

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de gestion

Département des Sciences financière et comptabilité

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de

MASTER II EN SCIENCES FINANCIERE ET COMPTABILITE

Option : FINANCE D'ENTREPRISE

L'INTITULÉ DU MEMOIRE

L'impact de la numérisation des services financiers sur l'activité bancaire

-cas de la BADR Banque-

Préparé par

- DJELLEDJ Mohamed.
- BENAZZOUG Nassim.

Dirigé par :

Dr AZRI KHOUKHA Epse MEKLAT

Date de soutenance :

Jury :

Président : Belhocine . H

Examineur : Felfoul. S

Année universitaire : 2024/2025

Remerciements

Nous remercions Dieu, le tout puissant de nous avoir donné la force et la volonté d'accomplir ce travail.

*Que ces quelques lignes soient l'expression de notre profonde reconnaissance à tous ceux qui nous ont aidés de près ou de loin dans notre travail et plus essentiellement: Nous tenons à remercier notre enseignante et encadreur **Dr AZRI KHOUKHA Epse MEKLAT**, docteur en économie, maître de conférences à la faculté SEGC université de Bejaia.*

*Ainsi que, **Mr BENHALOULOU SALIM** directeur de l'Agence **BADR de Seddouk**, pour leurs aides, leurs conseils, leurs encouragements et leurs disponibilités dans ce projet.*

Dédicaces

Je dédie ce travail à:

À la femme qui a souffert sans me laisser souffrir, Qui me soutient au quotidien, Qui a toujours cru en moi, Qui n'a jamais dit non à mes exigences, Qui m'a toujours fait confiance, Et sans qui je ne serais pas là aujourd'hui: mon adorable mère.

À l'homme, mon précieux offre du dieu, Qui doit ma vie, ma réussite et tout mon respect: mon cher père.

À ma fiancée AHLAM qui n'a pas cessé de me conseiller, encourager tout au long de mes études.

À ma famille du sang: Sarah ma sœur et Abdelkader mon frère, Sara, Mazigh, Adem, Abdelkader et Ghilas mes cousins, Adouda ma grande mère, mon oncle Hachemi ainsi que mes tentes Farida et Malika. Que dieu les protège et leurs offre la chance et le bonheur.

Enfin à toutes les personnes qui me sont chères, toutes les personnes qui, par un mot, m'ont donné la force de continuer.

MOHAMED

Dédicaces

À mes chers parents,

*Pour vos sacrifices silencieux, votre amour inconditionnel, vos prières quotidiennes
et votre soutien sans faille.*

Ce mémoire est le fruit de vos efforts autant que des miens.

À ma sœur adorée, SAMIA

*Pour ta tendresse, ta présence discrète mais toujours rassurante, et tes mots
d'encouragement au bon moment.*

À ma femme, LINA

*Pour ta patience, ta compréhension, et ta force tranquille qui m'a porté dans les
moments les plus durs.*

Merci pour ton amour, ton soutien indéfectible et ta foi en moi.

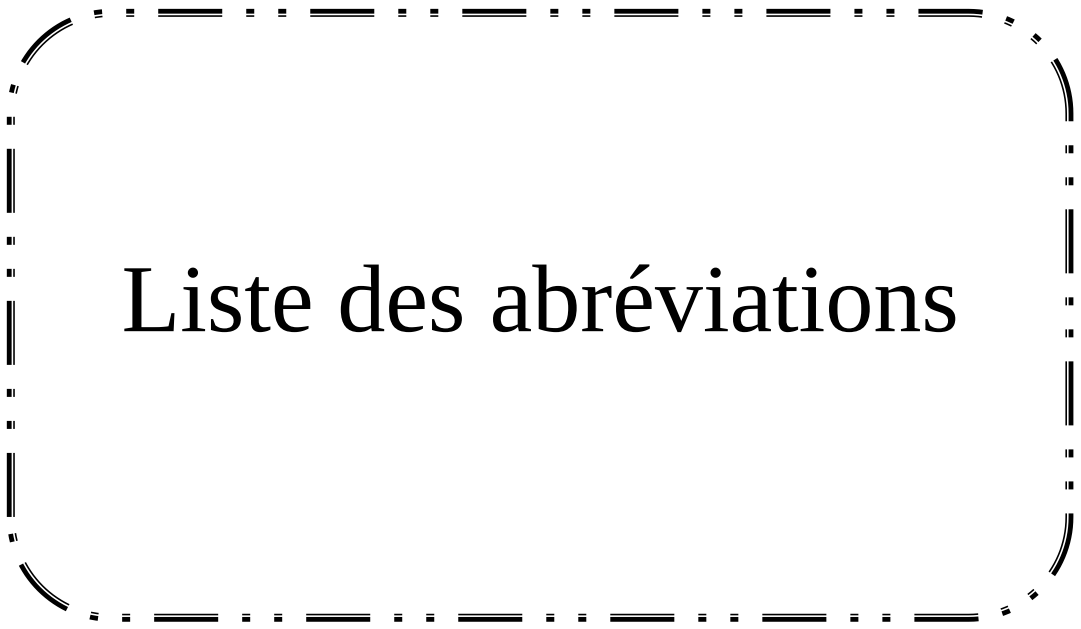
À mes amis, BILLAL, AMAR, OUASSIM, MOUMOUH

*Pour votre complicité, vos encouragements, et les instants de légèreté qui ont
permis de garder le cap.*

Merci d'avoir été là, tout simplement.

Je vous dédie ce travail, avec tout mon amour et ma reconnaissance.

NASSIM



Liste des abréviations

Liste des abréviations :

Abréviations	Significations
ABEF	Association des Banques et des Établissements Financiers
BADR	Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
BA	Banque d'Algérie
CIB	Carte Interbancaire (carte de paiement et retrait domestique en Algérie)
DAB	Distributeur Automatique de Billets
GAB	Guichet Automatique de Banque
GIE	Groupement d'Intérêt Économique (ex. GIE Monétique)
PME	Petites et Moyennes Entreprises
SATIM	Société Algérienne des Titres et Instruments de Marché
TPE	Terminal de Paiement Électronique



Sommaire

SOMMAIRE

Introduction générale.....	1
Chapitre I: Généralités et concepts clés : numérisation des services financiers et l'activité bancaire	4
Section 01 : Définition des concepts clés	4
Section 02 :Impact de la numérisation sur l'activité bancaire	6
Section 03 : Historique et évolution du système bancaire algérien face à la numérisation : cas de la BADR	7
ChapitreII: impact de la numérisation des services bancaires sur l'activité et la perception de la clientèle de la BADR, agence SEDDOUK.....	9
Section 01 : familiarisation et Analyse statistique des données.....	9
Section 02 : Analyse et interprétation des résultats de la recherche.....	15
Conclusion générale	33



Introduction Générale

Introduction

Dans un environnement en constante évolution, marqué par l'essor des technologies numériques, les institutions financières doivent adapter leurs modèles d'affaires pour rester performantes et pertinentes.

Depuis quelques années, le monde connaît une transformation profonde de ses secteurs économiques, avec une orientation croissante vers la digitalisation. À l'instar d'autres domaines, le secteur bancaire n'échappe pas à cette mutation, désormais axée sur l'automatisation, l'accessibilité en ligne et l'expérience utilisateur. La numérisation des services financiers, allant de la banque en ligne à l'automatisation des opérations, en passant par les applications mobiles et l'intelligence artificielle, s'impose comme un levier stratégique incontournable. Cette transition vise non seulement à améliorer l'expérience client, mais aussi à optimiser les processus internes, renforcer la sécurité des transactions et accroître la compétitivité des établissements bancaires. Elle redéfinit en profondeur le modèle économique traditionnel, touchant à la fois l'interaction banque-client, la gestion interne et l'offre de produits et services.

En Algérie, la numérisation du secteur bancaire s'inscrit dans une dynamique nationale de modernisation économique. Face à la démocratisation de l'Internet et à la généralisation des smartphones, les banques algériennes, publiques comme privées, ont entamé une transition progressive vers la digitalisation de leurs services. Cette évolution vise à réduire la circulation du cash, à renforcer la transparence et à améliorer la qualité de service offerte aux clients. Des initiatives telles que l'introduction de la carte interbancaire (CIB), le développement des guichets automatiques de banque (GAB), la multiplication des terminaux de paiement électronique (TPE) et la mise en place de plateformes de banque en ligne témoignent de cette volonté d'innovation. Cependant, la numérisation en Algérie reste confrontée à des défis structurels : adoption encore limitée des services digitaux par la population, infrastructures techniques inégales et nécessité d'une montée en compétences des ressources humaines. Malgré ces obstacles, la digitalisation s'accélère, portée par les réformes réglementaires et l'engagement des banques à moderniser leurs offres pour répondre aux attentes d'une clientèle de plus en plus connectée.

Problématique et questions subsidiaires

L'objectif de notre recherche est de répondre à la problématique suivante :
« Quel est l'impact de la numérisation des services financiers sur l'activité d'une banque en Algérie, plus précisément au sein de la BADR de SEDDOUK ? »

Pour appréhender cette problématique dans sa globalité, il est nécessaire de s'interroger sur plusieurs aspects, notamment :

- En quoi consiste la numérisation ?
- Comment se manifeste la numérisation des services financiers et quel est son impact sur l'activité d'une banque en Algérie ?
- Quelles sont les particularités de la numérisation à la BADR, notamment en termes de services proposés et de modernisation des processus internes ?
- Comment la BADR, à travers ses agences (exemple de Seddouk), met-elle en œuvre concrètement la digitalisation dans la pratique quotidienne ?
- Quels sont les retours du personnel et des clients de la BADR sur l'utilisation des services numériques ?
- Quels sont les obstacles rencontrés et les leviers d'amélioration identifiés dans la pratique de la numérisation à la BADR ?

Hypothèses de recherche

À partir de ces questionnements, les hypothèses suivantes sont formulées :

- H1 : La numérisation des services financiers n'a aucun impact sur l'activité bancaire de la BADR.
- H2 : Le rôle de la numérisation est très important dans le domaine bancaire, en rendant les services financiers de la BADR plus accessibles, efficaces et sécurisés pour l'ensemble de la clientèle, quels que soient le lieu et le moment.
- H3 : La mise en œuvre de la numérisation à la BADR permet d'améliorer la satisfaction des clients et l'efficacité opérationnelle, mais demeure confrontée à des défis spécifiques liés à l'infrastructure, à la formation du personnel et à l'adoption par la clientèle.

Objectifs et méthodologie de travail

L'objectif principal de cette étude est d'expliquer le concept de la numérisation des services financiers et d'analyser son impact sur l'activité bancaire, en prenant comme cas pratique la BADR, notamment l'agence de Seddouk. Notre démarche repose sur :

- Une recherche documentaire pour établir le cadre théorique et contextuel de la numérisation bancaire (élaboration des cinq pages de théorie).
- Une approche qualitative, basée sur des entretiens avec le personnel de la BADR et l'analyse de documents internes (rapports, textes réglementaires).
- Une approche quantitative, à travers une enquête menée auprès de 170 clients (particuliers et entreprises) de l'agence Seddouk, via un questionnaire structuré.
- L'analyse de données secondaires, telles que les statistiques de la BADR sur les cartes bancaires, TPE, etc.

Ce travail vise ainsi à évaluer, à partir d'une expérience de terrain (stage d'un mois à la BADR Seddouk), la réalité de la digitalisation bancaire en Algérie, ses enjeux, ses résultats et ses perspectives d'amélioration, en croisant théorie et pratique.

Plan de travail

Afin de mener à bien notre travail, nous avons reparti notre travail comme suit :

- L'**introduction** présente le contexte de l'étude et met en évidence l'importance du sujet ;
 - **Chapitre 01** concerne Contexte et cadre méthodologique de recherche; nous allons procéder à l'explication de la méthodologie suivie dans le cadre de l'étude empirique.
 - **Chapitre 02 qui et le plus important**, porte sur l'analyse et l'interprétation des résultats dans laquelle nous allons répondre à la problématique posée
 - La **conclusion** expose les résultats de la recherche ainsi que les limites rencontrées lors de l'étude et quelques recommandations sont proposées pour améliorer la recherche et permettre de futures investigations.



Chapitre I

Chapitre I : Généralités et concepts clés : numérisation des services financiers et l'activité bancaire

Introduction

Dans un contexte où la transformation numérique s'impose comme un levier incontournable de modernisation, le secteur bancaire algérien se trouve au cœur de profondes mutations. Ce premier chapitre vise à poser les bases conceptuelles et théoriques nécessaires à la compréhension des enjeux liés à la numérisation des services financiers et à son impact sur l'activité bancaire. Nous commencerons par clarifier les notions essentielles telles que la digitalisation, l'activité bancaire et le fonctionnement du système bancaire algérien. Ensuite, nous analyserons les effets de la numérisation sur les produits, la relation client et l'organisation interne des banques. Enfin, une attention particulière sera portée à l'évolution de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR), qui constitue le cas d'étude de ce mémoire, afin d'illustrer concrètement l'intégration des technologies numériques dans le contexte bancaire national.

Section 01 : Définition des concepts clés

1.1 Généralités sur l'activité bancaire :

Une banque est une institution financière, fournissant des services bancaires, définit juridiquement par l'ordonnance 03-11 du 26 aout 2003 modifiée et complétée par l'ordonnance 10-04 du 26 aout 2010 relative à la monnaie et au crédit¹ comme étant une personne morale qui effectue à titre de profession habituelle et principalement les opérations de banques.

En de l'ordonnance suscitée, Les opérations de banque comprennent la réception de fonds du public, les opérations de crédit ainsi que la mise à disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci.

¹ L'ordonnance 03-11 du 26 aout 2003 modifiée et complétée par l'ordonnance 10-04 du 26 aout 2010 relative à la monnaie et au crédit

1.2 Aperçu sur le système bancaire algérien :

La structure du secteur bancaire algérien comprend un nombre d'institutions qui par leur fonction intègre directement et/ou indirectement le système bancaire, il s'agit de : la Banque d'Algérie dénommée BA, les banques commerciales publiques et privées, et les établissements financiers.

Plus précisément, le secteur bancaire algérien comprend vingt (21) banques, dirigées par six (7) banques commerciales publiques qui couvrent 70% des actifs du secteur, tandis que les 30% restants sont détenus par les quatorze (14) autres banques étrangères. La mission principale de toutes ces banques est de soutenir l'investissement et la croissance de plusieurs entreprises nationales et multinationales. Avec la propagation de l'internet dans le pays, certaines banques ont inclus des solutions de base de banque électronique dans leurs services afin de réduire l'utilisation et la circulation de l'argent liquide sur le marché, d'offrir plus de fonctionnalités aux clients et de renforcer l'image de modernité du secteur bancaire algérien sur le marché international. Conscient de ces déficiences, le Gouvernement a voulu offrir quelques remèdes en créant un certain nombre d'institutions qui ont pour missions d'accompagner les banques dans la modernisation du système bancaire entre dans le pays, notamment la SATIM et le GIE monétique.

