

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion
Département des sciences financiers et comptabilité.



MEMOIRE DE FIN DE CYCLE

VUE DE L'OBTENTION DU DIPLOME MASTER

Spécialité : Finance d'entreprise

L'évolution de la numérisation des services financiers en Algérie : Cas BNA Bejaia

Réalisé(e) par :

- AMEHOUR INES
- AMOURA MELISSA

Encadrée par :

- Dr AZRI KHOUKHA

Année universitaire : 2024/2025

Remerciements

Nous exprimons notre profonde gratitude envers Dieu Tout-Puissant pour nous avoir octroyé la santé, la patience et le courage nécessaires pour mener à bien ce travail.

Nous adressons nos plus sincères remerciements à Dr. Azri Khukha, pour son accompagnement bienveillant, son expertise et ses conseils précieux, qui ont grandement contribué à la qualité de ce mémoire.

Nous tenons également à remercier les membres du jury pour le temps qu'ils ont consacré à évaluer notre travail et pour leurs remarques constructives.

Nos remerciements vont aussi à l'ensemble du personnel de la Banque BNA de Béjaïa, pour leur accueil, leur disponibilité et leur soutien tout au long de notre stage.

Enfin, nous remercions chaleureusement l'ensemble des enseignants de la Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de Gestion de l'Université Abderrahmane Mira de Béjaïa, en particulier ceux qui nous ont accompagnés tout au long de notre parcours universitaire.

Merci.

Inès ♥ Mélissa

Dédicace

Nous remercions Allah de nous avoir donné la capacité d'écrire, de réfléchir, la force d'y croire, et la patience nécessaire pour aller jusqu'au bout de ce rêve.

Nous dédions ce mémoire à nos familles, qui nous ont toujours soutenus avec amour et patience.

Nos plus sincères remerciements vont à nos parents, pour leurs efforts constants, leurs précieux conseils et leur confiance inébranlable.

Merci également à nos frères, sœurs, amis et proches pour leur aide, leur présence et leurs encouragements tout au long de ce parcours.

Melissa ♥ Inès

Liste des abréviations

B

BADR : Banque Algérienne de Développement Rurale
BNA : Banque Nationale d'Algérie

C

CIB : Carte Interne Bancaire
CPA : Crédit Populaire d'Algérie
CNEP : Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance

D

DA : Dinard Algérien
DAB : Distributeur Automatique de Billet
DRE : Direction Régional d'Exploitation

E

EDI : Échange de Données Informatisé

F

Fin Tech : finance technologie

G

GAB : Guichet Automatique de Banque

R

RIB : Relevé d'Identité Bancaire

S

SATIM : Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique

T

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication TPE : Terminal de Paiement Electronique



SOMMAIRE

Sommaire

Introduction générale	7
------------------------------------	----------

Chapitre I : Évolution et transformation des services financiers dans le monde

Section 1 : De la banque traditionnelle à la digitalisation : une transformation progressive des services financiers.....	10
---	----

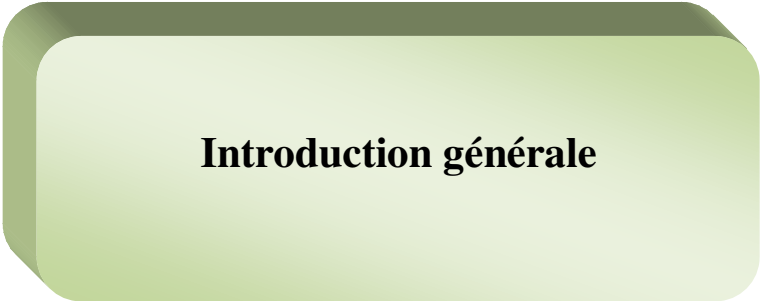
Section 2 : Les FinTechs et leur contribution à l'innovation financière	12
---	----

Chapitre II : Analyse des services financiers digitaux chez la BNA

Section 1 : La BNA et le développement de ses services digitaux.....	17
--	----

Section 2 : Utilisation des services digitaux chez l'agence BNA 356de Bejaïa.....	32
---	----

Conclusion générale.....	44
---------------------------------	-----------



Introduction générale

Introduction générale

Aujourd'hui, la numérisation s'impose comme un moteur essentiel de la croissance économique. Le progrès technologique a ouvert de nouvelles perspectives en donnant naissance à des produits, services et méthodes de travail innovants, en particulier dans le secteur financier. Les banques, en tant qu'établissements de crédit jouant un rôle d'intermédiaire entre les agents à besoin et ceux disposant d'une capacité de financement, ont dû adapter leurs offres aux exigences du marché. Qu'il s'agisse de particuliers ou d'entreprises, qu'elles soient privées ou publiques, ces institutions proposent une large gamme de services financiers en constante évolution.

Le secteur bancaire est l'un des domaines les plus concernés par la transformation digitale. Conscientes de son importance, les banques intègrent progressivement les nouvelles technologies de l'information et de la communication afin de moderniser leurs canaux de distribution et de répondre aux attentes d'une clientèle toujours plus connectée. Ce virage numérique modifie les modes d'interaction entre les banques et leurs clients, influençant ainsi le comportement des consommateurs et favorisant l'émergence de nouveaux usages.

Face à une clientèle plus exigeante et habituée à utiliser les technologies digitales pour ses besoins personnels et professionnels, le secteur bancaire doit s'adapter en adoptant des pratiques de gestion plus modernes. La transformation numérique représente à la fois un défi et une opportunité : d'un côté, elle exige des investissements technologiques pour répondre aux nouvelles exigences du marché, et de l'autre, elle permet aux banques d'améliorer leur compétitivité en offrant des services plus agiles, sécurisés et efficaces. Dans un environnement en perpétuelle évolution, où l'innovation côtoie des réglementations strictes, la digitalisation apparaît comme un levier stratégique essentiel pour assurer la pérennité et le développement des institutions financières.

Problématique

Le secteur bancaire algérien est au cœur de ces transformations avec l'apparition progressive de nouveaux services financiers numériques. Ces innovations incluent notamment la consultation des comptes en ligne, les cartes de paiement électroniques et l'essor des guichets automatiques. Dans ce contexte, nous nous interrogeons sur l'impact de cette transition numérique sur les produits monétiques, en particulier au sein de la Banque Nationale d'Algérie (BNA).

Ainsi, la problématique centrale de cette étude est la suivante :

Quel est l'effet de la transformation numérique sur les produits bancaires de la BNA ?

Pour mieux cerner cette question, nous avons formulé plusieurs interrogations secondaires :

- Comment a évalué le développement numérique de la BNA ?
- Pourquoi la numérisation est-elle devenue une nécessité la BNA ?
- En quoi la digitalisation des services financiers contribue-t-elle à l'efficacité des produits monétiques de la BNA ?

Objectifs de la recherche

L'objectif principal de cette recherche est d'analyser l'impact de la transformation numérique sur les produits bancaires de l'agence Banque Nationale d'Algérie (BNA) de Bejaïa.

Pour atteindre cet objectif, nous nous appuyons sur plusieurs sous-objectifs :

- Évaluer le niveau de développement numérique au sein de l'agence BNA Béjaïa
- Analyser les bénéfices de la digitalisation pour cette agence
- Comprendre comment la numérisation contribue à l'amélioration de l'efficacité des services monétiques

A la lumière de ce qui précède, une première réponse à toutes ces interrogations peut se trouver dans les hypothèses suivantes :

Hypothèse 1 :

Le client de la BNA préfère avoir recours aux services digitaux pour les opérations les moins engageantes, ce qui résulte son manque de déplacement dans les agences bancaires.

Hypothèse 2 :

La digitalisation des services bancaires de la BNA a eu un impact plutôt positif sur sa productivité et sa rentabilité.

Méthodologie de recherche

Afin de répondre de manière rigoureuse à notre problématique et de vérifier la validité des hypothèses formulées, nous avons opté pour une double approche : théorique et empirique. L'approche théorique repose sur une revue documentaire approfondie portant sur des ouvrages spécialisés, des articles scientifiques, des mémoires académiques ainsi que des sources en ligne en lien avec la digitalisation des services financiers. Elle a permis de cadrer notre réflexion et de

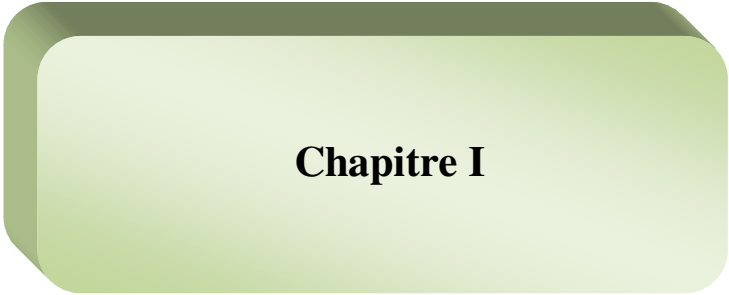
comprendre les fondements conceptuels liés à l'évolution des moyens de paiement. L'approche empirique, quant à elle, repose sur une étude de cas appliquée à la Banque Nationale d'Algérie (BNA). Elle s'appuie principalement sur une analyse de contenu des documents internes de l'agence, qui permet de dégager des données précieuses sur la perception, l'usage et la performance des outils digitaux au sein de l'établissement.

L'étude se structure en deux chapitres complémentaires :

Chapitre I : Évolution et transformation des services financiers à l'ère du digital Ce chapitre expose un cadre théorique sur l'évolution des services bancaires, depuis les pratiques traditionnelles jusqu'à l'intégration progressive des technologies numériques. Il mettra également en évidence le rôle des FinTechs dans cette dynamique de transformation et leur contribution à l'innovation dans le secteur financier.

Chapitre II : Analyse des services digitaux à la BNA Ce chapitre est consacré à l'analyse concrète de la digitalisation des services bancaires en Algérie, à travers le cas de la BNA. L'étude portera en particulier sur l'évolution des moyens de paiement digitaux, l'usage de la carte interbancaire ainsi que la performance de l'agence de Béjaïa 356 après l'intégration des services numériques.

Enfin, une conclusion générale viendra résumer les principaux enseignements de notre étude, en mettant en évidence les apports concrets de la transformation digitale dans le domaine bancaire algérien.



Chapitre I

Chapitre I : Évolution et transformation des services financiers dans le monde.

Le secteur financier a connu de profondes transformations, passant d'un fonctionnement traditionnel à une dynamique entièrement influencée par la digitalisation. L'émergence des technologies numériques a permis de repenser les services bancaires, les rendant plus rapides, accessibles et innovants.

Ce chapitre vise à retracer cette évolution, en mettant en évidence les principales étapes de la transition vers le digital et le rôle majeur des FinTechs dans ce changement. Il permettra ainsi de poser les bases théoriques nécessaires à la compréhension de la digitalisation du secteur bancaire, avant de passer à l'étude pratique dans le chapitre suivant.

Section 1 : Historique et Évolution des Services Bancaires

Les services bancaires se sont progressivement transformés au fil des siècles. Dès le XIXe siècle, la révolution industrielle et l'expansion du commerce ont favorisé l'émergence de la banque moderne, caractérisée par la création de grandes institutions financières (Société Générale, Crédit Lyonnais, Deutsche Bank, Barclays, etc.). Cette période marque la mise en place d'un cadre réglementaire avec l'intervention de l'État pour encadrer et sécuriser l'activité bancaire.

Au XXe siècle, le système bancaire connaît une phase de consolidation et d'expansion. Les crises, notamment la crise de 1929, ont conduit à une réorganisation des structures bancaires. Aux États-Unis, la séparation entre les banques d'affaires et les banques de dépôts est instaurée pour protéger l'économie et les épargnants. En France, plusieurs banques sont nationalisées, consolidant ainsi la régulation étatique. Par la suite, la démocratisation de l'accès aux services bancaires permet à un public de plus en plus large – femmes, jeunes et familles – de devenir client, tout en faisant apparaître de nouveaux moyens de paiement (comme la carte bancaire). Cette évolution a préparé le terrain pour une transition vers le digital.

