

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur  
et de la Recherche Scientifique  
Centre Universitaire  
Colonel Akli Mohand Oulhadj  
Bouira



معهد العلوم الاقتصادية , التجارية وعلوم التسيير

القسم :العلوم الاقتصادية.

التخصص:نقود مالية وبنوك.

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس

تحت عنوان

# التسويق البنكي كآلية لدعم الخدمات البنكية-دراسة حالة البنك الوطني الجزائري-وكالة البويرة 460

تحت إشراف الأستاذ :  
\*عبد الرزاق حميدي

من إعداد الطلبة:  
\*غنية لطرش  
\*حجيلة حميدي  
\*فريدة عكوش

السنة الجامعية 2011/2012

# تشكرات

الحمد والشكر أولا لله الواحد الأحد الصمد الذي لم يلد ولم يولد الذي سدد خطانا وأنار سبيلنا ويسر لنا إتمام هذا العمل ورزقنا الصحة والعافية قبل وبعد انجازنا هذا العمل ووفقتنا في المشوار الدراسي .

نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من لم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته واو بكلمة طيبة في إعداد هذا العمل المتواضع.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى :

-الأستاذ المشرف حميدي عبد الرزاق الذي قام بتصحيح أخطائنا وتوجيه أفكارنا بالرغم من ارتباطاته المهنية. وأسأل الله عز وجل إن يجزيه عنا خيرا ويزيده علما.

-الأساتذة المحترمين بمعهد العلوم الاقتصادية بجامعة البويرة .

-عمال البنك الوطني الجزائري وعلى رأسهم المدير محمد مسيلي وتسهيلاته لنا في معاملاتنا معه وكذا السيد محفوظ حديد. دون أن ننسى تينهنان.

-وفي الأخير نشكر كل من تمنى ودعا لنا بالتوفيق.

# إهداء

بسم الله الذي لا يضر مع اسمه شيء في الأرض و لا في السماء . والصلاة والسلام على خير البرية سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم .

اهدي ثمرة جهدي إلى أعلى ما املك في الوجود إلى منبع حبي وأمل حياتي أُمي الحنون ، لقد كنت ومازلت يا أماه نعم الأم، لقد أفنيت شبابك على تربيتنا و رعايتنا.

والى أبي الغالي لقد كنت يا أبتاه صامدا أمام الشدائد، وتعبت من اجلنا وسافرت وابتعدت عنا أياما وأسابيع من اجل تلبية رغباتنا، فادعو الله أن يحفظكما لنا دوما ويطيل عمركما.

إلى الإخوة الكرام كل باسمه: محمد و خطيبته لينده، وأمه فاطمة، إلى عثمان، علي، صادق، وآخر العنقود سعيد .

إلى الأخوات : سعاد و زوجها راجح، وأبنائهما " إسلام . خوله. مروة"، عزيزة وزوجها احمد و ابنتها المشاكسة " أسماء" . وبالإضافة إلى الشمعة التي ستضيء قريبا حياتهما إنشاء الله "اللياس" ، وأختاي : سامية التي ساعدتني في كتابة هذه المذكرة، وأختي بهية التي أتمنى لها مسيرة موفقة في دراستها إنشاء الله.

إلى أختي التوأم وصديقة طفولتي أمينة إبراهيمي واشكرها جزيل الشكر على مساعدتي وأتمنى لها حياة سعيدة .

إلى أعمامي وعماتي عائلاتهم : خاصة عمي إسماعيل وعمتي مريم. والى خالاتي وأخوالي خاصة إلى نصيرة، فضيلة.. وإلى بنات العم والعمة: حورية، سمية، مريم، رزيقة، أمينة دون أن انسى سكينه، فوزية، رقية، صافية، زينب. والى كل العائلة الكبيرة.

إلى جدي وجداتي. حفظهما الله وأطال عمرهم.

إلى صديقتي في المذكرة والدراسة فريدة حجيبة سهام و صافية.

وأخيرا إلى كل من يعرفني باسم كريمة أو غنية.

## الإهداء

الحمد لله الذي تتم به النعم ، وصلي اللهم على سيدنا وحبينا  
ونبينا محمد أفضل الصلاة، وأزكى السلام.  
اهدي هذا العمل إلى:

أمي الحبيبة منبع الحنان ونهر العطاء ورمز الإلهام , وأحق خلق الله بالإكرام والتقدير

لصبرها وعطائها والتي كانت ومازالت سنداً لي في دربي , والتي عانت معي الحلو  
والمررة، وأوصلتني إلى ما ابغي إليه , إلى اغلي ما املك في الوجود , وأتمنى لها الصحة والعافية وطول  
العمر إنشاءً الله .

إلى أبي العزيز. الذي أضاء لي دربي و ذلل لي الصعاب والذي تكفل المشقة في تعليمي و رباني على  
العفة والشرف و غرس في نفسي حب العمل ولم يبخل علي بشيء والذي كان ولا زال يدعمني . وأرادني  
أن ابلغ المعالي . أطال الله عمره وأدام الله أفضاله علينا .

إلى إخوتي الأعمام: رباح وزوجته لويذة وأبنائه " نوال جمال كريم أمين " , محمد و زوجته سميرة وأبنائه  
" وسام , رانيا , عبد الرؤوف " وأخي كمال .

والى أخواتي :مليكة وزوجها موح وأولادها " نعيمة رباح كريمة سعيد " , فريدة وزوجها سعيد , جميلة  
وابنتها فريال. والذين وقفوا إلى جانبي .

والى أجدادي : جدي سعيد رحمه الله , وجدي احمد رحمه الله, وجدتي حجيبة رحمها الله , وجدتي سعدية  
رحمها الله .

والى خالتي الوحيدة ربيحة وعائلتها والى كل الأهل والأقارب والأحباب .

وأخيراً اهديها إلى كل الصديقات كل باسمه :رشيدة، سهيلة، غنية، صافية، سهام، فريدة.

والى كل من يعرفني من بعيد أو قريب , فليعذرنني من نساء قلبي .