1.3 Définition et enjeux de la numérisation des services financiers :

Le concept numérisation appelée également digitalisation, c'est le fait de convertir vers le digital à l'aide des technologies.

Dans le secteur financier, La numérisation désigne l'application des technologies numériques aux services financiers, combinant les services financiers traditionnels avec la technologie moderne pour améliorer l'accès, l'efficacité, et la commodité pour les utilisateurs. Selon BAUD & DURAND, 2020², c'est l'intégration progressive des technologies numériques dans la chaîne de valeur des services bancaires avec pour finalités de transformer les processus internes, les produits offerts et l'interaction avec les clients.

² BAUD & DURAND, 2020 Anne Baud et Gérard Charpentier « Techno-féodalisme » : Critique de l'économie numérique

Selon Baud et Durand 2020, la numérisation ne se limite pas à l'introduction des outils de la technologie mais touche les produits, les canaux, les clients et l'organisation interne de la banque.

Les enjeux liés à la numérisation sont multiples, on cite l'amélioration de la qualité de service, la réduction des coûts, et l'optimisation des processus internes. Dans le secteur bancaire, la numérisation se manifeste notamment par l'émergence des cartes bancaires et des TPE pour les paiements sans l'utilisation d'espèces, des plateformes de banque en ligne et à distance accessibles depuis des applications mobiles et des sites web, permettant aux clients d'effectuer des opérations courantes (demande de chéquier, consultation de solde, virements, paiements, etc.) en quelques clics, sans aucun déplacement en agence, et l'automatisation des opérations bancaires. Ces outils permettent aux établissements bancaires d'offrir des services plus accessibles 24h /24, avec plus d'efficacité et de rapidité par rapport aux modèles traditionnels.

Comme enjeux, on cite : amélioration de la qualité de service, réduction des coûts, optimisation des processus internes, elle permet également aux banques de renforcer leur proximité avec leurs clients tout en rationalisant leur réseau d'agences physiques.

Section 02 : Impact de la numérisation sur l'activité bancaire

La numérisation des services bancaires transforme en profondeur l'activité bancaire, tant sur le plan opérationnel que stratégique.

2.1 Sur les produits et services :

La numérisation transforme en profondeur la conception et la structuration des produits et services bancaires, cela en proposant des services personnalisés selon le profil et la volonté du client, accessible 24h /24 via des applications et des sites web avec facilité d'utilisation et dans peu de temps.

2.2 Sur la relation client :

La relation client correspond aux techniques et outils mises en œuvre afin de capter, traiter ou encore analyser les informations en relation avec notre client. En effet, son ressenti va être déterminant dans la façon dont il va parler de sa banque.

La numérisation favorise une interaction plus fluide, plus rapide et plus directe entre la banque et ses clients. Elle permet de proposer des services personnalisés et d'améliorer l'expérience client, grâce à l'exploitation des données comportementales et transactionnelles, pour garder les clients fidèles et les rendre satisfaits. De ce fait, les applications mobiles et les interfaces en ligne offrent une accessibilité et une facilité d'utilisation qui renforcent l'engagement client.

2.3 Sur l'organisation interne des banques :

La numérisation engendre des changements profonds au sein l'organisation interne des banques, elle permet l'automatisation d'un certain nombre des tâches répétitives, de simplifier les procédures internes, de réduire la charge administrative.

2.4 Sur le plan opérationnel

La numérisation permet un traitement rapide des informations, ce qui optimise ainsi la prise de décision et la gestion des risques. Aussi, l'automatisation de processus réduit les délais et les erreurs.

Section 03 : le processus de numérisation chez la BADR :

La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) a été créée en 1982 par décret (N° 82-106)³ comme une société par actions dédiée au financement du secteur agricole et au développement rural en Algérie [Initialement, la BADR s'est concentrée sur l'ouverture d'agences dans les zones rurales et le soutien à l'agro-industrie, avec un réseau passant de 140 agences à plus de 330 aujourd'hui, et un effectif de près de 8 000 employés

Dans les années 1990, avec la loi 90/10⁴ qui a mis fin à la spécialisation des banques, la BADR a élargi ses activités à d'autres secteurs comme les PME tout en restant un acteur clé du financement agricole. C'est aussi à cette période que la banque a commencé à intégrer les technologies informatiques, notamment avec la mise en place en 1992 du logiciel « SYBU » pour la gestion des opérations bancaires (prêts, caisse, consultation à distance

³ Décret (N° 82-106)

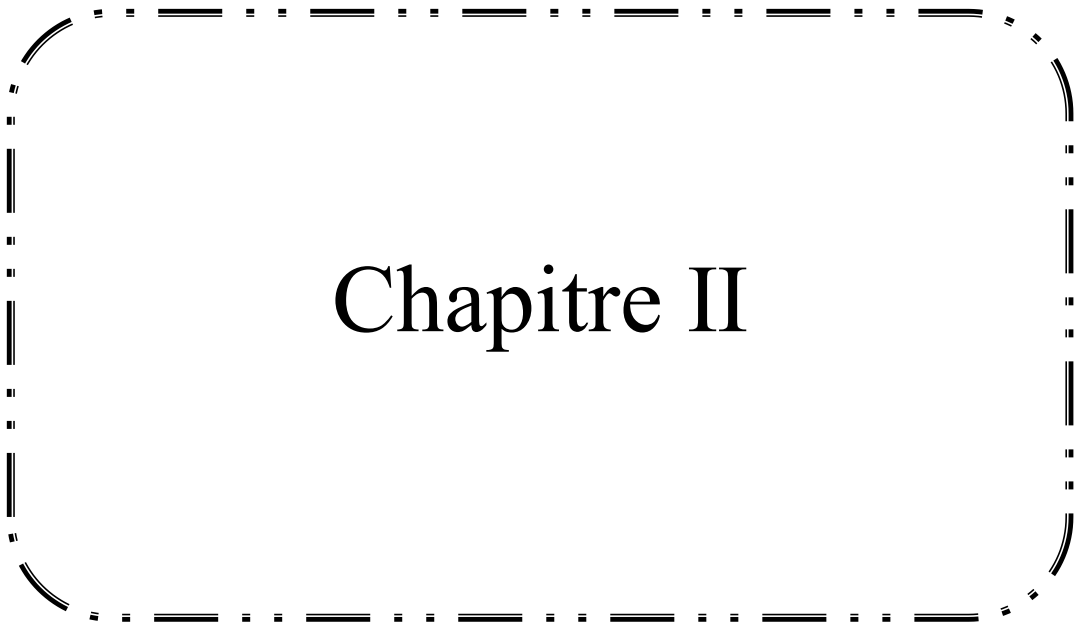
⁴ la loi 90/10

La digitalisation s'est accélérée dans les années 2000 avec la généralisation de la norme « Banque Assise » et l'introduction progressive de services numériques pour améliorer la sécurité, la rapidité et l'efficacité des opérations. La BADR a aussi adopté des moyens de paiement modernes comme les cartes bancaires, les distributeurs automatiques (DAB/GAB) et les terminaux de paiement électronique (TPE), bien que la monétisation et la maîtrise de ces technologies aient connu un certain retard en Algérie.

Pour accompagner cette transformation, la BADR a intégré un nouveau système d'information qui facilite la gestion et la sécurité des transactions, tout en développant des services adaptés aux besoins de ses clients dans le secteur agricole et rural. Elle a également lancé des initiatives comme la finance islamique en 2017 pour diversifier son offre. “ ***La réalisation réside dans la pratique*** ” Bouddha.

Conclusion

En somme, ce premier chapitre a permis de mettre en lumière l'importance croissante de la numérisation dans le secteur bancaire algérien, tant au niveau des concepts fondamentaux que de l'évolution des pratiques et des structures. L'exemple de la BADR illustre comment une institution financière peut s'adapter aux nouveaux défis technologiques pour répondre aux attentes de sa clientèle et améliorer son efficacité opérationnelle. Ces éléments théoriques et contextuels constituent le socle sur lequel s'appuiera l'analyse empirique menée dans le chapitre suivant, qui porteront sur l'impact concret de la numérisation sur l'activité et la perception des clients de la BADR, agence de Seddouk.



Chapitre II

Chapitre II: impact de la numérisation des services bancaires sur l'activité et la perception de la clientèle de la BADR, agence SEDDOUK

Introduction

Le présent chapitre vise à analyser de manière empirique l'impact de la numérisation sur l'activité de la BADR Banque, en se focalisant sur l'agence locale de Seddouk. Après avoir défini les concepts clés et exposé les transformations globales du secteur bancaire à l'ère du numérique dans le chapitre précédent, il est désormais essentiel d'évaluer concrètement la portée de ces évolutions dans un contexte local.

Cette analyse s'appuie sur deux sources principales : d'une part, des données statistiques relatives à l'évolution des services numériques au sein de l'agence (cartes bancaires, TPE, application My BADR, etc.), et d'autre part, une enquête menée auprès de 170 clients (particuliers et entreprises). À travers cette double approche, nous chercherons à cerner le niveau de familiarisation des clients avec les outils numériques, leur degré de satisfaction ainsi que la manière dont ces innovations influencent leurs comportements bancaires. Il s'agira également d'interroger la perception générale des clients vis-à-vis du numérique et son effet sur leur relation avec la banque.

Section 01 : familiarisation et Analyse statistique des données de l'enquête :

Cette section vise à présenter les principaux services numérique offerts par l'agence BADR Seddouk et à analyser quelques données statistique clé. Elle permet de mieux comprendre le contexte dans lequel s'inscrit notre enquête de terrain.

1.1 Étape de familiarisation de processus de la banque :

Avant de commencer notre étude, il est nécessaire de citer les services bancaires de la BADR. Chaque agence possède d'une Guichet Automatique de Banque (GAB) c'est est un automate qui fonctionne 24h/24h en libre-service. Il permet au porteur d'une carte après avoir taper son code confidentiel, d'effectuer sans intervention du personnel de la banque, de nombreuses opérations tel que: la consultation de solde, la demande de chéquier, demande de RIB, l'exécution des virements au sein de la même banque, les versements et retraits d'espèces même

si le guichet appartient à un autre réseau. Il existe aussi quelque banque digitale liée généralement à des agences les plus proches, on cite celle d'Amirouche, Alger.

La première relation entre le client et sa banque est : la création d'un compte, dont le type est selon sa demande, on trouve un compte chèque, un compte commercial et un compte épargne avec ou sans intérêts. Après la création d'un compte, une demande d'une carte bancaire demeure essentielle pour faciliter les retraits et paiements. Pour les cartes bancaires il existe:

- Les cartes bancaires domestiques, dont les paiements / retraits se fassent au niveau national comme expliqué dans le tableau ci-après,
- Il existe aussi les cartes islamiques qui sont destinées aux clients détenteurs d'un compte islamique, et les cartes TAWFIR qui ne sont plus commercialisées mais les anciennes sont toujours en cours de validité, sont adossées au compte Livret épargne avec ou sans intérêts.
- Les cartes MASTER CARD, dont l'utilisation est à l'international

Tableau 01 : Caractéristiques des cartes interbancaires actuelles de la BADR

C.I.B : C'est une carte interbancaire de paiement et de retrait 24h/24, 7j/7, destinée au client de la banque qui est détenteur d'un compte cheque série 200	
Classique	Gold
- Destiné aux personnes physiques dont le salaire <100 000 DA	- Destiné aux clients BADR dont le salaire > 100 000 DA
Carte Affaire : C'est une carte interbancaire de paiement et de retrait 24h/24, 7j/7, destiné au client la banque qui est titulaire d'un compte courant (série 300)	
Classique	Gold
- Destiné aux entreprises pour couvrir les dépenses professionnelles (factures, impôts, frais	- Destiné aux entreprises pour couvrir les ...) dépenses professionnelles (factures, impôts, frais...
- Les frais d'acquisition sont 2500 DA / TTC 2ans	- Les frais d'acquisition sont 4000DA / TTC/ 2ans
- Pour les plafonds d'utilisation mensuelle : Retrait : 50 000 DA/ mois Paiement off line : 20 000DA/ mois Paiement on line : 300 000 DA/ mois	- Pour les plafonds d'utilisation mensuelle : Retrait : 80 000 DA/ mois Paiement off line : 60 000 DA/ mois Paiement on line : 900 000 DA/ mois

Source : Le site officiel de BADR banque www.badrbanque.dz⁵

⁵ www.badrbanque.dz

Deux autres services payants annuellement sont proposés aux clients, il s'agit :

- Le service BADR SMS 2017-2018 est proposé aux clients pour recevoir des messages après chaque transaction effectuée.
- Le service de MY BADR 2021-2022 est proposé, c'est application mobile et un site au même temps, crée pour accéder au compte à distance sans aucun déplacement en agence, le client peuvent à travers cette application consulter leurs soldes, effectuer des virements, avoir leurs relevés de compte, et localiser les GAB en cas de besoins.

Pour les clients commerçants, en plus des anciens services, deux autres services sont proposés pour eux, il s'agit de :

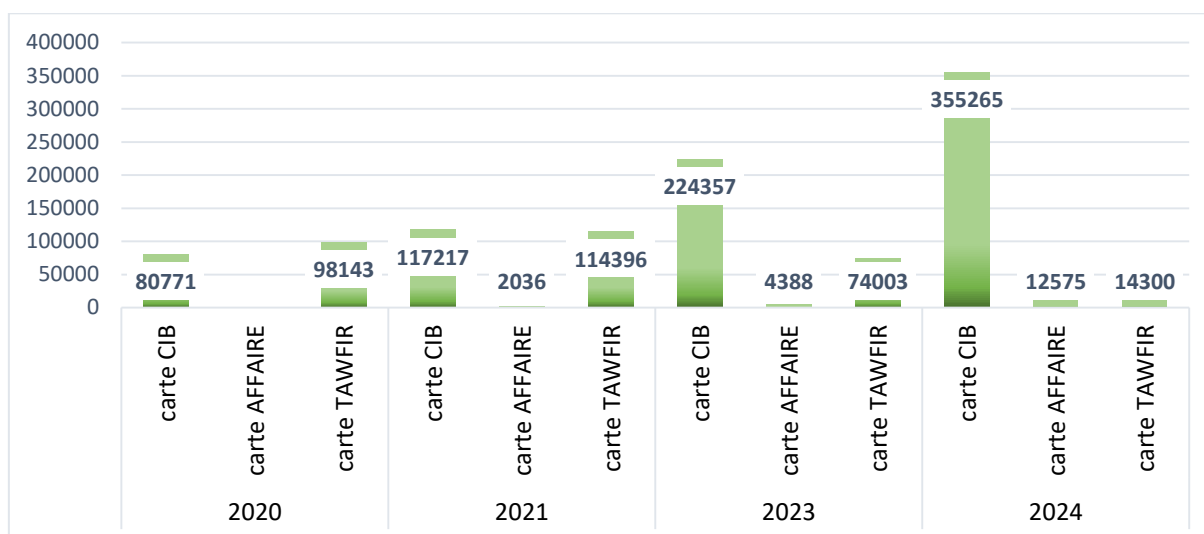
- Un terminal de paiement électronique (TPE), c'est un appareil permettant de traiter un paiement par carte. Il est doté d'un clavier, d'un écran et d'un logiciel avec mémoire
- Un web marchand, c'est un site web crée pour les prestataires des services, généralement les commerçants pour pouvoir vendre en ligne leurs produits et services.