La transformation numérique des services bancaires constitue une nouvelle étape décisive. L'intégration des technologies digitales a permis de repenser l'ensemble du système bancaire. Parmi les principaux enjeux, on note :

- L'optimisation des processus : La digitalisation offre une automatisation des tâches et une meilleure gestion des opérations, réduisant les délais et les coûts de transaction.
- La sécurisation des transactions : Le développement de systèmes de sécurité avancés, incluant l'authentification biométrique et les protocoles de chiffrement, vise à protéger les données et les fonds des clients.
- L'accessibilité accrue : Les services bancaires en ligne et mobiles permettent aux clients d'accéder à leurs comptes à tout moment et depuis n'importe quel lieu, facilitant ainsi la gestion de leur argent.

Cependant, cette transition comporte également des défis, tels que la nécessité d'investir dans des infrastructures technologiques de pointe, la gestion des risques liés à la cybersécurité, et l'accompagnement des clients dans l'adaptation à ces nouveaux modes de fonctionnement. Les bénéfices, en revanche, se traduisent par une offre de services plus rapide, personnalisée et diversifiée, répondant mieux aux attentes d'un public en constante évolution.

1.1 Nouveaux Comportements des Usagers Face au Digital

La montée en puissance du digital a profondément modifié le comportement des clients. L'accessibilité permanente aux services bancaires via les smartphones et ordinateurs a transformé les habitudes de gestion financière :

- Autonomie et réactivité : Les clients privilégient désormais les interactions en ligne pour effectuer leurs transactions, consulter leurs comptes et gérer leurs budgets en temps réel.
- Recherche de simplicité : L'ergonomie des applications bancaires joue un rôle essentiel, les usagers recherchant des interfaces intuitives et faciles à utiliser, qui permettent de réduire le temps d'attente et la complexité administrative.
- Personnalisation des services : Grâce aux données collectées via les outils digitaux, les banques peuvent offrir des services sur-mesure, anticiper les besoins des clients et proposer des conseils financiers adaptés.

- **Sensibilité à la sécurité** : Les clients demeurent attentifs à la protection de leurs informations personnelles, ce qui les incite à choisir des établissements capables de garantir des niveaux élevés de sécurité.

En somme, l'évolution historique des services bancaires et le passage au numérique ont non seulement transformé les modes de fonctionnement des institutions financières, mais ont également induit une mutation profonde dans le comportement des usagers. Cette transformation offre de nouvelles opportunités tout en posant des défis qu'il convient d'aborder pour assurer une intégration sécurisée et efficace des technologies digitales dans le secteur bancaire.

Section 2 – La digitalisation des services financiers : FinTechs et transformation des banques traditionnelles

La digitalisation joue un rôle de plus en plus déterminant dans l'évolution des métiers bancaires. Elle ne se contente plus d'accompagner les transformations : elle en devient désormais le principal moteur. Le numérique redéfinit les règles de la concurrence entre les établissements bancaires, tout en ouvrant la porte à de nouveaux concurrents issus d'autres secteurs. L'avantage reviendra incontestablement à ceux qui sauront saisir le potentiel de ces technologies et les intégrer intelligemment dans leur stratégie, en s'appuyant sur une compréhension fine des métiers de la finance. Cela leur permettra de créer de véritables avantages compétitifs et de dégager des gains significatifs.

2.1 Généralités sur les technologies financières

2.1.1 Définition des technologies financières (FinTech)

Le terme FinTech est un acronyme issu de la combinaison des mots "finance" et "technologie". Il désigne l'ensemble des entreprises qui intègrent les technologies numériques pour offrir des services financiers innovants et adaptés aux besoins contemporains. En ce sens, les FinTechs ne se limitent pas seulement à des alternatives aux banques traditionnelles, mais incluent aussi des outils et services qui aident ces dernières à se moderniser.

Ces entreprises peuvent opérer aussi bien en B2B (Business-to-Business) qu'en B2C (Business-to-Consumer). Certaines FinTechs créent des solutions qui viennent compléter ou améliorer les

services fournis par les banques classiques, tandis que d'autres innoveraient complètement en proposant des services directement destinés aux consommateurs ou aux entreprises.¹

2.1.2 Historique des technologies financières

Les technologies financières ont émergé à partir des années 2000, avec un véritable essor après la crise de 2008. Grâce à l'essor du numérique, elles ont transformé la manière d'accéder aux services financiers, en mettant l'accent sur l'expérience utilisateur, la rapidité des transactions et la dématérialisation.

2.1.3 Les produits de la technologie financière

- Paiement en ligne : permet d'effectuer des transactions via Internet en toute sécurité.
- Comptes en ligne : ouverture et gestion de comptes bancaires sans se déplacer.
- Carte bancaire : physiques ou virtuelles, elles permettent des achats et retraits automatiques.
- Prêt en ligne : services de crédit digitalisés, rapides et souvent sans garantie.
- Compte épargne et investissement en ligne : gestion et placement de l'épargne directement via des applications ou plateformes.

2.2 Impact de la numérisation sur la performance bancaire

La numérisation occupe désormais une place centrale dans l'évolution du secteur bancaire. Elle n'est plus un simple outil d'accompagnement, mais devient un véritable levier de transformation. Elle redéfinit les bases de la concurrence, en ouvrant la porte à de nouveaux entrants, notamment des acteurs non bancaires. Les établissements qui sauront exploiter efficacement le potentiel des nouvelles technologies en lien avec une bonne compréhension des métiers de la finance bénéficieront d'un avantage concurrentiel certain.²

2.2.1 L'impact sur la fonction de production

Nous allons étudier comment la digitalisation transforme les modes de fonctionnement des banques dans les différents aspects de leur activité.³

- **Réduction des coûts**

La numérisation permet aux banques de diminuer leurs coûts de production grâce à la mutualisation des investissements, favorisant ainsi les économies d'échelle en répartissant les coûts sur des volumes plus importants.

¹CAPGEMINI, 2018, rapport annuel

²SAHUT Jean Michel, LANTZ Jean Sébastien (2011) à quel business model et performance pour les banques par internet .P. 234

³Idem p235

- **Automatisation des processus**

Les banques visent à automatiser, puis à industrialiser l'ensemble de leurs processus internes. L'objectif est d'avoir une vision unifiée et instantanée de chaque client pour mieux cibler et répondre à ses besoins.

- **Passage à une gestion de flux**

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) permettent de passer d'une gestion traditionnelle de stock à une gestion de flux. Cela implique un traitement continu et intégré des opérations, avec un suivi dynamique des échanges.

- **L'impact sur la fonction de distribution**

Internet et les réseaux électroniques ont créé de nouveaux canaux de distribution. Ils modifient profondément la relation entre les clients et les banques en introduisant des outils de collaboration en ligne, des processus d'achat automatisés et des échanges dématérialisés. Le défi majeur reste la gestion d'une distribution multicanal efficace, qui s'adapte aux différents profils de clients.

2.2.2 Impact de la numérisation sur l'efficacité des produits et la rentabilité bancaire :

Nous allons nous intéresser à la manière dont elles bouleversent l'efficacité des produits ainsi que la rentabilité bancaire⁴

- **Sur l'efficacité des produits**

La numérisation a permis aux banques d'enrichir et de diversifier leur gamme de produits et services grâce à l'intégration des nouvelles technologies. L'émergence de canaux tels que les distributeurs automatiques, les services bancaires en ligne et mobiles a considérablement amélioré l'accessibilité et la qualité des prestations. Ces innovations facilitent des opérations comme les transferts de fonds, le paiement de factures ou les demandes de crédit, tout en améliorant la performance opérationnelle des établissements.

- **Sur la rentabilité**

La numérisation a entraîné une profonde transformation du modèle économique bancaire. Les banques capables de réussir cette transition bénéficient d'un avantage concurrentiel durable, notamment en termes de proximité client et d'efficacité interne. Une étude de McKinsey montre que cette transformation pourrait accroître la marge des banques de près de 40 %, en améliorant leur performance financière globale.

⁴SAHUT Jean Michel, LANTZ Jean Sébastien. *Op Cit.* p238 .

2.3 Impact de la numérisation sur la démarche marketing

La numérisation a profondément modifié le marketing bancaire, en introduisant de nouveaux outils d'analyse et de communication. Elle renforce le recours au marketing relationnel, à la personnalisation et au marketing des services, en mettant l'accent sur la satisfaction client et la connaissance fine du marché.

2.3.1. Marketing relationnel et personnalisation

- Marketing relationnel : vise à construire une relation durable avec le client à travers des interactions régulières, pour maximiser les bénéfices à long terme.
- Personnalisation : permet d'adapter les offres aux besoins spécifiques de chaque client, à grande échelle et à moindre coût, en utilisant les outils CRM et les données issues de la segmentation.
- Marketing des services : avec l'essor des e-services, les banques améliorent la qualité de leurs prestations tout en proposant des services complémentaires adaptés aux besoins modernes.
- Gestion de la relation client :

La numérisation transforme la manière dont les banques interagissent avec leurs clients. Elle permet une communication multicanal, une co-production des services et le développement du self-service. Cela renforce l'autonomie du client tout en élargissant les possibilités d'interaction personnalisée.

2.3.2. Impact de la numérisation sur le marketing mix (les 4P)

a. Produit

L'offre devient plus interactive et flexible. Le client peut intervenir dans la conception des produits en temps réel, modifiant ainsi le rôle traditionnel des banques dans la création de valeur.

b. Prix

La transparence des prix est accentuée par l'émergence des plateformes numériques. Le tarif tend à refléter la valeur perçue plutôt que les coûts de production, et devient personnalisable selon le profil client.

c. Distribution

Les canaux traditionnels sont complétés par des canaux virtuels (applis, web, etc.). Cela permet aux clients d'accéder aux services bancaires sans contraintes de temps ni de lieu, améliorant l'expérience utilisateur.

d. communication

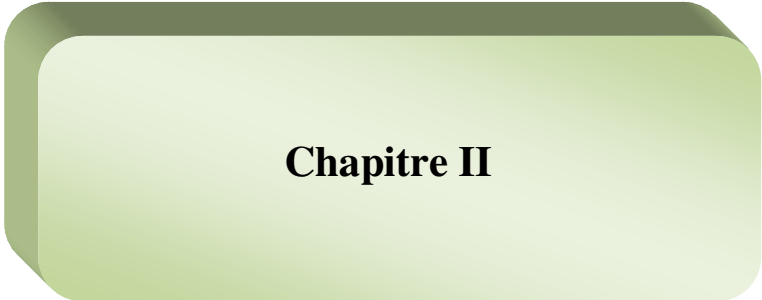
Les modes de communication évoluent vers plus de ciblage, d'interactivité et de personnalisation. Les médias classiques perdent en efficacité face aux nouveaux supports digitaux, mieux adaptés aux habitudes des consommateurs connectés.⁵

Dans ce chapitre, nous avons présenté l'évolution des services bancaires avant et après l'ère numérique, en mettant en lumière la dématérialisation du secteur ainsi que l'émergence d'une tendance majeure : les FinTech.

En résumé, il apparaît clairement que le secteur bancaire a connu une transformation profonde au fil du temps. Entre avancées technologiques et évolutions réglementaires, les banques ont dû continuellement s'adapter pour répondre aux attentes changeantes de leurs clients et relever les nouveaux défis du marché.