## حجيبة

# فريدة



الفهرس

## الإهداء

## قائمة الجداول والأشكال

أ- ج	مقدمة عامة :	.....
06	الفصل الأول : مفاهيم أساسية حول البنوك والخدمات العامة	.....
07	تمهيد :	.....
08	المبحث الأول : عموميات حول البنوك	.....
08	المطلب الأول : ماهية البنوك	.....
12	المطلب الثاني : أهمية البنوك وأنواعها	.....
18	المطلب الثالث : وظائف وأهداف البنوك	.....
20	المبحث الثاني : مفاهيم أساسية حول الخدمات البنكية	.....
21	المطلب الأول : الخدمة	.....
30	المطلب الثاني : الخدمات البنكية	.....
37	المطلب الثالث : خصائص وأنواع الخدمات البنكية	.....
42	المبحث الثالث : المزيج التسويقي البنكي	.....
44	المطلب الأول : المنتج والتسعير البنكي	.....
47	المطلب الثاني : التوزيع والترويج البنكي	.....
49	المطلب الثالث : عناصر مزيج التسويق المصرفي المستحدثة	.....
52	خلاصة الفصل :	.....
53	الفصل الثاني : التسويق البنكي	.....
54	تمهيد :	.....
55	المبحث الأول : ماهية التسويق البنكي	.....

المطلب الأول: تعريف التسويق البنكي .....	55
المطلب الثاني: خصائص التسويق البنكي وعوامل ظهوره .....	67
المطلب الثالث: مهام وأهمية التسويق البنكي .....	71
<b>المبحث الثاني: البيئة التسويقية المصرفية</b> .....	74
المطلب الأول: مفهوم البيئة البنكية .....	75
المطلب الثاني: البيئة التسويقية الجزئية .....	76
المطلب الثالث: البيئة التسويقية الكلية .....	79
<b>المبحث الثالث: سلوك الزبون البنكي والعوامل المؤثرة فيه</b> .....	81
المطلب الأول: مفهوم سلوك الزبون البنكي .....	81
المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على سلوك الزبون .....	85
المطلب الثالث: المراحل التي يمر بها الزبون في اتخاذ قراراته .....	90
خلاصة الفصل: .....	93
<b>الفصل الثالث: التسويق البنكي في البنك الوطني الجزائري دراسة حالة وكالة البويرة (460)</b> .....	94
تمهيد: .....	95
<b>المبحث الأول: تقديم عام</b> .....	96
المطلب الأول: البنك الوطني الجزائري نشأته وتطوره .....	96
المطلب الثاني: مهام ونشاطات البنك الوطني الجزائري .....	105
المطلب الثالث: وظائف البنك الوطني الجزائري .....	107
<b>المبحث الثاني: واقع التسويق في وكالة BNA البويرة (460)</b> .....	108
المطلب الأول: وظيفة التسويق في وكالة البنك الوطني الجزائري .....	108
المطلب الثاني: البيئة التسويقية في وكالة البنك الوطني الجزائري .....	109
المطلب الثالث: الواقع العملي للمزيج التسويقي في الوكالة .....	117
خلاصة الفصل: .....	124

129 - 126.....: خاتمة عامة

: المراجع

: الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
27-26	يوضح بعض المشاكل عن خصائص الخدمات و أساليب معالجتها .	01
58-57	يوضح تطور الفكر التسويقي .	02
111	يوضع نسبة البطالة في الجزائر 2000 ، 2012 .	03
-112 113	يوضع تطور حجم الودائع في البنوك الجزائرية 2006-2002	04

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
51	يبين عناصر المزيج التسويقي البنكي.	01
62	يبين مراحل أو خطوات عمليات الإدارة التسويقية.	02
90	.	03
101	يبين الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري.	04
104	يبين الهيكل التنظيمي للبنك الوني الجزائري -وكالة البويرة-	05

المفيدة العظيمة



:

\*

\*

\*

\*

:

:

\*

\*

BNA

\*

:

:

\*

.

\*

.

. BNA:

\*

:

:

\*

.

\*

.

:

\*

.

\*

.

:

. (BNA)

:

:

:

\*

:

\*

.

:

\*

(BNA)

.

# الفصل الأول

مفاهيم أساسية حول البنوك والخدمات البنكية

:

,

.

,

.

:

:

:

,\*1

,

,

-

-

---

\*: عهد بابل ، العراق القديم ، بلاد ما بين النهرين ، في الالف الرابع قبل الميلاد .

1

( ) التي لديهم, و لم تقف ممارسات الصيرافة عند هذا الحد, فقد اخذوا يسمحون لعملائهم بسحب مبالغ تتجاوز.

( )

(1401),

Banca della piazzadi rialta" 1587 - - , 1609 "

2\*

.24: (2008

: )

:1

\*

1 .

" "

( )

.<sup>1</sup>( )

.2

3 .

: )

:<sup>1</sup>

. 32 : (2005 - 2004

كلية

. 02 : (2000

: )

:<sup>2</sup>

. 14: (2004

: )

:<sup>3</sup>

"

1."

"

2."

:

:

-

-

فردى أو

---

1: ( ) : 2004 : 13.  
2: ( ) : 1996 : 5-6.

ادخار حكومي وكل هذه المدخرات تمثل أصولا كبيرة يتطلب توجيهها نحو الاستثمار.<sup>1</sup>

.

-

-

.

-

.

-

.

-

.

-

2 .

3 :

-

,

,

.10:

:<sup>1</sup>

.19: (2006

: )

:<sup>2</sup>

.81: (2008

: )

:<sup>3</sup>



•

.

1.

:

•

"

2"

:

.

-

. 18

:<sup>1</sup>

:<sup>2</sup>

)

.07: (2002

:

-

.

:

•

:

- :

.

:

.

:

.

/

1. 10

:

.

2 .

.24 : (1998 ) :

.07

:<sup>1</sup>

:<sup>2</sup>

:

:

,

1 :

:

:

, )

/1

.

12

,

:

.

-

.

-

.