1.2 Analyse statistique des données :

1.2.1 Analyse statistique des cartes bancaires :

L'évolution de la détention de cartes bancaires par les clients de la BADR au niveau national est représentée dans la figure suivante:

Figure 01 : graphique représentant l'évolution du nombre des cartes interbancaires de la BADR au niveau national en 2020, 2021, 2023 et 2024 selon le type de cartes



Source : des données de la direction de la monétique BADR - ALGER

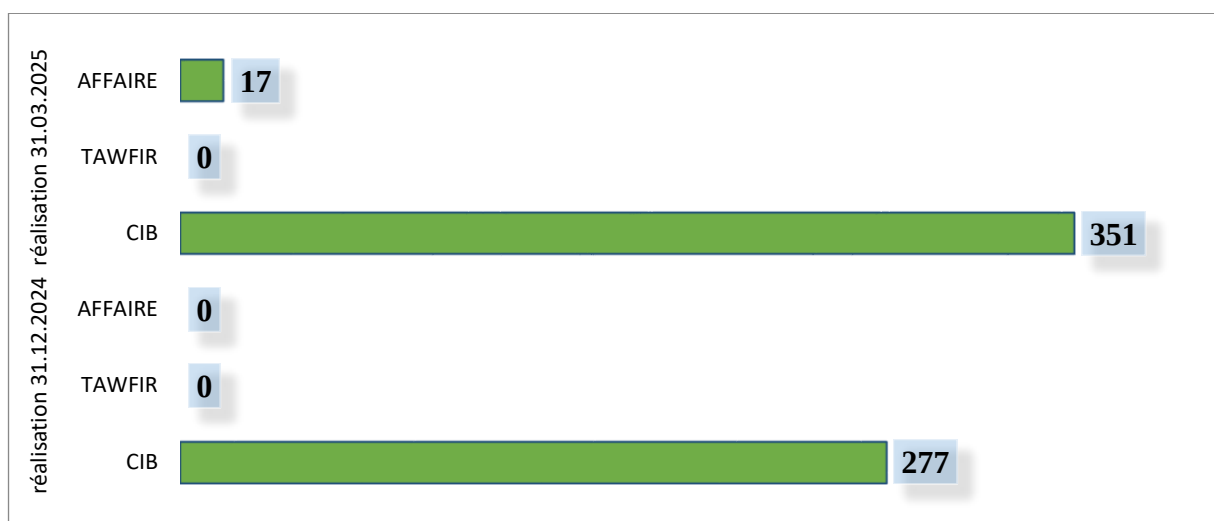
Le nombre des cartes CIB (Classique et Gold) marque une augmentation depuis 2020, ce nombre a connu une hausse de 36446 cartes CIB en 2021 par rapport à 2020, et une hausse de 3107140 cartes CIB en 2023 par rapport à 2021, et une hausse de 130908 cartes CIB en 2024 par rapport à 2023

Le nombre des cartes TAWFIR marque une augmentation de 2020 à 2021 suivie d'une diminution en 2021 jusqu'à 2024. Il est à noter qu'une décision de résiliation est aussi annoncée en 2019 pour de ce type de cartes, donc on peut dire que. L'augmentation en 2021 peut être expliquée par la production des cartes commandées avant la décision de résiliation, et la diminution de 2023 et en 2024 est à cause du non acceptation des nouvelles commandes en raison de la décision.

Les cartes Affaires sont entrées en vigueur en 2021 avec un nombre de 2036 pour les cartes affaires, et sont en augmentation depuis 2021 à 2024. Ce qui explique le pourcentage minime en 2021, cela peut être expliqués par la nouveauté et la non connaissance de ce produit par les clients à cause de la non commercialisation de ce type des produits au niveau des agences

Le nombre total des cartes en circulation des de 277 cartes CIB en 31.12.2024, le nombre est 351 carte CIB et 17 cartes AFFAIRE en 31.03.2025

Figure 02: graphique représentant le nombre des cartes CIB, AFFAIRE et TAWFIR du 31.12.2024 et en 31.03.2025

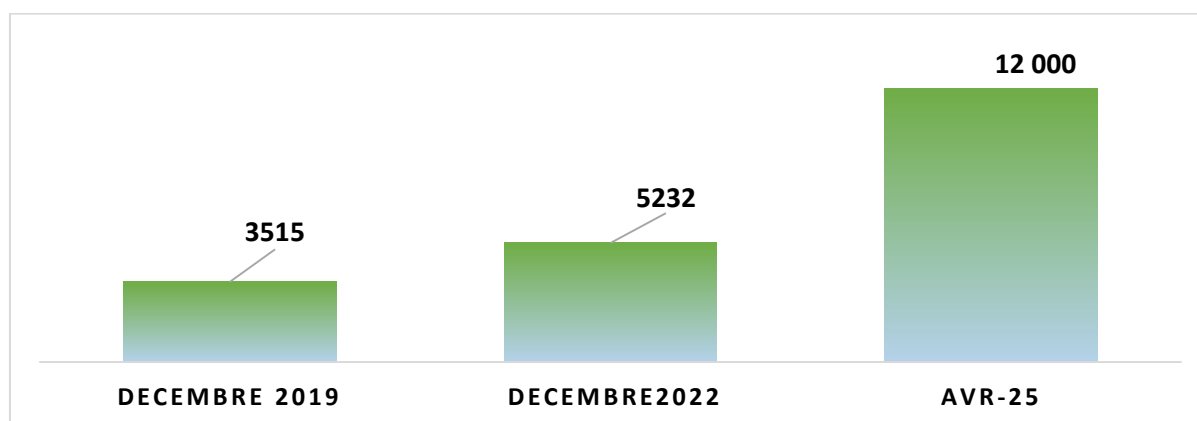


Source : des données de l'agence Seddouk, Bejaia, 2025

1.2.2 Analyse statistique des TPE :

Le nombre total des TPE en avril 2025, est de 12000 TPE dispatchés sur 11500 commerçants, selon leurs besoins, et 30 web marchands.

Figure 03: graphique représentant le nombre des TPE de la BADR entre en 2019,2022 et 2025



Source : des données de la direction de la monétique BADR

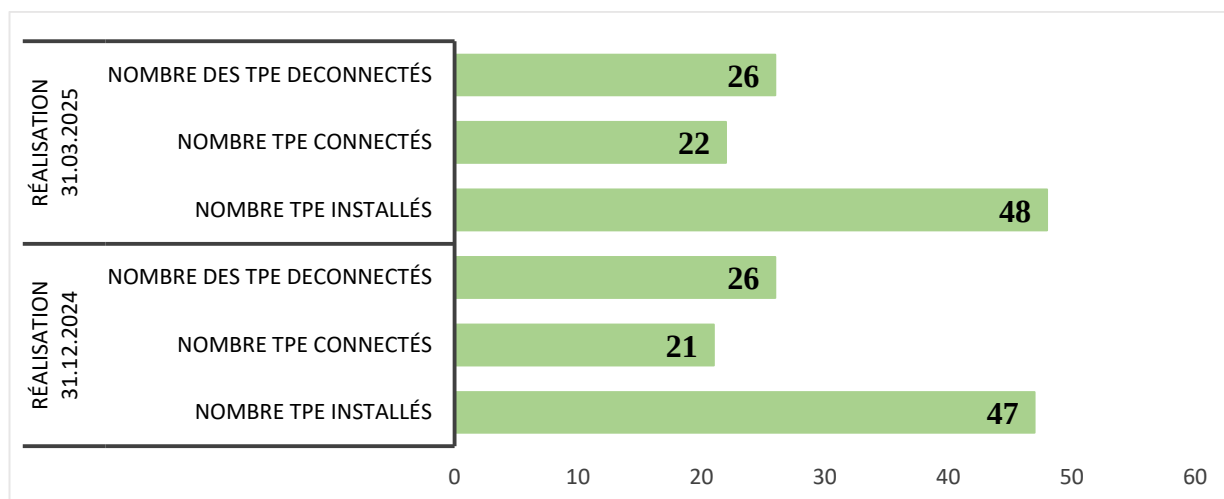
Le nombre des TPE de la BADR a connu une augmentation de 1 716 TPE entre 2019 et 2022, soit un pourcentage de 32% et une augmentation de 6768 TPE en 2025 présentant un pourcentage de 56% par rapport à 2022

Cette augmentation du nombre des TPE au fil des années est le résultat de la loi n°17-11 du 27 Décembre 2017 portant loi de finance qui prévoit dans l'article 11 l'obligation aux commerçants de mettre à la disposition du consommateur suite à sa demande, des TPE pour régler les montants de ses achats.

Les transactions de paiement peuvent être sur les TPE de la BADR par des porteurs BADR et/ou porteurs confrères comme elles peuvent être faites par des porteurs BADR sur les TPE confrère

Le graphique ci-dessous représente quelques statistiques des TPE de la BADR de l'agence Seddouk '365', du 31.12.24 et du 31.03.2025

Figure 04: graphique représentant les réalisations des TPE en agence Seddouk du 31.12.24 et du 31.03.25



Source : des données de l'agence Seddouk – w. Bejaia

Le nombre total des TPE installés en 31.12.2024 était de 47 TPE dont 21 sont connectés et 26 déconnectés, un TPE connecté est ajouté selon les données de 31.03.2025, ce qui a rendu le nombre des TPE installé est de 48 TPE.

Cette première section a permis de dresser un état des lieux des services numérique de la BADR Seddouk ainsi que d'en analyser l'évolution à travers les données concrètes. Ces dernières montrent une adoption croissante des services numérique, mais aussi certaines limites, notamment en matière de sensibilisation et d'accessibilité.

Section 02 : L'impact de la numérisation sur l'utilisation par les clients des produits bancaires numériques de la BADR de Seddouk, Bejaia

2.1 Enquête sur les clients BADR

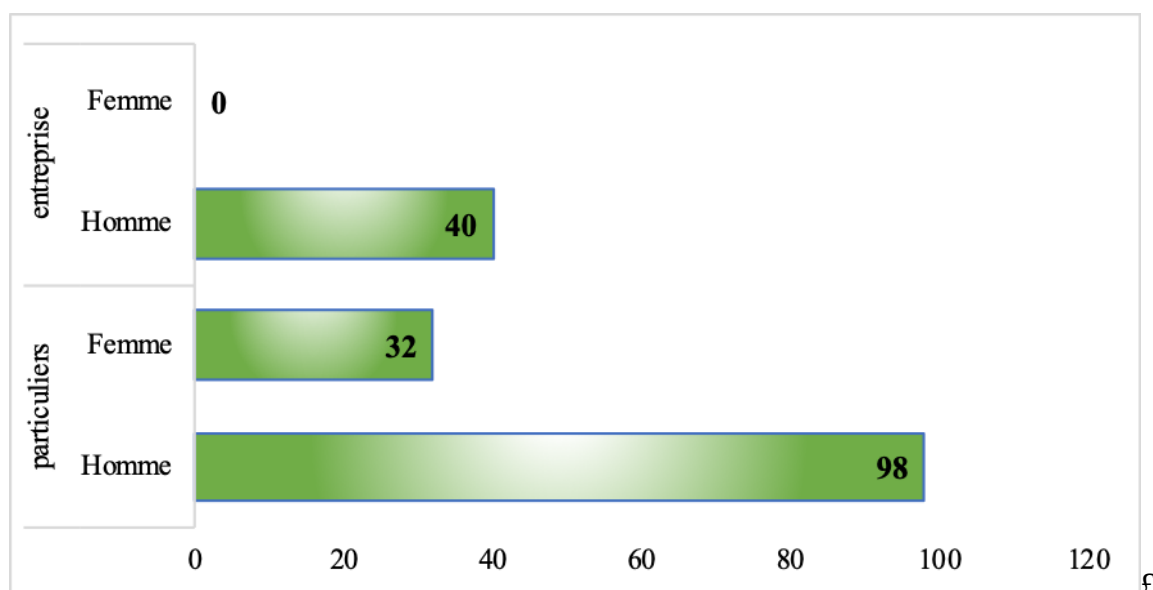
La présente étude, s'est déroulée au sein de l'agence, 24 questions ont été employées. En raison de la limite de temps on a choisi 170 réponses des clients BADR comme échantillon, dont 130 sont des particuliers, et 40 entreprises, les répondants ont été sélectionnés de manière aléatoire parmi les clients présents à l'agence durant la période de l'enquête. L'objectif de ce questionnaire et de recueillir l'avis des clients de la BADR de Seddouk – Bejaia, sur l'utilisation des services bancaire numérique, d'évaluer leurs niveaux de satisfaction, d'identifier les difficultés rencontrées, ainsi que de mesurer leur degré d'adoption des solutions digitale proposée par la banque.

Cette enquête a été réalisée afin de mieux comprendre l'impact de numérisation sur les habitudes et attente des clients de la BADR, et identifier les axes d'amélioration pour optimiser l'offre digitale de banque.

2.1.1 Répartition des répondants selon le genre et le statut :

Le graphe ci-dessous présente la répartition des répondants à l'enquête selon le genre (femme/homme) et le statut (particuliers / entreprises).

Figure 05 : graphique représentant le nombre du répondant selon et le genre et le statut.



