?

- Oui
- Non

Pourquoi ?

Quelles améliorations souhaiteriez-vous voir pour rendre la BADR plus compétitive sur le plan numérique ?

Partie 4 : Vision et perspectives

Avez-vous connaissance de projets en cours visant à améliorer l'offre numérique de la BADR ?

À votre avis, quels sont les facteurs clés de succès pour réussir la transformation digitale de la BADR ?

Autres remarques ou suggestions pour améliorer les services numériques de la BADR :

Selon votre expérience, quels sont les principaux défis rencontrés par les clients de la BADR concernant l'utilisation du RIB (ou IBAN/BIC) pour les transferts internationaux ?

☐ Problèmes de format ou d'harmonisation du RIB (non conforme à l'IBAN international)

☐ Difficultés à recevoir des transferts en euros ou en dollars sur un compte BADR

☐ Absence d'application ou de service de transfert depuis l'étranger (type ETF)

☐ Manque de clarté des informations (BIC, IBAN, etc.) pour les correspondants étrangers

☐ Autre

Résumé : Ce mémoire porte sur l'impact des technologies financières (*Fintech*) sur la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), avec une étude de cas appliquée à l'agence d'El Kseur, située dans la wilaya de Béjaïa. Dans un contexte de transformation numérique globale du secteur bancaire, cette recherche analyse à la fois les progrès réalisés en matière de digitalisation des services et les freins rencontrés sur le terrain. Grâce à une approche combinant cadre théorique, stage pratique et enquêtes par questionnaires, l'étude révèle un écart entre les outils numériques disponibles et leur réelle adoption par les clients. Des obstacles tels que le manque de formation, la faible communication et la méfiance technologique freinent encore la généralisation des *Fintech*. Toutefois, les résultats montrent aussi une ouverture des clients à ces innovations, à condition qu'un accompagnement adapté soit mis en place. Des recommandations concrètes sont proposées pour renforcer la stratégie numérique de la BADR et favoriser une inclusion financière plus large, notamment dans les zones rurales.

Mots-clés : *Fintech*, BADR, digitalisation bancaire, innovation financière, clients bancaires, Algérie.

Abstract : This thesis explores the impact of financial technologies (*Fintech*) on the Bank of Agriculture and Rural Development (BADR), through a case study conducted at the El Kseur branch, located in the Béjaïa province. In a context of widespread digital transformation in the banking sector, the research analyzes both the progress made in digitalizing services and the obstacles encountered on the ground. Using a mixed-method approach combining theoretical framework, internship experience, and field surveys, the study highlights a gap between the digital tools offered and their actual use by customers. Barriers such as lack of training, limited communication, and distrust in technology still hinder the widespread adoption of *Fintech*. However, findings also reveal a growing openness among clients, provided they are adequately supported. Concrete recommendations are proposed to strengthen BADR's digital strategy and promote greater financial inclusion, particularly in rural areas.

Keywords: *Fintech*, BADR, banking digitalization, financial innovation, banking clients, Algeria.

ملخص : يتناول هذا البحث تأثير التقنيات المالية (*Fintech*) على بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، من خلال دراسة ميدانية في وكالة البنك ببلدية القصر، ولاية بجاية. في ظل التحول الرقمي الذي يشهده القطاع البنكي، تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مستوى الرقمنة في خدمات البنك والصعوبات التي تواجه اعتماد هذه الخدمات من طرف الزبائن. بالاعتماد على منهج يجمع بين الإطار النظري، والتدريب الميداني، واستبيانات موجهة للعملاء والموظفين، تكشف النتائج عن وجود فجوة بين توفر الخدمات الرقمية وتبنيها الفعلي من قبل المستخدمين. ويُعزى ذلك إلى عدة عوامل، من بينها ضعف التكوين، وقلة التواصل، وانعدام الثقة في التكنولوجيا. ومع ذلك، أظهرت الدراسة وجود رغبة حقيقية لدى الزبائن في استخدام هذه الابتكارات، شريطة توفير الدعم والمراقبة اللازمة. وتُختتم الدراسة بجملة من التوصيات العملية لتعزيز استراتيجية BADR الرقمية وتوسيع الشمول المالي، خاصة في المناطق الريفية.

الكلمات المفتاحية: التقنيات المالية، BADR، الرقمنة البنكية، الابتكار المالي، زبائن البنوك، الجزائر.