-

.

-

ثانيا: الوظائف الحديثة:

/1

.Trust département

/2

/3

1

:

:

:

:

:

-

-

-

( ):

-

-

-

:

:

.

:

,

.

( ) (seuice)

.

.

.

.

:

:

:

,

"

,

" ( )

,

"

,...

"

,

.

,

1 .

,

- ":

1 "...

- ":

2."

- تعريف zeitaml et bitemer: "أن الخدمات عبارة عن أفعال وعمليات أو انجازات أو أعمال".

- ":

3 "

- " horouitz

4."

- 
- :1 ( ) : 3 ( 2005 ) .18
- :2 ( ) : ( 1997 ) .212:
- :3 .23:
- :4 ( ) :
- ( 1999 ) : .15

"

1."

2

:

)

:

)

.13: ( 2010-2009

.52: (2011

1

:

,

2

» ,

.

,

.

,

:

:

.

.

.

:

:

:

.

.21:

:<sup>1</sup>

.125: ( 2002-2001

: )

:<sup>2</sup>

1 .

:( ) :

"

."

2 .

3

---

<sup>1</sup>: ( ) ( 2002 )

:270-271.

<sup>2</sup>:عوض منير الحداد ، ( القاهرة : البيان للنشر ، 1999 ) ص: 148.

<sup>3</sup>:عبد الجبار منديل ، مرجع سبق ذكره ، ص : 271.

1 .

:

2 .

.01 :

الجدول 01: بعض المشكلات الناتجة عن الخدمات وأساليب معالجتها.

-	-	•
-	-	
-	-	
-	-	
-	-	
-	-	
-	-	
-	-	
-	-	
-	-	

<sup>1</sup>:تيسير العجامة ، مرجع سبق ذكره ، ص : 22.  
<sup>2</sup>:عبد الجبار منديل ، مرجع سبق ذكره ، ص : 271.

<p>-</p> <p>-</p> <p>)</p> <p>.(</p>	<p>.</p> <p>.</p>	<p>-</p> <p>-</p>
<p>.(</p>	<p>-</p>	<p>.</p>
<p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p>	<p>-</p> <p>-</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p>	<p>.</p>

.31: (2008

: )

:

:

:

:

:

/

/

:

:

-

.

.....

.

:"

"

-

...

.

:

:

:

-

.

.

-

.....

.

: : :

-

.

-

.

: : :

-

.

1 .

-

: : :

-

.

...

-

: :

.

1 .

---

<sup>1</sup>:زكريا عزام ، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق ( الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2008 ) ص ص: 252-254.

:

:

,

.

.

,

2.:

,

:

:

.

:

:

-1

.

:

-2

.

---

.214-213 : ( 2002 : )<sup>1</sup>

: )

--<sup>2</sup>

.46-45 : ( 2005

-3

- 4

-5

-6

.

:

.

.

.

:

.

,

.

:

:

:

-

-

-

-

-

-

1

:

1

, , )

, (

.

:

,

.

2.

.

"

.

.

.72 : ( 1999

: )

:<sup>1</sup>

.33-32 :

:<sup>2</sup>

:

1

.

:

:

.

.

.

:

:

.

.

:

:

---

<sup>1</sup>:زياد رمضان ، إدارة البنوك (الأردن :دار وائل للنشر والتوزيع ، 2006 ) ص ص :308-309 .



:

:

:

:

:<sup>1</sup>

:

:

.

.

.

( )

:

:

.

:

:

.

:

:

.

:

.

:

.

.

:

.

:

.

:

.

.

:

.

:

:

1

:

:

:

-1

.

-

.

.

.

:

-

. ....

.

.

-

.

-

42-41 : ( 2001 : )

:<sup>1</sup>

-2

:

-

-

.....

-

-3

:

-

-4

:

-

-5

:

-

- 6

-7

:

:

:

- 1

:

- 2

:

- 3

:

:

-

:

-

:

-

- :

.

- :

.

:

:

1 ,

2 .

” ”

3 .

.2012-03-04 :

w .w.w. étudiant. dz. net :<sup>1</sup>

.91:

:<sup>2</sup>

.2012-03-04:

w .w.w . dzoog . com. :<sup>3</sup>

1

2

"4PS"

3: P

Produit=

prix=

place=

promotion=

، ( . ) :

: )

.48: ( 2011-2010

.2012-03-07:

---

www . etudiant . dz . net :<sup>2</sup>

w w w . dzoog . com . :<sup>3</sup>

:

:

1.

":

"

,

2.

.109 : ( 1998

: )

.58 :

:1

:2

: :

( ..... )

.

( . . . )

.

. ...

":

,

,

,

,

,

,

."

":

,

1"

2 :

.142-141 :

:1

.50-49 :

:2

,

:

"

1"

:

.

:

-

.

:

-

:

-

.

:

-

2.

.351 :

:<sup>1</sup>

.50-49 :

:<sup>2</sup>

:

,

,

.

1.

."

."

."

2.

.168 :

.98:

:1

:2

1 :

:

- :

":

."

. ( ) ,

"Stanton"

)

.( )

(

":

:

,

,

,

."

1

:

( )

:( ) :