L'apparition de technologies innovantes, notamment Internet et les appareils mobiles, a profondément bouleversé la manière dont les services bancaires sont proposés. Désormais, les opérations financières peuvent être réalisées en ligne, offrant un accès plus rapide, plus pratique et plus souple aux services bancaires.

⁵SAHUT Jean Michel, LANTZ Jean Sébastien. *Op Cit*, page 234



Chapitre II

Chapitre II : Analyse des services financiers digitaux chez la BNA

Le secteur bancaire algérien, à l'instar des autres secteurs, a connu une profonde transformation.

Avec l'émergence de la numérisation à l'échelle mondiale. Cette évolution a permis au secteur bancaire de s'adapter à un environnement de plus en plus connecté et globalisé. La Banque Nationale d'Algérie (BNA), notamment à travers son agence 356 de Bejaïa, a été amenée à adopter une stratégie numérique afin de suivre ce développement et renforcer sa compétitivité sur le marché national.

L'objectif de cette recherche est de démontrer l'importance de la numérisation dans le secteur bancaire, en analysant plus spécifiquement les services digitaux proposés par la BNA, notamment la carte interbancaire (CIB), ainsi que le développement d'e-Banking et de Wimpay. Ce chapitre permettra dans un premier temps de présenter la BNA et son agence de Bejaia, puis d'aborder les différents services numériques mis en place, avec un focus particulier sur la CIB, e-banking et Wimpay. Enfin, nous concluons par une comparaison de la BNA avant et après l'introduction de ces services digitaux.

Section 1 : Présentation de la BNA

La Banque Nationale d'Algérie est la première banque commerciale qui exerce toute activité d'une banque de dépôts et assure notamment le service financier des groupements professionnels et des entreprises. En outre, elle a capitalisé une forte expérience à travers son rôle d'intermédiation et le développement des produits et services à l'endroit de la clientèle.

1.1 Historique de la BNA

Depuis sa création en 1966, la Banque Nationale d'Algérie (BNA) s'est affirmée comme un acteur clé du paysage bancaire algérien. Elle a fait de l'accompagnement de ses clients — particuliers, professionnels et entreprises — une mission essentielle. Aujourd'hui, forte de plus

de **2,5 millions de clients** et de **plus de 5 000 collaborateurs**, la BNA est l'une des banques les plus actives en Algérie.⁶

1.2 Évolution et historique

- **Période 1966-1982**

Créée le 13 juin 1966, la BNA fut la première banque commerciale nationale. Elle exerçait toutes les fonctions d'une banque universelle avec un rôle important dans le financement de l'agriculture.

- **Période 1982-1988**

La restructuration de la BNA a donné naissance à la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR). Cette restructuration avait pour objectifs la spécialisation des activités, l'expansion du réseau d'agences et une réorganisation interne plus efficace.

- **Période 1988-1990**

Cette phase fut marquée par une orientation vers l'autonomie des entreprises économiques, concrétisée par la loi 88-01 du 12 janvier 1988, modifiant ainsi la relation entre les banques et les entreprises publiques.

- **Période 1990-1995**

L'Algérie s'oriente vers une économie de marché, renforcée par la promulgation de la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit. Celle-ci impose aux banques de se conformer à de nouvelles exigences en matière de statut et de capital.

La BNA devient en 1995 la première banque à obtenir son agrément du Conseil de la monnaie et du crédit, symbole de son alignement rapide sur les nouvelles règles.

- **Période 1995-2018**

En juin 2009, le capital de la BNA augmente de 14,6 à 41,6 milliards de dinars, avant d'atteindre 150 milliards de dinars en 2018. La banque renforce son rôle en tant qu'acteur majeur du financement économique, tout en modernisant ses services.

- **Depuis 2018 à aujourd'hui**

La BNA dispose actuellement de **227 agences**, réparties sur l'ensemble du territoire national et encadrées par **21 Directions Régionales (DRE)**, ce qui fait d'elle une banque de proximité par excellence.

Entièrement engagée dans le processus de **digitalisation**, elle offre gratuitement à ses clients des **cartes CIB** et facilite leurs opérations bancaires grâce à un réseau de **100**

⁶ BNA. 2025. Présentation de la BNA. Disponible sur : <https://www.bna.dz/fr/presentation-de-la-bna/>. Consulté le : 24-04-2025

guichets automatiques de banque (GAB) et 174 distributeurs automatiques de billets (DAB).

Ses services sont assurés par des équipes professionnelles qui mettent en place des **offres de financement adaptées aux besoins des entreprises et des professionnels**, contribuant activement au progrès économique national.⁷

1.3 Organisation et organigramme de la BNA (Algérie)

L'organisation de la Banque Nationale d'Algérie (BNA) repose sur une structure hiérarchique bien définie, répartie entre la direction générale, les directions régionales (succursales) et les agences.

• Direction Générale

Située au sommet de la hiérarchie, elle est responsable de la gestion globale de la banque. Elle élabore les politiques internes, coordonne les différentes directions et veille à l'application des directives du ministère des Finances. Elle joue un rôle central dans la prise de décision stratégique.

• Directions Régionales (ou Succursales)

La BNA compte 21 directions régionales réparties sur l'ensemble du territoire national. Elles constituent le lien entre la direction générale et les agences. Leur rôle est de :

- Superviser et encadrer les agences locales ;
- Contrôler l'application des procédures internes ;
- Assurer la coordination régionale des opérations.

• Agences

Avec 227 agences à travers le pays, la BNA assure une large couverture nationale. Les agences représentent l'unité opérationnelle de base et sont en contact direct avec la clientèle. Leur mission principale est d'offrir des services bancaires de proximité, adaptés aux besoins des particuliers, professionnels et entreprises.

⁷ Ibid.

1.4 La gestion de la carte inter bancaire au sein de la BNA

Après avoir présenté l'organisme d'accueil d'une manière générale, nous consacrons cette section à définir et expliquer les modalités de gestion des cartes interbancaire au sein de la BNA en se référant aux guides monétiques adressés par la direction générale

1.4.1 Diversification de l'offre CARTES :

La BNA propose une gamme de cartes large et diversifiée, adaptée à chaque type de client et de compte, avec des plafonds de retrait et de paiement exclusifs, destinés aux :

Particulier : Carte CIB, Carte Epargne et Carte Classique VISA

Entreprise: Carte Affaire

Professionnel: Carte Affaire.⁸



Figure 1 : Gamme de cartes exclusive⁹

1.4.2 Présentation de la carte CIB

La carte CIB (Carte Interbancaire Bancaire) est une carte liée à un compte bancaire, valable trois ans et fournie gratuitement aux clients. Elle affiche le logo « CIB » ainsi que celui de la banque émettrice. Son renouvellement est automatique, sauf en cas d'annulation par le titulaire ou la banque.

Elle permet de réaliser les opérations suivantes :

⁸ BNA. 2025. Carte CIB (+ sms CARD). Disponible sur : <https://www.bna.dz/fr/particulier-cartes-cib-sms-card/>. Consulté le : 15-05-2025

⁹ Guide interne de la BNA

Sur les DAB de la BNA : retraits et consultation du solde.

Sur les DAB d'autres banques : retraits uniquement.

Sur les GAB de la BNA : retraits, virements, dépôts d'espèces, consultation du solde et du RIB, historique des opérations, remise de chèques (dans l'agence d'origine uniquement).

Paielements : en ligne et via TPE (Terminaux de Paiement Électronique).

1.4.3 Les cartes proposées par la BNA

La BNA propose plusieurs types de cartes adaptées aux besoins de ses clients :

- Carte classique : permet les opérations de base (retrait et paiement interbancaire), accessible selon les critères de la banque.
- Carte Gold : offre des plafonds plus élevés, destinée à une clientèle spécifique.

- **La carte « Particulier »**

Destinée aux clients ayant un solde permanent ou une autorisation bancaire, cette carte permet les paiements chez les commerçants et les retraits sur tous les DAB du pays.¹⁰

Types de cartes	Salaires	Plafond
CIB Classique 	<120 000 DA/mois	DAB : 80% salaire du mois GAB : 100 000.00 DA/jour (à hauteur du solde)
CIB Gold 	≥120 000DA/mois	DAB : 80% salaire du mois GAB : 100 000.00 DA/jour (à hauteur du solde)

Tableau 1: plafond mensuelle de la carte particulier¹¹

¹⁰ Guide interne de la BNA

- **La carte « Épargne »**

La carte Épargne est destinée aux personnes physiques titulaires d'un compte épargne. Elle peut être attribuée aux clients disposant déjà d'un livret épargne électronique. Toutes les opérations réalisées avec cette carte sont enregistrées sur le livret électronique lors du passage du client au guichet.

Elle permet principalement :

- Le **retrait d'espèces** sur tous les DAB reliés au réseau interbancaire national.

Il existe **quatre sous-types** de cette carte :

- Carte Épargne **avec intérêt**
- Carte Épargne **sans intérêt**
- Carte Épargne junior « **Moustakbaly** » **avec intérêt**
- Carte Épargne junior « **Moustakbaly** » **sans intérêt**

¹¹ Ibid.



Figure 2 : Gamme cartes épargne¹²

➤ **Modalités d'octroi de la carte interbancaire CIB :**

Le client doit signer un formulaire de demande (Annexe I) et un contrat en double exemplaire.

L'original du contrat est remis au client, la copie est conservée par l'agence.

Le contrat précise les conditions d'utilisation de la carte et les responsabilités de chaque partie.

Les retraits sur DAB ou GAB sont soumis à des commissions, selon les conditions générales de la banque.

- **Carte « Affaire » :**

Carte interbancaire destinée aux professionnels et entreprises (ministères, administrations, entreprises publiques, sociétés commerciales, professions libérales, commerçants individuels).

¹² BNA.2025. Cartes épargne. Disponible sur : <https://www.bna.dz/fr/entreprise-cartes-cib-sms-card/>. Consulté le 01-05-2025.

Permet de gérer les paiements professionnels (impôts, factures, frais divers) pour faciliter la gestion financière.¹³

Tableau 2: Plafonds mensuels de la Carte Affaire¹⁴

Type de carte	Retrait	Paie ment en ligne	Plafond paiement sur TPE
Carte Affaires « Classique »  Professionnels  Entreprises	50.000 DA 50.000 DA	300.000 DA 30.000 DA	80.000 DA 80.000 DA
Carte Affaires « Gold »  Professionnels  Entreprises	50.000 DA à 80.000DA 50.000 DA à 80.000DA	300.000 DA à 999.999DA 300.000 DA à 999.999DA	150.000 DA 250.000 DA

¹³ Guide interne de la BNA

¹⁴bna.dz/Fr/carte-affaires.html

➤ **Modalités d'octroi de la carte CIB :**

- Le client doit signer :
 - Un formulaire de demande (Annexe I)
 - Un contrat en double exemplaire (original remis au client, copie conservée en agence)
- Le contrat définit les conditions d'utilisation de la carte et les responsabilités de chaque partie (client et banque).
- **Carte « Prépayée » :**

La carte CIB prépayée est une carte interbancaire rechargeable permettant les retraits et paiements, alimentée à l'avance par un client disposant d'un compte bancaire et déjà titulaire d'une carte CIB.



Figure 3 : Carte prépayée¹⁵

Avec :

Retrait journalier	Paiement mensuel
100.000.00 DA	200.000.00 DA

Tableau 3: Les plafonds mensuels de la carte « prépayée¹⁶

➤ **Conditions d'obtention de la carte CIB prépayée :**

- Ouverture d'un compte bancaire "prepaid" dédié à l'utilisation de la carte, lié au compte principal du client.

¹⁵ Dépliant offert par la BNA.

¹⁶ Ibid.