Sources : enquête réalisé (questionnaire)

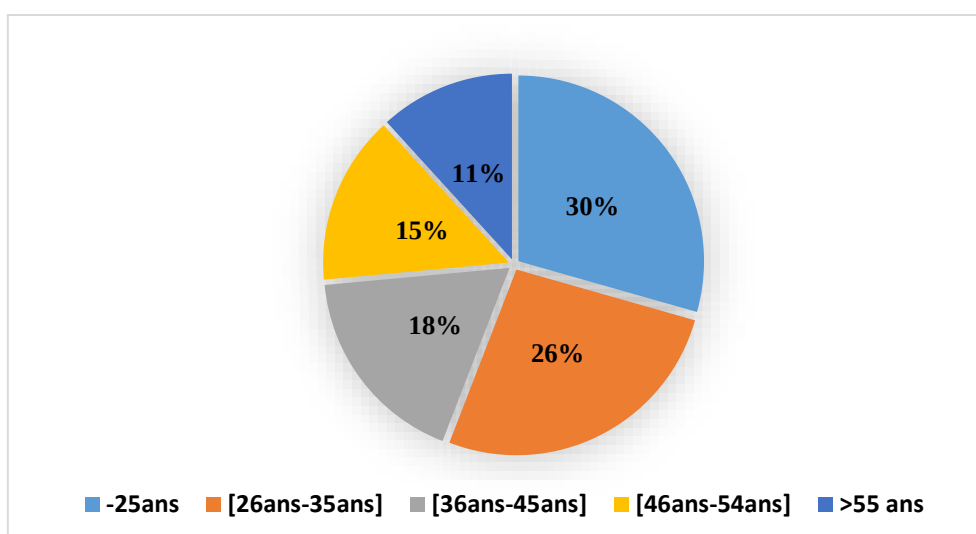
On remarque que les particuliers présentent la majorité de l'échantillon avec un pourcentage de 76.4% tandis que les entreprises (personnes morales) présentent un pourcentage de 23.6% seulement. Cela peut être expliqué par l'emplacement de l'agence qui n'a pas assez de mouvement et qui se situe dans une petite ville isolée

On remarque que parmi les répondants particuliers, 75% soit 98 personnes se sont identifiées comme hommes, tandis que 25% soit 32 personnes se sont identifiées comme femme. Cela indique une prédominance masculine parmi les participants particuliers de notre enquête.

Les répondants non particuliers (entreprises) sont à 100% des hommes ce qui explique une absence totale des personnes morales féminines dans notre enquête.

2.1.2 Répartition des répondants selon les tranches d'âge :

L'illustration suivante représente la répartition des répondants à notre enquête selon les différentes tranches d'âges, permettant ainsi de mieux comprendre la structure démographique de l'échantillon étudié.

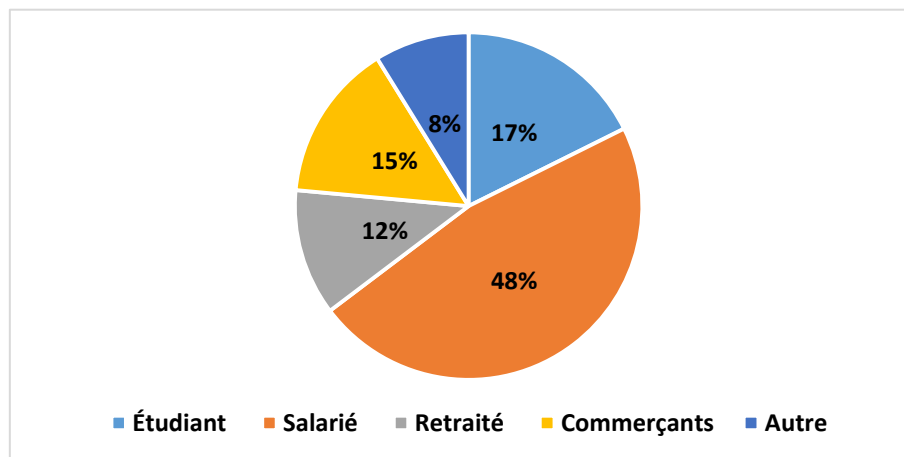
Figure 06: Répartition des répondants selon l'âge

Sources : enquête réalisé (questionnaire)

Les résultats dévoilent une répartition diversifiée des participants selon leur tranche d'âge. On observe que la tranche des moins de 25 ans constitue la plus grande proportion avec 30%. Cette catégorie est suivie de près par la tranche d'âge de 26 à 35 ans qui représente 26 % des répondants. Les tranches d'âge de 36 à 45 ans, 46 à 54 ans et 55 ans et plus représentent respectivement 18%, 15% et 11% de l'échantillon.

2.1.3 Répartition selon la catégorie socioprofessionnelle :

La figure ci-dessous illustre la répartition des répondants selon leur catégorie socioprofessionnelle, mettant en évidence la diversité des profils ayant participé à l'enquête

Figure 07: Répartition des répondants par catégorie socioprofessionnelle

Sources : enquête réalisé (questionnaire)

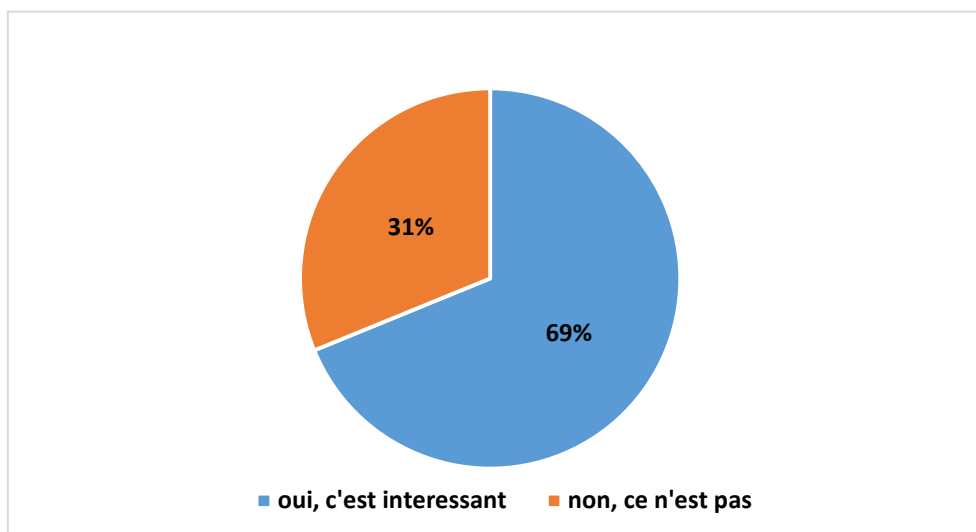
La répartition des participants selon leur catégorie socioprofessionnelle révèle une variété significative. Les salariés représentent la plus grande proportion de l'échantillon, avec 48%, suivis des étudiants qui comptent pour 17%. Les commerçants représentent un pourcentage de 15% et les retraités participent à hauteur de 12%, tandis que le reste des personnes affichent un taux de 8% dont la plupart étaient des agriculteurs

2.1.4 Répartition selon la connaissance l'utilisation des services bancaires et la satisfaction des clients :

Connaissez-vous les services bancaires numériques de la BADR ?

La réponse était à 100% oui, ce qui explique une relation solide entre l'agence et ses clients

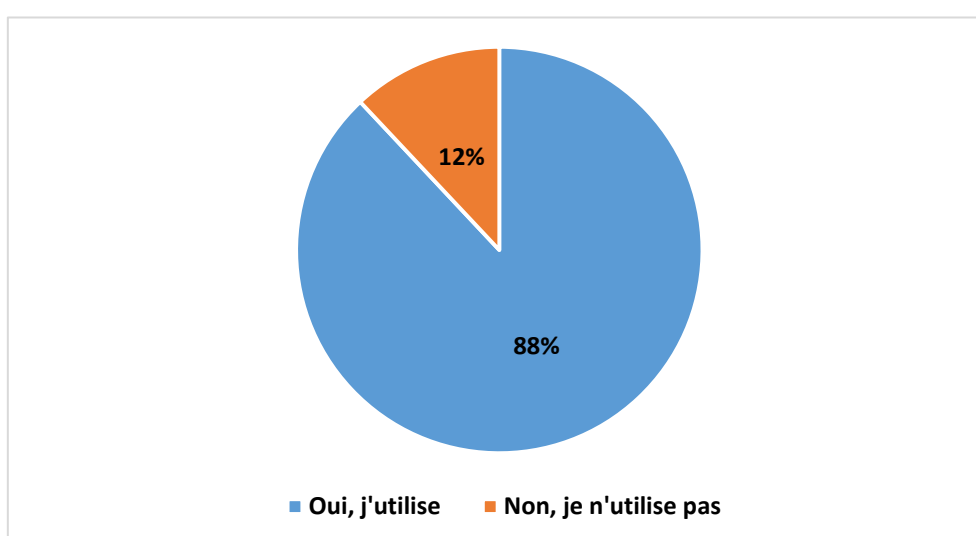
Si oui, sont-ils intéressants?

Figure 08: Perception de l'intérêt des offres bancaires chez les répondants

Sources : enquête réalisé (questionnaire)

La majorité des répondants, soit 69%, trouvent les offres bancaires intéressantes, tandis que 31% ne partagent pas cette perception. Cela met en évidence le besoin de renforcer la communication et l'éducation financière pour améliorer la connaissance et l'utilisation des offres bancaires auprès du public

Utilisez-vous tous les services bancaires en ligne de la banque

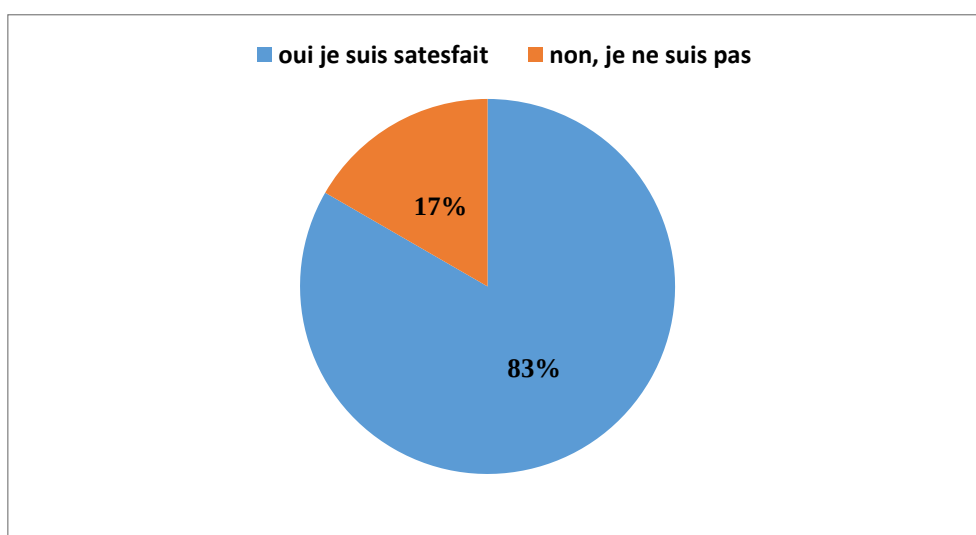
Figure 09: Répartition de l'utilisation ou non des services en ligne de la banque par les répondants

Sources : enquête réalisé (questionnaire)

En ce qui concerne cette question, les réponses sont réparties de manière de cette manière. 88 %des participants ont confirmé leur utilisation des offres bancaires en ligne, leurs réponses étaient les retraits et paiements par la carte bancaire et l'utilisation de l'application my BADR tandis que 12% déclarent la non utilisation. Environ 75% des répondants (15 personnes) qui ont dit non, sont les réponses venues de la part des vieux retraités qui viennent généralement à la BADR pour retirer leurs pensions en devises

Si oui, Êtes-vous satisfaits de ces offres en ligne ?

Figure 10: Perception de la satisfaction des répondants par les offres bancaires



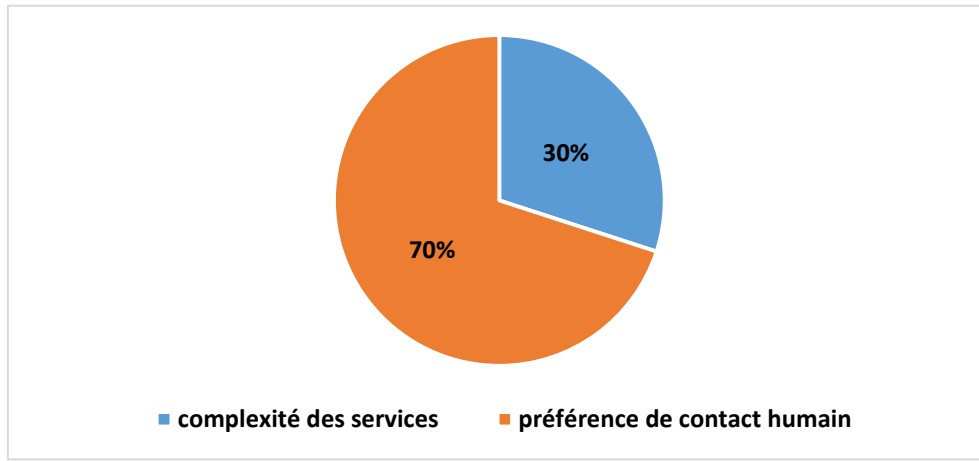
Sources : enquête réalisé (questionnaire)

150 réponses étaient oui, parmi ces réponses, 83% ont été satisfaits des services en ligne de la Badr, tandis que le reste qui est de 17% n'était pas satisfait. Les raisons de cette perception n'ont pas été spécifiées dans les résultats, mais cela peut être lié à des attentes non satisfaites, des expériences négatives antérieures ou un manque de connaissances approfondies sur les différentes offres disponibles. Durant la période d'étude un problème réseau est survenu, ce qui a engendré le non fonctionnement des cartes bancaires ni sur GAB (retrait), ni sur TPE (paiement) ni site web, ce qui explique la non satisfaction des 25 personnes.

Concernant les personnes ayant répondu non, qu'est-ce qui vous dissuade d'utiliser davantage les services numériques de la banque?

20 réponses étaient non, parmi ces réponses, 70% des répondants ont lié leur non utilisation à la préférence de contact humain, 30% est dû à la complexité des services.

Figure 11: Répartition des répondants non utilisant des services en ligne selon la cause



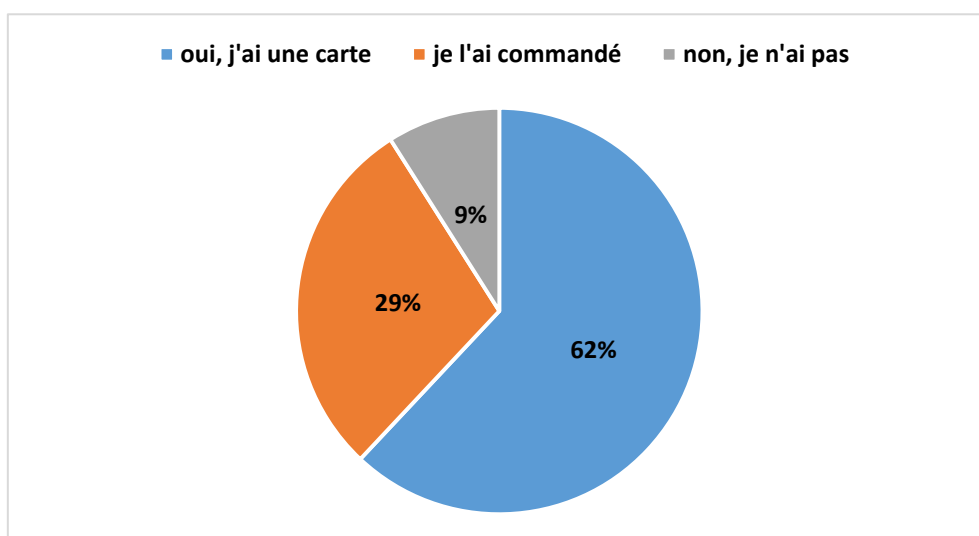
Sources : enquête réalisé (questionnaire)

2.1.5 Répartition selon la connaissance et l'utilisation de quelques services bancaires en ligne de la BADR :

2.1.5.1 Les cartes bancaires

Disposez-vous d'une carte bancaire ?