,

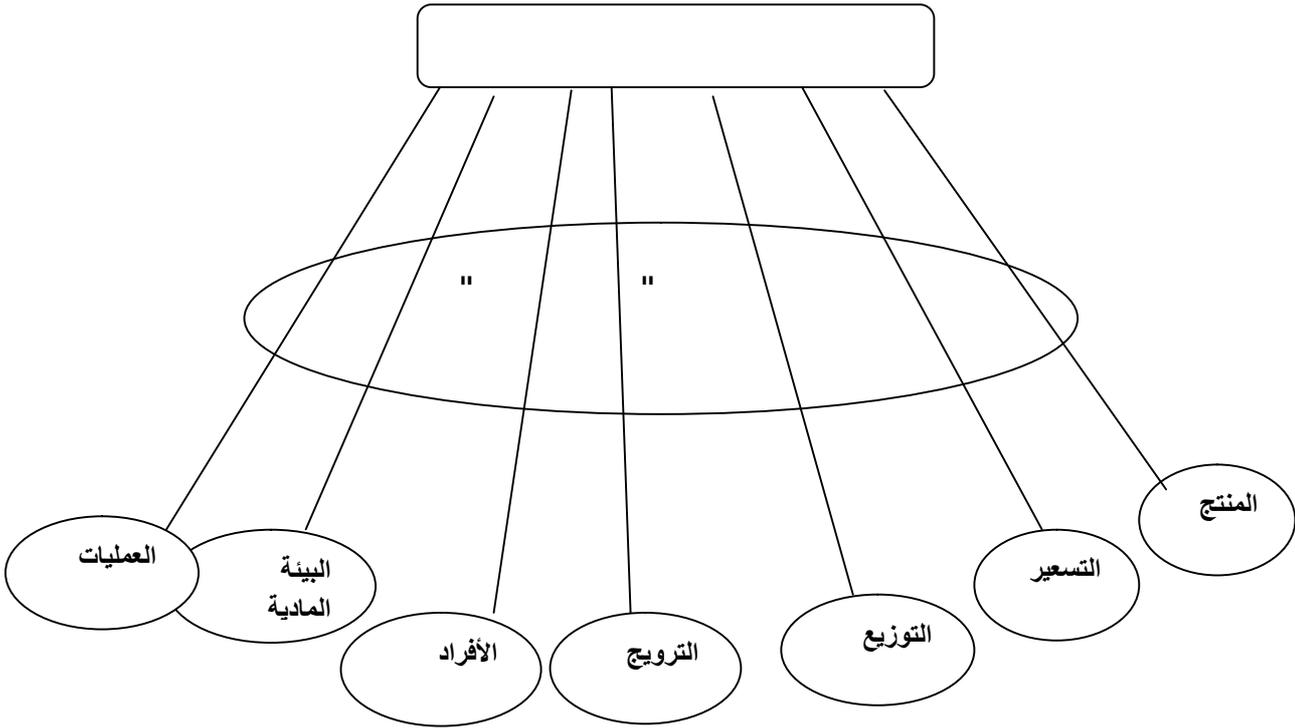
:

,

,

( ) . ( ) : ( ) :

الشكل (1): عناصر المزيج التسويقي البنكي:



المصدر: زكريا عزام، التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق (الأردن: دار النشر والتوزيع والطباعة، 2008)، ص: 48.

خلاصة الفصل الأول

# الفصل الثاني

## التسويق البنكي

:

:

,

,

,

,

,

,

,

,

.

.

.

.

,

.

:

:

:

:

:1 :

.

. 1650 ,17

( ) " "

. ":

( ) ,"

, ( ) 19

." " ( )

. "Wisconsin "" " Butler" 1910

( )

1917 .1911 "Curtis"

.

( 2008 : )

:1 :

.17 :



-				
---	--	--	--	--

.13: (2007

: )

:

:

:

.

"marketing"

:

1

"mercatus"

,

1.

"mercari"

:

2

:

":

1960

.42:

:1

1.

2.

.08 : ( 2009 : ) : : .28: :1  
:2

1.

2

-

-

)

-

.(

-

-

( 2006

: )

:<sup>1</sup>

.33 :

.56-42 :

:<sup>2</sup>

:

:

.

.

,

.

,

.

:

,

,

,

:

.

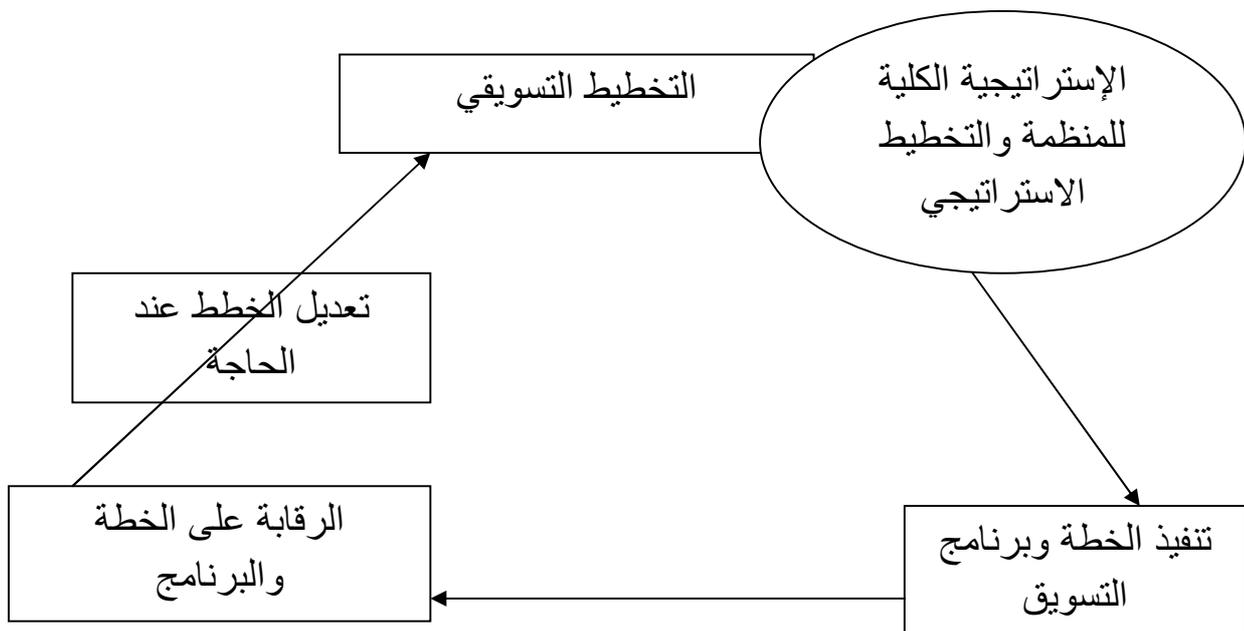
:

,

,

1.