- Le compte "prepaid" peut être alimenté :
 - Par opérations au guichet (versement ou retrait),
 - Par virement depuis le compte chèque, via guichet, DAB/GAB, e-banking, bn@tic ou Wimpay.
- Signature d'un contrat entre la banque et le titulaire du compte, ainsi que des annexes (en 3 exemplaires) entre le titulaire et le porteur de la carte.
- Le titulaire peut demander jusqu'à 10 cartes prépayées, chacune destinée à un porteur différent (pas plus d'une carte par porteur).
- Un solde minimum de 1000 DA doit être disponible sur le compte "prepaid" pour permettre la création de la carte
- **La carte « ELITE »**

La carte « ELITE » est une carte interbancaire haut de gamme, destinée aux clients de la banque, permettant les retraits et paiements, et offrant en plus des services exclusifs d'assistance médicale, de prévoyance et de conciergerie.¹⁷

Type de cartes	Retrait jour	Païement en ligne/semaines	Plafond par montant de transaction de paiement
Carte « ELITE » Particulier 	200.000 DA	999.999 DA	250.000 DA
Carte « ELITE » Affaire  Professionnel Entreprise	50.000 DA 50.000 DA	999.999 DA 999.999 DA	250.000 DA 250.000 DA

Tableau 4: le plafond mensuel de la carte « ELITE »¹⁸

¹⁷ Guide interne de la BNA

1.5 Gestion de la carte CIB à l'agence BNA de Béjaïa «356 »

A. Conservation et remise des cartes

- Les cartes CIB et leurs codes sont conservés dans des coffres sécurisés, sous la responsabilité du directeur d'agence.
- Délai de conservation : **maximum 90 jours**.
- Remise uniquement en main propre, après :
 - Vérification de l'identité et de l'état du compte,
 - Signature d'un registre,
 - Explication de l'utilisation de la carte.

B. Renouvellement

- Renouvellement **automatique à l'échéance**, sauf demande de non-renouvellement.
- Modifications (plafond, comptes...) nécessitent un **nouveau contrat**.
- L'agence peut refuser le renouvellement pour **motifs objectifs** (ex : incidents de paiement).

C. Mise en exception (blocage temporaire) Effectuée en CAS de:

- **Vol ou perte de carte** : blocage immédiat via la SATIM ou la banque.
- **Capture par un automate** : levée après vérification par formulaire.
- **Incident de paiement** : blocage et invitation du client à régulariser.

D. Annulation

- En cas de **résiliation du contrat, décès, ou non-respect des engagements**.
- Obligation d'**oblitérer la carte** (découpe de la puce), établir un procès-verbal signé, et le transmettre à la DRE.
- Une nouvelle carte ne peut être délivrée qu'après validation.

➤ **Réalisations 2024 – Émission de Cartes Bancaires par Wilaya :**

¹⁸ BNA. 2025. Plafond mensuel de la carte ELITE. Disponible sur : <https://www.bna.dz/fr/cartes-elite.html>. Consulté le : 29-04-2025

Au 30 Septembre 2024, la BNA a enregistré une croissance notable dans la distribution des cartes bancaires, notamment des **cartes CIB** (utilisables localement) et des **cartes Visa** (à usage international). Cette évolution témoigne de l'engagement continu de la banque dans le processus de transformation numérique et de promotion des paiements électroniques à travers tout le territoire national.



Cartes bancaires



Etat cartes CIB au 30/09/24

	DRE	objectif Création	Création	%	Activation	Activation (stock)	Cartes non distribuées
1	ANNABA	11 200	5 298	47%	4 571	32 189	1 689
2	GARIDI	10 200	5 195	51%	3 768	22 752	2 127
3	TIZI OUZOU	13 600	5 075	37%	4 173	30 033	2 718
4	TLEMCEN	12 800	5 020	39%	3 680	38 028	1 788
5	KOLEA	10 300	4 631	45%	3 820	27 002	2 278
6	SETIF	11 600	4 552	39%	4 197	24 806	2 514
7	EL BIAR	13 000	4 550	35%	3 738	29 584	1 850
8	CONSTANTINE	11 700	4 414	38%	3 858	29 740	1 408
9	BEJAIA	10 800	4 126	38%	3 130	22 644	1 748
10	ORAN	12 700	4 119	32%	3 554	24 046	1 552
11	ROUIBA	10 000	4 104	41%	3 459	27 358	1 020
12	BLIDA	11 000	3 816	35%	3 146	24 228	2 000
13	MOSTAGANEM	10 300	3 632	35%	2 848	22 061	2 760
14	CHLEF	9 600	3 213	33%	2 833	22 344	2 992
15	SIDI BEL ABBES	10 000	3 208	32%	2 235	18 217	1 321
16	BOUZEREAH	10 500	3 115	30%	2 500	18 156	1 003
17	OUARGLA	5 650	2 813	50%	2 251	14 306	1 446
18	BECHAR	8 500	2 672	31%	1 902	18 749	1 158
19	TEBESSA	8 000	2 415	30%	1 601	16 119	1 881
20	BISKRA	8 300	2 142	26%	1 649	14 785	1 109
21	GHARDAIA	6 000	1 792	30%	1 440	11 652	1 754
Totaux		215 750	79 902	37%	64 353	488 799	38 116

Etat cartes VISA au 30/09/24

	Dre	Création VISA	Activation VISA	cartes VISA non distribuées (stock)
1	GARIDI	762	482	174
2	EL BIAR	655	437	123
3	ORAN	528	361	73
4	BOUZEREAH	453	279	91
5	ROUIBA	429	310	63
6	BLIDA	422	290	76
7	SETIF	380	238	69
8	KOLEA	360	229	59
9	ANNABA	322	224	58
10	CONSTANTINE	254	188	41
11	CHLEF	240	167	41
12	OUARGLA	233	169	21
13	TLEMCEN	205	134	34
14	BECHAR	193	152	23
15	MOSTAGANEM	172	123	33
16	TIZI OUZOU	160	119	22
17	BEJAIA	156	122	17
18	TEBESSA	155	90	32
19	BISKRA	110	75	25
20	GHARDAIA	97	69	17
21	SIDI BEL ABBES	91	64	13
Totaux		6 377	4 322	1 105

Figure 4 : Émission de Cartes Bancaires par Wilaya ¹⁹

¹⁹ Guide interne de la BNA

➤ Développement du paiement électronique :

Ces dernières années, l'Algérie a connu une évolution notable dans le domaine du paiement électronique, portée par la digitalisation progressive des services publics et privés. Des entreprises comme **Sonelgaz** ont introduit des solutions de paiement en ligne pour permettre aux citoyens de régler leurs factures d'électricité et de gaz sans se déplacer. De leur côté, des plateformes commerciales telles qu'**Ouedkniss** ont intégré des options de paiement électronique afin de faciliter les transactions entre vendeurs et acheteurs. Les opérateurs de téléphonie mobile comme **Mobilis** offrent également des services de rechargement et de paiement via des applications mobiles. Enfin, des entreprises technologiques comme **Yassir**, pionnières dans le domaine du transport et des services à la demande, ont intégré des solutions de paiement sécurisées directement dans leurs applications. Cette dynamique témoigne d'une volonté croissante de moderniser les services et de répondre aux besoins d'une population de plus en plus connectée.



Figure 5 : Développement du paiement électronique²⁰

²⁰ Ibid.

➤ **État des terminaux de paiement électronique (TPE) au 05/11/2024 – Toutes les wilayas**

Dans le cadre du renforcement de l'infrastructure de paiement électronique à l'échelle nationale, une évaluation globale des terminaux de paiement électronique (TPE) a été réalisée au **05 novembre 2024**. Cette opération a concerné l'ensemble des agences BNA réparties à travers les différentes **wilayas du pays**.

Terminaux de Paiement Electronique

Etat TPE au 05/11/2024

DRE	Nom DRE	TPE installés	TPE en cours d'installation	TPE à récupérer par les DRE	TPE en cours de configuration SATIM	TPE installés
1	BOUZEREAH	62	15	15	4	394
2	CONSTANTINE	39	33	12	15	375
3	ROUIBA	37	23	11	7	432
4	BLIDA	33	42	11	7	444
5	KOLEA	32	3	36	0	299
6	SETIF	32	17	22	6	405
7	TLEMCEEN	31	8	4	5	473
8	ANNABA	30	36	37	6	622
9	OUARGLA	29	3	1	0	426
10	SIDI BEL ABBES	27	10	3	5	227
11	ORAN	25	24	1	5	389
12	CHLEF	23	57	7	6	562
13	EL BIAR	21	38	26	3	515
14	BEJAIA	19	8	1	10	292
15	BISKRA	18	26	7	1	303
16	TIZI OUIZOU	16	0	9	5	329
17	TEBESSA	16	0	7	6	305
18	MOSTAGANEM	14	5	1	2	175
19	BECHAR	13	9	2	0	245
20	GARIDI	11	15	12	8	291
21	GHARDAIA	0	11	0	2	191
Total		528	383	225	103	7694

Objectif :
TPE connecté et
transactionnel

Etat de connectivité

	TPE installés (stock)	TPE connectés	% connexion	TPE non connectés
ANNABA	622	452	73%	170
SETIF	405	338	83%	67
CONSTANTINE	375	352	94%	23
TEBESSA	305	188	62%	117
BEJAIA	292	214	73%	78
Total	1999	1544	77%	455



Novembre 2024

Renforcement EST

7

Figure 6 : Terminals de paiement électronique²¹

➤ **État des TPE au 05/11/2024 – Suivi depuis le lancement de la FDR (septembre 2024)**

²¹ Ibid.

Dans le cadre de la mise en œuvre de la **Feuille de Route stratégique** lancée en **septembre 2024**, un suivi rapproché a été établi afin de mesurer l'évolution concrète du déploiement et de l'activation des **terminaux de paiement électronique (TPE)** sur l'ensemble du territoire national.

Le tableau suivant présente une vue comparative de la situation des TPE au **05 novembre 2024**,

En indiquant :

- Le **nombre de TPE installés** depuis septembre 2024,
- Le **taux de progression** par rapport à la période précédente,
- Les **nouvelles installations**, les **activations réussies** et les **TPE toujours inactifs**.

Ce suivi permet de mesurer l'efficacité des premières mesures de la FDR, d'ajuster les actions à venir, et d'assurer une montée en charge progressive mais maîtrisée du réseau de paiement électronique.

Cette feuille de route s'inscrit dans une dynamique de :

- **Modernisation des services bancaires**,
- **Renforcement de la digitalisation**,
- **Réduction de la circulation des espèces**,
- Et **amélioration de l'inclusion financière**, en particulier dans les régions moins équipées.