Figure 12: Disposition ou non des cartes bancaires par les répondants

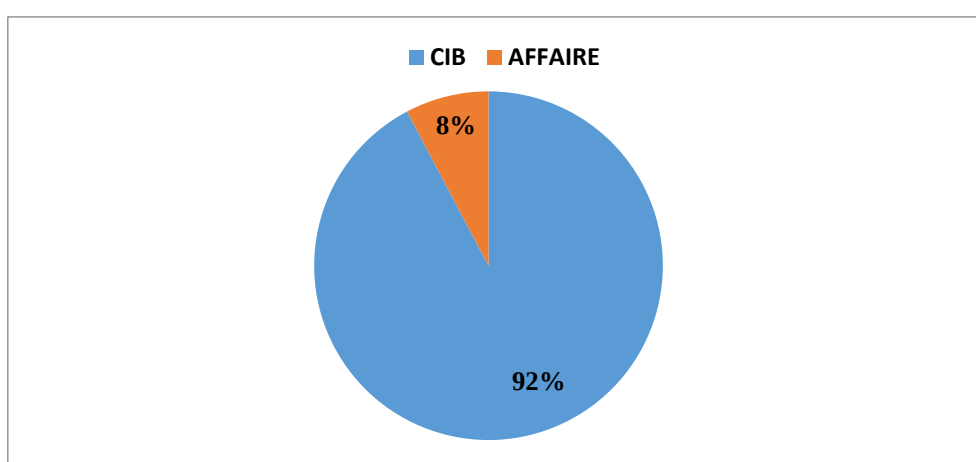


Sources : enquête réalisé (questionnaire)

On constate que 62% des interrogés disposent d'une carte bancaire, 29% l'ont commandé, ce qui indique une adoption répandue de cet instrument de paiement. Cependant, la minorité qui est de 9% ne dispose pas d'une carte bancaire. Cela est dû à diverses raisons, telles que la préférence pour les paiements en espèces, des problèmes liés à l'obtention d'une carte, de non-maitrise d'utilisation de la carte par les clients âgés, voire analphabètes ou tout simplement un choix de ne pas l'utiliser.

Si oui, ou bien vous l'avez commandé ; Laquelle ?

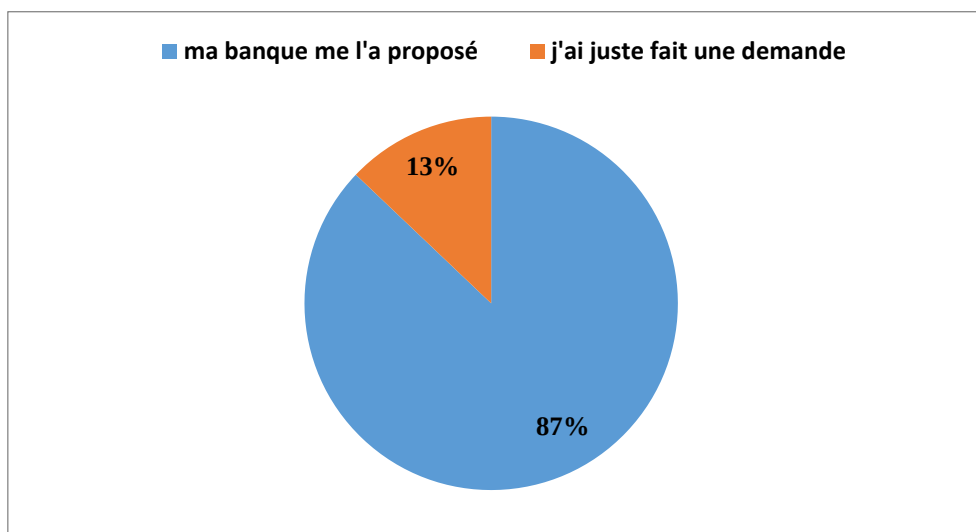
Figure 13: Répartition des types des cartes des répondants



Sources : enquête réalisée (questionnaire)

Parmi les 155 personnes qui ont déjà et qui ont commandé des cartes bancaires, Il est constaté que la plupart des utilisateurs soit 92% ont opté pour la carte CIB, et 8% pour la carte AFFAIRE, tandis que les cartes TAWFIR et les cartes islamiques sont absentes, ce qui est expliqué par la non existence de ce type des cartes au sein de l'agence, et cela est confirmé par les statistiques de l'agence déjà cité auparavant.

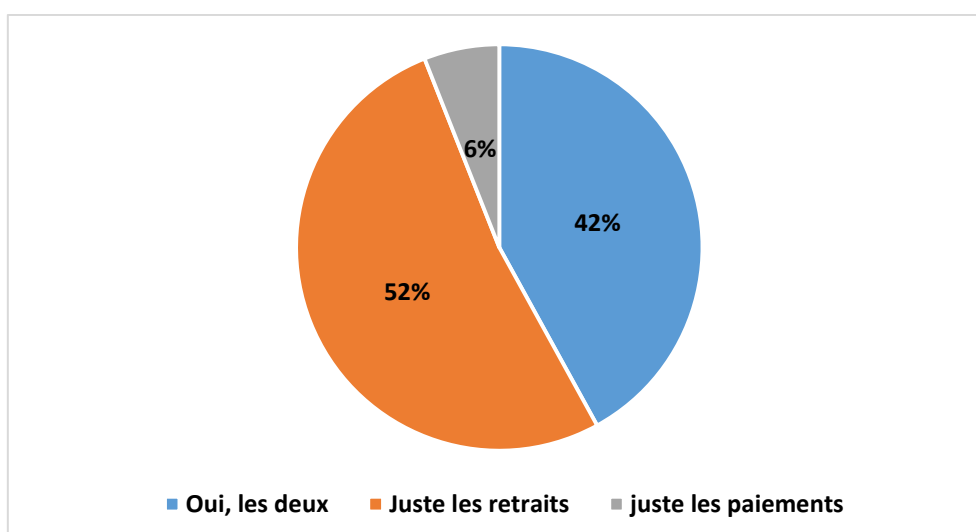
Comment avez-vous obtenu votre carte

Figure 14: Répartition des disposants des cartes bancaires

Sources : enquête réalisé (questionnaire)

Les réponses des répondants sur cette question indiquent le degré de commercialisation de ce produit pas les employés de la banque, un pourcentage de 87% ont eu leurs cartes après une proposition de la part des chargés de clientèle, le reste qui est de 13% ont fait une demande avant la proposition, cela indique leurs connaissances de produits

Effectuez-vous des retraits et paiements par votre carte bancaire

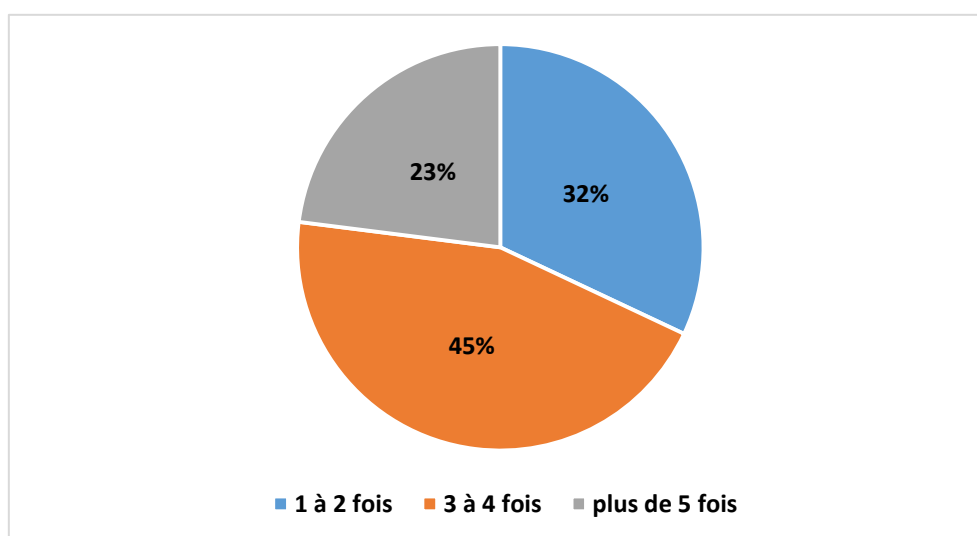
Figure 15: répartition des répondants selon leurs utilisations des services des cartes bancaires

Sources : enquête réalisé (questionnaire)

Nous avons enregistré que 52 % des personnes questionnées par notre enquête ont confirmé leurs utilisations des cartes jours pour effectuer des retraits. 42% ont déclaré l'utilisation de la carte pour les paiements et retraits. Et 6% pour effectuer juste des paiements. Ces résultats indiquent une bonne diffusion de l'information concernant les retraits par carte mais non pour les paiements, ce qui nécessite une sensibilisation supplémentaire à ce mode de paiement. Cette constatation met en évidence la nécessité de renforcer les efforts de sensibilisation et d'éducation financière, afin de garantir que toutes les personnes puissent bénéficier des avantages des cartes bancaires.

A quelle fréquence utilisez-vous votre carte bancaire par mois ?

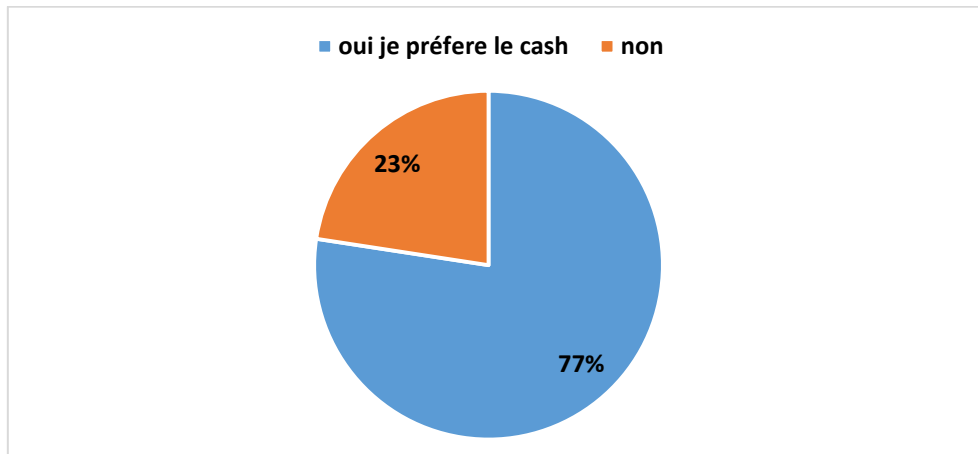
Figure 16: répartition des répondants selon la fréquence d'utilisation des cartes bancaires



Sources : enquête réalisé (questionnaire)

Il ressort du graphe ci-haut que 45% des répondants utilisent leurs carte de 3 à 4 fois par semaines, 32% des répondants de 1 à 2 fois par semaine, et 23% utilisent la carte plus de 5 fois par semaine.

Est-ce que vous avez une préférence pour le cash ?

Figure 17:Préférence pour le paiement en espèces : Analyse des répondants

Sources : enquête réalisé (questionnaire)

Il ressort du graphique ci-haut que la majorité des interrogés, soit 77 % ont une préférence pour le cash malgré leurs détention des cartes et l'existence d'autres options de paiement. Les 23% restants ont déclaré ne pas avoir de préférence pour le cash.

Selon les réponses, les motifs de préférence des participants pour le paiement en espèces :

- **Raisons personnelles :** Les motivations individuelles et les préférences culturelles ont été identifiées comme des facteurs influençant la préférence pour le cash. Certains clients préfèrent cette méthode de paiement en raison de leurs propres habitudes et préférences personnelles.
- **Confidentialité des transactions :** Les participants ont souligné l'importance de la confidentialité dans les transactions financières. Ils considèrent que le cash offre un niveau plus élevé de discrétion et de confidentialité par rapport aux paiements électroniques, où les informations peuvent être tracées et enregistrées.
- **Economies financières :** Les participants ont indiqué que la préférence pour le cash est également motivée par des considérations financières. Ils évitent ainsi les frais supplémentaires liés aux transactions électroniques, ce qui peut contribuer à réduire les coûts opérationnels.
- **Gestion de trésorerie :** Certains répondants ont souligné que le cash facilite une meilleure gestion de trésorerie. En ayant une vision plus directe de leur liquidité, ils

peuvent mieux contrôler leurs flux de trésorerie et prendre des décisions financières plus éclairées.

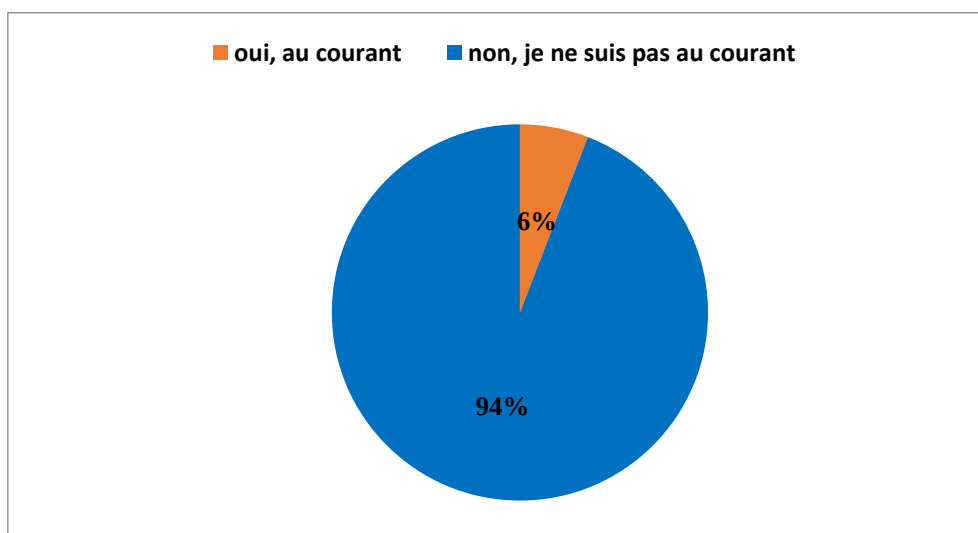
- **Rapidité et simplicité** : Les paiements en espèces ont été perçus comme rapides et simples à effectuer. Contrairement aux paiements électroniques qui peuvent nécessiter des équipements spécifiques et peuvent être sujets à des problèmes techniques, le cash offre une solution rapide et directe.
- **Préférence des clients** : Certains participants ont noté que leur préférence pour le cash est influencée par les attentes et les préférences de leurs clients. En acceptant le cash, ils peuvent répondre aux besoins de leurs clients et favoriser leur fidélité.