(2):



34: (2006

: )

:

:

: :

.27 :

:1

1.

:

:

:

1/

:

2/

:

3/

:

...

/4 :

/5 :

:

1 .

2 :

:

- 1 :Michel bodoc

"

."( . )

<sup>1</sup>بزياد رمضان ، مرجع سبق ذكره ، ص : 304.  
<sup>2</sup>.: w ww.algerienlhgne. com.

-2 yvesle Golan

"

,

.

,

,

"

:

-3

,

,

,

,

"

,

.

"

:

-4

"

.

,

:

-

.

1 .

2 .

3 .

---

<sup>1</sup>: ( ) : 2007 64-65 .

<sup>2</sup>: .:02 p , ( new Delhi . Annal publication ) , **marketing management** .Mttal .S .R .kumar

<sup>3</sup>: ( 1998 ) : 944 .

1..

:

:

:

2:

.

:

:

:

:

1

.

:

2

:

:

w . w. w . algerienlhgne . com. .:1

Monique , Zollinger , **marketing et stratégie de banque** ,( France : édition dunod 1998 ) p :26 .:2

:

:

.(

:

:

:

1 :

:

:

: /1

.

: /2

:

. -

. -

. -

: /3

. . :

.

:

: /1

: -

:

\*

\*

\*

-

١٢

١٧

:

:

1 :

1/

2/

3/

: )

:<sup>1</sup>

.45 : ( 2009

/4

/5

/6

1 :

-

-

-

-

-

( ) : (2001 ) :

: 1

.21

-

1 :

:

.

.

.

.

.

:

-

.

-

.

-

.

.49:

.1:

environnement

Seraing organisation

( )

)

(

1

:

:

"d'ill."

:

"filho"

Emery . trusted :

"

:

:

1:

: :

'

'

'

'

'

'

'

'

.

:

:

'

'

.

:

:

'

....

'

'



:

,

1:

.

:

:

.

.

.

.

,

.

:

:

.

.....

,

,

.

.

.75-74 :

:<sup>1</sup>

:

:

,

.

.

:

:

.

,

.

:

:

.

.

.

.

:

,

,

,

.

.

.

:

:

.

:

:

”:

1”

”:

,

.80 :

:1

1 . "

، -

2

3

" :

4 .

:( ) :

5:

: :

.49 :<sup>1</sup> :

. 327 :<sup>2</sup> :

: ( 2004 : ) :<sup>3</sup> :

.13

.49 :<sup>4</sup> :

. 22- 21: ( 2004 : )<sup>5</sup> :

:

,

,

:

-1

-2

-3

:( ) -4

:

:( ) :

,

1 .

: 1

: :

1

2

3

: :

1

2

3

:

( 2003

: )

:

:<sup>1</sup>

: 21 - 25.

/4

/5

/6

/7

/8

1 .

:

:

2

:

1

:

.....

:

2

---

. 54 : ( 1999 ) : :<sup>1</sup>

: ( 1982 ) : :<sup>2</sup>

. 96



:

:

.

1 :

.

:

:

:

.

/1

.

.

/2

.

/3

.

/4

.

/5

.

/6

.

.

.

:

:

:

, , : /1

....

: /2

.

. : /3

. : /4

, , : /5

...

. , , : : /6

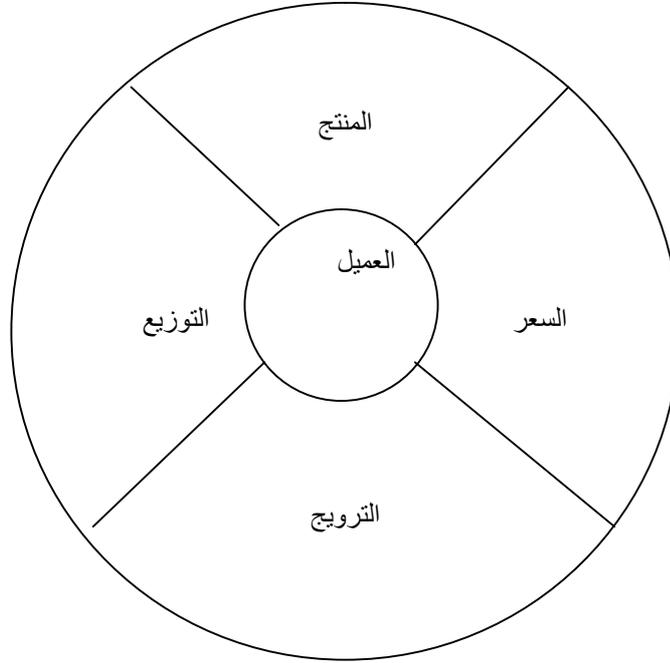
. : /7

...

, , ,

.

(3) :



.94: (1996 : ) :

:

,

.

,

.

,

,

1 :

...

"

"

:

/1

/2

:

-

-

: )

:1

.29 : ( 2010 - 2009

-

.

-

.

.

,

.

.

,

,

.

:

,

,

,

,

.

.

# الفصل الثالث

التسويق البنكي في البنك الوطني الجزائري

:

:

.



06 :

1968/01/01 .

1968 :

1968 :

1993/04/12 ,

93/98 .

( anb ) ( ) :

(LOGO) ( )

(Société ionact arp) , ,

99 , ,

41600 .

175 ) , , ,

' ' ' ' ...

'

'

1 .

:(BNA)

:

: :

:

-1

-2

: :

:

.1 ( , , ) .

.2 ( , ) .