Les axes principaux de cette FDR incluent :

- Le **déploiement massif des TPE** dans toutes les wilayas,
- Le **suiti rigoureux des installations** et de leur connectivité,

Terminaux de Paiement Electronique

Etat TPE au 05/11/2024 depuis le lancement de la FDR (Septembre 2024)

	Nom DRE	Objectif annuel assaini par la DAC	Commandes reçues	% de réalisation	TPE livrés aux DRE	TPE installés	TPE en cours d'installation	TPE à récupérer par les DRE	TPE en cours de configuration SATIM	Reste à réaliser
1	CHLEF	85	75	88%	62	8	54	7	6	10
2	ANNABA	140	91	65%	48	13	35	37	6	49
3	BLIDA	90	56	62%	38	0	38	11	7	34
4	CONSTANTINE	120	74	62%	47	14	33	12	15	46
5	BOUZEREAH	90	51	57%	32	17	15	15	4	39
6	KOLEA	90	50	56%	14	12	2	36	0	40
7	SETIF	104	54	52%	26	9	17	22	6	50
8	ROUIBA	103	44	43%	26	6	20	11	7	59
9	GARIDI	85	36	42%	16	2	14	12	8	49
10	EL BIAR	135	52	39%	23	3	20	26	3	83
11	SIDI BEL ABBES	90	33	37%	25	16	9	3	5	57
12	BISKRA	80	28	35%	20	3	17	7	1	52
13	ORAN	108	24	22%	18	0	18	1	5	84
14	GHARDAIA	60	13	22%	11	0	11	0	2	47
15	TEBESSA	75	14	19%	1	1	0	7	6	61
16	TLEMCEN	105	17	16%	8	3	5	4	5	88
17	BEJAIA	100	15	15%	4	1	3	1	10	85
18	MOSTAGANEM	60	9	15%	6	1	5	1	2	51
19	BECHAR	85	11	13%	9	2	7	2	0	74
20	TIZI OUZOU	125	16	13%	2	2	0	9	5	109
21	OUARGLA	70	5	7%	4	1	3	1	0	65
Total		2 000	768	38%	440	114	326	225	103	1232

Figure 7 : état TPE au 05/11/2024 depuis le lancement de la FDR (Septembre 2024)²²

Section 2 : Les différents services digitaux de la BNA

La Banque National d'Algérie a mis à disposition de ses clients plusieurs moyens de paiement digitaux, les aidant ainsi à régler leurs transactions, la consultation de leurs comptes et plein d'autres services à distance, sans avoir recours à se déplacer vers la banque. Parmi ces moyens digitaux on trouve :

²² Document interne de la BNA

E-Banking BNA.net: accessible via le web, et son équivalent mobile, l'application BN@tic, pour la gestion des comptes en toute mobilité.

E-paiement BNA : pour effectuer des paiements en ligne de manière sécurisée.

WIMPAY BNA : une solution de paiement sans contact, rapide et pratique.

2.1 Service de Banque à Distance (E-Banking)

La Banque Nationale d'Algérie (BNA) offre à sa clientèle un service de banque à distance, simple, sécurisé et accessible à tout moment, où que vous soyez. Ce service est disponible via:

- La plateforme web : ebanking.bna.dz
- L'application mobile : **BN@tic**

Grâce à cette solution digitale, les clients peuvent effectuer en toute autonomie les opérations suivantes :

- **Consulter le solde de leurs comptes** ainsi que l'historique des opérations sur une période allant jusqu'à **23 mois** ;
- **Effectuer des virements** vers des bénéficiaires enregistrés ;
- **Commander un chéquier ou une carte bancaire** directement en ligne ;
- **Bloquer leur carte interbancaire (CIB)** en cas de perte ou de vol ;
- **Communiquer avec la banque** via une messagerie intégrée au service.

2.1.1 Accès à la Plateforme E-Banking

Pour accéder au service E-Banking de la Banque Nationale d'Algérie, le client doit au préalable **s'inscrire auprès de son agence bancaire**, celle où ses comptes sont domiciliés.

Une fois l'inscription effectuée, l'agence fournit au client :

- Un **identifiant de connexion (login)** ;
- Un **mot de passe sécurisé**.

Ces informations permettent au client d'accéder à son espace personnel sur la plateforme E-Banking.

○ Procédure de connexion

Pour se connecter, le client doit :

1. Ouvrir un navigateur Internet ;
2. Vérifier qu'il est bien connecté à Internet ;
3. Saisir l'adresse suivante dans la barre de navigation :
<https://ebanking.bna.dz/customer/>
4. Une fois sur le site, la page de connexion s'affiche, demandant les identifiants d'accès fournis par la banque.

○ Connexion à la plateforme E-Banking

Cette illustration représente l'interface d'accueil de la plateforme E-Banking, où l'utilisateur saisit son identifiant et son mot de passe pour accéder à ses services en ligne.



Figure 8 : Ecran d'accueil pour la connexion à la plateforme E-banking²³

2.1.2 La Plateforme E-Banking BNA

Une fois connecté à la plateforme E-Banking à l'aide de ses identifiants, le client accède à une interface intuitive structurée autour de plusieurs onglets et fonctionnalités clés :

²³ BNA. 2025. Disponible sur : : <https://ebanking.bna.dz/customer/>.

- **Menus principaux:**

- **Reporting** : pour la consultation des relevés et historiques de comptes ;
- **Transaction** : pour effectuer des virements et autres opérations financières ;
- **Commandes** : pour demander un chéquier, une carte bancaire, etc. ;
- **Messagerie** : pour échanger directement et en toute sécurité avec la banque.

- **Carte interactive des agences BNA:**

Cette carte permet de localiser les agences les plus proches et fournit les informations utiles telles que :

- Adresses ;
- Numéros de téléphone et fax ;
- Adresses e-mail ;
- Itinéraire vers l'agence ;
- Coordonnées d'un conseiller BNA dédié.

- **Aperçu rapide du compte:**

La page d'accueil affiche également :

- Les **cinq dernières opérations** effectuées sur l'ensemble des comptes du client ;
- La **répartition de ses avoirs**, pour un suivi simplifié de ses finances.

° 05 : Écran d'accueil :

Cette image représente l'Écran d'accueil de BNA.NET

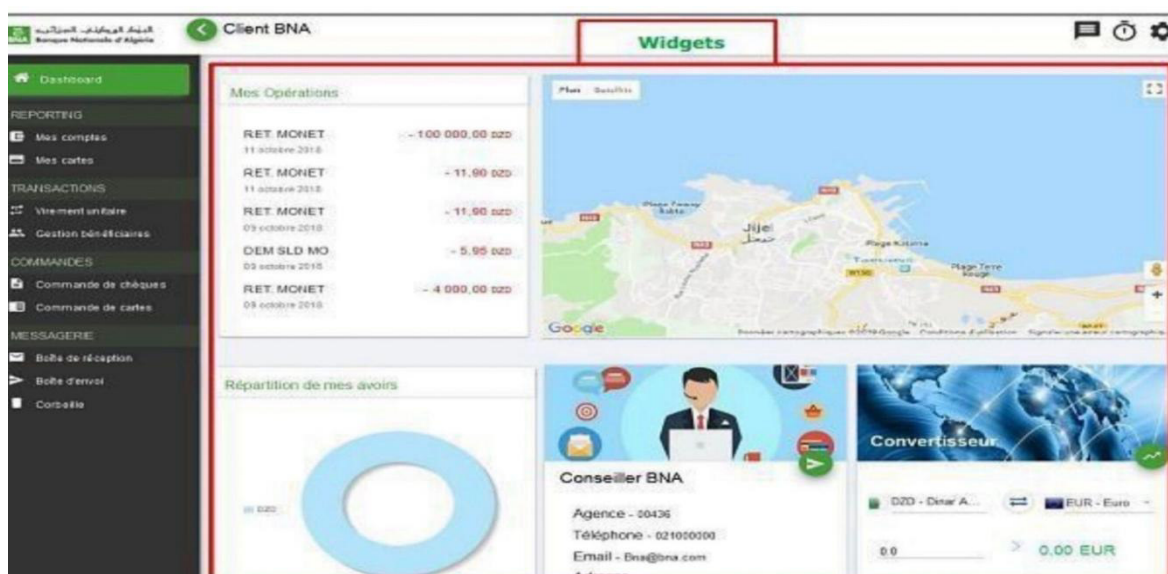


Figure 9 : Ecran d'accueil de BNA.NET²⁴

²⁴ BNA.025. Disponible sur : <https://ebanking.bna.dz/customer/>

➤ **Avantages du E-Banking BNA.NET**

Le service E-Banking **BNA.NET** offre aux clients de la Banque Nationale d'Algérie une série d'avantages significatifs qui facilitent la gestion de leurs comptes et opérations bancaires :

- **Accessibilité permanente** : disponible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 ;
- **Souplesse d'utilisation** : possibilité d'accéder aux services à tout moment et depuis n'importe quel endroit via un appareil connecté à Internet (ordinateur, tablette ou smartphone).
- **Gain de temps** : suppression des déplacements en agence grâce à l'automatisation des opérations courantes.
- **Simplicité d'usage** : une interface intuitive permettant une prise en main rapide ;
- **Sécurité renforcée** : traitement des opérations bancaires dans un environnement protégé, garantissant la confidentialité des données.

2.1.3 L'Application E-Banking BN@tic

BN@tic est la version mobile du service E-Banking de la Banque Nationale d'Algérie (BNA), conçue pour offrir une expérience bancaire simple, mobile et sécurisée.

Pour pouvoir utiliser l'application **BN@tic**, le client doit :

- Être **préalablement abonné** au service E-Banking ;
- Disposer d'un **smartphone Android ou iOS** connecté à Internet ;
- **Télécharger l'application BN@tic** depuis les plateformes de téléchargement officielles (Google Play ou App Store).

➤ **Accès à l'espace public**

L'application **BN@tic** propose un **espace public**, accessible **sans authentification**, qui permet à l'utilisateur de :

- Se **familiariser avec l'application** grâce à une **visite guidée** interactive dès son ouverture ;
- Consulter un aperçu des **services et offres E-Banking** proposés par la BNA ;
- Accéder à une **carte interactive des agences BNA à proximité**, avec toutes les coordonnées utiles (adresses, numéros de téléphone, e-mails, etc.)

°06: L'Accès à l'espace ouvert

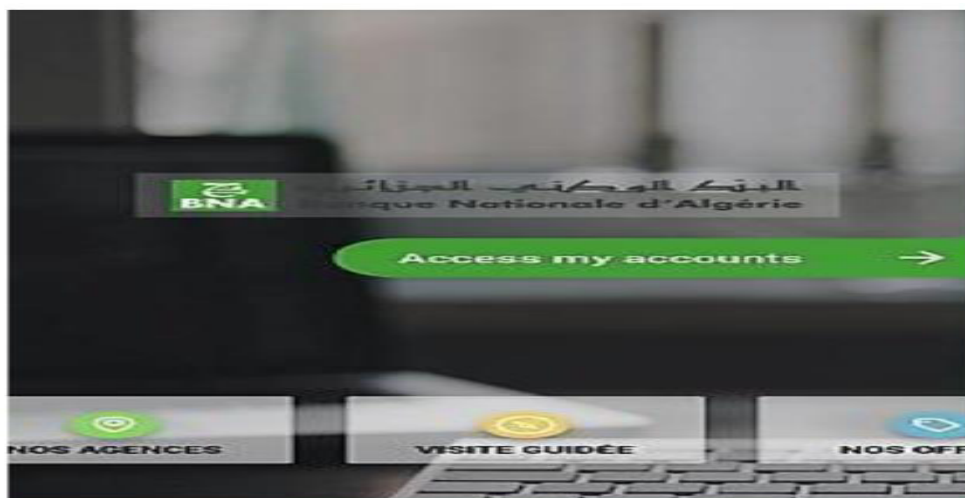


Figure 10 : Accès à l'espace ouvert²⁵

➤ Accès à l'Espace Authentifié

Pour accéder à l'ensemble des fonctionnalités de gestion de comptes via l'application BN@tic, le client doit se connecter à l'aide de ses **identifiants E-Banking (login et mot de passe)** fournis dans le cadre de son abonnement au service **BNA.NET**.

Une fois authentifié, il peut consulter ses comptes, effectuer des transactions, passer des commandes, et utiliser tous les services disponibles dans un **environnement sécurisé et personnalisé**.