2.1.5.2 Les web Marchand

Le web marchand désigne un service en ligne permettant aux commerçants et prestataires de vendre leurs produits ou services via internet, avec un système sécurisé de paiement électronique par carte bancaire, facilitant ainsi les transactions à distance et la gestion commerciale numérique

Êtes-vous au courant de l'existence des web marchands

Figure 18: connaissance ou non des web marchands par les répondants



Sources : enquête réalisé (questionnaire)

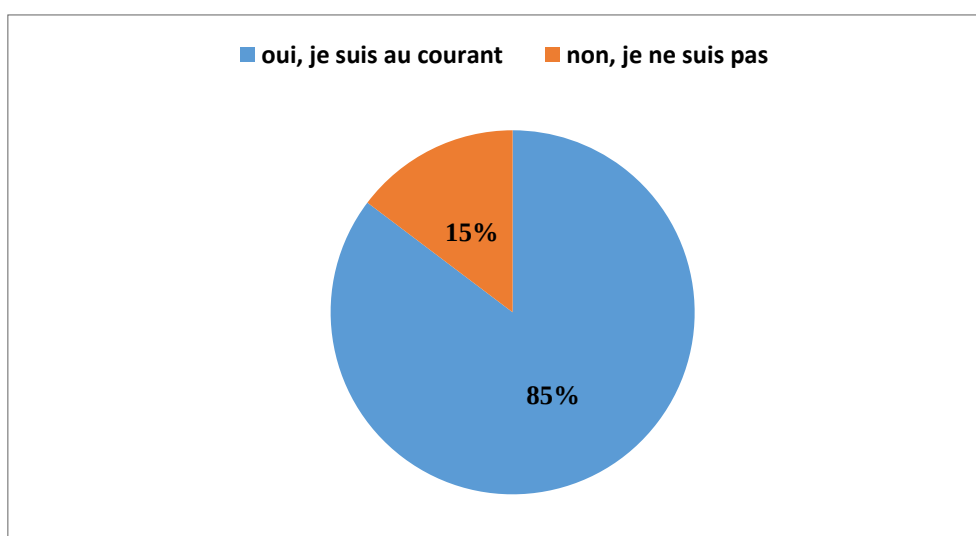
On constate que 94% des répondants ne sont pas au courant de l'existence des web marchands, et le reste qui est de 6% seulement sont au courant de l'existence des web marchands. Ce qui reflète le non commercialisation de ce produit par l'agence

2.1.5.3 Application My BADR

L'application MyBADR est la solution de la banque en ligne de BADR banque, accessible via mobile ou navigateur web, qui permet aux clients de gérer leurs comptes bancaires à distance en toute sécurité. Elle offre des services comme la consultation des soldes et historiques, les virements, la commande et gestion de chèques, la consultation du cours de change, ainsi que la géolocalisation des agences GAB

Êtes-vous au courant de l'existence d'une application my BADR ?

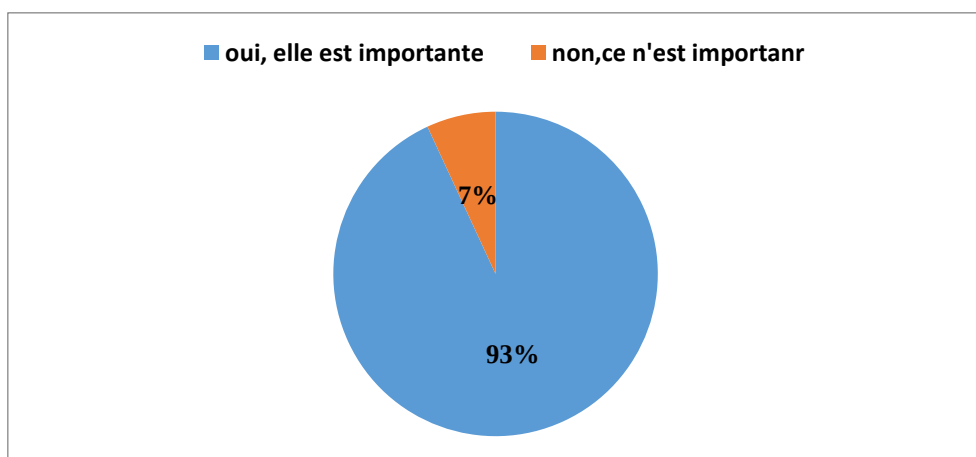
Figure 19: Connaissance ou non de l'application my BADR par les répondants



Sources : enquête réalisé (questionnaire)

Parmi les participants de notre enquête, il est ressorti que 85% d'entre eux sont au courant de l'existence de l'application my BADR, et leurs adhérence à cette plateforme. Cela souligne l'importance qu'ils accordent à cette dernière. D'un autre côté, nous avons constaté que 15% ne sont pas au courant de son existence et n'ont pas encore adopté cette approche.

Trouvez-vous qu'elle est importante cette application ?

Figure 20: l'importance de l'application selon les répondants

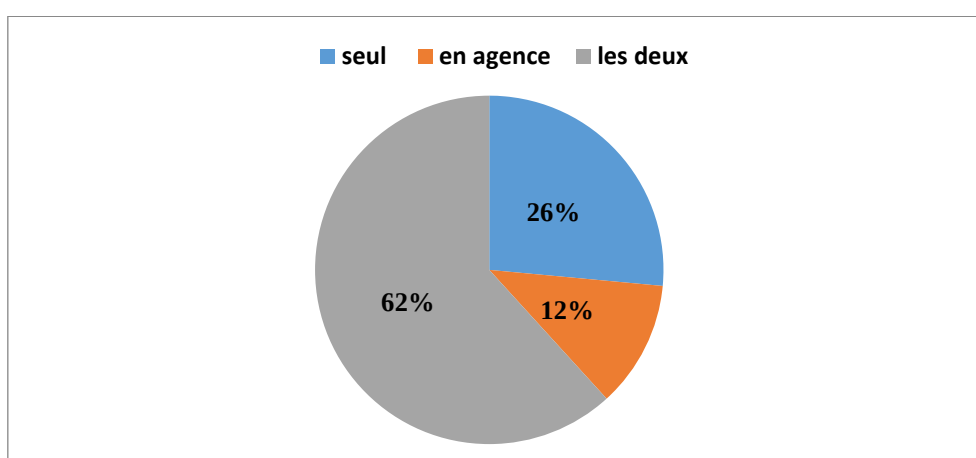
Sources : enquête réalisée (questionnaire)

Il ressort des résultats, que 93% des répondants trouvent cette application importante, et cela grâce aux opérations qu'on puisse faire à travers cette dernière comme les virements et les consultations soldes et relevé de compte. Tandis que le reste la trouve n'est pas importante.

2.1.6 Répartition selon la vision des répondants sur le numérique de la banque

Préférez-vous de gérer seul ou en agence vos opérations bancaires ?

Cela veut dire réaliser toutes les démarches nécessaires pour administrer son argent et ses comptes, soit soi-même (en ligne via une application ou un site web), ou bien en se rendant en agence bancaire pour être assisté par un conseiller.

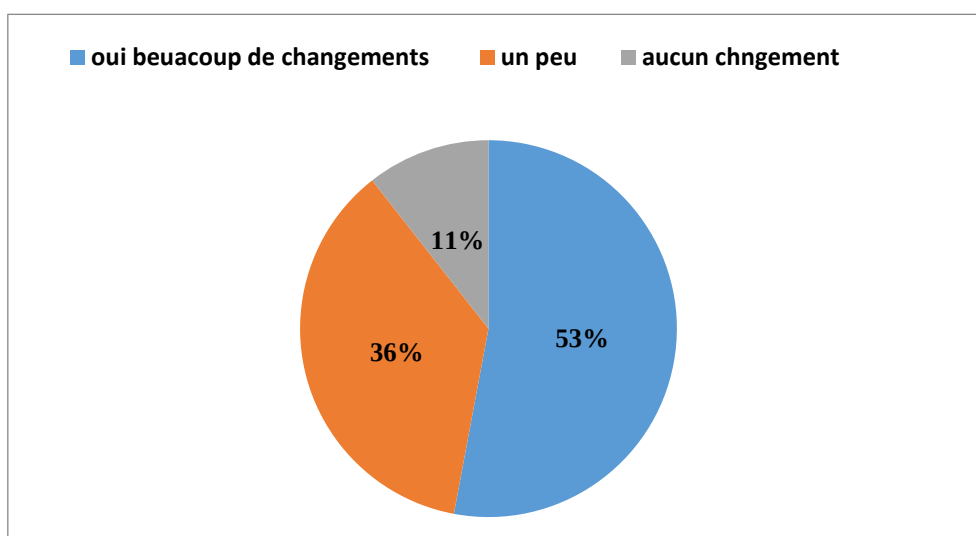
Figure 21: Préférence des répondants concernant leurs gestions des opérations bancaires

Sources : enquête réalisée (questionnaire)

Ces résultats montrent que selon les répondants, que 62% préfèrent gérer leurs opérations seul et assisté par un conseiller, et cela selon le type d'opération, 26% préfèrent la gestion totale et seule des opérations. Tandis que 12% préfèrent aller en agence bancaire pour être assisté par un conseiller.

Avez-vous remarqué des changements dans votre banque à cause du numérique ?

Figure 22: Les changements dans la banque à cause du numérique : vision des répondants

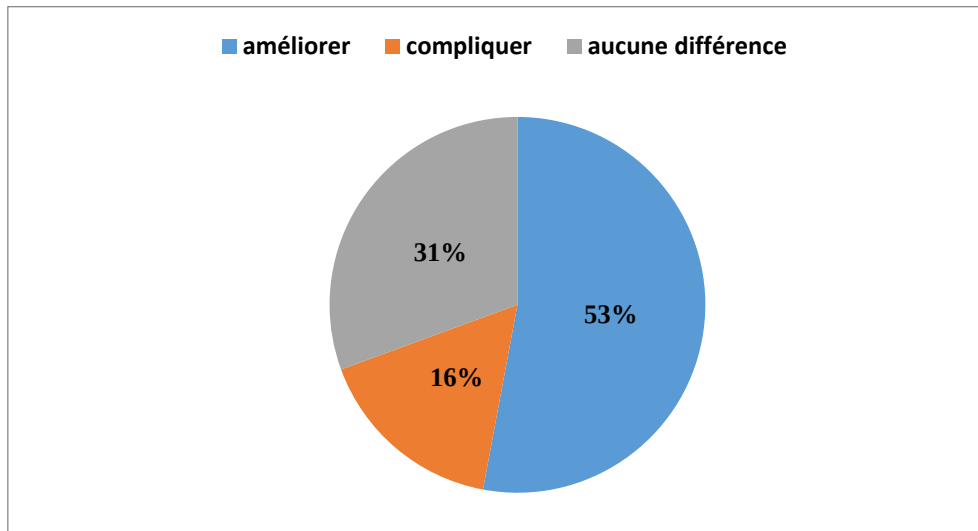


Sources : enquête réalisé (questionnaire)

D'après les résultats, on voit que la majorité qui est de 53% des répondants, remarquent beaucoup de changements dans la banque à cause de numérique, 36% remarquent peu de changements, par contre 11% ne remarquent aucun changement avec le numérique

Selon vous, le numérique a-t-il amélioré ou compliqué les services bancaires ?

Figure 23: le numérique améliore-t-il ou complique les services bancaires

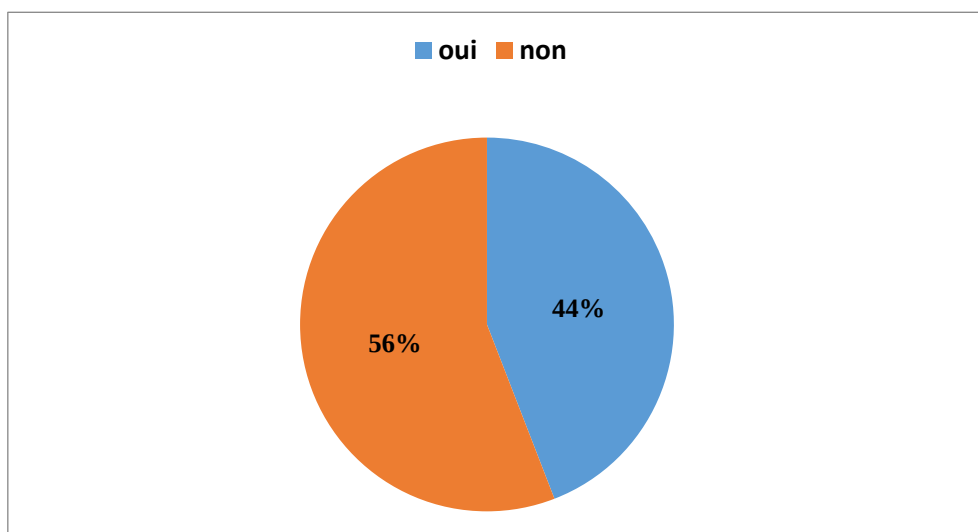


Sources : enquête réalisé (questionnaire)

Ces résultats montrent que 53% des répondants pensent que le numérique améliore les services bancaires, 31% ne voient aucune différence, tandis que 16% pensent que les services bancaires ont devenu plus compliqué avec le numérique

Pensez-vous qu'un jour les agences bancaires vont disparaître à cause de numérique ?