---

1. :1

: : :

.1

.2

.3

:

.1

.2

.3

.4

: (Le service contentieux) :

,

:

.( , , ) , -

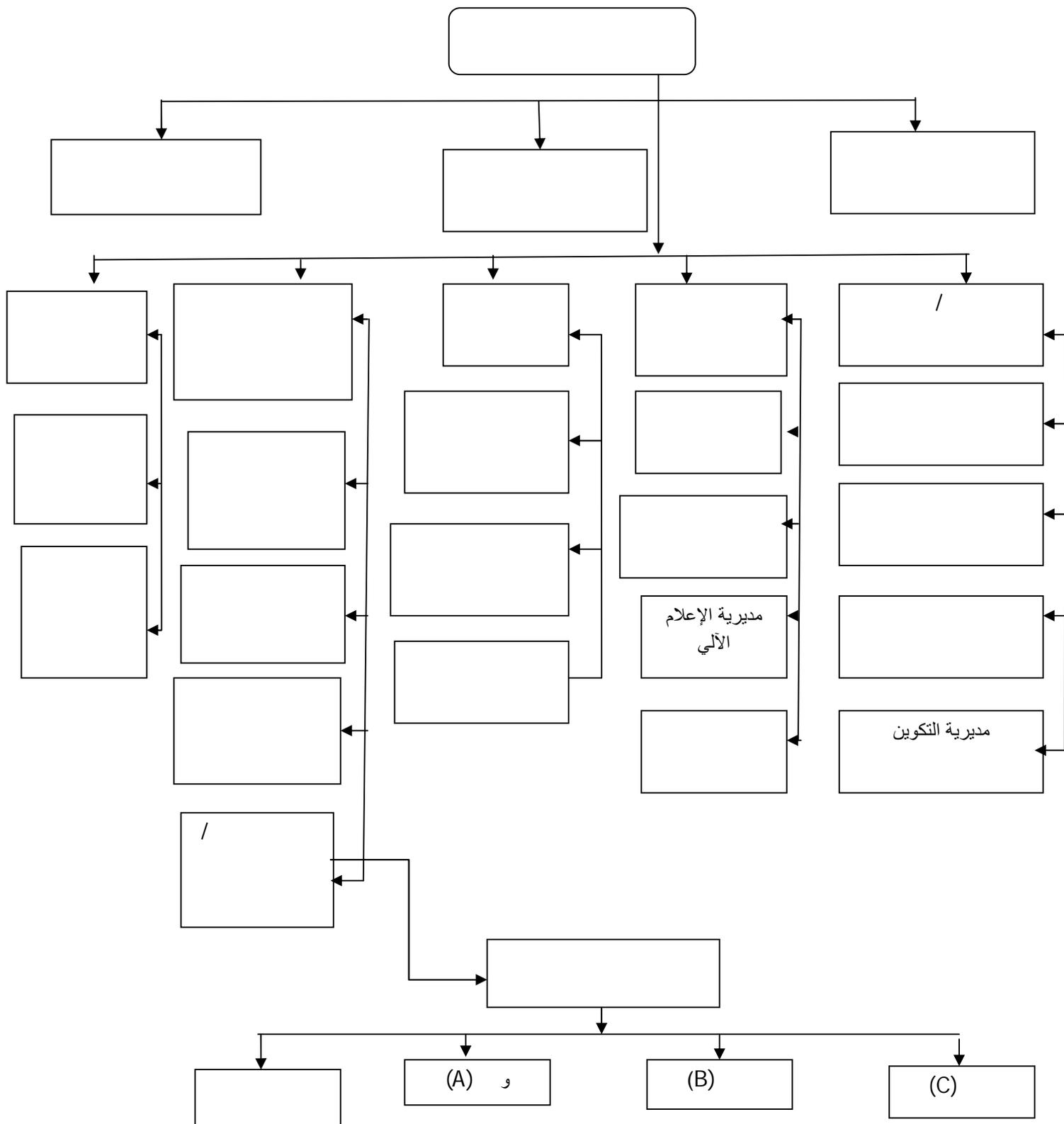
.

-



:

(3):



BNA

:

(-460- ) :

- :

1982

,(460)

.(100101)

,( N°ccp:3903.85)

- ANB: :

:

:

:

\*

.

\*

.

\*

.

\*

:

\*\* \*

:

.

\*\* \*

:

,

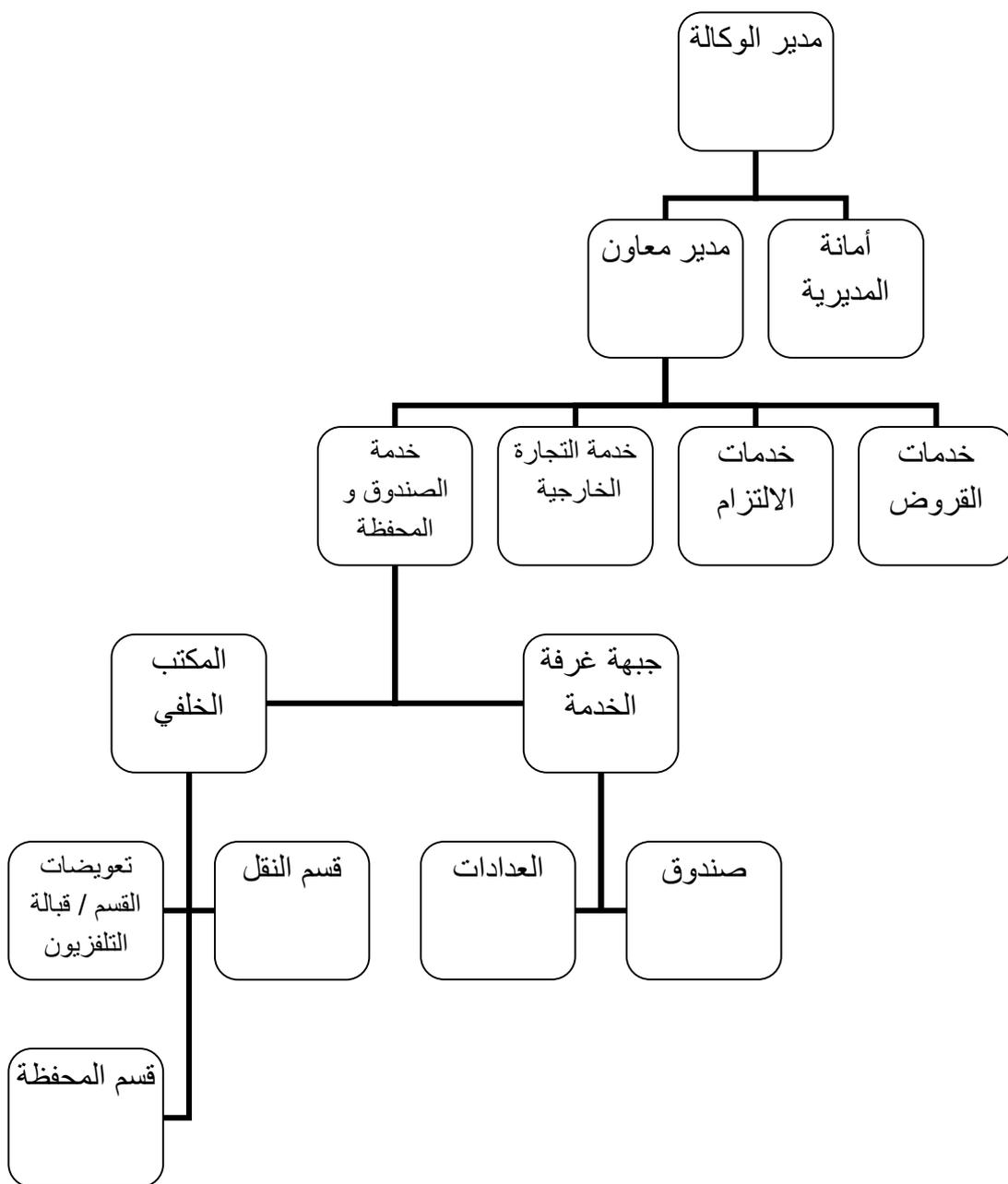
.