²⁵ Application mobile

7: L'accès à l'espace authentifié

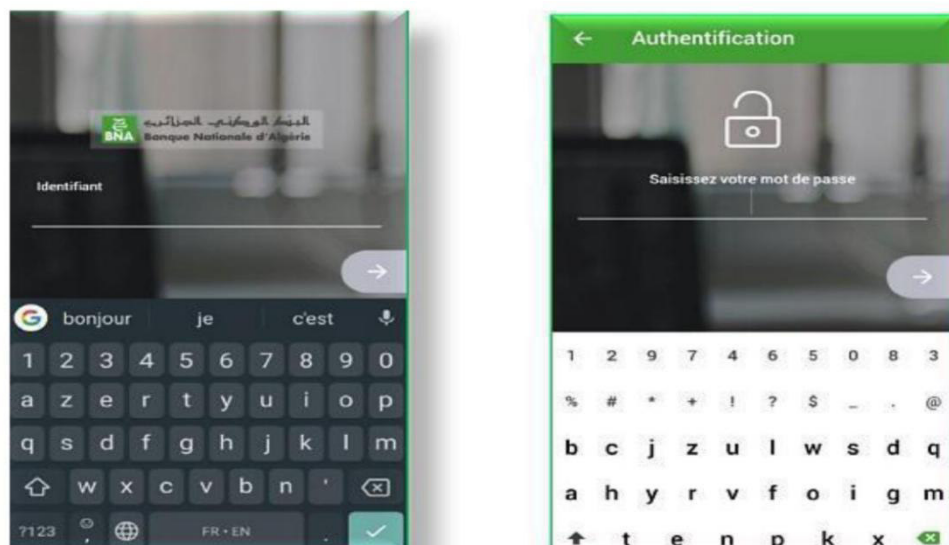


Figure 11 : Accès à l'espace authentifié²⁶

L'application Bn@tic se présente comme suit :

8: Accueil de l'application



Figure 12 : Accueil de l'application²⁷

²⁶ Application mobile

²⁷ Ibid.

➤ Fonctionnalités de l'Application BN@tic

L'application **BN@tic**, version mobile du service E-Banking **BNA.NET**, offre une interface fluide et ergonomique, avec des **onglets et menus similaires à ceux de la plateforme web**. À travers le **menu "Services"**, l'utilisateur retrouve notamment les fonctionnalités suivantes :

- **Mes comptes** : consultation des soldes et historiques ;
- **Mes cartes** : gestion des cartes bancaires ;
- **Effectuer un virement** : initiation de virements entre comptes ou vers bénéficiaires ;
- **Mes bénéficiaires** : gestion de la liste des bénéficiaires ;
- **Historique des virements** : suivi des virements réalisés ;
- **Signature des virements** : validation des virements sécurisés ;
- **Coordonnées bancaires** : affichage du RIB ;
- **Contact** : échange direct avec la banque ;
- **Modification du mot de passe** ;
- **Convertisseur** : outil de conversion de devises ;
- **Changement de langue** : interface disponible en plusieurs langues.

➤ Services offerts via l'application BN@tic

Grâce à l'application BN@tic, les clients abonnés au service E-Banking de la BNA peuvent :

- Consulter leurs **soldes de comptes** et l'**historique des opérations** ;
- **Effectuer des virements** entre comptes ou vers des bénéficiaires enregistrés ;
- **Rechercher des opérations** dans leurs relevés bancaires ;
- **Consulter leur RIB** (numéro d'identification bancaire) ;
- Suivre en temps réel le **cours des devises** ;
- Rester en **contact permanent avec leur banque** via la messagerie intégrée ;
- Accéder à la **géolocalisation des agences BNA** à travers une carte interactive.

° 9: Les services Bn@tic

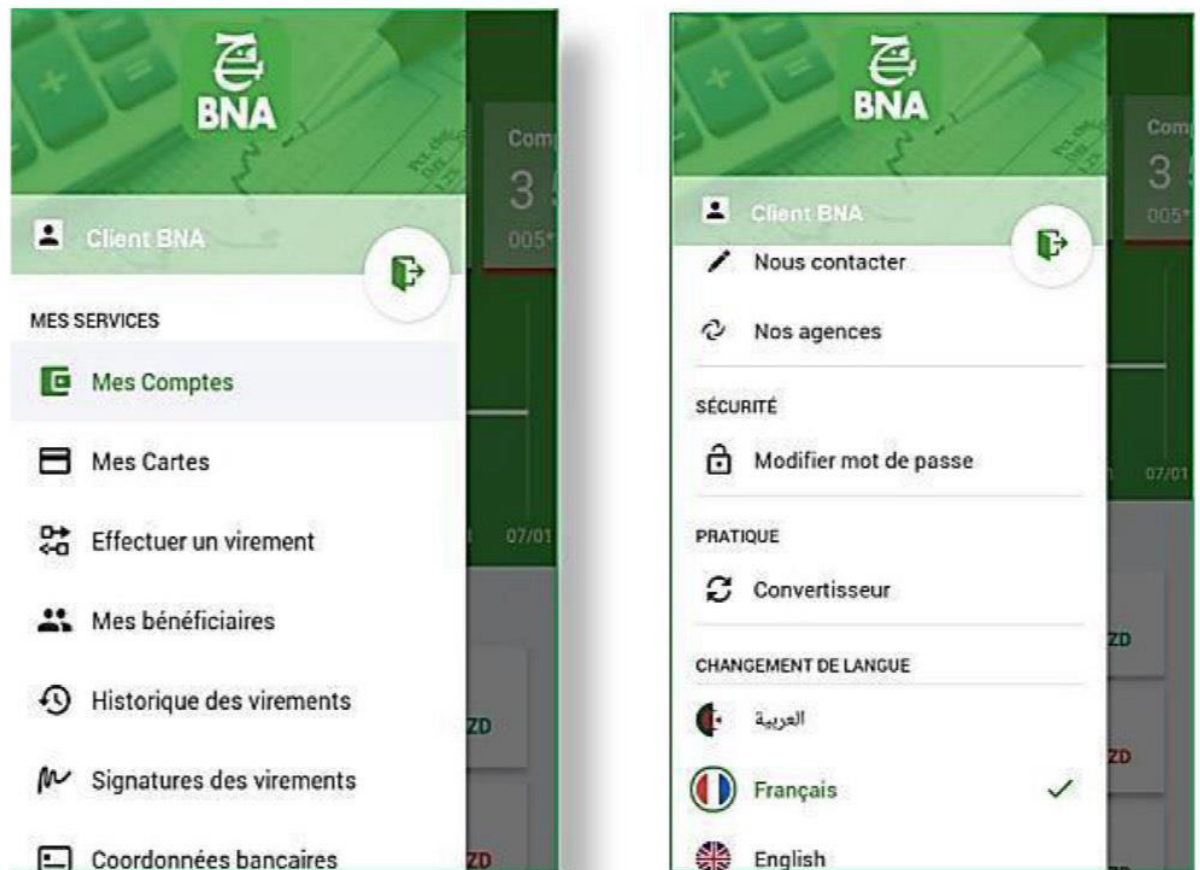


Figure 13: Les services bn@tic²⁸

➤ Avantages de l'Application BN@tic

L'application **BN@tic** reprend tous les avantages offerts par la plateforme E-Banking **BNA.NET**, tout en assurant une expérience mobile pratique et sécurisée :

- **Accessibilité permanente** : 24h/24 et 7j/7 ;
- **Utilisation flexible** : disponible sur tous les supports connectés à Internet (smartphone, tablette, ordinateur) ;
- **Gain de temps** : suppression des déplacements en agence ;
- **Simplicité d'utilisation** : interface intuitive et fluide ;
- **Sécurité des opérations** : protection des données et transactions confidentielles.

²⁸ Application mobile

2.2 Service de Paiement en Ligne par CIB (E-Pay)

Le service **E-Pay** permet aux détenteurs de la carte interbancaire **CIB** d'effectuer leurs achats en ligne en toute sécurité via des sites marchands partenaires.

2.2.1 Fonctionnalités principales :

- **Paiement sécurisé** sur des sites web marchands acceptant la carte CIB ;
- **Règlement de factures** en ligne ;
- **Achat de biens et services** via Internet.

2.2.2 Avantages du service E-Pay :

- **Simplicité d'utilisation** ;
- **Gain de temps** considérable ;
- **Paiement à distance**, sans déplacement ;
- **Sécurité renforcée** des transactions ;
- **Garantie des droits des acheteurs en ligne** ;
- **Tarification compétitive**, conforme aux conditions générales de la banque.

2.3 Service WIMPAY-BNA

WIMPAY-BNA est une application mobile de paiement innovante basée sur la **technologie QR-code**, destinée à tous les clients de la BNA. Elle permet de réaliser des transactions à distance de manière rapide, simple et sécurisée, exclusivement via smartphone.

➤ Fonctionnalités offertes :

- **Paiement via QR-code** chez les commerçants équipés ;
- **Virements instantanés** entre utilisateurs WIMPAY-BNA ;
- **Envoi de demandes d'argent** à d'autres utilisateurs ;
- **Gestion budgétaire intégrée**;
- **Consultation du solde** et de l'**historique des transactions** ;
- **Gestion des vendeurs et points de vente** pour les clients professionnels (entreprises).

° 10: WIMPAY-BNA

Cette figure illustre le service WIMPAY-BNA, une solution entièrement numérique de paiement mobile proposée par la BNA.

Figure 14 : service WIMPAY-BNA²⁹

➤ Accès à l'Application WIMPAY-BNA

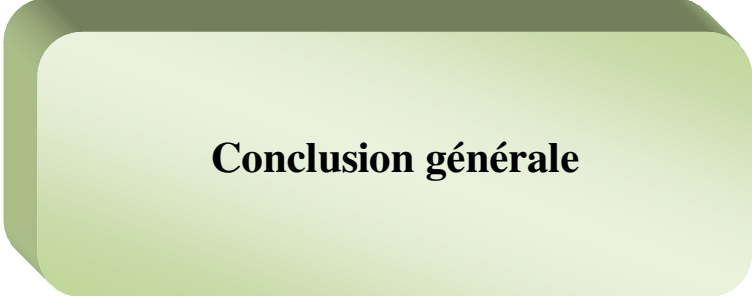
Pour utiliser l'application **WIMPAY-BNA**, le client doit être préalablement **abonné aux services E-Banking BNA.NET ou BNA.NET+**. Il se connecte à l'application à l'aide de ses **identifiants E-Banking (login et mot de passe)**, puis suit les étapes d'inscription guidées pour finaliser l'activation du service.

²⁹ Application mobile

Ce chapitre nous a permis d'analyser la stratégie de transformation numérique adoptée par la Banque Nationale d'Algérie, notamment à travers l'exemple de son agence 356 de Bejaïa. La BNA a su mettre en place plusieurs produits numériques destinés à répondre aux nouvelles attentes de sa clientèle et à s'adapter aux évolutions technologiques du secteur bancaire.

Parmi les principaux services digitaux déployés, on retrouve la **carte interbancaire (CIB)**, qui facilite les paiements électroniques et réduit la dépendance au cash, l'**e-banking**, qui permet aux clients d'accéder à leurs comptes et de réaliser diverses opérations bancaires à distance, et **Wimpay**, une solution de paiement mobile innovante qui renforce la modernisation des transactions quotidiennes.

L'introduction de ces outils a eu un impact significatif sur l'activité de la BNA : elle a permis d'améliorer l'accessibilité de ses services, d'optimiser la relation client, de fluidifier les opérations, et d'augmenter la compétitivité de la banque sur le marché national. En investissant dans la digitalisation, la BNA affirme ainsi sa volonté de s'inscrire durablement dans une dynamique de modernisation et d'innovation au service de sa clientèle.



Conclusion générale

Conclusion générale :

Depuis le début des années 2000, l'apparition et la démocratisation d'Internet ont profondément transformé la vie quotidienne des individus et des entreprises. Le Web, en tant que vaste réseau de communication, a été le moteur d'une révolution technologique qui a bouleversé les pratiques dans tous les secteurs, et plus particulièrement dans le secteur bancaire, reconnu pour sa réactivité face aux avancées technologiques.