Figure 24: les agences bancaires vont-elles disparaître à cause de numérique



Sources : enquête réalisé (questionnaire)

44% des répondants pensent qu'un jour les agences vont disparaître à cause de numérique, contrairement au 56% restant qui voient le contraire

2.2 Quel conseil donneriez-vous à votre banque pour améliorer ses services numériques

Parmi les réponses les plus répétées par les répondants nous citons :

- Gérer entièrement la carte via son mobile (application, site web) pour permettre de changer les plafonds et de bloquer /débloquer leurs cartes en cas de problème sans avoir se déplacer à l'agence
- Réduire les bugs et les lenteurs et les problèmes qui empêchent d'effectuer des retraits/paiements par carte.
- Améliorer l'interface de l'application mobile my BADR afin de la rendre plus facile à comprendre et à utiliser et plus personnalisée pour qu'elle s'adapte aux besoins de chaque client.
- Réduire les étapes pour effectuer les opérations courantes comme les virements
- Proposer un accompagnement client en ligne plus réactif pour répondre aux questions courantes
- Permettre le téléchargement instantané des documents (relevé bancaire, attestation de solde...) sans avoir à les demander manuellement auprès de l'agence

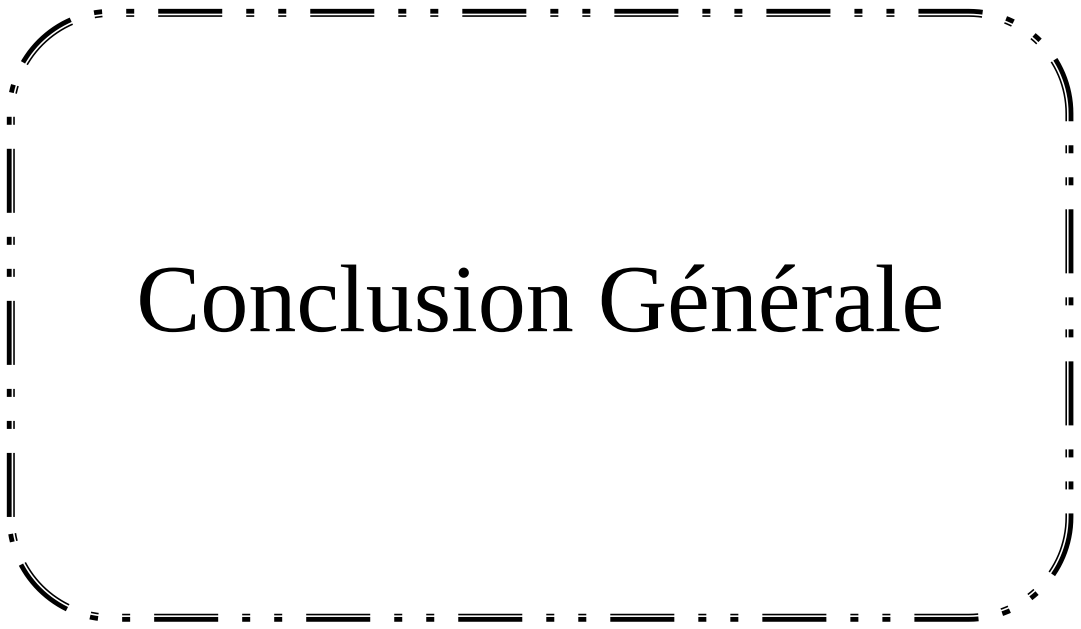
Après avoir exposé les résultats de l'enquête, il est clair que des lacunes ont été révélées. Afin de remédier à ces problèmes et de favoriser le développement économique, nous proposerons des recommandations visant à surmonter ces obstacles.

Conclusion

L'analyse des données statistiques et des résultats de l'enquête menée auprès des clients de la BADR – agence de Seddouk – permet de tirer plusieurs enseignements. D'une part, la numérisation des services bancaires s'est bien implantée, notamment à travers la généralisation des cartes interbancaires et l'adoption progressive de l'application mobile « My BADR ». Une majorité des clients utilisent aujourd'hui les services numériques, ce qui témoigne d'une certaine adaptation de la clientèle aux innovations technologiques.

Cependant, cette évolution reste contrastée : une part significative des clients, en particulier les retraités, continue de privilégier le contact humain ou le paiement en espèces, par manque de connaissance ou de confiance dans les outils numériques. Par ailleurs, des insuffisances sont relevées concernant la commercialisation des services comme les web marchands ou les fonctionnalités des TPE.

En somme, la numérisation constitue un levier d'amélioration de la qualité de service et de modernisation des pratiques bancaires, mais son efficacité reste tributaire



Conclusion Générale

Conclusion Générale

La numérisation des services financiers s'impose comme un levier stratégique incontournable pour les banques, y compris la BADR en Algérie. Cette étude visait à répondre à la problématique suivante : Quel est l'impact de la numérisation des services financiers sur l'activité de la BADR Banque ? À travers une approche méthodologique combinant des entretiens qualitatifs avec le personnel et une enquête quantitative auprès de 170 clients (particuliers et entreprises), ainsi que l'analyse de données secondaires, nous avons pu identifier plusieurs impacts majeurs.

Impacts de la numérisation sur l'activité de la BADR

Augmentation des transactions et adoption des services numériques

- La numérisation a entraîné une hausse significative des transactions notamment via les cartes bancaires (CIB et Affaire) et les terminaux de paiement électronique (TPE). Par exemple, le nombre de cartes CIB a connu une croissance notable entre 2020 et 2024, passant de 277 à 351 cartes dans l'agence Seddouk.
- Les TPE ont également connu une augmentation de 56 % entre 2022 et 2025, en partie grâce à la loi n°17-11 de 2017 qui impose leur utilisation pour certains paiements.

Attraction et fidélisation de la clientèle

- L'introduction de services comme l'application My BADR a amélioré l'accessibilité des services bancaires, avec 88 % des clients utilisant les services en ligne.
- Cependant, 12 % des clients (notamment les retraités) préfèrent encore les interactions en agence, soulignant la nécessité de maintenir un équilibre entre numérique et présence physique.

Optimisation des processus internes

- La numérisation a permis à la BADR d'automatiser des tâches répétitives, réduisant ainsi les délais et les erreurs.
- L'amélioration de la gestion des risques et de la prise de décision a été favorisée par un traitement plus rapide des informations.

Défis persistants

- Malgré les avancées, 77 % des détenteurs de cartes préfèrent encore le cash, citant des raisons comme la confidentialité, la simplicité et la gestion de trésorerie.
- Les web marchands restent méconnus (94 % des clients ignorent leur existence), ce qui limite leur impact sur l'activité bancaire.

Réponse à la problématique

La numérisation a un impact globalement positif sur l'activité de la BADR, en modernisant ses services, en augmentant le volume des transactions et en améliorant l'expérience client. Cependant, son adoption n'est pas uniforme : si elle attire une clientèle jeune et technophile, elle laisse de côté certaines catégories (personnes âgées, commerçants traditionnels).

Limites de la recherche et recommandations

- Limite :
 - Taille restreinte de l'échantillon (170 clients).
 - Enquête limitée à une seule agence (Seddouk), ce qui peut biaiser les résultats.
 - Méthode d'échantillonnage non probabiliste.
- Recommandations :
 - Étendre l'enquête à d'autres agences pour une vision plus représentative.
 - Améliorer la communication sur les services numériques (web marchands, avantages des TPE).
 - Adapter les outils aux besoins des clients réticents (ex. : interfaces simplifiées pour les seniors).
 - Renforcer la formation du personnel pour accompagner la transition numérique.

Perspectives

À l'avenir, la BADR pourrait approfondir l'analyse des données clients pour personnaliser davantage ses services, tout en maintenant un réseau d'agences physiques pour les clients moins à l'aise avec le numérique. La numérisation n'est pas une fin en soi, mais un moyen de renforcer la compétitivité tout en préservant la relation humaine, essentielle dans le secteur bancaire..



Table des Matières

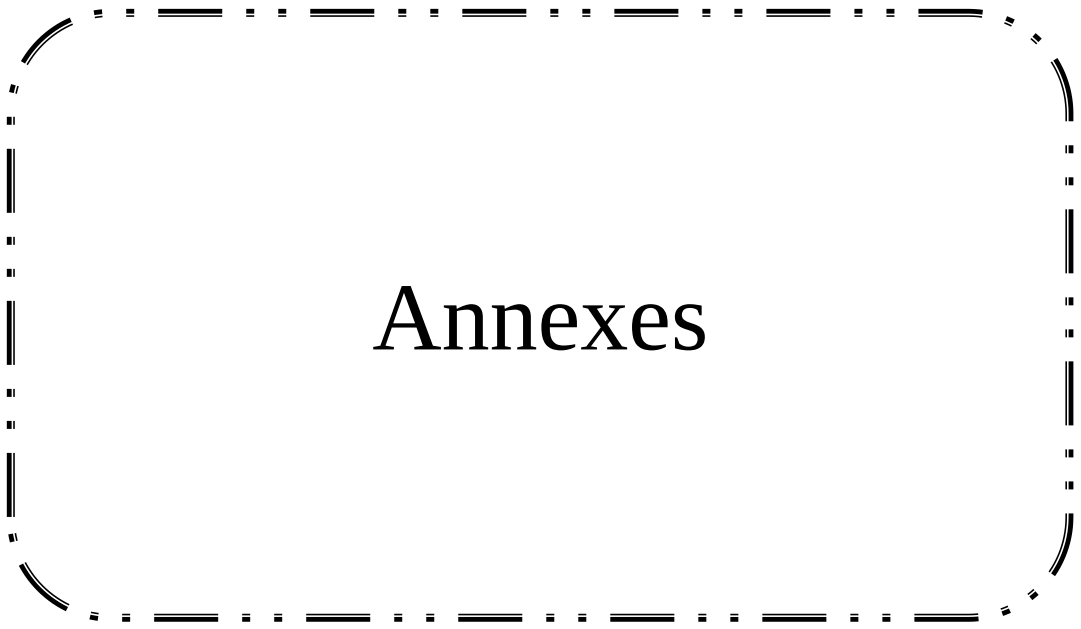
Table des Matières

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction	1
Chapitre I: Généralités et concepts clés : numérisation des services financiers et l'activité bancaire	4
Introduction	4
Section 01 : Définition des concepts clés	4
1.1 Généralités sur l'activité bancaire :	4
1.2 Aperçu sur le système bancaire algérien :	5
1.3 Définition et enjeux de la numérisation des services financiers :	5
Section 02 : Impact de la numérisation sur l'activité bancaire	6
2.1 Sur les produits et services :	6
2.2 Sur la relation client :	6
2.3 Sur l'organisation interne des banques :	7
2.4 Sur le plan opérationnel	7
Section 03 : le processus de numérisation chez la BADR :	7
Conclusion	8
Chapitre II: impact de la numérisation des services bancaires sur l'activité et la perception de la clientèle de la BADR, agence SEDDOUK	9
Introduction	9
Section 01 : familiarisation et Analyse statistique des données de l'enquête :	9
1.1 Étape de familiarisation de processus de la banque :	9
1.2 Analyse statistique des données :	11
1.2.1 Analyse statistique des cartes bancaires :	11
1.2.2 Analyse statistique des TPE :	13
Section 02 : L'impact de la numérisation sur l'utilisation par les clients des produits bancaires numériques de la BADR de Seddouk, Bejaia	15

2.1	Enquête sur les clients BADR	15
2.1.1	Répartition des répondants selon le genre et le statut :	15
2.1.2	Répartition des répondants selon les tranches d'âge :	16
2.1.3	Répartition selon la catégorie socioprofessionnelle :	17
2.1.4	Répartition selon la connaissance l'utilisation des services bancaires et la satisfaction des clients :	18
2.1.5	Répartition selon la connaissance et l'utilisation de quelques services bancaires en ligne de la BADR :	21
2.1.5.1	Les cartes bancaires	21
2.1.5.2	Les web Marchand.....	26
2.1.5.3	Application My BADR.....	27
2.1.6	Répartition selon la vision des répondants sur le numérique de la banque	28
2.2	Quel conseil donneriez-vous à votre banque pour améliorer ses services numériques.....	31
	Conclusion	32
	Conclusion Générale	33
	Table des matières	
	Annexes	
	Bibliographie	
	Liste des tableaux et figure	



Annexes

1-Présentation de l'organisme d'accueil

1.1 Présentation de la Banque de l'Agriculture et de développement Rural (BADR) :

La Banque de l'Agriculture et du développement Rural (BADR) est une institution financière nationale créée par décret n°82-106 le 13 mars 1982 sous la forme juridique de sociétés par actions au capital social de 33.000.000.000 DA.

Depuis 36 ans, BADR banque a apporté une contribution significative au développement de son territoire en soutenant les projets de ses clients, notamment le financement de l'agriculture, des industries agroalimentaires, de la pêche et de l'aquaculture. Tout autant de domaines la mettent au diapason des banques constituant ainsi un support pour le développement et l'amélioration de l'économie nationale.

Constituée initialement de 140 agences cédées par la BNA, la BADR en compte aujourd'hui plus de 341 dont 7 digitales, 39 groupements régionaux d'exploitation et plus de 7800 employés déployés sur le territoire national, ce qui lui permet d'être proche de ses clients et de mieux répondre à leurs besoins. La densité de son réseau fait d'elle la première banque à réseau en Algérie.

Comme toute banque, elle dispose d'un système d'information qui lui permet de gérer l'ensemble de ses activités tout en offrant des services bancaires efficaces et sécurisés à ses clients.

La BADR est dotée de plusieurs filiales qui sont actives dans plusieurs domaines à savoir : la formation bancaire, la garantie du crédit immobilier, l'automatisation des transactions interbancaires, des instruments techniques d'accompagnement, du programme de développement et de modernisation des banques et le financement des prêts aux logements consentis par les intermédiaires financiers agréés.

❖ Les missions de la BADR :

La BADR a été créée pour répondre à une nécessité économique, née d'une volonté politique afin de restructurer le système agricole, assurer l'indépendance économique du pays et relever le niveau de vie des populations rurales. Ses principales missions sont :

- Le traitement de toutes les opérations de crédit, de change et de trésorerie et la réception des dépôts à vue et à terme ;
- La participation à la collecte de l'épargne ;
- La contribution au développement du secteur agricole ; et l'assurance de la promotion des activités agricoles, agroalimentaires, agroindustrielles et artisanales
- Le contrôle avec les autorités de tutelle de la conformité des mouvements financiers des entreprises domiciliées.

❖ **Les objectifs de la BADR :**

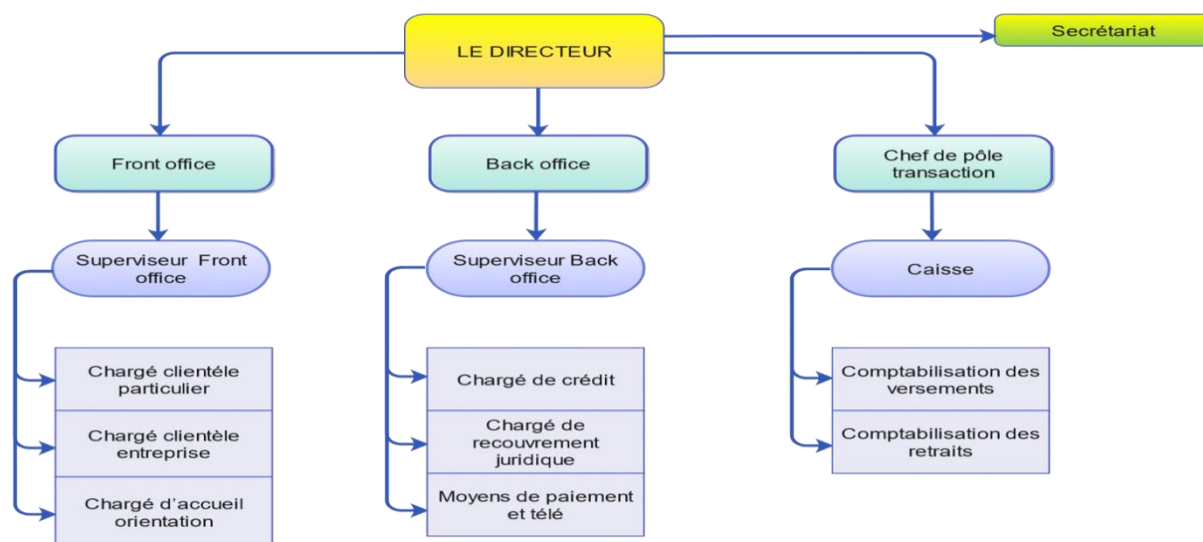
- L'augmentation des ressources aux meilleurs couts et rentabilisation de celles-ci par des crédits productifs et diversifiés dans le respect des règles ;
- La gestion de la trésorerie de la banque tant en dinars qu'en devises ;
- L'assurance d'un développement harmonieux de la banque dans les domaines d'activités la concernant ; et l'extension et le redéploiement de son réseau ;
- La satisfaction de ses clients en leur offrant des produits et services susceptibles de répondre à leurs besoins.
- L'adaptation d'une gestion dynamique en matière de recouvrement ;

1.2 Présentation de l'organisme d'accueil :

L'agence présente la cellule de base d'exploitation de tout établissement bancaire, c'est le miroir de la banque, en contrat direct et permanent avec la clientèle, celle-ci a pour mission de mettre en œuvre la politique globale tracée par la direction générale de la banque.