/

1

.

460 - - BAN 1:(4)



:

:

:

:

:

)

.(

,

-

-

-

-

-

-

-

:

-

.

:

:

:

\*

\*

\*

\*

\*

:

,

:

:

. ( )

\*

\*

\*

\*

\*

\*

1: (BNA)

:

:

:

:

)

.(

:

:

1982

:

:

:(

)

:

(460) - : BNA :

BNA

:BNA

.

,

:

,

:

:

:

-

.

.

-

.

,

-

.

-

:

:

:

,

.

-

-

-

: : :

-

-

-

:BNA :

.

: :

: :

: : -1

-

:

\*

\*

\*

\*

\*

2.

.142

:<sup>1</sup>

.2012-04-20:

www.annabafm.net.:<sup>2</sup>

(2000 - 2012):

(3):

2006	2005	2004	2003	2001	2000	
%12.3	%15.2	%17	23.72 %	27.30 %	%28.89	

2012	2010	2009	2007
11% %12	%13	%9	%13.8

20/04/2012http://www.ammabafm.net/modules.php ?name=Neus &file=article&sid 744

2000

%13.8

2007

.%12

2012/2011

%9

2009

"ancB BCIA

: 2006 2002

: (4)

:

2006	2005	2004	2003	2002	
1597.514	1104.302	1019.89	648.755	548.130	:
152.918	116.062	108.025	70.130	94.038	. -
1750.432	1220.364	1127.916	718.905	642.168	. -
1670.127	1642.274	1509.556	1656.568	1312.962	:
95.978	81.898	67.900	67.475	172.229	. -
1766.105	1724.172	1577.456	1724.043	1485.191	. -
3516.537	2944.536	2705.372	2442.948	2127.359	

%92.9	%93.3	%93.5	%94.4	%87.5	
%7.1	%6.7	%6.5	%5.6	%12.5	

Source : Banque d'Alger. Rapport 2006 , P :86

:

,2003 %6.3 -

.2002

,2003 -

2006 %0.4 .2005 %0.2 2004 %0.9  
2005

-

: -2

:

-

.

-

.

SWIFT

" "

2008

)

1.

-3 :

.

2009

1.

:

2 :

-4

34.4 2007

33.8

-

0.6

2008

-

-

-5

:

-

25 ,12".

"

"

:<sup>1</sup>

.4: '2009 12,25

2012/4/12 :

aKtoobM busines.com :<sup>2</sup>



: (460 ) BNA :

1.

: - 1 :BNA :

Le compte courant: -

, , )

(...

Le compte livret epergne : -

,

,

Le compte de dépôt a terme: -

.

- - \_\_\_\_\_ :<sup>1</sup>

Le compte devises : -

Les comptes cheques: -

( ... , )

Le bon de caisse : -

mmobilier المصغر : BNA : -2

angem . , Crédit

: :BNA -3

,BNA -4

,  
:

BNA :La artec BNA: -

<sup>1</sup> SATIM

:

\*

\*

. 7 / 7 24 / 24

:

la carte de retrait : -

<sup>1</sup> SATIM :نشأت من طرف 8 بنوك من بينها BNA, 1995

.

,

:

-(CIB):

...

(BAN)

.ISO

:

:

,

.

.

.BNA

,

.

175

(Web)

-

-

-

:( ) :

BNA

:

-1

BNA

:

-2

BNA : - 3

.

: - 4

BNA .

,

.(Web)



العلمة العالمة



:

\*

\*

\*

\*

.

\*

.

\*

.

:

\*

:

.

-

.

-

-

.

\*

.