Les banques ont progressivement adopté ces évolutions, donnant naissance à la banque à distance, puis à la banque digitale. Le numérique est devenu un levier stratégique, permettant d'approcher les clients via des outils comme les guichets automatiques, les distributeurs de billets, l'Internet banking et les applications mobiles. Ces canaux offrent aux usagers la possibilité d'accéder à leurs comptes, de réaliser des virements, de régler des factures et de gérer leurs opérations bancaires de manière autonome, à tout moment et en tout lieu. Cela répond aux exigences croissantes d'une clientèle connectée, en quête d'autonomie, de personnalisation et de disponibilité permanente des services.

Au-delà de l'aspect relationnel, la digitalisation a aussi permis de repenser les méthodes de travail en interne. L'automatisation et la dématérialisation des processus ont favorisé la simplification des opérations, un gain de temps important, une amélioration de la productivité et, par conséquent, une meilleure rentabilité des établissements bancaires.

En Algérie, les technologies numériques constituent une opportunité majeure pour le développement du secteur bancaire. L'économie numérique y représente un moteur de modernisation, capable de faciliter les échanges, de rationaliser les transactions, et de renforcer l'efficacité des services bancaires.

Dans le cadre de notre recherche, menée au sein de la Direction Régionale Est (DRE) de la BNA de **Béjaïa**, nous avons étudié l'impact de la digitalisation sur la relation banque-client, en analysant notamment les moyens de paiement digitaux et leur évolution. Cette étude nous a permis de confirmer plusieurs hypothèses clés.

Premièrement, nous avons observé que les clients utilisent de plus en plus les outils numériques pour les opérations bancaires courantes, comme la consultation de comptes ou le retrait d'espèces, confirmant ainsi notre **première hypothèse**. Ces services sont désormais accessibles sans avoir à se rendre physiquement en agence, ce qui représente un gain de temps et de flexibilité considérable.

Deuxièmement, notre **deuxième hypothèse** est également confirmée : la digitalisation constitue un véritable atout pour la BNA. Elle lui permet de réduire les coûts, d'accélérer le traitement des opérations et d'améliorer la qualité des services rendus grâce à l'automatisation et à la dématérialisation.

Cependant, il apparaît que les clients des banques algériennes adhèrent encore progressivement à la digitalisation. Les services numériques sont souvent perçus comme nouveaux et nécessitent une période d'adaptation pour être pleinement compris et adoptés. Le renforcement des infrastructures technologiques, associé à une politique de sensibilisation et de formation, permettra une meilleure appropriation de ces services par l'ensemble des utilisateurs à l'avenir.

Références bibliographiques :

Ouvrages :

1 BOBILLIER CHAUMON Marc.Eric (2010). Relations de services ; Nouveaux usages, nouveaux usagers. France.

2 LAMIRAULT Fabrice (2017) l'évolution du modèle bancaire l'ère du digital Edition France. P 14,

3 RAMBURE.D. (2005) les systèmes de paiement. Paris, Ed : ECONOMICA P.51.

Mémoires :

1 ABBADI Bouchara « les spécificités de la banque » mémoire de fin de cycle, université ESSADI Abdelmalek

2 AIRED Lynda, AMRAT Nadine « la digitalisation des services bancaires Cas de la SG ; Université Tizi-Ouzou (2021/2022)

RAPPORT ET AUTRES DOCUMENTS :

1 CAPGEMINI, 2018, *rapport annuel*

2SAHUT Jean Michel, LANTZ Jean Sébastien (2011) *à quel business model et performance pour les banques par internet .P. 234*

3 BNA. 2025. Présentation de la BNA. Disponible sur : <https://www.bna.dz/fr/presentation-de-la-bna/>. Consulté le : 24-04-2025

4 BNA. 2025. Carte CIB (+ sms CARD). Disponible sur : <https://www.bna.dz/fr/particulier-cartes-cib-sms-card/>. Consulté le : 15-05-2025

5 Guide interne de la BNA

6 BNA.2025. Cartes épargne. Disponible sur : <https://www.bna.dz/fr/entreprise-cartes-cib-sms-card/>. Consulté le 01-05-2025

7 Dépliant offert par la BNA.

8 BNA. 2025. Plafond mensuel de la carte ELITE. Disponible sur : <https://www.bna.dz/fr/cartes-elite.html>. Consulté le : 29-04-2025

9 BNA. 2025. Disponible sur : <https://ebanking.bna.dz/customer/>

10 Application mobile

WEBOGRAPHIE :

1 [https://www.bank-of-algeria.dz/PdF / Rapport ba/chap 06](https://www.bank-of-algeria.dz/PdF/Rapport_ba/chap06)

2 [https ://www.googel.com/www.economies/neus–dématérialisation-processus–banque numérique-
énergie–écologie-mary](https://www.google.com/www.economies/neus-demat%C3%A9rialisation-processus-banque-num%C3%A9rique-%C3%A9nergie-%C3%A9cologie-mary)

3 bna.dz/Fr/carte-affaires.html

4 <https://ebanking.bna.dz/customer/>

5 : <https://www.bna.dz/fr/entreprise-cartes-cib-sms-card/>.

Liste des tableaux :

Tableau 1 : plafond mensuelle de la carte particulier.....	21
Tableau 2 : Plafonds mensuels de la Carte Affaire.....	24
Tableau 3 : Les plafonds mensuels de la carte « prépayée.....	25
Tableau 4 : le plafond mensuel de la carte «ELITE.....	26

Liste des figures :

Figure 1 : Gamme de cartes exclusive.....	20
Figure 2 : Gamme cartes épargne.....	23
Figure 3 : Carte prépayée	25
Figure 4 : Émission de Cartes Bancaires par Wilaya	28
Figure 5 : Développement du paiement électronique.....	29
Figure 6 : Terminaux de paiement électronique.....	30
Figure 7 : état TPE au 05/11/2024 depuis le lancement de la FDR (Septembre 2024.....	32
Figure 8 : Ecran d'accueil pour la connexion à la plateforme E-banking.....	34
Figure 9 : Ecran d'accueil de BNA.NET.....	35
Figure 10 : Accès à l'espace ouvert.....	37
Figure 11 : Accès à l'espace authentifié.....	38
Figure 12 : Accueil de l'application.....	38
Figure 13: Les services bn@tic	40
Figure 14 : service WIMPAY-BNA.....	42

Remerciement	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Sommaire	
Introduction générale	

Chapitre I : Évolution et transformation des services financiers dans le monde

Section 1 : Historique et Évolution des Services Bancaires

1.1 Nouveaux Comportements des Usagers Face au Digital	11
--	----

Section 2 : La digitalisation des services

2.1 Généralités sur les technologies financières	12
2.1.1 Définition des technologies financières (FinTech)	12
2.1.2 Historique des technologies financières	13
2.1.3 Les produits de la technologie financière	13
2.2 Impact de la numérisation sur la performance bancaire	13
2.2.1 L'impact sur la fonction de production	13
2.2.2 Impact sur l'efficacité des produits et la rentabilité bancaire	14
2.3 Impact de la numérisation sur la démarche marketing	15
2.3.1 Marketing relationnel et personnalisation	15
2.3.2 Impact de la numérisation sur le marketing mix (les 4P)	15

Chapitre 2 : Analyse des services financiers digitaux chez la BNA

Section 1 : Présentation de la BNA

1.1 Historique de la BNA	17
1.2 Évolution et historique	18
1.3 Organisation et organigramme de la BNA Algérie	19
1.4 La gestion de la carte interbancaire au sein de la BNA	20

• 1.4.1 Diversification de l'offre carte	20
• 1.4.2 Présentation de la carte CIB.....	20
• 1.4.3 Les cartes proposées par la BNA	21
• Carte particulier	21
• Carte épargne	22
• Carte affaire	23
• Carte prépayée.....	25
• Carte élite.....	26
1.5 Gestion de la carte CIB à l'agence BNA de Béjaïa 356	27
Section 2 : Les différents services digitaux de la BNA	32
2.1 Services de banque à distance (e-banking)	33
• 2.1.1 Accès à la plateforme e-banking	33
• 2.1.2 La plateforme e-banking BNA.....	34
• 2.1.3 L'application e-banking BN@tic	36
2.2 Services de paiement en ligne par CIB e-pay	41
2.3 Service Wimpay BNA	41
• 2.3.1 Accès à l'application Wimpay BNA	42
Conclusion	



Les annexes

Annexe 1

Banque Nationale d'Algérie



البنك الوطني الجزائري

Annexe 1

DEMANDE D'ABONNEMENT BNA.net

« Client Particulier »

MODALITES D'ABONNEMENT

Nom et prénom :

Date et lieu de naissance :

Adresse :

Numéros de comptes à abonner 1.....

2.....

Numéro de téléphone :

Numéro de téléphone portable :

Adresse mail :

Pièce d'identité N° : Délivré le.../.../..... Par.....

Services souhaités : Cocher le Pack souhaité

PACKS	SERVICES	Sélection du Pack *
NET	Consultation des soldes et de l'historique des comptes Consultation des derniers mouvements Recherche d'opérations sur le compte Téléchargement et édition des relevés de compte et du RIB Service de messagerie (Mailing) Service SMS	
NET+ = PACK NET +...	Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères Commande de chéquier et de carte Opposition sur carte	

..... le

Pour la Banque

Signature du titulaire du compte

* Le compte épargne ne peut prendre que le pack NET sous conditions d'ouverture d'un compte cheques.

✍

Annexe 2

Annexe2 CONDITIONS APPLICABLES AUX SERVICES « BNA.net » (Client particulier)

1. Frais d'abonnement des services « BNA.net »

PACKS	SERVICES	Facturation ¹
PACK NET	✓ Consultation des soldes et de l'historique des comptes ✓ Consultation des derniers mouvements ✓ Recherche d'opération sur le compte ✓ Téléchargement des relevés de compte ✓ Edition des relevés de compte ✓ Edition des Relevés d'Identité Bancaire ✓ Service de messagerie (Mailing) ✓ Service notification par SMS	100 DA HT
PACK NET+ = PACK NET +	✓ Virements ponctuel en intra de compte à compte du même client ✓ Virement vers bénéficiaires domiciliés au niveau des agences BNA et chez les confrères ✓ Commande de chèquiers ✓ Commande de carte bancaire ✓ Opposition sur carte	200 DA HT

Les commissions sur transactions sont diffusées par les conditions de banque et sont prélevées en automatique après chaque opération.

2. Tarification des services bancaires à distance « BNA.net »

Service	Détail des services	Tarification (Unitaire/DA/HT)
Virement de compte à compte	Virement même agence	10
	Virement inter-agences	10
	Virement interbanques	30
Commande	Commande de chéquier	0
	Commande de carte	0
Opposition	Opposition sur carte	100
Notification par SMS	Facturé par SMS envoyé	18

¹ L'abonnement est facturé par compte et par mois. L'abonnement pour le 2^{ème} compte est facturé à 50% de moins du tarif ordinaire.



البنك الوطني الجزائري
BANQUE NATIONALE D'ALGERIE
DIRECTION GENERALE

**Direction de l'Organisation, des Méthodes
et Procédures D.O.M.P «179 »**

Le 04 décembre 2024.

N° d'ordre 4873.105.643

NOTE

**A L'ENSEMBLE DES AGENCES
ET STRUCTURES DE LA BANQUE**

Objet : Organigramme général de la B.N.A.

Annulation : Note n° 4840.105.628 du 13 octobre 2024.