Voila ci-dessous l'organigramme de l'agence Seddouk 365

L'organigramme de la BADR (Agence de Seddouk)



Source : revue donner par l'agence BADR Seddouk.

Questionnaire

1-Vous êtes :

☐ Particulier ☐ entreprise

2-Vous êtes :

☐ Homme. ☐ Femme

3-Dans quelle tranche d'âge situez-vous ?

- ☐ Moins de 25 ans
- ☐ 26 - 35 ans
- ☐ 46 – 54 ans
- ☐ 36 - 45 ans
- ☐ 55 ans et plus

4-Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?

- ☐ Etudiant ☐ Retraité
- ☐ Salarié. ☐ Autre (précisez) :

5-Connaissez-vous les services bancaires numériques de la BADR?

☐ Oui ☐ NON

6-Si oui, est ce que vous trouvez que les offres bancaires sont intéressantes

☐ Oui ☐ NON

7-Utilisez-vous les services bancaires en lignes de BADR ?

☐ Oui. ☐ Non

8-Si oui, Êtes-vous satisfaits des offres bancaires de cette banque ?

☐ Oui ☐ NON

Pourquoi ?

9-Concernant les personnes ayant répondu non, qu'est ce qui vous dissuade d'utiliser davantage les services numériques?

- ☐ Préférence de contact humain
- ☐ Complexité des services
- ☐ Non connaissance des services

10-Disposez-vous d'une carte bancaire ?

- ☐ Oui
- ☐ Je l'ai commandé
- ☐ NON

11-Si oui ou vous l'avez commandé, laquelle ?

- ☐ CIB.
- ☐ AFFAIRE
- ☐ TAWFIR
- ☐ ISLAMIQUE

12-Comment avez-vous obtenu votre carte ?

- ☐ Ma banque me l'a proposé
- ☐ J'ai juste fait une demande pour l'obtenir

13-Effectuez-vous des retraits et des paiements par carte ?

- ☐ Oui, les deux
- ☐ Juste les retraits
- ☐ Juste les paiements
- ☐ Non

14-A quelle fréquence utilisez-vous votre carte bancaire par mois ?

- ☐ 1 à 2 fois ☐ 3 à 4 fois
- ☐ Plus de 5 fois ☐ Jamais utilisée

15- Est-ce que vous avez une préférence pour le cash ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

16-Êtes-vous au courant de l'existence des web marchands ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

17-Êtes-vous au courant de l'existence d'une application my BADR ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

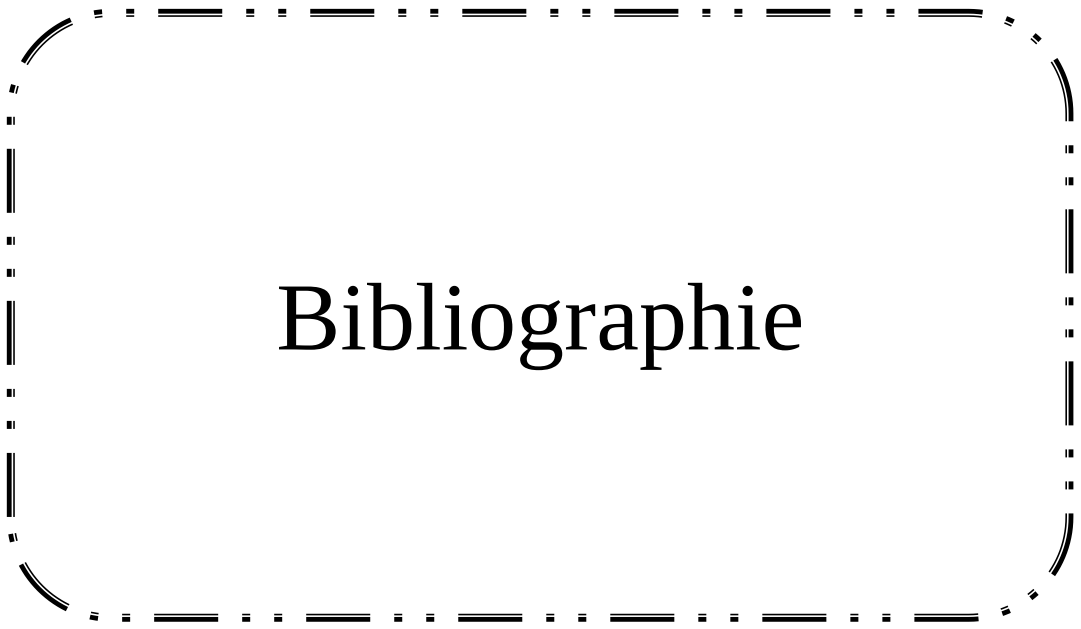
18-Trouvez-vous qu'elle est importante cette application ?☐ Oui☐ Non

Pourquoi ?

19-Utilisez-vous principalement ?☐ Les retraits et paiement par carte bancaire☐ Les retraits par cheque et le carnet livret épargne.☐ Application my BADR

Pourquoi ?

20-Préférez-vous de gérer seul ou en agence vos opérations bancaires ?☐ Seul(e).☐ En agence☐ Les deux**21-Avez-vous remarqué des changements dans votre banque à cause du numérique ?**☐ Oui, beaucoup de changements☐ Un peu☐ Aucun changement**22-Selon vous, le numérique a-t-il amélioré ou compliquer les services bancaires ?**☐ Améliorer☐ Compliquer☐ Aucune différence**23-Pensez-vous qu'un jour les agences bancaires vont disparaître a cause de numérique ?**☐ Oui☐ NON**24-Quel conseil donneriez-vous à votre banque pour améliorer ses services numériques**



Bibliographie

Ouvrages :

Anne Baud et Gérard Charpentier, « Techno-féodalisme : Critique de l'économie numérique » 2020,

Karyotis, Catherine, l'essentiel de la banque, Gualino, 2019.

Alphonse Christian, « Monétique et transactions électroniques: concepts et principes de bases », 2018.

REGIS BOUYALA, « La révolution Fin Tech », 2018

BERNARD Romon et ALAIN TCHIBOZO, « transformer la banque » DUNOD 2017

Arnaud Bernard, Jean-Marc Béguin, L'essentiel des techniques bancaires, Edition d'organisation, 2008.

Thierry Bonneau, « Ce droit bancaire », 2005.

Claude Dragon, Didier Geiben, D.Kaplan, Gilbert.Nallard, « Les moyens de paiement », 1997.

Lois et textes réglementaires :

Décision réglementaire N 20/2011 du 16/11/2011, relative à la mise en place du produit monétique dénommé « CARTE TAWFIR BADR ».

Décision réglementaire N 01/2019 du 07/01/2019, portant sur la gestion de la Carte affaires.

Instruction N°12 -2020 du 25 novembre 2020 portant normalisation de la carte bancaire.

L'ordonnance 03-11 du 26 août 2003 modifiée et complétée par l'ordonnance 10-04 du 26 août 2010 relative à la monnaie et au crédit

Décret (N° 82-106)

La loi 90/10

Autres documents :

Mémoire BRAHIMI Yanis, école supérieure de banque, 2022

BERNARD Romon et ALAIN TCHIBOZO, « transformer la banque » DUNOD 2017

FRANCOIS LAFFOND, article publié dans RB « les impacts humains de la transformation numérique de la banque »

Lazreg Mohammed et Goudih Djamel Torqui, l'article « Un Essai D'analyse Sur L'utilisation De La Carte électronique De Retrait Et De Paiement Interbancaire (CIB) En Algérie », 2016.

DOUGLAS W.Arner, Janos Barberis et Ross P.Buckley, « the evolution of fintech a new post-crisis paradigm », 2015

Lazreg Mohammed, la thèse « Développement de la monétique en Algérie : réalité et perspectives », 2015.

Bouhriz Daïdj Aïcha , la thèse « innovations technologiques des services bancaires », 2013.

Lazreg Mohammed, mémoire de magister « La monétique en Algérie en 2007 : réalité et perspectives », 2009.

FRANCOIS LAFFOND, article publié dans RB « les impacts humains de la transformation numérique de la banque »

Autres sources

- Dictionnaire Larousse (pour les définitions générales).
- Données internes de la BADR (statistiques sur les cartes, TPE, etc.).

Sites internet :

- <https://badrbanque.dz>
- <https://www.satim.dz>
- www.banque-info.com
- <https://giemonetique.dz>



Liste des tableaux et des figures

Liste des figures

Figure 01 : Graphique représentant l'évolution du nombre des cartes interbancaires de la BADR en 2020, 2021, 2023 et 2024 selon le type de cartes

Figure 02 : Graphique représentant le nombre des cartes CIB, AFFAIRE et TAWFIR en 31.12.2024 et en 31.03.2024

Figure 03 : Graphique représentant le nombre des TPE de la BADR entre en 2019, 2022 et 2025

Figure 04: Graphique représentant les réalisations des TPE en agence Seddouk en 31.12.24 et en 31.03.25

Figure 05 : Graphique représentant le nombre du répondant selon le type et le genre

Figure 06 : Répartition des répondants par tranches d'âge

Figure 07: Répartition des répondants par catégorie socioprofessionnelle

Figure 08 : Perception de l'intérêt des offres bancaires chez les répondants

Figure 09 : Répartition de l'utilisation ou non des services en ligne de la banque par les répondants

Figure 10: Perception de la satisfaction des répondants par les offres bancaires

Figure 11: Répartition des répondants non utilisant des services en ligne selon la cause

Figure 12 : Disposition ou non des cartes bancaires par les répondants

Figure 13 : Répartition des types des cartes des répondants

Figure 14 : Répartition des disposants des cartes bancaires

Figure 15 : Répartition des répondants selon leurs utilisations des services des cartes bancaires

Figure 16 : Répartition des répondants selon la fréquence d'utilisation des cartes bancaires

Figure 17 : Préférence pour le paiement en espèces : Analyse des répondants

Figure 18 : Connaissance ou non des web marchands par les répondants

Figure 19 : Connaissance ou non de l'application my BADR par les répondants

Figure 20: L'importance de l'application selon les répondants

Figure 21: Préférence des répondants concernant leur gestion des opérations bancaires

Figure 22 : Les changements dans la banque à cause du numérique : vision des répondants

Figure 23 : Le numérique améliore-t-il ou complique les services bancaires

Figure 24 : les agences bancaires vont-elles disparaître à cause de numérique

Liste des tableaux

Tableau 01 : Caractéristiques des cartes interbancaires actuelles de la BADR

Liste des annexes

Annexe 01 : Présentation de l'organisme d'accueil

Annexe 02 : L'organigramme de la BADR (Agence de Seddouk)

Annexe 03 : Questionnaire

Résume :

Cette étude examine l'impact de la numérisation des services financiers sur l'activité de la BADR Banque en Algérie, en se focalisant sur son agence de Seddouk. L'objectif principal est d'évaluer dans quelle mesure la digitalisation (banque en ligne, cartes bancaires, applications mobiles) influence l'efficacité opérationnelle, la satisfaction client et la compétitivité de l'établissement.

Les résultats révèlent une adoption croissante des services numériques, avec 88 % des clients utilisant des outils comme les cartes CIB ou l'application My BADR. Cependant, 77 % des détenteurs de cartes conservent une préférence pour le cash, soulignant des défis culturels et pratiques. Les terminaux de paiement (TPE) ont connu une hausse significative (+56 % entre 2022 et 2025), tandis que les web marchands restent peu connus (94 % des clients les ignorent). Enfin, 53 % des clients perçoivent une amélioration des services grâce au numérique, contre 16 % qui jugent ces outils complexes.

En conclusion, la numérisation a modernisé la BADR, mais son plein potentiel nécessite une meilleure sensibilisation des clients et des ajustements techniques.

Mots-clés : Numérisation, BADR, services bancaires, Algérie, satisfaction client

ملخص

تدرس هذه الدراسة تأثير رقمنة الخدمات المالية على نشاط بنك الزراعة والتنمية الريفية (BADR) في الجزائر، مع التركيز على فرعه في صديق. الهدف الرئيسي هو تقييم مدى تأثير الرقمنة البنك الإلكتروني، بطاقات البنك، التطبيقات المحمولة (على الكفاءة التشغيلية، رضا العملاء، وتنافسية المؤسسة). تكشف النتائج عن زيادة متنامية في اعتماد الخدمات الرقمية، حيث يستخدم 88% من العملاء أدوات مثل بطاقات CIB أو تطبيق My BADR. ومع ذلك، يفضل 77% من حاملي البطاقات الاحتفاظ بالنقد، مما يبرز تحديات ثقافية وعملية. شهدت أجهزة نقاط البيع (TPE) زيادة ملحوظة (+56%) بين 2022 و(2025)، في حين أن المتاجر الإلكترونية لا تزال غير معروفة لدى 94% من العملاء. وأخيراً، يرى 53% من العملاء تحسناً في الخدمات بفضل الرقمنة، مقابل 16% الذين يرون هذه الأدوات معقدة.

، لكن تحقيق كامل إمكاناتها يتطلب توعية أفضل للعملاء وتعديلات تقنية في BADR في الختام، قامت الرقمنة بتحديث بنك

Abstract :

This study examines the impact of digitalization of financial services on the activity of BADR Bank in Algeria, focusing on its Seddouk branch. The main objective is to assess to what extent digitalization (online banking, bank cards, mobile applications) influences operational efficiency, customer satisfaction, and the competitiveness of the institution.

The results reveal a growing adoption of digital services, with 88% of clients using tools such as CIB cards or the My BADR app. However, 77% of cardholders still prefer cash, highlighting cultural and practical challenges. Payment terminals (POS) have seen a significant increase (+56% between 2022 and 2025), while web merchants remain little known (94% of clients are unaware of them). Finally, 53% of clients perceive an improvement in services thanks to digitalization, compared to 16% who find these tools complex.

In conclusion, digitalization has modernized BADR, but its full potential requires better client awareness and technical adjustments.