\*

:

:

\*

\*

\*

	:	
	:	:
	:	*
) :		-1
		.(2001j2
.(2003 :	).	-2
.(2004 :	).	-3
:	).	-4
		.(2000
:	).	:
		.(2006
.(2005 :	).	-6
.(2000 :	).	-7
:	).	-8
		.(2009
:	).	-9
		(1997
:	)	-10
		(2008

.(2006	:	)	,	-11
	:	)	,	-12
			.(2000	
.(2008	:	)	,	-13
	:	)	,	-14
			.(2002/2001	
.(2009	:	)	,	-15
		)	,	-16
			.(2007	
	:	)		-17
			.(2008 i4	
	:	)	,	-18
			.(1998	
	:	)	:	-19
			.(2004	
	:	)	,	-20
			.(2002	
.(2004	:	)	,	-21
.(1996	:	)	,	-22

	:	,	-23
	.(1999	:	).
:	)	:	-24
		.(2003	
:	).	,	-25
		.(1998	
	:	).	,
		.(1999	-26
	:	).	,
		.(1996;3	-27
	:	).	,
		.(2006	-28
.(2002	:	).	,
		.	,
	.(2008	:	).
	:	).	,
		.(2007	-31
.(1996	:	)	-32

: )	:	,	-33
			.(2004;4
	:	,	-34
	.(2005	:	)
.(1998	:	)	,
			-35
	:	)	-36
			.(2005;3
		:	**
			-1
	.(2001	:	)
			-2
.(2010/2009		:	)
:	)		-3
	.(2011		
			-4
.(2010/2009		:	)
			-05
.(2005 -2004		)	

		-06
	: )	
		.(2011/2010
		-07
.(2002	: )	
		-08
.(2010/2009	: )	
		-09
	.(1999	: )
		: ***
		- 1
		.2009/02/25: .12:
		: :

**\*ouvrages:**

1-kumar sr mittal, marketing management -annual publication ,new Delhi ,2000.

2-monique zollinger ,marketing et stratégie de banque .,France: Edition dunod, 1998.

**\*rapport:**

banque d'Algérie ,rapport annuel ,2005. 2006

: :

**[www.algerienligne.com](http://www.algerienligne.com). - 1**

**[www.annabafm.net](http://www.annabafm.net). - 2**

**[www.dzsoog.com](http://www.dzsoog.com). - 3**

**[www.elaph.com](http://www.elaph.com). - 4**

**[www.etudiantd7.net](http://www.etudiantd7.net). - 5**

الملاحق



CLASSIC

**Carte Interbancaire,**  
la facilité au quotidien

IMP. ANEP - Rouiba 2010

LA *BNA*, L'EXPERIENCE EN PLUS...

  
**BNA**

البنك الوطني الجزائري  
**Banque Nationale d'Algérie**



البنك الوطني الجزائري  
Banque Nationale d'Algérie

ب.ج  
BNA

أيها المرقيون الشباب

ANGEM



الوكالة الوطنية لتسيير  
القرض المصغر

ANGEM



من أجل تمويل مشاريعكم،  
تقربوا من وكالات  
البنك الوطني الجزائري

ANSEJ

ب.ج

لأننا كنا ولازلنا هنا دائما...

البنك الوطني الجزائري  
Banque Nationale d'Algérie



Crédit Immobilier

Acquisition  
de logement



de particulier  
à particulier

La BNA, pour **Mieux**  
vous Accompagner

8, Bd Ernesto Che Guevara - Alger  
Tel.:(213) (021).71.47.47 à 49 - (021) 71.35.40 à 43  
[Http://www.bna.com.dz](http://www.bna.com.dz)

البنك الوطني الجزائري  
Banque Nationale d'Algérie



# Crédit Immobilier Autoconstruction



Autoconstruction

*Prof*

La BNA, pour **Mieux**  
vous Accompagner

8, Bd Ernesto Che Guevara - Alger  
Tel. : (213) (021) 71.47.47 à 49 - (021) 71.35.40 à 43  
[Http://www.bna.com.dz](http://www.bna.com.dz)

البنك الوطني الجزائري  
Banque Nationale d'Algérie



Crédit Immobilier

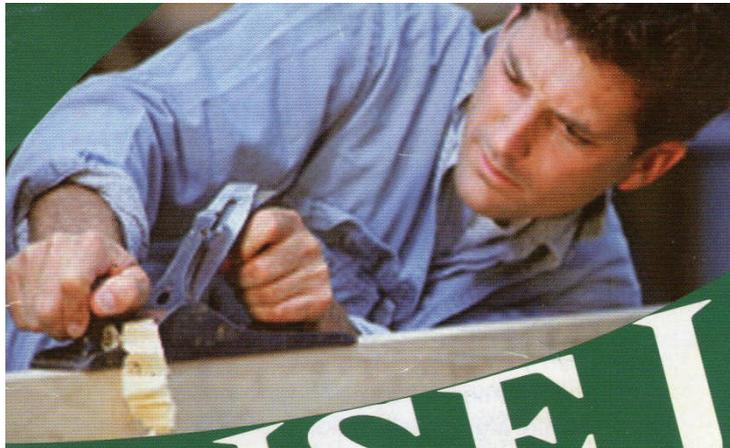
Acquisition de



logement neuf achevé  
auprès d'un promoteur

La BNA, pour **Mieux**  
vous Accompagner

8, Bd Ernesto Che Guevara - Alger  
Tel. : (213) (021).71.47.47 à 49 - (021) 71.35.40 à 43  
[Http://www.bna.com.dz](http://www.bna.com.dz)



# ANSEJ

## Jeunes Promoteurs

*Pour le financement*  
Pour le financement de vos projets,  
rapprochez - vous de nos agences BNA  
*rapprochez - vous de nos agences*  
BNA

LA BNA, L'EXPÉRIENCE EN PLUS...

البنك الوطني الجزائري  
Banque Nationale d'Algérie



Jeunes promoteurs , Chefs d'entreprises

## BESOIN DE FONDS POUR :

- Créer votre entreprise
- Développer votre entreprise
- Avoir de nouveaux partenaires



La BNA met à votre  
disposition ses  
10 Fonds  
d'investissement  
de wilayas



Nos agences : THENIA «631» - BOUMERDES «645» - BORDJ MENAIEL «643» - DELLYS «642» - BOUIRA «460» - MILA «846» - TADJENANT «833» - MECHERIA «725» - AIN SEFRA «727» - TIGHENIF «877» - MASCARA «920» - MOSTAGHANEM «871» - MOSTAGHANEM «876» - MOSTAGHANEM «878» - ADRAR «250» - TIMIMOUN «251» - AOULEF «413» - EL KALA «812» - EL TARF «489» - BECHAR «412» - BECHAR «415» - DEBDABA «414» - BENI OUNIF «410» - TINDOUF «411» sont à votre disposition