1. La présente note a pour objet de diffuser, en annexe, l'organigramme général de la Banque Nationale d'Algérie.
2. A ce titre, l'organisation globale de la Banque se décline comme suit :
 - Au niveau central
 - La Direction Générale.
 - Le Secrétariat Général.
 - L'Inspection Générale et les Inspections Régionales.
 - La Direction de l'Audit Interne.
 - La Direction de la Conformité.
 - La Cellule Audit de Conformité Charia.
 - La Direction Management Qualité.
 - La Direction Sécurité des Systèmes d'Information et Continuité de l'Activité.
 - L'Unité de Gestion du Plan Stratégique.
 - L'Unité de Gestion des Filiales et des Participations.
 - La Direction de l'Organisation, des Méthodes et Procédures.
 - Les Divisions.
 - Les Directions Centrales.

Annexe 4

ب و ج
B. N. A

Suite à la note n° 4873.105.643 du 04/12/2024.
Organigramme général de la B.N.A.

- Au niveau régional
 - Les Directions des Réseaux d'Exploitation.
 - Au niveau local
 - Les Agences.
3. Les attributions et l'organisation des différentes structures de la Banque sont définies par voie de circulaires.
4. Mention d'annulation doit être portée en marge de la note n° 4840.105.628 du 13 octobre 2024.
5. L'ensemble des agences et structures de la Banque est tenue de prendre note des dispositions de la présente.

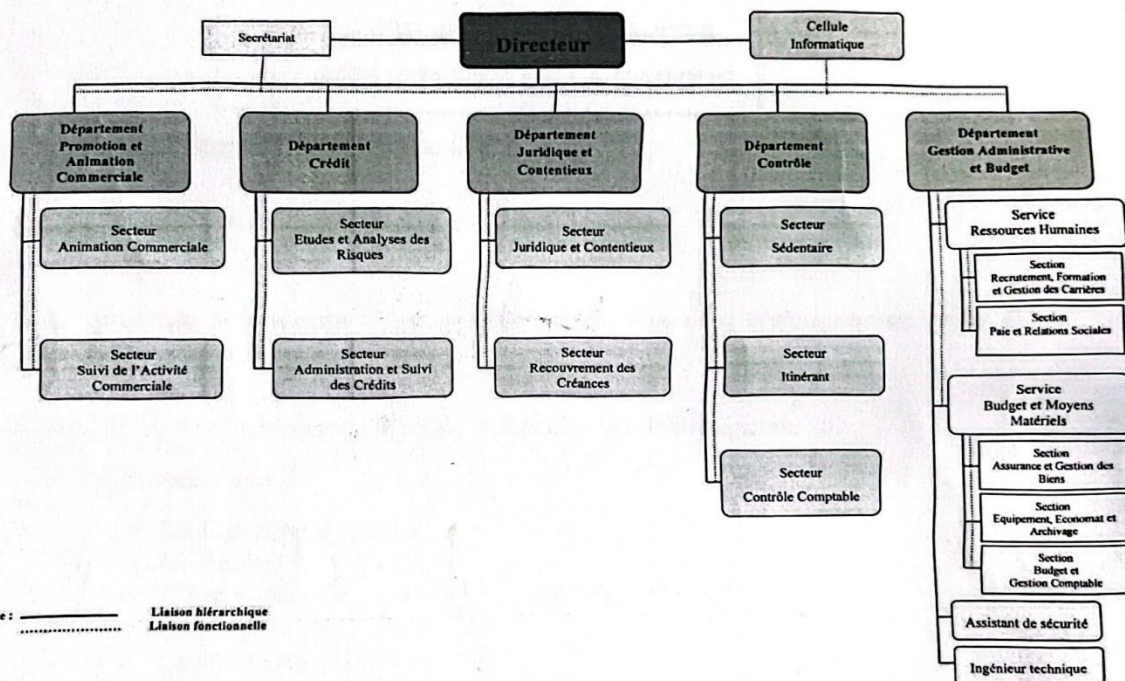


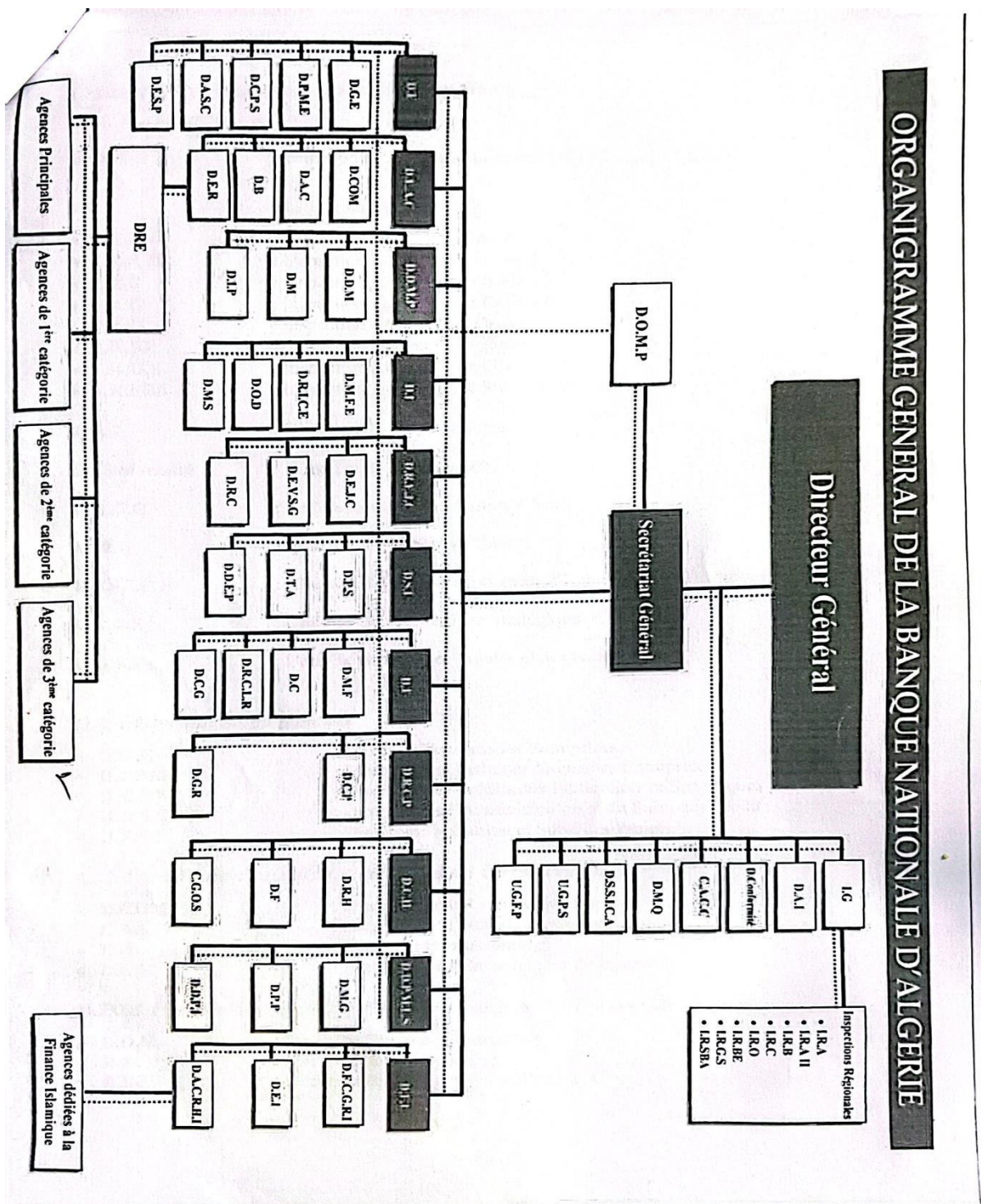
الدور العام
تم ربط سمير



Annexe 5

ORGANIGRAMME DE LA DIRECTION DE RESEAU D'EXPLOITATION





Annexe 7

❖ *D.I : Division Internationale*

- **D.M.F.E** : Direction des Mouvements Financiers avec l'Etranger
- **D.R.I.C.E** : Direction des Relations Internationales et du Commerce Extérieur
- **D.O.D** : Direction des Opérations Documentaires
- **D.M.S** : Direction de la Messagerie et du Suivi

❖ *D.R.E.J.C : Division du Recouvrement, des Etudes Juridiques et du Contentieux*

- **D.E.J.C** : Direction des Etudes Juridiques et du Contentieux
- **D.E.V.S.G** : Direction Etudes, Validation et Suivi des Garanties
- **D.R.C** : Direction du Recouvrement des Créances

❖ *D.S.I : Division des Systèmes d'Information*

- **D.P.S** : Direction de la Production et des Services
- **D.T.A** : Direction des Technologies et de l'Architecture
- **D.D.E.P** : Direction du Développement Etudes et Projets

❖ *D.F : Division Financière*

- **D.M.F** : Direction des Marchés Financiers
- **D.C** : Direction de la Comptabilité
- **D.R.C.L.R** : Direction des Reportings Comptables Légaux et Réglementaires
- **D.C.G** : Direction du Contrôle de Gestion

❖ *D.R.C.P : Division Risques et Contrôle Permanent*

- **D.C.P** : Direction du Contrôle Permanent
- **D.G.R** : Direction de la Gestion des Risques

❖ *D.C.H : Division Capital Humain*

- **D.R.H** : Direction des Ressources Humaines
- **D.F** : Direction de la Formation
- **C.G.O.S** : Centre de Gestion des Œuvres Sociales

❖ *D.D.P.M.L.S : Division Développement du Patrimoine, Moyens Logistiques et Sécurité*

- **D.M.G** : Direction des Moyens Généraux
- **D.P.P** : Direction de la Préservation du Patrimoine
- **D.D.P.I** : Direction du Développement du Patrimoine Immobilier

❖ *D.F.I : Division Finance Islamique*

- **D.F.C.G.R.I** : Direction Financière, Contrôle et Gestion des Risques Islamique
- **D.E.I** : Direction d'Exploitation Islamique
- **D.A.C.R.H.I** : Direction Animation Commerciale et Ressources Humaines Islamique ✓

NB : L'organigramme comporte schématiquement deux types de liaisons :

- Les liaisons hiérarchiques sont représentées par : _____
- Les liaisons fonctionnelles sont représentées par : - - - - -

Résumé (FR) :

L'objectif de notre recherche est d'identifier la portée de la transformation numérique dans le secteur bancaire et son impact sur les produits de la monétique au sein de la BNA. Pour ce faire, nous avons adopté une démarche à la fois théorique, fondée sur une revue de la littérature, et pratique, à travers une étude basée sur la numérisation en exploitant les informations et données recueillies au sein de la BNA. Les résultats de notre recherche montrent que les banques algériennes ont entamé un processus d'adoption des nouvelles technologies, en vue de mettre en place un système plus moderne et sophistiqué.

Mots-clés : Banque, transformation numérique, monétique, technologies

Summary (EN):

The aim of our research is to identify the scope of digital transformation in the banking sector and its impact on electronic payment products within BNA. To achieve this, we adopted both a theoretical approach, based on a literature review, and a practical approach through a study relying on digitization using data and information collected from within the BNA. Our findings reveal that Algerian banks have begun adopting new technologies in order to implement a more modern and sophisticated system.

Keywords: Bank, digital transformation, electronic payment, technologies

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على نطاق التحول الرقمي في القطاع المصرفي، ودراسة تأثيره على منتجات الدفع الإلكتروني وقد اعتمدنا في ذلك على منهج مزدوج، نظري من خلال مراجعة الأدبيات المتوفرة، (BNA) داخل البنك الوطني الجزائري توصلت نتائج الدراسة إلى .وتطبيقي عبر دراسة ميدانية تركز على تحليل المعلومات والبيانات التي تم جمعها من داخل البنك أن البنوك الجزائرية شرعت في تبني التقنيات الحديثة بهدف إرساء نظام مصرفي أكثر تطوراً وفعالية

المفتاحيةالكلمات:

التحول الرقمي، الخدمات المصرفية، الدفع الإلكتروني، التقنيات الحديثة